

流通とSC・私の視点

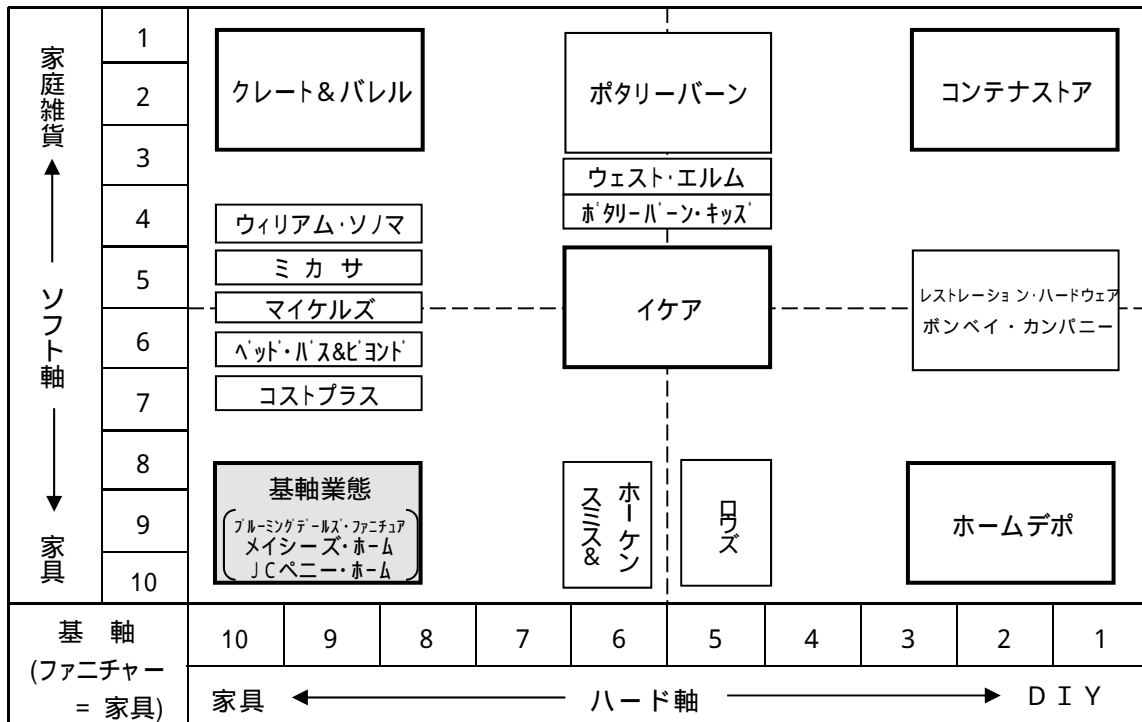
2007年6月20日

視点 (777)

I Saw All America (その91) !!

住関連業界のカテゴリー分析

アメリカの住関連業界を「ハード軸」(DIY)と「ソフト軸」(家庭雑貨)のマトリックスで分析すると次の通りです(六車流：流通理論)。



住関連業界で基軸(本来の住関連の固有特性を持っている住関連業態)となる業態は「家具・インテリア」です。この住関連業態を、ハード軸(DIY)とソフト軸(家庭雑貨)で分析すると次のようになります。

ハード性(DIY)の高い業態は「ホームデポ」(家を一軒建てること出来るだけのDIY商品を集めた店)であり、アメリカの日曜大工のライフスタイルを創出した企業です。家具・インテリアとホームデポの間のハード軸には、ロウズ(日本のHCに近い女性好みのDIYの店)とスミス&ホーケン(植栽、苗、園芸家具、園芸アパレルまでの園芸用品の店)が存在します。

ソフト軸の高い業態は「クレート&バレル」(キッチン用品、食器、家具、家庭雑貨の店・若者向けのCB2及び子供向けのザ・ランド・オブ・ノッドも経営している)であり、家具・インテリアとの中間には、ウィリアム・ソノマ(高級キッチン用品、食器、テーブルトップ用品の店)、マイケルズ(手工芸品の店で、アート、装飾アイテム用品を扱っている)、ベッド・バス&ビヨンド(リネン類を中心にホーム・ファニッシング全般を扱う店)、コストプラス(ホームファニッシング6割、食品など4割)があります。ハードとソフトの両面を兼ね備えた業態として「ポタリーバーン(廉価版のウェスト・エルム含む)」(高級志向の家具・インテリア・生活雑貨の店)と「イケア」(ハイセンスかつリーズナブルな組立家具・インテリア・生活雑貨の店)があり、その中間に、コンテナストア(収納をテーマにした商品を集めた店)、レストレーション・ハードウェア(ノスタルジックな家具や道具類と生活雑貨の店)、ボンベイ・カンパニー(アンティーク風のクラシカルでトラッドな家具の店)があります。

アメリカでは、食文化 ファッション文化 住文化へと消費の基軸が移動しており、また、ベビーブーマーが熟年化して家のリフォームが活発化し、家具、インテリア、家庭雑貨の多様化が進んでいます。

(株)ダイナミックマーケティング社³
 代 表 六 車 秀 之