

視点(993)

I Saw All America (その149) !!

— ニューヨークの百貨店と百貨店のエアポケット —

ニューヨークの中心市街地の百貨店を「グレード軸」にあてはめると、次の通りになります（六車流：流通理論）。

		アメリカ	ニューヨーク
High Grade	Grade 1	バーグドーフグッドマン NYのブルーミングデールズ NYのサックスフィフスアベニュー バーニーズNY	バーグドーフグッドマン NYのブルーミングデールズ NYのサックスフィフスアベニュー バーニーズNY
	Grade 2	ニーマンマーカス サックスフィフスアベニュー	なし
	Grade 3	ノードストローム、ロード&テイラー ブルーミングデールズ	なし (ノードストローム=進出計画)
Middle Grade	Grade 4	メーシーズ	ノードストローム・ソーホー店 メーシーズ本店
	Grade 5	デラード	
	Grade 6	J Cペニー、シアーズ、コールズ	
	Grade 7	—	
Low Grade	Grade 8	ターゲット	ターゲット
	Grade 9	ウォルマート	(ウォルマート=進出計画)
	Grade10	ダラージェネラル、ファミリーダラー	

私は、東京にあってニューヨークにない業態は「デパ地下」と「アーバンコンビニエンスニーズ対応のスペシャリティセンター」と「アーバンコンビニエンスニーズ対応の百貨店」と言っています。ニューヨークには、アーバンリゾートニーズ対応の百貨店（バーグドーフグッドマン、ブルーミングデールズ、サックスフィフスアベニュー、バーニーズNY）は数多く存在しますが、アーバンコンビニエンスニーズ対応の百貨店はブルーミングデールズ・ソーホー店のみです。すなわち、ブルーミングデールズ・ソーホー店は、ニューヨークの中心市街地で働くワーカー（OL、キャリア、サラリーマン）のための“百貨”を提供するスペシャリティ百貨店（特定の客に対して百貨を提供するカスタマイズ化=あなた好みの店づくり）です。

ここで、アーバンリゾートニーズ（わざわざ郊外から都心へ出掛けてくるニーズ）とアーバンコンビニエンスニーズ（都心で働く人や住んでいる人から派生するニーズ）を百貨店別にタイプ分類すると、次の通りです。

		アーバンリゾートニーズ	アーバンコンビニエンスニーズ
アメリカ	バーグドーフグッドマン バーニーズNY	80%	20%
	NYのブルーミングデールズ NYのサックスフィフスアベニュー	70%	30%
	メーシーズ本店	50%	50%
	ブルーミングデールズ・ソーホー店	40%	60%
	ノードストローム（計画中）	40%	60%
日本	日本橋の三越、高島屋	80%	20%
	中心市街地の百貨店	65%	35%
	駅ビル型百貨店	50%	50%
	プラントアン銀座	40%	60%

現在、ニューヨークの中心市街地には、アーバンコンビニエンスニーズに対応した百貨店が希薄です。その意味において、五番街・マディソン街・レキシントン街にノードストロームが進出すると、業績の高い百貨店が成立します。まさに、ニューヨークは、アーバンコンビニエンスニーズ対応の百貨店のエアポケットが存在します。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六車秀之