

脱・店舗 コロナが促す

セシルマクビー、低迷で撤退

衣料品、集客限界に

新型コロナウイルスは消費ビジネスに抜本的な変容を迫っている。待ったなしなのがアパレル・ファッション産業だ。レナウン、米アール・クス・ブラザーズが経営破綻し、若者向けブランド「セシルマクビー」は店舗事業から撤退する。店舗を最小化する一方、デジタルとリアルを融合した顧客満足度の高い経営モデルづくりが急務だ。



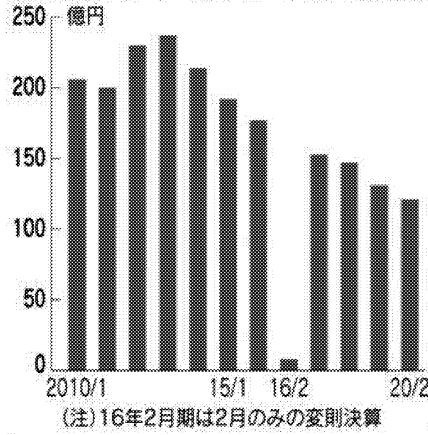
セシルマクビーは1990年代に若者を中心に人気を集めた

ネットと融合欠かせず

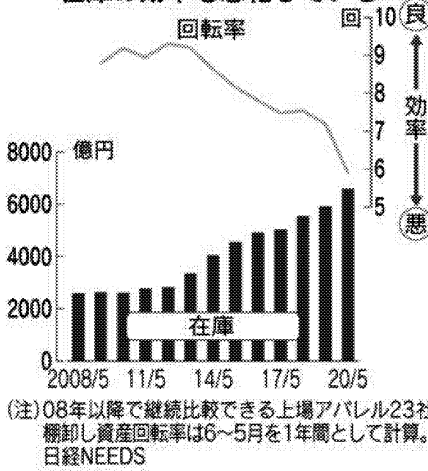
時代の流行への対応とインをベースに、春夏や規模拡大。この相反する秋冬などシーズン商品を課題を巧みに解決した企業。そして全国、全世界がこれまでにファッションし、ブランド力をアピールの業界だった。定期開催ルしてきた。

在庫を抱えがちだ。それでも市場が成長し、店舗網が大きければ、リスクを最小化できた。一定量を低価格化や若者のアパレル離れだ。例えば今回、店舗事業からの撤退を決めたジャパニマジンネーション

セシルマクビーの業績は低迷していた(運営するジャパニマジンネーションの売上高)



在庫の効率も悪化している



新型コロナウイルスによる休業や営業時間の短縮で、アパレル企業の在庫は過去最高の水準まで膨らんでいる。商慣習で在庫は出店先の百貨店やショッピングセンターではなく、アパレル企業が抱える。季節商品の特性から、過剰在庫の解消には損失覚悟の値引き販売しかない

在庫、過去最高水準に

新型コロナウイルスによる休業や営業時間の短縮で、アパレル企業の在庫は過去最高の水準まで膨らんでいる。商慣習で在庫は出店先の百貨店やショッピングセンターではなく、アパレル企業が抱える。季節商品の特性から、過剰在庫の解消には損失覚悟の値引き販売しかない

新型コロナウイルスによる休業や営業時間の短縮で、アパレル企業の在庫は過去最高の水準まで膨らんでいる。商慣習で在庫は出店先の百貨店やショッピングセンターではなく、アパレル企業が抱える。季節商品の特性から、過剰在庫の解消には損失覚悟の値引き販売しかない

在庫、過去最高水準に

新型コロナウイルスによる休業や営業時間の短縮で、アパレル企業の在庫は過去最高の水準まで膨らんでいる。商慣習で在庫は出店先の百貨店やショッピングセンターではなく、アパレル企業が抱える。季節商品の特性から、過剰在庫の解消には損失覚悟の値引き販売しかない