

顧客

法人か個人か？

※個人だったらどのようなタイプ？

■個人

■ターゲットは若年層～お年寄りまで
低価格のカジュアルブランドを買う層

■ファミリーもターゲット ■海外も

取引数は？

エリアは？

■全国 843 店舗

■海外 136 店舗（香港、韓国、シンガポール、台湾、マレーシア、ニューヨーク、ロンドン、ロシア、パリなど）

【結論】

現在は、男性製品が売り上げの主流ではあるが
今後は、女性製品を増やしたり、独自の高性能
製品を提供することで、付加価値の高い製品
の販売をするのではないかと？

国内はすでに多数の店舗があり、飽和状態なので
海外の売り上げはアジアが中心であるが、会社
全体の売り上げを底上げする為に、よりアジア
市場を開拓していきたいのではないかと？

同業種の競合（ライバル）は？

■H&M、ZARA、GAP など

異業種の競合（ライバル）は？

■イオン、イトーヨーカドーなどの
小売り業界

将来的に競合（ライバル）に
なりそうなのは？

■百貨店、ニトリ、コンビニ

競合

自社

製品（サービス）の機能・特徴は？

■洋服、雑貨 ■カジュアルブランド

■ヒートテックなどの機能性の高い洋服

■商品企画・生産・物流・販売までの
自社一貫コントロール

製品（サービス）の価格帯は？

■低価格

規模・エリアは？

■海外に自社工場

その企業にしかない魅力や競合優位性は？

■東レとの共同研究で生まれたヒートテック

■圧倒的な販売網 ■低価格で高品質な製品の提供

■企画・デザイン・素材調達・生産工場の品質管理・販売までの全プロセスを
一貫して行うのビジネスモデルの実現（アパレル製造小売企業）

	単価が高い	単価が低い
価値が高い	将来はここを目指すのでは？ ○ ←	○ 今はここ
価値が低い		