

流通とSC・私の視点

2006年10月1日

視点(688)

きずな
絆 マーケティングとは!!

絆(断ちがたいつながり)は、人間が集団の中で生きて行くためには不可欠な要素です。流通やSCの運営において「絆をコンセプト」としてビジネスチャンスを得ようとする考え方を「絆マーケティング」と言います(六車流:流通理論)。絆マーケティングをSCという面からメカニズム分解すると次の通りとなります。

絆のタイプ		第 1 の 絆	第 2 の 絆	第 3 の 絆
		地域との絆創出	仲間との絆創出	家族との絆創出
第3の空間		地域の出会場の場	井戸端会議の場	一家団らんの場
絆の内容		郷土・地域愛による絆創出	仲間(友達)愛による絆創出	家族愛による絆創出
		地域住民相互間の共通の目的である「郷土愛」に関する「場の提供やイベントを行う受け皿」としての役割を果たし、SCへの来街者を高めるための必然性と意味づけを行う	仲間(地域内で何かを通じて友達づきあいをする関係)相互間の「仲間愛」に関する「場の提供やイベントを行うための受け皿」としての役割を果たし、SCへの来街者を高めるための必然性と意味づけを行う	家族(祖父母、両親、子供、孫)相互間の共通の目的である「家族愛」に関する「場の提供やイベントを行うための受け皿」としての役割を果たし、SCへの来街者を高めるための必然性と意味づけを行う
イベントの内容	記念イベント	市の創立記念イベント SCの創業祭	お祝い会 (相互間家族・グループ)	結婚記念祝い・入学祝い 卒業祝い・お誕生日祝い 敬老祝い
	催事イベント	お花見大会・ミニ花火大会 フリーマーケット・盆踊り大会	お花見会・ラジオ体操	〔 家族揃って催事 イベントに参加 〕
	文化イベント	音楽会・芸術品展示イベント 芸能ショー・コミックショー	趣味作品展示会	〔 家族揃って文化 イベントに参加 〕
	交流イベント	ショールーム(メーカー)型イベント ファッションショー(メーカー)イベント カラオケ大会	ペット・趣味愛好会(旅行等) 健康・運動クラブ・シネコン鑑賞	〔 家族揃って交流 イベントに参加 〕
	祭事イベント	神社のお祭りイベント 七夕・クリスマスイベント	-	お宮参り・合格祈願・法事

絆があると、1つの行動が通常よりスムーズに行われるようになります。例えば、0~12歳までのお子様は家族と一緒に喜んでSCに来ますが、13歳以上(中学生以上)になると、友達優先で家族と一緒にSCへ来てくれません。しかし、お父さんとお母さんの結婚記念日やだれその誕生日だからや祖父・祖母のお祝いの食事会をすれば一緒に来てくれます。このように、親子の絆や家族の絆を前面に出せば、家族と一緒に行動することが可能となります。これを絆による生活行動と言います(絆によらない場合を一般生活行動と言います)。

以上の3つの絆から発生する「ショッピングトリップ数」(商圈の中の住民・生活者がSCへ来る年間延回数)は著しく高まります。その結果、ギフトニーズ(互いに贈り物や手みやげのニーズ)や外食ニーズ(食事会のニーズ)さらにはファッションニーズ(おしゃれ気分が出掛ける回数が増大によるニーズ増)が増大しSCの売上に貢献します。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車^む 秀 之^{くるま}