

流通とSC・私の視点

2009年10月12日

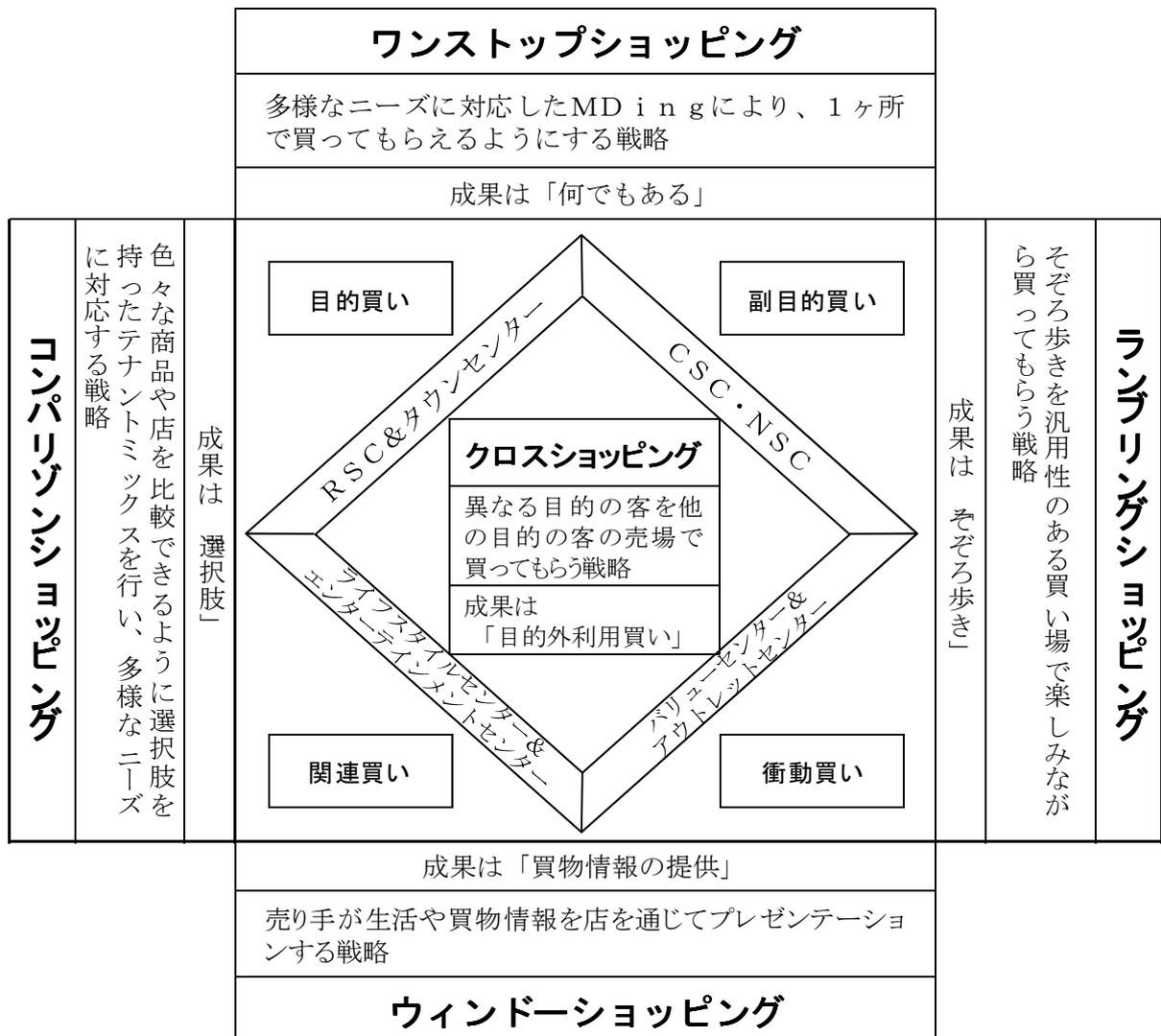
視点(1157)

SCでのワンパッケージショッピングのメカニズム!!

SCでの購入意思決定及び買物行動メカニズムのうち「ワンパッケージショッピング」は次の通りです(六車流：流通理論)。

ワンパッケージショッピングとは、このSCへ来るとすべてのニーズが満たされる買物の場づくり(仕組みづくり)を意味します。すなわち、「このSCへ来ると他のSCへ行く必要性を感じない」や「せっかくこのSCへ来たのだから他のものも買って帰ろう」という「一石二鳥買い」のことです。

ワンパッケージショッピングは、SCの命です。SCは百貨店に次いで、買い場の王様として登場しました。ただ、買い場の王者になるためには、単に物売りの場だけではなく、エンターテインメント性やプレイスメイキング性が必要です。ここではワンパッケージショッピングのメカニズムを次のように解明しました。



いわゆるワンパッケージショッピングは、「モノ」を売る「仕組みづくり」であり、ワンパッケージショッピングの精度が高いと効率の高いSCとなります。顧客に対して「安心・安全・満足・利便の場」であり、買物の利便価値を創出するSC機能です。買物の学習経験の連続性の終焉前までのディベロッパーの重要なノウハウがワンパッケージショッピングです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
 代表 六車秀之