

# 流通とSC・私の視点

2010年1月1日

視点(1197)

SCの出向動機と購買動機とは!!

SCや業態を選択し、商品やサービスを買う場合に「出向動機」と「購買動機」があります。出向動機とは「SCや業態を選択する動機」であり、購買動機とは「商品やサービスを選択する動機」です。出向動機と購買動機は、客の必要度によってどちらが先になるか後になるかは異なりますが、どちらにしろ2つの動機は必然的に客の同じ行動の範囲内で起こります。

出向動機と購買動機の内容をメカニズム的に解析すると次の通りです(六車流：流通理論)。

		要素	出向動機		購買動機	
			SCや業態を選択する動機		商品やサービスを選択する動機	
			行く	行かない	買う	買わない
5 W 1 H	Who (誰が)	ターゲット (誰が行くのか、 誰が買うのか)	誰がこのSC・業 態へ行くのか	誰がこのSC・業 態へ行かない のか	誰がこの商品・ サービスを買う のか	誰がこの商品・ サービスを買わ ないのか
	What (何を)	商品・サービス (何の目的で行くのか、 何を買うのか)	何の目的のた めに行くのか	どの目的の時 に行かないの か	買う商品・サー ビスは何なのか	買わない商品・ サービスは何な のか
	When (いつ)	月別・曜日別・ 時間別頻度 (いつ行くのか、 いつ買うのか)	いつ・どのような 頻度で行くのか	いつ・どのような 頻度では行か ないのか	いつ・どのような 頻度で買うのか	いつ・どのような 頻度では買わ ないのか
	Where (どこで)	立地別・業態別 (どこへ行くのか、 どこで買うのか)	どの場所のどの SC・どの業態 へ行くのか	どの場所のどの SC・どの業態 へ行かないの か	どの場所のどの SC・どの業態・ 店舗で買うのか	どの場所のどの SC・どの業態・ 店舗で買わな いのか
	Why (なぜ)	理由 (なぜ行くのか、 なぜ買うのか)	なぜ、このSC・ 業態へ行った のか	なぜ、このSC・ 業態へ行かな かったのか (なぜ他へ行った のか)	なぜ、この商 品・サービスを 買うのか	なぜ、この商品・ サービスを買わ なかったのか (なぜ他で買った のか)
	How (いかなる方法で)	手法 (どのようにして行くのか、 どのようにして買うのか)	いかなる方法で このSC・業態 へ行ったのか	いかなる方法で このSC・業態 へ行かずに別 のSC・業態へ 行ったのか	いかなる方法で この商品・サー ビスを買うのか	いかなる方法で この商品・サー ビスを他の店で 買うのか

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