

流通とSC・私の視点

2010年1月1日

視点(1198)

業種グループと付加価値づくり!!

業種グループは、客が買物する時の形(商品・サービス)ですが、客が商品・サービスを買う時に付加価値づくりが必要です。業種グループと付加価値づくりのマトリックスは次の通りです(六車流：流通理論)。

			付 加 価 値			
			エンターテインメント(娯楽)	プレイスメイキング(居心地よい場)	レジャー(遊び)	ロハス(エコと人間関係)
カテゴリー①	ファッション	ア パ レ ル	ファッション・エンターテインメント	ファッション・プレイスメイキング	ファッション・レジャー	ファッション・ロハス
		装飾品(身の回り品)				
カテゴリー②	食	内 食	食・エンターテインメント	食・プレイスメイキング	食・レジャー	食・ロハス
		中 食				
		外 食				
カテゴリー③	住(家まわり)	バス・トイレまわり	住・エンターテインメント	住・プレイスメイキング	住・レジャー	住・ロハス
		キッチン・ダイニングまわり				
		ルーム(部屋)まわり				
		D I Y				
		エクステリア(庭まわり)				
カテゴリー④	雑貨(グッズ)	H & B	雑貨・エンターテインメント	雑貨・プレイスメイキング	雑貨・レジャー	雑貨・ロハス
		ホ ビ ー 用 品				
		ホームエンターテインメント				
		カー・サイクリング用品				
		ギ フ ト 用 品				
カテゴリー⑤	サービス	生 活 サ ー ビ ス	サービス・エンターテインメント	サービス・プレイスメイキング	サービス・レジャー	サービス・ロハス
		教 育 系 サ ー ビ ス				
		アミューズメント系サービス				
		レジャー系サービス				
		情 報 系 サ ー ビ ス				

※家電のうち、「生活家電」は住関連カテゴリーに、「情報家電」は雑貨カテゴリーの「ホームエンターテインメント」に属する。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₄
代 表 六 車 秀 之