

# 流通とSC・私の視点

2014年5月9日

視点(1822)

SCのビッグデータとSCの運営活用システム(その2)!!

(SC運営編)

— SCの運営上のデータの活用手法 —

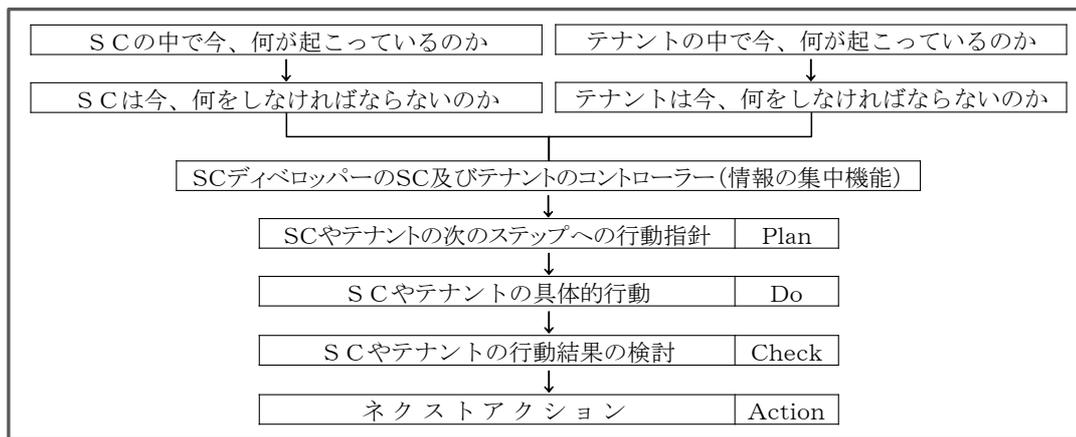
(流通とSC・私の視点 1821 より続く)

SCにおけるビッグデータ活用の目的は次の2つがあります(六車流:流通・マーケティング理論)。

①1つは「SCレベルで、今何が起って、今何をしなければならないのか」が可視化・理解化・行動化・成果化すること

②もう1つは「テナント(専門店)レベルで、今何が起って、今何をしなければならないのか」が可視化・理解化・行動化・成果化すること

いずれにしても、「調査のための調査」「や「データのためのデータ」であってはならず、「今、SCの中であるいはテナントの中で起っていることをメカニズムで解明」し、同時に「今、SCやテナントが何をしなければならないかを勝ちパターンづくりの視点で方向性を提示」しなければなりません。このSCやテナントの中で起っていることの解明と、今SCやテナントが何をしなければならないのかの方向性の提示は、次のステップである「ディベロッパーの運営において活用」されなければなりません。運営のアクションプロセスは次の通りです。



上記の内容のように「ビッグデータがSCの中でディベロッパーの運営によって価値づけられていく」ことが大切です。また、SCのビッグデータの活用対象は次の通りです。

SC自体に活用	ソフトリニューアルに活用	SCの時代対応やハード投資を伴わないリニューアルのための方向性及び戦略づくり、バーチャルプランの作成のためのデータ
	需要創造や顧客創造に活用	商圈の中で競争相手が知らないニーズや、マーケットの中でエアポケットとなっているニーズの探索のためのデータ
	SCのポジショニングの確認に活用	SCの棲み分け時代にマーケットから見た自らのSCのポジショニングを確認し、立ち位置を明確にするためのデータ
	共同販促に活用	集客や売上促進のための販促ツール及び手法を検討し、かつ効果を明確にするためのデータ
	リーシングに活用	データベースリーシングやマーケティングベースリーシング、さらにはバーチャルリーシング(架空のテナントのリストアップ)作成のためのデータ
テナントに活用	テナントオペレーションに活用	テナントをSC全体の観点から一定の方向性へ導く、また、テナントの課題解決のためのデータ
	テナントサポートに活用	テナントが集客力や売上を増加させるために必要な、テナントに役立つ資料を作成するためのデータ
関係者に活用	テナント総会の資料に活用	テナントのオーナーや本部の担当者に対して自SCの位置づけを明確にし、信頼関係を強めるためのデータ
	SCを取り巻く関係団体対策に活用	ファンデ、銀行、アセット、地元商業関係者、親会社等へのコミュニケーションとしてのデータ

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>6</sub>

代表 六車 秀之