

流通とSC・私の視点

2015年5月13日

視点(1932)

SCの勝ちパターンづくりのフォーマット!!

(SC理論編)

SCの勝ちパターンづくりは「競争優位性」(持続可能な競争優位性)ですが、基本的には「**圧勝型SCづくり**」と「**棲み分け型SCづくり**」となります。ただ、競争優位性は発揮できないが生き残る手法として「**完璧2番型SCづくり**」があります。このSCの勝ち残り・生き残りづくり戦略を要約すると次の通りです(六車流:流通・マーケティング理論)。

SCづくりの パターン	圧勝型 SCづくり	棲み分け型SCづくり				完璧2番型 SCづくり
優位性 の順位	絶対1番 型SC	相対1番 型SC	2番型SC	3番型SC	4番型SC以下	
SCの 基本戦略	完全囲い込み 型SC	基軸SC	棲み分け分野の新1番型SC		特定分野の 集中型SC	棲み分け分野 の2番型SC (負けパターン のSC)
SCの タイプ	ゼネラルティ型 SC(フルライ ン型SC)	ゼネラルティ型SC (フルライン型SC)				ゼネラル型SC or スペシャリティ 型SC
同質・ 異質化 の戦略	基準SC (競争優位性 を保つため2 番型SCに1.4 倍、1.7倍、2 倍以上の売場 が必要)	売れ筋 マーケットの 基軸SC	<基軸SCに 対して> 3割差異化・ 特化、7割総 合化戦略	<基軸SCに 対して> ① 5割差異 化・特化、 5割総合化 戦略 ② 7割差異 化・特化、 3割総合化 戦略	<基軸SCに 対して> ① 8割差異 化・特化、 2割総合化 戦略 ② 10割差異 化・特化、 0割総合化 戦略	<基軸SC・ 棲み分け型> SCの特定の 分野で2番型 SC以下の状 態で生き抜く 手法
勝ち残り のタイプ	完全勝ち残り 型SC	勝ち残り型SC				生き残り型 SC

- ①圧勝型SCづくりでは競争優位度(例:店舗面積)が、競争相手に対して1.4倍以上(3割を競争相手と差異化し、7割を競争相手と同質化することにより競争相手のSCへ行く必要性をなくすために必要な店舗面積)が必要となり、基準は1.7倍、できれば2.0倍の競争優位性が必要となります。
- ②棲み分け型SCづくりは、1つのマーケットの中で特定の分野に棲み分けをし、棲み分けした分野で1番型SCづくりでないと勝ちパターンとはなりません。棲み分けした分野で2番型SC(以下)は、コテンパンに負けます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之