

流通とSC・私の視点

2017年5月19日

視点(2091)

SCの勝ちパターンづくりの3つのノウハウプロセス!!

(研究思考と成果の概念編)

SCの成立・成功の勝ちパターンづくりは次の3つのノウハウプロセスが必要です。

第1ステップ	第2ステップ	第3ステップ
リサーチ R	マーケット M	イノベティブ I
アンド &	リポジショニング R	パワーアップ P
ディベロップメント D	インデックス I	システム S
パーツ	モジュール	アSEMBル
単機能部品	結合部品	創造的組立
基礎研究	メカニズムの可視化	勝ちパターンノウハウづくり
①数値的データ ②ケーススタディ ③アナロジー ④思考概念の研究	①強化メカニズム ②ポジショニング ③競争優位性 ④差異化・異質化	①カスタマイズ ②イノベーション ③バリューアップ ④マーケットデザイン

すなわち、SCの成立・成功・成長のノウハウは「第1ステップの基礎研究」→「第2ステップのメカニズムの可視化」→「第3ステップの勝ちパターンのノウハウづくり」へのプロセスが必要です。

(1) 第1ステップ「R&D」(調査及び開発)

SCの勝ちパターンのノウハウづくりの第1ステップは基礎研究で、流通・SC分野の色々な現象を1つの機能を持った「パーツ」(部品)として形づくることです。このパーツの段階ではパーツ相互間の相乗効果や波及効果は期待できませんが、単独かつ単体の機能を果たす役割としては大切な存在です。

流通・SC分野の行動現象の結果である数値的データ、多くの行動現象の出来事の事例、自然界の成立のメカニズムの応用、発想や思考の研究…等のR&Dです。

(2) 第2ステップ「MRI」(市場再構築指数)

流通・SC分野にとっての基軸はマーケット(市場)です。このマーケットの中でのポジショニングの顕在的・潜在的な位置づけの確認と、そのマーケット内の流通・SC、生活・消費のメカニズムの検証です。すなわち医療業界のMRIに相当する段階です。流通・SC分野のMRIでは、1つの固有マーケットを基軸として、この1つの固有マーケット内のあらゆる行動現象をメカニズムで把握して、優位点・課題点の発見、現在及び近未来の動向を可視化することにより、当該SCの改善の方向性を示すことです。この段階は単体パーツではなく、パーツが結合して相乗効果や波及効果を発揮するモジュール(結合部品)となります。

(3) 第3ステップ「IPS」(革新的SC強化システム)

1つの固有マーケットのポジショニング改善の方向性が検証されると、今度はSCの強化の段階になります。すなわち、パーツ(部品)からモジュール(結合部品)、さらにアSEMBル(創造的組立)へと進みます。この段階を医療分野のIPSと同様に、SCを革新的に開発・リニューアルする手法です。相互作用するモジュールを客(消費者・居住者・テナント)の立場から創造的に組み立て、成功するSCづくりをすることです。すなわち、SCの勝ちパターンのノウハウ化のプロセスです。

弊社では、SCの開発・リニューアルの勝ちパターンづくりを医学・医療分野の「R&D」「MRI」「IPS」の名称を使わせて頂き、流通・SC分野の勝ちパターンノウハウを開発し、応用しています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺7

代表 六 車 秀 之