

流通とSC・私の視点

2018年12月30日

視点(2254)

流通の進化理論とコンテンツ!!

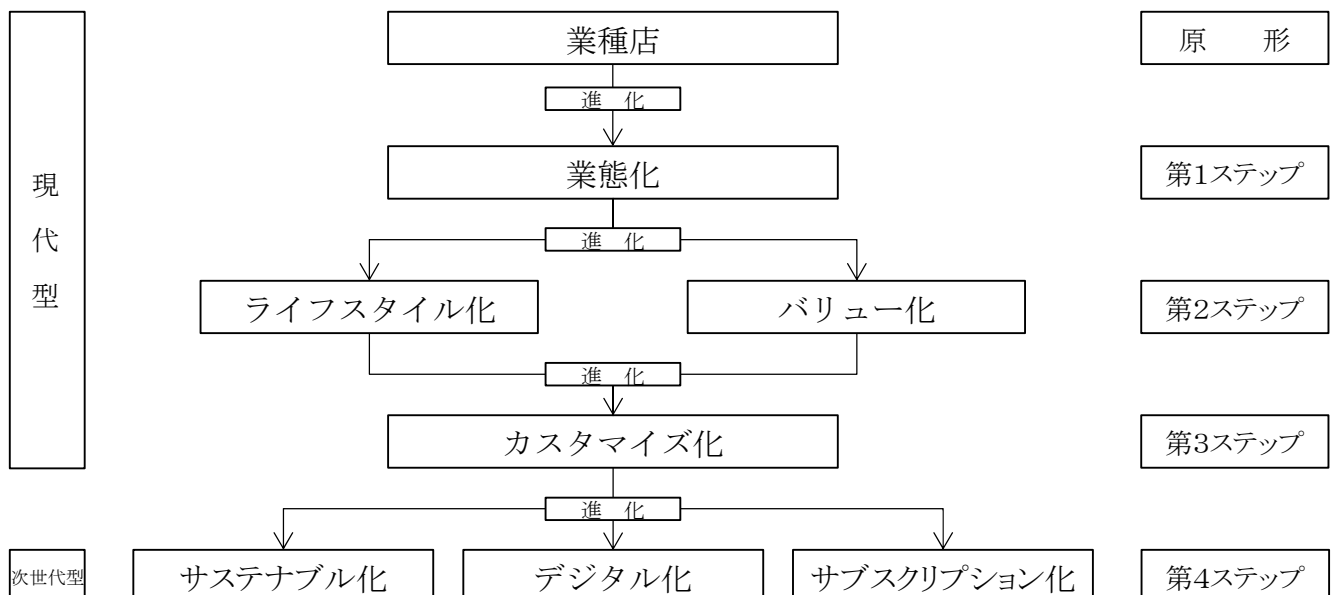
(流通理論編)

流通業は、時代対応の連続性とノウハウは「業種化」→「業態化」→「ライフスタイル化」→「バリュー化」→「カスタマイズ化」→「デジタル化」→「サステナブル化」→「サブスクリプション化」に進化します。その内容とコンテンツは次の通りです。

	タイプ	内 容
基本	業種化 (一般店)	販売システムを「取扱商品のカテゴリー」の視点から違いを出すビジネスモデル
現代型進化	業態化	販売システムを「価格」と「商品の提供方法」と「店舗オペレーション」と「商品調達方法」の商売の視点から違いを出すビジネスモデル
	ライフスタイル化	販売システムを「客の生活向上の提案」と「新しい生活の提案」「客の生活の利便性の向上」「使用方法の提案」を新たな生活を消費者に提案する視点から違いを出すビジネスモデル
	バリュー化 (ディスカウント化)	販売システムを「(品質/価格)の価値づくり＝納得価格」の視点と価格の絶対水準(上・中上・中・中下・下)から違いを出すビジネスモデル
	カスタマイズ化 (愛顧客化)	販売システムを「客が自分のための店と感じる」「おもてなし・しつらえ感」「なくてはならない店」の視点から違いを出すビジネスモデル
次世代型進化	デジタル化	販売システムを「ネットによる買物スタイル」「客の情報の活用化」「自動・効率化の店舗運営システム」の視点から違いを出すビジネスモデル
	サステナブル化	販売システムを「地球環境への配慮」と「社会・地域の問題解決」と「人間の精神面の向上」の視点から違いを出すビジネスモデル
	サブスクリプション化	販売システムを「非所有概念」や「利用時間の共有制概念」の視点から違いを出すビジネスモデル(シェア、レンタル、フリーのビジネス)

流通の進化理論は大きく「現代型進化」と「次世代型進化」に二分されます。

現代型進化は、過去から現在までの流通上の成立・成功のためのコンテンツであり、次世代型進化は、現在から近未来の成立・成功のためのコンテンツです。



(株)ダイナミックマーケティング社⁷
代表 六 車 秀 之