

流通とSC・私の視点

2021年11月6日

視点(2428)

流通の業態・業格・業彩(その1)!!

(流通理論編)

1つの固有マーケットの中で、競争優位性と顧客満足性を確立して、勝ちパターンづくりの業態を策定するには次の3つのステップが必要です。

1つの固有マーケットの中で、勝ちパターンの第1ステップは、まず「業態の策定」、すなわち立地特性、競争特性、市場特性に基づき、流通のビジネスモデル(商業の仕方)により大枠を決めます。次いで「業格の策定」(業態をより精度高く磨き、勝ちパターンの業態づくり)の中枠を決めます。最後に総仕上げとして、マーケットが持つ特性に適合される「業彩の策定」(マーケットの特性にカスタマイズ化)して小枠を決めます。

この業態化、業格化、業彩化するプロセスは次の通りです。

			内 容	
第1ステップ	業態化 (大分類)	流通ビジネス のモデル化	S C	①利便型SC ②廉価型SC(バリュー型) ③モール型SC ④テーマ型SC ⑤デジタル型SC
			総合メガストア	①百貨店 ②GMS(量販店) ③総合DS
			スペシャリティ メガストア (専門大店)	①ホームセンター&DIY ②家具&インテリア ③生活雑貨&ホーム雑貨 ④キッズ&トイ ⑤スポーツ&アウトドア ⑥家電&情報・メディア ⑦ホビー&クラフト ⑧SM&市場 ⑨ヘルス&ビューティー(ドラッグストア) ⑩ペット&ペットクリニック ⑪カー用品&自転車・バイク ⑫カーショールーム ⑬バラエティショップ(シングルプライスショップ) ⑭リサイクル&リユースストア ⑮オフプライスストア ⑯ホールセールクラブ
			スペシャリティストア (専門店)	①着まわり専門店 ②食まわり専門店 ③住まわり専門店 ④趣まわり専門店 ⑤遊まわり専門店 ⑥近まわり専門店
			コンビニエンスストア	—
第2ステップ	業格化 (中分類)	業態を勝ちパターン化 (業態の競争優位化) →業格とは業態の精度化したもの	業態(大分類)の中で、より詳細な性格付けに基づき競争優位を付加することを「業格」(業態の精度化)と言う。	
第3ステップ	業彩化 (小分類)	業格のカスタマイズ化 (マーケットとの適合性) →業彩とは業格の“いろどり”化	業格をより地域特性を加味して、売上を高めるため顧客満足度を高めた業格の変革形態を「業彩」と言う。	



(流通とSC・私の視点 2429へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
会長・六車流研所長 ^む ^{ぐるま} 秀之