

ダイナミック流通・SC戦略セミナー

# 第152回 セミナーのご案内

企 画	<b>株式会社ダイナミックマーケティング社</b> <small>＋7</small>	お問い合わせは 南(みなみ)まで お願いします
	住所：〒531-0062 大阪市北区長柄中2-5-44	
	TEL：06-6353-6666 FAX：06-6356-1663	
	E-mail：DM@dynamic-m.co.jp URL：http://www.dynamic-m.co.jp/	

日時	2018年10月23日(火) 13時00分～17時00分	会場	大阪リバーサイドホテル	大阪開催
----	------------------------------	----	-------------	------

SC飽和期・成熟期は、一定のパイを互いのSCが奪い合う「ゼロサム現象」（一方の売上増が、一方の売上減）が起こります。そこでSCのリニューアルにおいては、マーケットの掘り起こしがリニューアルを成功させるために必要となります。1つの固有マーケット（自SCと競争SCの共有商圏）の中には、自SCと競争SCとのMDingやテナントミックスの力関係によって自SCに「来ている客と来ていない客」が存在し、マーケット内の生活者は自らの持つニーズの趣好に基づき各SCを選んでいきます。リニューアルを実施するにあたり、自らのSCに来ている客と来ていない客を属性、原因、買物行動により分析して、競争相手に勝てる分野を明確にし、その勝てる分野をMDing&テナントミックスに反映させることが必要です。勝ちパターンのSCづくりにおいては、1つの固有マーケットの中で勝てる分野をどれだけ持つことができるのかという総合一番、棲み分け二番・三番、特定分野で一番の選択を行うことが必要です。SCの商圏の購買力に占めるシェアは4.4～10.8%、基準値で8.6%で数値的には来ていない客あるいは少頻度でしか来ていない客が大半です。SCの飽和期においては、限られた商圏の中でマーケットを深耕することが必要となります。本セミナーは、1つの固有マーケットの中でいかにして勝てる分野を見極め、自らのMDing&テナントミックスとしてマーケットを掘り起こすかの手法を実践理論とリニューアルの事例をテーマに行います。何卒、多数の皆様のご参加をお待ちしております。

## 来ていない客・来ている客分析に基づく マーケットの掘り起こし手法とSCリニューアル ー 1つの固有マーケットの中でどの分野を掘り起こすのかの見極め手法とリニューアルの事例研究 ー

第一 単元	テ ー マ	マーケットの中で勝てる分野の可能化・掘り起こしとリニューアルへの実践適用手法
	時 間	13:00～15:00 (120分)
	講 師	六車 秀之 (株式会社ダイナミックマーケティング社 代表・シニアコンサルタント・六車流研所長)
内 容	<p>1. 成果を出すためのSCリニューアル手法のメカニズム解明</p> <p>(1) SCリニューアルを成果の面から見たタイプともう1つあって欲しいSCづくり</p> <p>(2) 成果の高い“ポジショニングの変更に伴うSCリニューアル”のポイントと課題解決</p> <p>(3) ポジショニングのポジティブ変更とネガティブ変更の内容と手法</p> <p>2. 勝てる分野の可視化によるマーケットの掘り起こし手法</p> <p>(1) 来ている客・来ていない客の客層、出向動機、購買動機及びその理由の可視化手法</p> <p>(2) マーケットの中でマーケットの掘り起こしに伴う勝てる分野と捨てる分野の選択と集中の手法</p> <p>3. マーケットの掘り起こしによるSCリニューアルのタイプと実践手法</p> <p>(1) 全体1位(ナンバーワン戦略)に対する棲み分け2位・3位(オリジナルワン戦略)及び特定分野1位(オンリーワン戦略)における勝てる分野のマーケット掘り起こし手法</p> <p>(2) マーケットの掘り起こしによるリニューアル手法とMDing&amp;テナントミックスへの波及手法</p>	
休 憩	[コーヒータイム] 15:00～15:20 (20分)	

第二 単元	テ ー マ	マーケットの掘り起こし手法によるリニューアルの実践事例
	時 間	15:20～17:00 (100分)
	講 師	中西 邦夫 (株式会社ダイナミックマーケティング社 副社長・シニアコンサルタント)
内 容	<p>1. 地域密着型(単館型)SCの現在地とリニューアル事情</p> <p>(1) CSC、NSCの売上減少に歯止め</p> <p>(2) CSC、NSCのリニューアル事情</p> <p>2. 地域密着型(単館型)SCのマーケットの掘り起こしとソフトリニューアル</p> <p>(1) 実践的マーケットの掘り起こし手法</p> <p>(2) ソフトリニューアルの実践手法</p> <p>3. 地域密着型(単館型)SCのリニューアル事例</p> <p>(1) 加古川ニッケパークタウンに見る脱CSC事例</p> <p>(2) 鹿島SCエブリアに見るイオンモールとの棲み分け型リニューアル事例</p>	

お申し込みは今すぐFAXで!!  
FAX 06-6356-1663  
(そのままFAXして下さい)

マーケットの掘り起こし手法とSCリニューアル  
(DMセミナー152)参加申込書

【企業・団体】

【住所】〒

TEL【 - - 】 FAX【 - - 】

受講者名	部署・役職名	備考欄

お申し込み担当者 部署及び氏名	氏名: 部署:	連絡先TEL:
--------------------	------------	---------

受講料

<受講料> お一人様当たり10,000円(消費税含む) 喫茶・資料代含む

<申込方法> 上記 所定欄に必要事項をご記入の上、FAXにて送信下さい。  
(FAXにて受付確認の通知を致します) また、弊社ホームページからもお申込み頂けます。(専用フォームがございます)

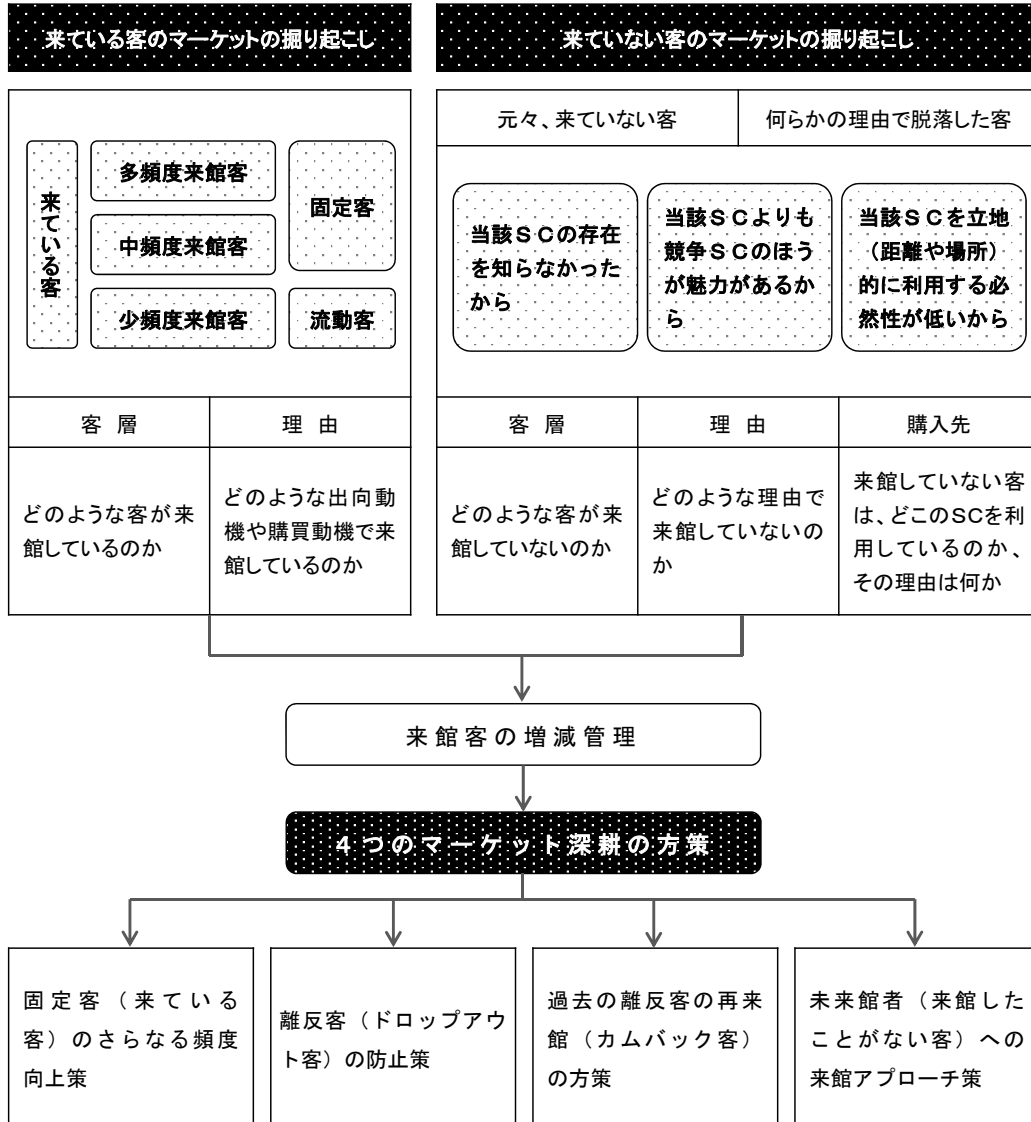
<お支払方法> お申込後 請求書と会場案内図を郵送致しますので、セミナー前日までに振込をお願いします。

※貴社の締め日にてお支払いをご希望の方は南(みなみ)までご連絡下さい。  
※銀行が発行する振込受取書をもって当社の領収書にかえさせていただきます。別途領収書が御入り用の方はお申し付け下さい。

講演会場	大阪リバーサイドホテル 大阪市都島区中野町5-12-30 TEL:06-6928-3251 JR環状線桜ノ宮駅西出口徒歩2分	本案内は弊社が開催するセミナーにご参加頂いた方、また弊社社員が名刺交換させて頂いた皆様にお送りしております。ご不要の方は、お手数ですが弊社までご連絡下さい。 TEL: 06-6353-6666 E-mail: DM@dynamic-m.co.jp
------	---	--

## マーケットの掘り起こしメカニズム

来ている客・来ていない客のメカニズムとマーケットの掘り起こし



## 成立基礎マーケットとSCの業態別シェア

<マーケットシェアモデル>

シェアモデル	深耕シェア		基準シェア				商圏差異化シェア			
	商圏深耕シェア③	商圏深耕シェア④	商圏基準シェア①	商圏基準シェア②	商圏基準シェア③	商圏基準シェア④	商圏存在シェア	商圏差異化シェア①	商圏差異化シェア②	商圏差異化シェア③
シェア(%)	26.1	19.5	14.5	10.9	8.6	6.8	4.4	2.8	1.7	1.0
R S C				○-----●	●-----●	●-----●	●-----○			
C S C			○-----●	●-----●	●-----●	●-----○				
N S C		○-----●	●-----●	●-----●	●-----○					
C V C		○-----●	●-----●	●-----●	●-----○					

(CVCは取り扱い商品が限定のためNSCと同じシェアモデル)

<SC業態別SCのシェアモデルとSCの販売体制モデル>

SC業態	マーケットシェア			成立基礎マーケット			
	下位値	中位値	上位値	最低値	適正值	最高値	
RSC	4.4%	6.8%	8.6%	40万人(18万世帯)	60万人(27万世帯)	80万人(36万世帯)	
成立基礎マーケット	商圏内需要			マーケットシェアからの販売可能額			
	商圏規模	店舗向支出	商圏内購買力	4.4%	6.8%	8.6%	
	最低値	18万世帯	160万円	2,880億円	127億円	193億円	248億円
	適正值	27万世帯	160万円	4,320億円	190億円	294億円	372億円
最高値	36万世帯	160万円	5,760億円	253億円	391億円	495億円	
CSC	6.8%	8.6%	10.9%	15万人(7万世帯)	20万人(9万世帯)	30万人(14万世帯)	
成立基礎マーケット	商圏内需要			マーケットシェアからの販売可能額			
	商圏規模	店舗向支出	商圏内購買力	6.8%	8.6%	10.9%	
	最低値	7万世帯	160万円	1,120億円	76億円	96億円	122億円
	適正值	9万世帯	160万円	1,440億円	98億円	124億円	157億円
最高値	14万世帯	160万円	2,240億円	152億円	193億円	244億円	
NSC	8.6%	10.9%	14.5%	3万人(1.4万世帯)	5万人(2.3万世帯)	10万人(4.5万世帯)	
成立基礎マーケット	商圏内需要			マーケットシェアからの販売可能額			
	商圏規模	店舗向支出	商圏内購買力	8.6%	10.9%	14.5%	
	最低値	1.4万世帯	160万円	224億円	19億円	24億円	32億円
	適正值	2.3万世帯	160万円	368億円	32億円	40億円	53億円
最高値	4.5万世帯	160万円	720億円	62億円	78億円	104億円	
CVC	8.6%	10.9%	14.5%	0.8万人(0.4万世帯)	1.0万人(0.5万世帯)	1.5万人(0.7万世帯)	
成立基礎マーケット	商圏内需要			マーケットシェアからの販売可能額			
	商圏規模	店舗向支出	商圏内購買力	8.6%	10.9%	14.5%	
	最低値	0.4万世帯	160万円	64億円	6億円	7億円	9億円
	適正值	0.5万世帯	160万円	80億円	7億円	9億円	12億円
最高値	0.7万世帯	160万円	112億円	10億円	12億円	16億円	