

視点(912)

SCとビックリ売れテナント(その2)!!

(流通とSC・私の視点(911)より続く)

第3のビックリ売れテナントの要因「店の独自型」を原因とするタイプ

ビックリ売れテナントの創意工夫によって確立した要因により、上乘せ機能が働き、余分に売れる現象	
有力テナントのMDing パワー型ビックリ売れ	今をときめく「テナントや有力・強力テナント」が持つ独自のMDingが競争優位性を発揮し、過大な売上を獲得しているケース
地域固有のニーズの 取り込み型のビックリ売れ	「地域性や立地固有の特性から発生するニーズを独特のMDing」で取り込み、過大な売上を確保しているケース
MDingの 特化型ビックリ売れ	同じ業種や業態の中で、特定のノウハウを導入した「特化型MDing」により、過大な売上を確保しているケース
オンリーワンの 独自型ビックリ売れ	このマーケットの中で、誰も真似のできない「この店しかないテナント」を導入することにより、過大な売上を確保しているケース
目立つ店づくり型 ビックリ売れ	他のテナントよりも「明るい」「間口が広い」「いいイメージ」「独特の店づくり」...等により、目立つ店づくりによって過大な売上を確保しているケース
価格の割安感による ビックリ売れ	同業他社(店)と比較して、「激安」あるいは「リーズナブル(割安感)」と感じる価格設定により、過大な売上を確保しているケース
買いやすさ・モリモリ陳列型 ビックリ売れ	陳列がモリモリ型(豊富感がある売場づくり)や手に取りやすい、選びやすい店づくりにより、客に魅力づけをしているケース
カスタマイズ化型 ビックリ売れ	客に自分の店あるいは自分のためにつくってくれたと感じさせる店づくり(商品構成や店舗づくり)により、客に満足を与えているケース

以上のようなビックリ売れテナントあるいはビックリ不振テナントを解明し、類似ビジネスモデル化するためには、次の2つの観点からの解明が必要となります。

ビックリ売れテナント
の特性の分析

ビックリ売れテナント
の類似ビジネスモデル化

ビックリ売れテナント
のメカニズムの解明

すなわち、ビックリ売れテナントを発見(探索)し、ビックリ売れテナントの特性の分析だけでは必要十分条件は備わりません。ビックリ売れのメカニズムを解明することが、真似をするにもノウハウが必要との格言に一致します。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 軍 秀 之