

# 流通とSC・私の視点

2006年11月9日

視点(720)

## SCの同伴者のタイプ!!

SCへ来街する客は、単身の場合と、同伴者を伴う場合と多様です。この同伴者のタイプによって、同じ人でもSC内での行動や買物意識が異なります。SCへの同伴者のタイプは、次のように分類されます(六車流：流通理論)。

大分類	タイプ		女性(母)	男性(父)	子供		祖父母	(家族以外)友達
					12才まで	13才以上		
ファミリー行動	第1のタイプ	3世代ファミリー	遊び型					
	第2のタイプ		絆型					
	第3のタイプ	2世代ファミリー	遊び型					
	第4のタイプ		絆型					
準ファミリー行動	第5のタイプ	夫婦のみ						
	第6のタイプ	お母さんと子供						
	第7のタイプ	母と娘						
	第8のタイプ	お父さんと子供						
	第9のタイプ	父と息子						
	第10のタイプ	祖父母と孫						
パーソナル行動	第11のタイプ	女性1人						
	第12のタイプ	男性1人						
	第13のタイプ	女性2人						
	第14のタイプ	男性2人						
	第15のタイプ	祖父母のみ(1人or2人)						
	第16のタイプ	子供グループ						
	第17のタイプ	子供1人						
	第18のタイプ	兄弟・姉妹						
	第19のタイプ	ヤングカップル						
家族交際行動	第20のタイプ	家族ぐるみ						
	第21のタイプ	大人家族のみ						

例えば、「なぜこの店で買ってしまうのか」(パコ・アンダーヒル著)では、次のように書いています。女性が2人で買物すると、思いきりおしゃべりをしたり、助言しあったり、提案したり、相談したりするため、時間がかかります。女性が子供と一緒にいる場合は、子供が迷子のなったり不機嫌になったりしないようにと神経を使うこととなります。女性が1人のときはもっと効率よく時間が使えます。女性が男性と一緒にだと、男性は露骨に退屈した様子で、いまにも店を出て車に座ってラジオを聴くか、通りに立って女の子でも眺めそうなため、男性がそばにいと女性の心の安定が急減します。買物しているあいだずっと落ち着かず、急ぎ立てられているような気分になります。男性にも何かすることがあれば、女性はもっと楽しく、リラックスして、買物に出掛ける時間と支払うお金も増大することになります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六車秀之