

流通とSC・私の視点

2007年1月8日

視点(734)

棲み分け型SCのマーケットシェアの考え方!!

SCの商圏内購買力に占める売上高の割合である「マーケットシェア」は、RSCの場合「基準値は8.6%~6.8%」、「上位値は10.9%」、「下位値は4.4%」です（六車流：流通理論）。

しかし、今後の流通飽和期になると、1つのマーケット（商圏）の中に複数のSCが互いに棲み分けしつつ競存競争することになります。いわゆる「2.5SC時代」（2つの繁盛型の正規な2.0のSCと複数の特化=ニッチマーケット化した0.5のSCが共通マーケットの中で26.1%のシェアとなる寡占状態の時代）の到来です。

流通飽和期の棲み分け時代となると、互いに違いのあるSCが競存競争することになり、マーケットのシェアも、商圏全体に占めるシェアではなく、各SCが目指す独自のターゲットのマーケットの中でのシェアでなければ、意味をなさなくなります。棲み分けた分野でのマーケットシェアを示すと次の通りとなります。

	棲み分け指数		マーケットシェア							
	差異化指数	総合化指数	10.9%の場合		8.6%の場合		6.8%の場合		4.4%の場合	
			マーケット全体	棲み分けマーケット	マーケット全体	棲み分けマーケット	マーケット全体	棲み分けマーケット	マーケット全体	棲み分けマーケット
パターン	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
パターン	0	100	10.9	10.9	8.6	8.6	6.8	6.8	4.4	4.4
パターン	10	90	10.9	12.1	8.6	9.6	6.8	7.6	4.4	4.9
パターン	20	80	10.9	13.6	8.6	10.8	6.8	8.5	4.4	5.5
パターン	30	70	10.9	15.6	8.6	12.3	6.8	9.7	4.4	6.3
パターン	40	60	10.9	18.2	8.6	14.3	6.8	11.3	4.4	7.3
パターン	50	50	10.9	21.8	8.6	17.2	6.8	13.6	4.4	8.8
パターン	60	40	10.9	27.3	8.6	21.5	6.8	17.0	4.4	11.0
パターン	70	30	10.9	36.3	8.6	28.7	6.8	22.7	4.4	14.7
パターン	80	20	10.9	54.5	8.6	43.0	6.8	34.0	4.4	22.0
パターン	90	10	10.9	-	8.6	86.0	6.8	68.0	4.4	44.0
パターン	100	0	10.9	-	8.6	-	6.8	-	4.4	-

すなわち、パターン 0 のように、総合化指数が100%で差異化指数が0%の場合は、棲み分けを全然行っていない状態なので、マーケットシェアはマーケット全体の場合と、棲み分けマーケットの場合は同じになります。

一方、パターン 70 のように、総合指数が70%で差異化指数が30%の場合（3割差異化・特化、7割総合化の場合）は、マーケット全体のシェアは基準値シェアとなりますが、棲み分けシェアは15.6%（10.9%と対比）、12.3%（8.6%と対比）、9.7%（6.8%と対比）、6.8%（4.4%と対比）となります。すなわち、棲み分けシェアは、マーケットの中で棲み分けた分野のシェアになります。流通飽和期のシェアの基本原則は、1つのマスマーケットは多くのニッチマーケットから成り立っており、このニッチマーケットを複合化がターゲット設定です。すなわち、自らの独自分野を構築し、敵の参入障壁の高いマーケットシェアが必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車^{むくろま}秀之