

## 視点(956)

## 擬態商法とは!!

専門店が特別な集客力のない状態で売る根源的売上高のことを「**原点売上高**」と呼び、SCの相乗効果(立地、仕組み、MDing、運営の四位一体化)で原点売上高の1.5~2倍売れる売上高のことを「**基準売上高**」、さらに、特別の要因(外部要因と内部要因)があつて、基準売上高の2倍以上売れる売上高のことを「**ビックリ売上高**」と呼んでいます。

SC内のビックリ売れテナント(詳細は、流通とSC・私の視点911・912・925参照)とは別に、SC外の街中にもビックリ売れする専門店がたくさん存在します。「なぜ、あれだけ売れるのか?」「なぜ、あれだけ人気があるのか?」「なぜ、あれだけ行列ができるのか?」…等の繁盛のメカニズムを解明すると、成功するSCテナントを導入あるいは育成することができます。このビックリ売れしている店を、全く同じ状態で真似できれば、すばらしいノウハウを持ったこととなります。このビックリ売れしている店のノウハウを解析し、新たに創出する手法を「**擬態商法**」と呼びます。擬態とは、昆虫が枯れ木や木の葉とそっくりな形に進化することで、よくこれだけ真似ができるなあ!!と感心する状態です。しかも、擬態化した昆虫は敵から身を護り、食物が容易に獲得できるという大きな成果を出しています。商法(小売業のビジネスモデル)も、本物そっくり真似て、しかも、自らの成果を発揮するためには、**真似をするにもノウハウが必要**です。単に、真似するだけでは似せ者と判断され、成果は出ません。

擬態商法に似た商法として、「**新の商法**」があります(新の商法は、流通とSC・私の視点257参照)。新の商法とは、「現在の勝ちパターンの商法(10年間で5~10倍成長している企業ノウハウやコンセプト)を、自らの企業あるいは業種に充当させる商法であり、例えば、焼肉屋であれば、無印良品のコンセプトで焼肉屋をやればどのような焼肉屋になるのか、ユニクロのコンセプトで焼肉屋をやればどのような焼肉屋になるのか、コーチのコンセプトで焼肉屋をやればどのような焼肉屋になるのか…」という考え方です。この新の商法は、今、成長している企業のコンセプトは、生活者のニーズを適切に把握しているから成長しているという考え方に基づき、自らの企業や業種に、適合させるということで、勝ちパターンづくりの大きな要因でもあります。

一方、擬態商法とは、1つの繁盛している店を、そっくり真似して自分のものとして、さらに成果を出す、そっくりそのまま正確に真似する商法です。

この擬態商法の基になるノウハウを取得する方法は次の通りです。

### (1) 脳のミラーニューロンの活性化

人間の脳の中には、共感回路という機能が揃っており、共感を持つ内容があれば、それと同じようになりたいという神経細胞であるミラーニューロンが活発に働きます。真似をする時に、真似をするものを好きになるとか興味を持つことが、ミラーニューロンを活性化し、本物のメカニズムが見えるようになります。

### (2) 超繁盛のメカニズムの解析

勝ちパターンづくりのプロセスに「情報」(知ること)→「理論」(メカニズムを解明)→「戦略」(成果の発揮)→「戦術」(能率の追求)→「戦法」(運営の高度化)の5段階があります。まず大切なことは真似する超繁盛店の情報を得ることから始まります。そして、なぜ、あれだけ売れるのか?なぜ、あれだけ人気があるのか?なぜ、あれだけ行列ができるのか?の根源を抽出してメカニズム分析することです。この“なぜ”を解明することが、擬態商法の基になるノウハウです。

### (3) 繁盛要因(サクセスファクター)の概念設計図化と運営設計図化

超繁盛をメカニズム分析し、「なぜ」が解明された後に、今度は「なぜ」を自分用に成果のある形で再構築しなければなりません。この自分用に成果のある形で再構築する指針が「概念設計図」であり「運営設計図」です。スピードの速い車を分析して、もう一度つくり直して、同じ速さのスピードが出なければ意味がありません。

解体した車(真似をする店)と全く同じスピードの出る車を再度つくれる(同じように繁盛する店)ことが、擬態商法です。