

流通とSC・私の視点

2009年4月28日

視点(1093)

4次元マーケットの3本柱とは!!

マーケットを4次元で見るときの基軸となるのは「時間的概念」です(「流通とSC・私の視点1090」参照)。しかし、時間(タイム)を商業の面から価値創造するためには、時間を費やす「空間」(スペース)と、顧客の「体験」(エクスペリエンス)が必要となります。この「時間」と「空間」と「体験」を4次元マーケットの3本柱と言います。

4次元マーケットの3本柱を価値あるように実現化させるためのフォーマットは次の通りです(六車流：流通理論)。

時間軸	四季(シーズン)	春	夏	秋	冬																					
	月間(マンスリー)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月													
	週間(ウィークリー)	週間(52週・サイクルMDing)							ウィークデー	ウィークエンド	花金															
	1日(デイリー)	深夜	早朝	朝	午前	昼	午後	夕方	早夜	夜	深夜															
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
属性軸	ファミリー	単身ヤング	3大4次元マーケット																							
		ファミリー(子供なし)	時間 (タイム)	空間 (スペース)	体験 (エクスペリエンス)																					
		ファミリー(子供6歳以下)																								
		ファミリー(子供7~12歳)																								
		ファミリー(子供13~18歳)																								
		ファミリー(子供19歳以上)																								
		ファミリー(子供別世帯)																								
		単身シニア	「いつ(時間)、どこで(空間)、どのような行動(体験)をするのか」 の4次元マーケット																							
	学生	中高校生	時間	×	空間	×	行動	=	体験	=	過去	+	現在	+	未来											
		短大・大学生	3大生活行動																							
女性職業	有職主婦	常勤主婦	遊び行動	生存行動	労働行動 (学習・勉強)																					
		パート																								
専業主婦																										
ワーカー	オフィスワーカー																									
	ファクトリーワーカー																									
	サービスワーカー																									
ターミナルマーケット(駅利用者)	顧客になれない時間	顧客になりたくない時間	顧客になれる時間	顧客になりたい時間																						
ビジターマーケット(来街者)	顧客になれない時間	顧客になりたくない時間	顧客になれる時間	顧客になりたい時間																						

上記の「時間の概念」を導入すると、二毛作・三毛作が可能となります。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之