

流通とSC・私の視点

2010年12月25日

視点(1363)

運営価値の6つの要素とは!!

運営価値づくり（SCの持続可能な長期繁栄体制づくり）は次の6つの要素から成り立ち、その内容は以下の通りです（六車流：流通理論）。

要素		機能とその内容	
第1の要素	コントローラー要素	運営は日常的なSCのオペレーションですが、その日常のオペレーションの中・長期の観点から「ぶれないSCとするための基本方針」を定める位置づけにあるのがコントローラー要素です。	
		機能	① 目標設定と目標管理機能
			② ポジショニングとターゲティング機能
			③ ブランド構築機能
第2の要素	販売促進要素	販促は、SCが目指す特定のニーズ&ウォンツを売上として獲得し、さらに売上増を目指すことです。すなわち、販促（販売促進）とは、ユーザー（消費者や使用者）に対して告知し、認知させ、ニーズ&ウォンツへの意欲を誘発し、購買に結びつける企業活動です。	
		機能	① 広告・宣伝機能
			② 集客・イベント機能
			③ 需要創造機能
第3の要素	テナントオペレーション要素	ディベロッパーが常に、テナントをSC全体の整合性の中で一定の方向（売上、MDing、サービス等）に導くことです。	
		機能	① テナントの売上管理機能
			② テナントのパワーアップ機能
			③ テナントとの相互信頼確立機能
第4の要素	テナントミックス&リーシング要素	SC全体のMDing方針における各テナントのMDingの整合性、退店予備軍の抽出と退店後のリーシングであり、「テナントミックスの整合性管理機能」と「リーシング機能」から成り立っています。	
		機能	① テナントミックスの適合性管理機能
			② テナントの退店予備軍管理機能
			③ マーケティングリーシング実施機能
第5の要素	マーケットマネジメント要素	マーケットを守り育てるのがディベロッパーの役割です。商圈の量的把握と質的把握は、SCの売上確保と長期繁栄体制にとって重要です。SCの売上の根源であるマーケットを深掘りすることをマーケットマネジメントと言います。	
		機能	① 商圈内のライフスタイル把握機能
			② 商圈のミニ経済圏確立機能
			③ マーケットのコミュニティ&コミュニケーション機能
第6の要素	維持管理要素	SCの安心・安全のためのディベロッパーの役割であり、客にとっては空気のような存在（大切であるが客は特に感じていない）です。	
		機能	① 警備による安心管理機能
			② 施設管理による安全管理機能
			③ プレイスメイキング管理機能

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車^{むぐるま}秀之