

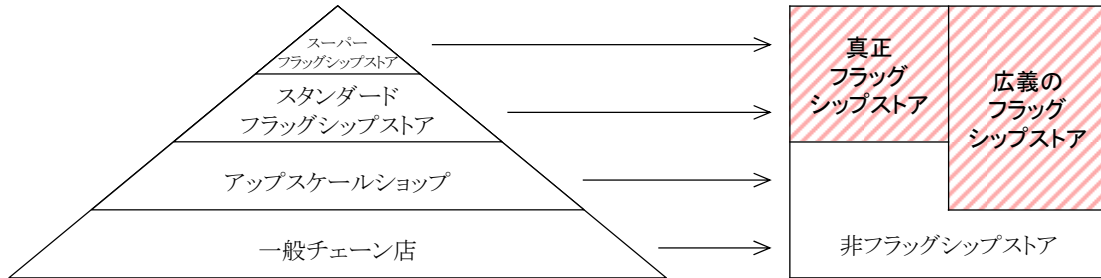
## 視点(2089)

### フラッグシップストアの機能とタイプ!!

(専門店編)

チェーン店の店舗を「規模×知名度」で表現するタイプ分類に「フラッグシップストア(旗艦店)」があります。フラッグシップストアは、チェーン店が数多くある店舗のうち「特別の存在感を持つショップ」です。チェーン店を展開するにあたって、チェーン企業全体のイメージづくりと代表的なMD i n g & サービスを展開する店舗のことです。

理論上、チェーン店の展開において、三角形型の店舗展開戦略が必要です。



フラッグシップストアは、次の性格を持った特別の存在感を持つショップです。

	特性の内容
第1の特性	チェーン企業のショップの広告塔(シンボルとなる店)で、企業・チェーン店のコンセプトを最大限発揮する店舗
第2の特性	チェーン企業の他のショップよりも2~3倍(場合によっては10倍以上)の大きな規模を有する店舗
第3の特性	チェーン企業の他のショップよりMD i n g やサービスにおいて、最新商品・サービス・情報や他のショップよりもより多くの選択肢(商品・サービスの満足度)を持つ店舗
第4の特性	チェーン企業の他のショップよりも高次元の商業地、あるいは大規模な商業施設のプラットフォームとなり、チェーン店(リアル店舗)やバーチャル店舗(ネット通販・ネット流通)のオムニチャネルの拠点となる店舗
第5の特性	チェーン企業のコンセプトを代表するシンボルショップの役割を果たす店舗であるため、立地の優位性を発揮できる“場”であれば投資や消費への負担力が高い店舗

このフラッグシップストアの特性のチェーン店の店舗展開のタイプ別店舗との関係は次の通りです。

		広告塔の役割(シンボル性)	広告塔の大きさ	商品・サービスの選択肢	プラットフォーム	経済負担力
広義のフラッグストア	スーパー・フラッグシップストア	◎	◎	◎	◎	◎
	スタンダード・フラッグシップストア	◎	◎	◎	◎	◎
	アップスケールショップ	○	○	○	○	□
一般チェーン店		□	□	□	□	□

評価	◎	◎	○	□
	上の上	上	中の上	中の中

- ① アップスケールショップ(大型タイプ)は一般チェーン店より一回り大きい店舗で、フラッグシップストアとしての性格は希薄であり、単に一般チェーン店より一回り大きい店舗です。
- ② スタンダード・フラッグシップストア(旗艦店)は主要都市(商圏人口100~200万人以上)で、フラッグシップストアの5条件を備えたまさに旗艦となる店舗です。
- ③ スーパー・フラッグシップストア(超旗艦店)は三大都市圏で1ヶ所あるいは日本で1~3ヶ所レベルの立地展開の旗艦店です。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>7</sup>  
代表 六 車 秀 之