

流通とSC・私の視点

2018年4月10日

視点(2156)

SCの売上高創出の要因!!

(SC理論編)

SCの売上高は次の算式で成り立っています。

第1の算式	売上高 = 客数 × 客単価
第2の算式	売上高 = 商圈規模 × 店舗向支出 × マーケットシェア
第3の算式	売上高 = 売場面積 × 売場効率
第4の算式	売上高 = 店舗数 × 1店舗当り売上高

上記算式をより詳細化すると次の通りです。

第1 の算式	客 数 (×)	買上特性・買上比率 (×)	客 単 価
	①ファミリー客によって異なる ②グループ客によって異なる ③シングル客によって異なる	①未買上客(来るだけ・見るだけ)によって異なる ②チョイ買い客によって異なる ③フル買い客によって異なる	①買い回り客単価によって異なる ②店舗客単価によって異なる ③商品客単価によって異なる
第2 の算式	商 圏 規 模 (×)	店 舗 向 支 出 (×)	マ ー ケ ッ ト シ ェ ア
	①実際商圈規模によって異なる ②1つの固有マーケットの規模によって異なる ③業態別の成立基礎マーケットによって異なる	①所得レベルによって異なる ②消費性向と可処分所得によって異なる ③店舗消費性と店舗向支出によって異なる	①SCの業態によって異なる ②SCの競争優位性(全体あるいは特定分野)によって異なる ③SCの立地によって異なる
第3 の算式	売 場 面 積 (×)	業 態 ミ ッ ク ス (×)	売 場 効 率
	①売場面積の大きさによって異なる ②業態の適正規模によって異なる ③競争優位性の確保によって異なる	①核店・非核店の割合によって異なる ②物販・非物販の割合によって異なる ③業態の適切性によって異なる	①SCの業態によって異なる ②SCの競争優位性(全体あるいは特定分野)によって異なる ③SCの立地によって異なる
第4 の算式	店 舗 数 (×)	業 態 ミ ッ ク ス (×)	1 店 当 り 売 上 高
	①店舗数の多い少ないによって異なる ②核店と非核店のバランスによって異なる ③SCの業態によって異なる	①核店・非核店の割合によって異なる ②物販・非物販の割合によって異なる ③業態の適切性によって異なる	①テナント企業の持つパワーによって異なる ②テナントの業態・業種によって異なる ③テナントの規模によって異なる

以上のように、SCの売上高は複数の要因のマルチ組合せによって**アルゴリズム化**(正しく問題を解くための根拠となる手順の算式化)することができます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之