流通とＳＣ・私の視点

2018 年 5 月 25 日

視点(2176)　マーケットデザイン理論のメカニズム(その２)!!

（ＳＣ理論編）

(流通とＳＣ・私の視点 2175 より続く)

２．マーケットデザインの実践理論

ＳＣのマーケットデザインを完成させるための理論には次の４つがあります。

（１）第１の理論「マーケットデザイン・ベーシック・エリア」

１つの固有マーケットと同じ概念で、「ＳＣへの出向において消費者がＳＣの選択時に時間・距離を意識せずに利用できるエリア、つまりＳＣの出向・選択において時間・距離の抵抗要因が希薄で消費者がＳＣへの出向において不便を感じないエリア」です。

マーケットをデザインするためには、複数のＳＣが持つ共通エリアをベースに、このエリア（マーケットデザイン・ベーシック・エリア）の中で競争優位性に基づくポジショニングを確認し検証しなければなりません。この各ＳＣのポジショニングのベースになるエリアのことです。

（２）第２の理論「後(ご)の先(せん)手法と玉突き押し出し戦略理論」

後の先手法とは、相手の行動を見極めて（見届けて）から理論どおりに正攻法で対応することで、「後出しジャンケン手法」とも言います。マーケットデザイン・ベーシック・エリアにおける現状の各ＳＣの優位性のポジショニングを明確化（可視化）した後に、有利な戦略で勝ちパターンのＳＣづくりを行って競争相手を勝ちパターンの状況から押し出し、結果的には押し出されたＳＣが負けパターンとなる手法を玉突き押し出し戦略と言います。相手の行動を見極め、確定したポジショニングに基づいた勝ちパターンづくりをしないと、効果の出ないＳＣ開発・リニューアルとなります。

（３）第３の理論「ＭＲＩ（マーケット・リポジショニング・インデックス）」

ＭＲＩはＳＣのマーケット上のポジショニングを再構築するための前提指標です。ＭＲＩはマーケットデザイン・ベーシック・エリアの中で各ＳＣの優位性に基づくポジショニングを指数化し可視化する手法で、医学でのMRＩと同じように、身体（ＳＣ）の健康状態（ポジショニング）を指数的に表して病気の箇所あるいは潜在的な病気や未病状態（どこに課題があるのか、または潜在的な課題は何か）を可視化し、病気の治療もしくは病気の予防（ＳＣの課題解決、または課題を事前に防ぐ）方法を明らかにする手法と同じです。

（４）第４の理論「マッチング理論」

ＳＣのマーケットデザイン理論は、ＳＣの構成者（ＳＣ自体、消費者、テナント、投資家、地域社会）相互間のマッチング理論です。このマッチング理論とは、互いの構成者が満足度の高いレベルで適合し、持続可能な状態をつくり出すことです。ＳＣにおいては、次のようなマッチング理論が存在します。

①ＳＣと消費者とのマッチング

ＳＣと消費者とのマッチングは、商圏内あるいはマーケットデザイン・ベーシック・エリア内の消費者ニーズ対応（MM調査の分析と解析）のマッチングで、全ニーズに対応した１位のナンバーワン型または特定分野で１位のオリジナルワン型の受け皿としてのＳＣの存在感です。ＳＣと消費者のマッチングが完成度高くでき上がると、ＳＣは競争ＳＣを意識せず自らのコンセプトを深掘りするだけで成果が出ます。

②ＳＣとテナントとのマッチング

ＳＣとテナントとのマッチングは名目的には経済条件ですが、実質的にはテナントの企業コンセプト及びMＤｉｎｇコンセプトというテナント情報とＳＣのエリア内でのポジショニングのマッチングです。テナントは同じMＤｉｎｇ（商品構成）でありながら、出店するＳＣによって売上高は２～５倍異なります。そのため、テナントの出店戦略とＳＣコンセプトのマッチングこそが大切となります。

③ＳＣと投資家とのマッチング

ＳＣと投資家とのマッチングは名目的には投資利回りですが、実質的にはＳＣの新たな価値創造（投資したときよりも価値がいくら高まったか）と持続可能なＳＣへの投資（ＥＳＧ投資やＳＤＧｓ投資）のマッチングです。金融経済も成熟化し、単に儲けるための投資から社会に貢献する投資へと基軸が移っています。

④ＳＣと地域社会とのマッチング

ＳＣと地域社会とのマッチングとは、ＳＣが消費のリーダーとしてのトレンドやエンターテインメント性の追求だけではなく、地域社会（広義のコミュニティ）に貢献するＳＣづくりをすることです。それは、ＳＣの対象者が生活者（消費を基軸にライフスタイルを追及する消費者）から住民（地域に根付いてコミュニティを形成している消費者）への移行を意味します。地域の住民に愛され、地域の住民の期待に応える地域貢献型ＳＣが、今後の持続可能な社会づくりに必要となります。

(流通とＳＣ・私の視点 2177 へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社+7
代　表　六(む)　車(ぐるま)　秀　之

Copyright (C) Dynamic Marketing Co. Ltd. 2018 All rights reserved.