

流通とSC・私の視点

2018年12月19日
 (2019年6月29日修正)

視点(2246)

流通業態の進化論!!

(流通理論編)

流通業態は時代の変化と業態の成熟度により成立・成功の要素が変わります。それを「業態の進化のプロセス」と表し、次に示します。



店舗(複合体としてのSCを含む)は、店舗としての特色を持たない単なるモノ売りの場(万屋)として歴史上はスタートします。しかし、単なる売場から売り方にカテゴリー単位でビジネスモデルを導入して商売の形を明確にすることで、客に対して商品の提供・調達方法や価格レベルに相違点のある店舗に進化します。この段階を「業態化」と言います。

この業態化された店舗は売り手発想のビジネスモデルですが、買い手である生活者の生活向上と生活様式を提案する店舗に進化します。この段階を「ライフスタイル化」と言います。また、客の特性に深入りして客に溶け込み、客に自分達のための店舗と思ってもらえる店舗を「カスタマイズ化」と言い、同時に独創的な商品サービスを提供することを「オリジナル化」と言います。さらに、次世代型店舗に向かって「デジタル化」(ソフト&ハードを情報化した店舗)、「ウェルネス化」(健康を重視する店舗)、「サステナブル化」(持続可能な地球・社会・人間生活に配慮した店舗)、「サブスクリプション化」(モノの所有意識の希薄化した商品の提供をする店舗)へと進化します。

これらの進化のプロセスに乗じて完成度高く要素を取り入れると、各業態や企業は繁盛する店舗になっています。多くの企業を流通業態の進化モデルにより検証すると、成功・失敗のメカニズムが見えてきます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六 車 秀 之