

# 流通とSC・私の視点

2006年5月2日

視点 (629)

市場細分化のためのクラスター分析とは!!

マスマーケットをニッチマーケットにセグメントする「切り口」は次の通りです(六車流:流通理論)。

ライフステージ別のクラスター															
第1ステージ		第2ステージ		第3ステージ		第4ステージ		第5ステージ		第6ステージ		第7ステージ		第8ステージ	
ヤング独身者 マーケット		ヤング夫婦 のみのマ ーケット		夫婦と子供 が児童 (0~6才) のマ ーケッ ト		夫婦と子供 が小学生 (7~12才) のマ ーケッ ト		夫婦と子供 が中高校生 (13~18才) のマ ーケッ ト		夫婦で子供 が独立同居 (子供は19 才上)のマ ーケッ ト		シニア夫婦 のみのマ ーケッ ト		シニア独身 者 マ ーケッ ト	
有職	無職	主婦 有職	主婦 無職	主婦 有職	主婦 無職	主婦 有職	主婦 無職	主婦 有職	主婦 無職	主婦 有職	主婦 無職	主婦 有職	主婦 無職	有職	無職
パ-ソナルニ-ズ		準パ-ソナルニ-ズ		ファミリーニ-ズ						準ファミリーニ-ズ				パ-ソナルニ-ズ	

SCへの来街動機別のクラスター			
タウンリゾートニ-ズの選択動機		コミュニティライフニ-ズの選択動機	
まち遊びのショッピング街		日常生活を支援するショッピング街	
アーバンリゾートニ-ズ	サバーバンリゾートニ-ズ	コミュニティオアシスニ-ズ	コミュニティコンビニエンスニ-ズ
都心でのまち遊びニ-ズ	郊外でのまち遊びニ-ズ	日常の中の“新”の井戸 端会議のオアシスニ-ズ	利便性と安さをワンストップ ショッピングするニ-ズ
月に1~2回	月に2~3回	月に8回	月に8~10回

エイジのクラスター					
エイジ軸					
ヤング		平成ニューファミリー		昭和ニューファミリー	シニア
ジュニア	ヤング&キャリア	サーティ	フォーティ	マチュア	
		団塊ジュニア			

グレードのクラスター				
グレード軸				
ハイグレード		アベレージ		ディスカウント
プレステージ	ベター	モデレート	ボリューム	バジェット

テストのクラスター				
テスト軸				
未来風		今日風		昔風
アバンギャルド (前衛性)	アドバンスド (先進性)	コンテンポラリー (今日性)	コンサバティブ (保守的)	ローカリティ (地方的)

買物とエンターテインメントのクラスター				
買物とエンターテインメント融合軸				
非エンターテインメント型	買物とエンターテインメント混合型		エンターテインメント基軸型	
買物オンリー	買物+補助型エン ターテインメント	買物+エンターテイ ンメントの混合型	エンターテインメ ント基軸型	エンターテインメ ントセンター

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代 表 六 車 秀 之