

# 流通とSC・私の視点

2009年1月23日

視点(1038)

勝って勝って勝つMDing理論とは!!

SCの中で「ビックリ売れ現象」(通常の固有のMDingパワーの売上より2倍から3倍以上売れる現象)のメカニズムに「勝って勝って勝つMDing理論」があります(六車流：流通理論)。

勝って勝って勝つMDingとは、「SCレベルで競争SCにまず勝って」「次いでSC内の同業カテゴリーレベルで競争SCに勝って」「最後に、SC内の同業カテゴリーの中の店舗レベルで勝つ」ことであり、**3つの勝つMDingは、ビックリ売れ現象が起こります。**

ビックリ売れ現象は次の算式で成り立っています。

$$\left( \frac{\text{勝つ分子(店舗)が大きい}}{\text{勝つ分母が大きい(SCやSC内のカテゴリーの勝つ大きさ)}} = \text{定数} \right)$$

すなわち、勝つ分母が大きいと言うことは、「当該SCが競争SCに勝つ度合の大きさ+SC内のカテゴリーが競争SCのカテゴリーに勝つ度合の大きさ」の合計のことです。

勝って勝って勝つMDingは、分子である個店の売上を大きくするための分母を大きくする役割を持っています。

<第1ステップ>

		競争SCのカテゴリー相互間の競争に	
		勝つ	負けている
SC相互間	勝つ	I型	II型
	負けている	III型	IV型
競争SC間競争に		SCのカテゴリー相互間の競争に	
		勝つ	負けている

<第2ステップ>

		SC内の同業相互間の競争に	
		勝つ	負けている
カテゴリー相互間	勝つ	I型	II型
	負けている	III型	IV型
競争SCのカテゴリー相互間の競争に		店舗相互間の競争に	
		勝つ	負けている

以上のSC相互間において当該SCの位置づけは次の4つのタイプがあります。

	名 称	内 容
第1のタイプ	圧倒的一番型SC	競争SCに1.7倍以上(最低1.4倍)の優位性を持ったSC
第2のタイプ	棲み分け型SC	競争SCと互いに得意分野で棲み分けているSC
第3のタイプ	一点突破型SC	競争SCと全体的には負けているが得意分野で勝っているSC
第4のタイプ	完璧二番店型SC	全体的に競争SCに負けているが身の丈商法で生き残っているSC

勝って勝って勝つMDingは、「圧倒的一番型SC」が一番可能であり、次いで「棲み分け型SC」です。「一点突破型SC」も可能ですが、かなり強力な戦略が必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>13</sup>  
代 表 六 車 秀 之