

## 視点(1742)

(成果の概念編)

マーケット

## 市場創造とデータの活用レベルとは!!

ニューモダン消費の創出やSCの開発・リニューアル・運営において、市場創造が必要となります。市場創造とは「需要創造」と「顧客創造」で、マーケットの中に新たな需要と顧客を戦略的に作り出すことです。(市場創造の詳細は視点1740参照)

この市場創造(需要創造や顧客創造)をするためには、対象とするマーケットを可視化することが必要です。

SCの開発やリニューアルや運営において需要創造(新たなニーズを商圏の中から発掘)や顧客創造(新たな顧客を商圏の中から発掘)するためには、「競争相手が手を付けていない、あるいは見抜いていないレベルの市場を創出」することが成果を出すために必要です。そのためには、マーケットの中の「エアポケット」(空白マーケット=顕在的かつ潜在的)を「探索」し、「メカニズム化」し、「形(かたち)化」しなければなりません。これを「醍醐味のある成果のプロセス」と呼びます(六車流:流通・マーケティング理論)。

この醍醐味のあるプロセスで成果を出すための前提となるものが「マーケットの可視化」と「ビッグデータ活用システム」です。ここでのビッグデータの意味は、超巨大な情報量の意味ではなく、「マーケットの中のあらゆる現象から起こるデータを客観化し、分析・解析可能化すること」です。

このマーケットの可視化するためのデータ活用システムは2つのプロセスがあります。

### (1) 第1次ステップ「データアナライズ・アプリケーション」(データカルテアプリケーション)

#### ①デジタルデータ化

大量データ(ビッグデータ・人間の頭脳で扱える範囲を超えた膨大な量のデータ)を、蓄積し、コピーし、移動し、加工しやすくすることです。すなわち、マーケット(商圏)の現象(出来事)を数値化し、汎用化(あらゆる場合に適用できるようにすること)することです。

#### ②シグナルデータ化

マーケット(商圏)内の流通データをすべて汎用化した後に、いくつかのキーポイントによりデータが発する信号や兆候を探索できるようにフォーマット化(クロス集計)することです。

### (2) 第2ステップ「コンサルティング・アプリケーション」(トリートメントアプリケーション)

#### ①ソリューションデータ化

データをSCの課題解決のために役立つように「シンプル化」「絞り込み化」「見える化」「予測化」することです。

#### ②カスタマイズデータ化

問題提起されたデータ(シグナルデータ)を、成果を高めるために「優先順位化」(成果を出すために何が一番大切なのか!!)と「成果への応用化」(成果を出すための戦略を具体化!!)することです。調査のための調査、データのためのデータはありません。調査やデータは必ず目的なくしては存在価値はありません。データをカスタマイズ化(目的を達成するデータ化)することにより、絞り込まれたデータが目的に合った形で成果を生むようになります。

今、医学界で「iPS細胞」(万能細胞)の発見と応用で山中教授がノーベル医学賞を授与されました。iPS細胞は、人間を形づくるモノ(皮膚、胃、血液、心臓、脳…等)の原始細胞であり、この万能細胞に胃を形成するための特定の情報を与えると胃になり、異なる情報を与えると血液になるとのことです。

SCのマーケットにおける情報の活用システムにおいて、「デジタルデータ」は、医学界における「万能細胞」のレベルであり、原始細胞(あらゆるものの元の細胞)であり、デジタルデータを分析・解析してシグナルデータ化し、さらに目的に適合させるための応用としてソリューションデータ化し、カスタマイズデータ化することが必要です。

それゆえに、私はデジタルデータのことを万能細胞と呼び、SCのあらゆる行動(開発、リニューアル、運営、M D i n g…等)を成功させるための「原始段階」(すべての現象のスタート)ということができます。

流通業界は暗黒大陸と呼ばれ、暗黙知(まだメカニズムが解明されていないこと)がたくさんあります。暗黙知が多いということは、成功や失敗のメカニズムがまだ検証されていないことであり、流通業界の暗黒大陸から脱皮していかないこととなります。

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