

視点(2221)

希薄なマーケットの深耕と収穫の二毛作化!!

(流通理論編)

(1) 希薄なマーケットで業態の成立性を高める2つの手法

1つの業態を成立させるためには一定のマーケット規模が必要です。これを「業態の成立基礎マーケット」(ex. RSCは40万人~60万人~80万人)と言います。この成立基礎マーケットが不足、あるいはマーケットが希薄な状態で1つの業態を成立させる手法は可能で次の2つが存在します。

- ①立地が持つ固有の特性に向動機(SCや店舗を選ぶ時の動機)と購買動機(商品・サービスを選ぶ時の動機)に、カスタマイズ化(私のためのSC・店舗をつくってくれたと思ってもらえる状態化)すると、通常のMDingでも業態の成立が著しく高まります。
- ②1つの業態が複数のマーケットを融合させ、あたかも2つの性格の異なる業態が1つの業態とする二毛作のビジネスモデルを確立させると業態の成立性が著しく高まります。

ここでは「②」の二毛作ビジネスを説明します。

(2) 二毛作ビジネスのタイプと特性

①長時間営業による2本立て商法を行う二毛作ビジネス

1日は早朝・午前・午後・夕方・夜・深夜と営業時間は1つの店舗で多様に展開可能です。長時間営業による2本立て商法とは、長時間営業により多様な“時間帯”を利用して売上増を可能にし、希薄なマーケットを補うビジネス手法です。

②1つの店舗で2つの業態をミックスさせることによる2本立て商法を行う二毛作ビジネス

1つの店舗を異なる性格の業態を何らかの共通点により串刺しにし、売上増を可能にし、希薄なマーケットを補うビジネス手法です。

③同じ業態でありながら多目的な客のシーンに対応することによる2本立て商法を行う二毛作ビジネス

1つの店舗で性格の異なる客層に対して、共通ニーズを基軸に共通ニーズを串刺しにして、汎用性(誰でも対応できるようにする)を持たせ、しかも客から見ると目的とするシーンに対応させることにより売上高を可能にし、希薄なマーケットを補うビジネス手法です。

(3) 二毛作ビジネスの展開手法

二毛作ビジネスは多くの業態で現在行われています。ここでの二毛作ビジネスは「希薄なマーケットの中での二毛作ビジネス」の展開方法です。一般的な二毛作ビジネスは「関連ニーズに対応して売上増を目指す」とか「2つの業態を融合させて売上高を1.5~2倍にする」とかですが、ここでの二毛作ビジネスは、希薄なマーケットの中でできるだけ幅広いニーズを対象とするとかにより、本来ならば成立性の低いビジネスの成立性を高めることです。

1つの店舗が2本立ての二毛作ビジネスを展開する手法は次の2つのパターンがあります。

①たて型二毛作ビジネス

希薄なマーケットをより深く耕す二毛作で、同じ分野のニーズを重複させながら展開する手法(ex. グローサラントのイーチーズや絆ファミリーレストランのチーズケーキファクトリーやフュージョンレストランのTSUNAMIやイトカフェのコメダ珈琲)

②よこ型二毛作ビジネス

希薄なマーケットをより広く対応する二毛作で、量質の分野のニーズと複合させるから展開する手法(ex. エンターテインメントレストランのダイブ&バスターズやライフスタイルセンターのアメリカーナ・アット・ブランド、レジャー型SCのららぽーとEXPOCITY、食品とドラッグストアの融合したコスモス薬品)

たて型二毛作ビジネスもよこ型二毛作ビジネスも

①適正両立二毛作(正と副ではなく、正と正の業態の融合)

②売上の底上げ二毛作(人数増あるいは客単価増がある)

でなければ二毛作にはなれません。いずれにしても「客から見た“顔”を増やすこと」が必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺7

代表 六 車 秀 之