

流通とSC・私の視点

2020年10月19日

視点(2368)

流通企業の進化のプロセスとメカニズムのニューバージョン!!

(流通理論編)

流通企業の進化のプロセスとメカニズムの内容を変更させていただきます。新・旧の内容は次の通りです。

(1) 進化のプロセスとメカニズム



<進化のプロセスの内容>

	進化のプロセス	キーポイント	進度レベル (2020年基準)	
原型	万屋(一般店)	なんでも屋(非コンセプト)	前時代の要素	
第1ステップ	業態化	ビジネスの基本パターン		
第2ステップ	ライフスタイル化	生活提案	現時代	当たり前の要素
	ディスカウント化	価格訴求		
第3ステップ	カスタマイズ化	客との密着性		現在要素
	オリジナル化	独創商品		
第4ステップ	デジタル化	ネットとデータ化	次世代の要素	
	ウェルネス化	健康と美容性とスポーツ性		
第5ステップ	サステナブル化	持続可能性		
	サブスクリプション化(広義)	非所有の概念		
共通ステップ	バリュー化	価値訴求	全時代共通	

(2) 価値とは

$$\left[\text{商品の価値} = \frac{\text{品質}}{\text{価格}} = \frac{\text{全要素品質}}{\text{絶対価格}} \right]$$

企業の進化のプロセス(成長のプロセス)において「価値」は絶対的要素であり、各ステップの共通で必要不可欠なものです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之