

視点(2440)

業態・業格・業彩の定義!!

(流通理論編)

流通業にはビジネスモデルとして、事業展開の「かたち」の違いとして「業態」があります。各流通企業は、自らの得意とする業態を精度高く駆使して、業界や1つの固有マーケットの中で優位性を発揮するための切磋琢磨することになります。

この業態は、単に流通ビジネスの「かたち」(ノウハウとしての特性を持った違いの基本形で、この業態はそもそもこういう性格のものである)ですが、流通企業はこの業態に磨きをかけて成果を高めることが必要です。これを「業態から業格及び業彩化理論」と言います。

(1) 業態・業格・業彩の定義

	タイプ	成果	内 容
第1ステップ	業 態 (ギョウタイ)	完成度高く仕上げる	流通のビジネスモデルであり、売り手と買い手の視点から「かたち」としてパターン化された分類方法
第2ステップ	業 格 (ギョウカク)	敵の参入障壁を高く仕上げる	業態に勝ちパターン概念を加えた1つの固有マーケットの中で競争優位を確立
第3ステップ	業 彩 (ギョウサイ)	唯一無二の状態に仕上げる	業態や業格に磨きをかけて、よりマーケットの特性(立地・競争・市場特性)にカスタマイズし、彩(いろどり)を高くし、売上高を高める

(2) 業態・業格・業彩化



↓

業格化(1つの固有マーケットの中で競争優位性のある勝ちパターン化)

↓

業彩化(1つの固有マーケットの中でマーケットにマッチングして彩(いろどり)のある唯一無二化)

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
 会長・六車流研所長 ^{むぐるま} 六 車 秀 之