



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成26年05月19日 第665号「週刊五十嵐レポート」

顧客分析

平成26年5月8日付、日経新聞に「イオン、中小型ショッピングセンター 住宅街に密着」という記事。「イオンは住宅地に近接する中小型ショッピングセンター(SC)の出店ペースをあげる。都市部を中心に13年度の実績より4割多い。高齢化が進み65歳以上の人口は全体の1/4を超えている。移動に時間をかけず、自宅近くで食品や日用品に加え、様々な生活関連サービスを購入したいシニア層らの需要を取り込む」

「移動に時間をかけて大型SCでまとめ買いするよりも自宅の近くで食品や日用品を必要な分だけ購入する傾向は強まっている。東京都がH23年にまとめた65歳以上の消費者調査では『最も利用する店までの移動時間は20分未満』という回答が全体の約8割を占めている」

大手小売業に取り囲まれつつある中小の小売業の話。今後の顧客対策を打つために、直近の3ヶ月の顧客動向を分析。会員と非会員で見ると、会員で全体の売上の80%を占め、非会員が20%。客単価は会員が2,500円で非会員が1,500円。会員のABC分析をしてみると、

Aクラス 10万円以上 全会員の3% 全売上の20% 平均年齢60歳

Bクラス 7万円以上 全会員の5% 全売上の15% 平均年齢57歳

Cクラス 5万円以上 全会員の8% 全売上の15% 平均年齢55歳

Dクラス 5万円未満 全会員の74% 全売上の30% 平均年齢50歳

A, B, Cで全会員の16%で全売上の50%を占め、ランクが上がる毎に平均年齢が上がっています。地図上でみると、店から半径500mにA, B, Cが集中しています。しかし、まだ半径500m以内には非会員が多くいることがわかりました。今後の対策として、半径500m以内に非会員から会員化へ促すことと、A, B, Cに対して購買頻度を高めるために特典を与えること。高齢者に対しては店で買われた商品を家まで配送するサービスを強化します。

ちょっと
気になる出来事

平成26年5月18日(日)東川口倫理法人会モーニングセミナー(6:30~7:30)にて「会社は潰れるようにできている~小さな会社はランチェスター戦略で勝ち抜きましょう~」の話をしてきました。

約40分と短いですが、参加された方の熱気のおかげで私も熱く話が出来ました。

「倫理」は上手に活用すると家庭はもちろんのこと、経営にもいい影響が出てきます。

ただ、「倫理」だけでは経営は上手くいきません。経営者の戦略実力を高めていかないと業績を長期的に良くすることはできません。

渋沢栄一翁は、「論語と算盤」でした。

町コン五十嵐は「倫理と戦略」です。



一口メモ
知識

マーケティング・マネジメント・プロセス 6

マーケティング・マネジメント・プロセスとは、(1)市場機会を分析し、(2)標的市場を選定し、(3)マーケティング・ミックス戦略を開発し、(4)マーケティング活動を管理していくことである。

【マーケティング・ミックスの開発】

マーケティング・ミックスを構成するものは、企業が製品の需要に影響を受けるすべての手段である。「4つのP」として知られ、製品(プロダクト)、価格(プライス)、流通(プレイス)、プロモーションの4つのグループに分類することができる。

製品とは、標的市場に対して提供する製品とサービスの組合せ。価格とは、顧客が製品を手に入れるために支払うべき金額。流通とは、標的とする消費者のもとに製品を供給する企業活動。プロモーションとは、標的とする消費者に対して製品の特徴・価値を知らせ、それを購買するように説得する企業活動。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

- 「新・経営の志手帳」発売中! (1,000円+税)
- 町コンランチェスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時~12時。
- 町コン・ランチェスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

