

流通とS C・私の視点

2008年1月13日

視点(884)

日米の小売業のこの15年間の比較!!

日本とアメリカの小売業統計を1991年と2006年を比較すると次の通りです。

<アメリカの小売業の統計(1991年~2006年の15年間)> (アメリカの奇跡の時代)

	小売業の売上高 (自動車関連除く)	1991年を 100とした指数	S Cの売場面積
1991年	15,647億ドル	100.0%	42,443 m ²
1995年	19,044億ドル	121.7%	46,221 m ²
2000年	25,613億ドル	163.7%	51,801 m ²
2005年	31,997億ドル	204.5%	56,358 m ²
2006年	34,293億ドル	219.2%	-

米商務省センサス局

<日本の小売業の統計(1991年~2006年の15年間)> (日本の失われた時代)

	小売業の売上高 (自動車関連除く)	1991年を 100とした指数	売場面積	坪効率
1991年	1,397,043億円	100.0%	109,901,497 m ²	4,202千円
1994年	1,257,859億円	90.0%	121,623,712 m ²	3,149千円
1997年	1,281,648億円	91.7%	128,083,639 m ²	3,308千円
1999年	1,263,303億円	90.4%	133,809,296 m ²	3,121千円
2002年	1,188,902億円	85.1%	140,619,288 m ²	2,795千円
2004年	1,171,019億円	83.8%	144,128,517 m ²	2,686千円
2006年	1,182,847億円	84.7%	-	-

経済産業省
調査統計部

2006年は想定であるが経済産業省の小売業の成長を適用して推定した。

日米の1991年以降の小売業を数値的に比較すると、実に驚くべき結果になっています。

アメリカの小売業の売上高は、1991年~2006年の15年間で2.2倍(名目)になっているのに対し、日本の小売業の売上高は、この15年間でマイナス15.3%(名目)になっています。

この現象は、1991年が日本はバブル経済崩壊時の最高時期であったのに対し、アメリカは1992年からの経済回復前の最低時期であった時点から出発した結果です。また、2006年は、アメリカの経済がバブル崩壊により停滞化する直前の最高時期であるのに対し、日本はバブル経済崩壊から立ち直り、名目成長がプラスになる直前の最低時期です。つまり、1991年~2006年の15年間は、アメリカは「1990年代アメリカの流通の躍進の奇跡」と呼ばれる時代であったことに対し、日本は「失われた時代」と呼ばれた時代でした。全くの逆の流通現象が起こり、1991年の日米の小売業の売上規模(1ドル110円で換算)は、アメリカは日本の1.23倍でしたが、2005年は3.01倍と大幅に拡大しました。日米の格差は人口が2.4倍、GDPが2.8倍から見て、近年のアメリカの小売業の成長は、まさに「1990年代アメリカの流通業の躍進の奇跡」(六車流：流通理論)です。

このアメリカの1990年代の流通の躍進の奇跡は、アメリカの経済が発展し消費が増大したことが背景にあります。ITによる技術革新と「創意工夫による経営革新」の融合という企業による自己革新があったことが最大の要因です。これがなければ、成熟経済下で流通業の生産性は高まりませんでした。

しかし、日本の1991~2006年の15年間の小売業の統計は次のようになっています。

小売業の売上高が、1991年から2006年の間に、15.3%減少(名目で21.4兆円減少)しています。

逆に小売業の売場面積は、1991年から2004年の間に、3,423万m²増大(S Cも推定1,432 S C、売場面積で2,864万m²増大)しています。

その結果、小売業全体で、売場効率(坪効)が36.1%低下し、年間坪効2,686千円(1991年は4,202千円)になっています。R S Cの年間坪効は3,600千円から1,800千円に50%低下しています。

また、売場効率を日米で比較すると、1991年頃にはアメリカは日本の2分の1でしたが、今は、ほぼ同じレベルになっています。

このように、この15年間で日米の小売業が豹変しました。日本も「2010年代の流通の躍進の奇跡」を達成しなければなりません。2020年まで、日本の小売業の売上高を現在の2.5倍にすることが我々の役割です。

(株)ダイナミックマーケティング社³

代表 六車秀之