

視点(983)

MDingの時差理論を探る(その1)!!

アメリカの流通視察する時に、私は必ず、日米間の「経済時差」(経済の成熟度により異なる現象が日米間で起こっているが、やがて日本も経済が成熟すると米国と同じになること)と「国情格差」(日米間の互いの固有の特性から生まれた現象であるため、日米間が同じにはならないこと)の話をしてします。

我々が流通業界の中で、色々なことを学ぶプロセスで、この「時差の有効利用」が大切です。すなわち、先進現象と波及現象(後から追従し、同じことが起こる)の相互関連システムを解析すると、後進グループは、「真似をするにもノウハウが必要」の流通格言を応用することにより、進むべき方向性(探索方向)が見えてきます。

時差の有効利用の手法を用いた昔の例として、「エリートへのあこがれニーズ(潜在ニーズ)の顕在化」があります。すなわち、昔のエリートであった「貴族・軍人・俳優・学生」の生活やファッションを一般庶民が真似ることです。このエリートへのあこがれニーズの顕在化と同じ手法として、「先進事例時差の究明と適用手法」(六車流：流通理論)があります。特定の分野で、先に進んでいるものの要因を解明して、後から進むものに適用することであり、この間に「時差」が生じているために、ビジネスチャンスが創出されます。具体的に説明すると次の通りです。

先進時差		内 容
先進	後進(波及)	
アメリカの流通・SC	日本の流通・SC	日米の実質30年の流通格差(名目では5~10年)を利用して、アメリカの流通を学び、メカニズムを解明する手法
アメリカのベビーブーマーのライフスタイル	日本の団塊世代のライフスタイル	日米のエイジ・ライフスタイルの違い(例えばアメリカのベビーブーマーと日本の団塊シニア世代の5年の差)による熟年マーケットのメカニズムを解明する手法
ヤングのファッション	団塊ジュニア世代のファッション	ヤングの広義のファッション市場が歩んだプロセスと内容を、団塊ジュニア(平成ニューファミリー)世代に適用するために、ヤングファッションのメカニズムを解明する手法
団塊ジュニア世代のファッション	団塊シニア世代のファッション	団塊ジュニア世代の広義のファッション市場が歩んだプロセスと内容を団塊シニア世代(昭和ニューファミリー)に適用するために団塊ジュニアファッションのメカニズムを解明する手法
女性のファッション	男性のファッション	女性の広義のファッション市場(美の追求は男性より女性が上)が歩んだプロセスと内容を男性に適用するために、女性ファッションのメカニズムを解明する手法
グルメ・高ムードレストラン	一般のレストラン	高級レストラン、有名シェフレ스토랑、先進レストラン、エスニックレストラン、フュージョンレストランのメカニズムを一般のレストランに適用するために解明する手法
オーガニック・ロハスの食品業態	一般の食品業態	健康な生活・ロハスな生活のライフスタイルを、一般客にも適用する健康・ロハスのメカニズムを解明する手法
先進企業	一般企業	特定の先進企業が持つノウハウを、一般企業が知的所有権ではなく、コンセプトと手法のメカニズムを解明する手法(ex. トヨタ、ユニクロ、キーエンス)
感性の高い人	一般の人	一般の出来事を感性高く、他の人より深く見抜く「発想力」のメカニズムを解明する手法(コロンブスのタマゴ理論)

(流通とSC・私の視点984へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代 表 六 車 秀 之