

流通とS C・私の視点

2010年1月1日

視点(1196)

猿^{ざる}真似から始まる本^{ほん}真似とは!!

動物は先祖伝来多くの出来事の真似をすることにより、それがDNAとなり子孫まで受け継がれています。西洋人は、15世紀に世界で起こった歴史的出来事を真似して進化し、アメリカは18~19世紀にヨーロッパの歴史的出来事を真似し、日本は19世紀後半から20世紀に欧米の歴史的出来事を真似して発展しました。今、アジアの多くの発展途上国や後進国が日本の歴史的出来事を20世紀の後半から21世紀にかけて真似して発展しつつあります。アジアに日本という存在が出現しなかったら、日本を中心とした極東の国々は超貧困国家のままで、今日のような発展はなかったことは事実です。

全てのノウハウは、最初は先進国の猿真似から始まり、やがて独自のノウハウが確立され、その結果、経済や文化が進歩します。それが、単なる猿真似で終わってしまわないためにも「真似をするにもノウハウが必要」という格言が生まれました。

今、流通業界において、流通先進国であるアメリカ(模範国家ではない!)は、日本の流通現象の30年先を歩んでいます(例えば、日本で1991年に起こった流通上の出来事はアメリカで1960年代に起こっています)。形で見ると日米の流通格差はなくなったと言う人がいますが、流通歴(流通上の出来事が起こった時期)は、間違いなく日米には20~30年の差があり、その意味においてアメリカは流通先進国です。

先進国という意味には2つの内容があります。

- ① 1つは、アメリカで起こった歴史上の流通の出来事が日本より先に起こったこと
- ② 2つは、日本にはまだない最先端の出来事が今も起こっていること

私は、「アメリカの流通上の出来事は、日本の流通が進歩するための実験の場(試験管の中での実験現象)である」とアメリカ視察においても常日頃においても言っています。すなわち、アメリカでは勝った負けたの流通上の歴史が山のように存在し、その中味はノウハウの宝の山であり、ノウハウのある真似を行うと成功のメカニズムを見抜くことができます(六車流：流通理論)。

今、アメリカはリーマンショックによる経済大不況の中で、今のところ単なるトレードダウンやワンランク下の戦術論のレベルで、まだ過去のような底力は発揮していません。しかし、アメリカの60年間(1950~2000年代)の流通の歴史の中にノウハウの宝の山があり、我々はずっと宝の山の発掘をし、日本の流通の歴史の中では発見できないノウハウを開発することが必要です。

先日、NHKの「坂の上の雲」(原作：司馬遼太郎)で、日清戦争、米西戦争(アメリカとスペインの戦争)、日露戦争の戦訓を語る中で、アメリカは「当時の最新型の軍艦相互間の初めての戦いである日清戦争の黄海海戦(日本と清国の最大の海戦)を徹底的に分析し、その後のアメリカとスペインの米西戦争の戦いであるサンチャゴ海戦に応用し戦いに勝った」と、日本は「米西戦争のサンチャゴ海戦を徹底的に分析し、その後の日本とロシアの最大の海戦である日本海海戦でロシアのバルチック艦隊を打ち破ったノウハウ」の関連性を述べていました。

まさに、サンチャゴ海戦は日本のための実験の場をアメリカとスペインの戦争で作ってくれたわけです。

米西戦争の時、駐在武官だった秋山大尉が、サンチャゴ海戦を目の前で、アメリカ軍艦とスペイン軍艦の行動と勝ち負けを見て分析し、当時「事実分析と創見に満ちた」と評価された報告書を作成し、その応用ノウハウで日露戦争を勝利に導きました。

この「事実分析」(データに基づく客観的な分析)と「創見に満ちた内容」(今までにない独創的な提案)は、まさに真似をするにもノウハウが必要であることを意味しています。

日本の流通業の成功・失敗の中にも多くのノウハウがありますが、アメリカの流通業の成功・失敗の中には、日本の10倍のノウハウが宝の山としてあります。手段や戦術は変わっても、戦略(成果を出す仕組み)や理論(成功のメカニズム)は、必ずしも変化しません。孫子の兵法やランチェスター理論は何千年、何百年前の勝ちパターンづくりですが、普遍的で今でも有効です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁴
代表 六車 秀之