

流通とSC・私の視点

2021年10月14日

視点(2420)

流通業の「2.5」あるいは「3.5」の成立理論!!

(流通理論編)

マーケットデザイン理論（SCの成熟時代のSCの適正成立理論）に「1つの固有マーケットの中で適正に成立するSCは、2.5ヶ所（2つの正規型SCと複数のゲリラ型SCが成立）あるいは3.5ヶ所（3つの正規型SCと複数のゲリラ型SCが成立）成立する」という理論です。

1つの固有マーケットの中に仮に4ヶ所あるいは5ヶ所の正規型SCが成立している場合は「完成度の低いSC相互間のどんぐりの背くらべ状態」や「完成度の高いSCと完成度の低いSC（不振のSC）が混合している状態」です。その後、自然に2.5SCか3.5SC成立理論に落ち着きます。

日本は、1つの固有マーケットの中の成立数は統計的に2.5ヶ所の状態ですが、アメリカでは3.5ヶ所の状態で、アメリカの方が成立性が高くなっています。これは、アメリカは多様化したマーケットに多彩化したSCがマッチングして成立性を高めているのに対して、日本はマーケットの多様化がアメリカほど進んでおらず、同時にSCもアメリカほど多彩化していないからです。

ここで、比喩論で政治を取り上げます。すなわち、国民の意識（流通で言えば消費の趣向）の多様化と政党の多彩化（流通で言えばSCの多彩化）をドイツと日本の政党を次の通り比較しました。

		左派政党	中道政党		右派政党
			中道左派政党	中道右派政党	
ドイツ		・左翼党(旧共産党)	・社会民主党 ・みどりの党	・キリスト教民主、社会同盟 ・自由民主党	・ドイツのための選択肢
日本	政党	・共産党 ・社民党 ・立憲民主党左派グループ	・立憲民主党内の右派グループ ・自民党内の左派グループ(小石河グループ) ・公明党・国民民主党	・自民党内の中道グループ(岸田派、麻生派、竹下派、二階派など) ・日本維新の会	・自民党内の右派グループ(細田派など)
	内閣	なし	・細川内閣・村山内閣 ・鳩山(ジュニア)内閣 ・鳩山(シニア)内閣 ・菅内閣(民主) ・野田内閣・芦田内閣 ・三木内閣	・菅内閣(自民) ・福田(ジュニア)内閣 ・麻生内閣・橋本内閣 ・田中内閣・大平内閣 ・佐藤内閣・吉田内閣	・安倍内閣 ・中曽根内閣 ・岸内閣 ・福田(シニア)内閣
		立憲民主党 ←	自民党 ←	→	→

日本は、マーケットデザイン理論で言うならば「2.5成主体制」であり、二大政党(?)の自民党と立憲民主党は幅広い政策を持ち、国民からの選択肢を広げています。特に自民党は、右派から中道左派まで幅広い政党で、自民党内で政権交代が起こる仕組みを持っています。SC理論で言えば、ナンバーワン型SCで、幅広い客層と商品を持つ全対応型SC（2つあるいは3つの性格を持つSC）です。立憲民主党は、一番手の自民党に対して二番手の総合業態としてのSCの存在（自民党に政策的に囲い込まれている）であり、成果は今一歩です。

日本と比べてドイツの政党が多彩化しているのは国民の意識が多様化している政治意識の成熟国であるからです。すなわち、ドイツは2つの日本とは異なる国民の政治意識があります。1つ目は、移民による労働条件の悪化による反移民意識による「ドイツのための選択肢」（極右政策と呼ばれている）の存在、2つ目は、環境意識の高まりによる「みどりの党」の存在、3つ目は、旧東ドイツの共産党の流れの「左翼党」の存在です。

1つの固有マーケットで、生活者に市場創造により新たなマーケットを創出すると、日本も2.5成主体制から3.5成主体制の適正SCの成立が可能となります。

(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