

流通とS C・私の視点

2006年1月1日

視点 (589)

勝ち組 2.5 の原則とセブン&アイ、ミレニアムリテイリングの統合!!

2005年12月26日に、セブン&アイ(イトーヨーカドーグループ)とミレニアムリテイリング(西武百貨店・そごうグループ)が統合すると発表されました。それにより、わが国の小売業の連結売上順位は次のようになります。(2004年の実績を基に作成)

順位	企業グループ	売上高
1位	セブン&アイとミレニアムリテイリング	45,403 億円
2位	イオン	41,958 億円
3位	ダイエー	18,338 億円
4位	ユニー	11,912 億円
5位	ヤマダ電気	11,023 億円
6位	西友	10,315 億円
7位	高島屋	10,263 億円
8位	三越	8,877 億円
9位	大丸	8,106 億円

04年度の実績(連結数字)

現状のセブン&アイの実績は、
36,235 億円
ミレニアムリテイリングは、
9,168 億円

毎日新聞 2005年12月26日より作成

流通理論の中に、2.5の原則があります。特定の分野(地域、業態、ターゲット...等)の中で、勝ち組は「2つの正規企業」と「0.5の規模では劣るが特徴ある企業」になり、それ以外は「その他大勢の企業」となるとの理論です。成熟した経済や流通社会では、2つの正規企業で26.1%のシェア、場合によっては41.6%以上のシェアを獲得する場合があります。アメリカのような成熟した業界では、ほとんど2.5体制があてはまります。しかし、さらにアメリカの百貨店業界ではフェデレーテッドグループとノードストロームの1.5体制、総合ディスカウント業界でもウォルマートとターゲットの1.5体制へと進んでいます。また、わが国でも流通業以外の製造業界では、各分野単位で2.5体制が確立されています(自動車業界ではトヨタとホンダの2.0とスズキの0.5、家電業界では松下電器とソニーの2.0とシャープの0.5企業)。

わが国においても、経済の成熟化に伴い流通も成熟化し、2006年~2015年の流通飽和期(あらゆる立地にすべての業態が適正規模で成立し、生活者の選択肢が現在より2倍高まる時代)を経て、流通業の各分野も2.5企業体制になることが想定できます(六車流:流通理論)。

今回のセブン&アイとミレニアムリテイリングの統合により、まだまだ、激動があるにしろ、日本の流通業界の2.5体制が見えてきました。すなわち、日本の流通界はセブン&アイグループとイオングループの2.0体制になりつつあります。一昔前(15年~20年前)は、ダイエーグループとイトーヨーカドーグループの2.0企業と、イオングループの0.5企業でした。ダイエーグループとイオングループがこの15年~20年間で入れ替わりました。さて、今後の0.5企業は、どこになるのでしょうか。得意分野のSMに絞り込んだダイエーか、ウォルマートの支援を得た西友か、エリアに特化したイズミ、平和堂、イズミヤ、ユニーか、あるいは百貨店の大連合グループか?色々な企業が2.0企業とは異なる特性で0.5企業に挑戦することになります。さらに、百貨店業界の2.5体制化、家電業界での2.5体制化、ホームセンター業界での2.5体制化、SM業界での2.5体制化、ホームエンターテインメント業界での2.5体制化...と、あらゆる分野で2.5体制化が進みます。

参考までに、世界の大手小売企業の順位を示します。

順位	企業グループ	売上高
1位	ウォルマート・ストアーズ(米)	330,800 億円
2位	カルフル(仏)	101,800 億円
3位	メトロ(独)	79,000 億円
4位	アホールド(蘭)	72,800 億円
5位	テスコ(英)	70,200 億円

2005年12月26日
毎日新聞より

さて、セブン&アイとミレニアムリテイリングの統合により、情報システムの共有化や経費節減等の効果とは別に、業態やMDing的には次のような効果があることが想定されます。

イトーヨーカドーのGMSがアメリカのJCペニーのようなPDS(プロモーションalデパートメントストア)化することが可能となります。

アメリカ国民的百貨店となったメイシーズ(850店舗)のような中中の百貨店を開発することが可能となります(サティのSCの核店化・小商圏化した百貨店業態のような百貨店が可能となります)。

グループ内にGMSと百貨店を持つことにより多核型SCが可能となります。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車秀之