

マクネアの小売りの輪は1つの業態が登場時には廉価業態(低級化・少粗利益率経営)であったのが、進化と共に中級化・中粗利益率経営、やがて高級化・高粗利益率経営に変化すると理論です。このマクネアの小売りの輪と同時進行するのが総合業態の進化論です。総合業態の進化論とは、現在、アメリカでは総合業態は「百貨店業態」「GMS業態」(PDS化している)「総合DS業態」(総合ディスカウントストア)3つの業態から形成されています。百貨店業態はフェデレットグループとメイグループの2企業とノードストロム、ニーマンマーカス、サクスフィフスアベニューの、複数の0.5企業よる2.5企業化(売り手と買い手の両者からの満足点のモデル)していましたが、フェデレットグループがメイグループを吸引して、今は1.5企業となっています。GMS業態はシアーズとJ Cペニーとモンゴメリワードの3.0企業でしたが、適正企業2.5説に基づき、モンゴメリワードが倒産し、シアーズとJ Cペニーの2企業になりました。総合DS業態はウォルマート、Kマート、ターゲットの3.0企業でしたが、適正企業2.5説に基づき、Kマートが倒産し、シアーズに買収され、ウォルマートとターゲットの2企業になりました。最終的には2.5企業になるのが、売り手が経営上優位に展開できる寡占化の確立と、買い手が満足度の高い選択肢の確立から見て万物共通のポジショニングです。

このアメリカの百貨店 GMS 総合DSの3つの総合業態がグローバルスタンダードの総合業態の進化です。グローバルスタンダードと言う以上、世界中に共通の総合業態の進化が起こる必然性があり、日本と韓国の例を示すと次の通りです(六車流:流通理論)

(1)日本の総合業態の進化度

わが国には昔から百貨店業態が成立しており、その後1960~70年代の中産階級の出現により、大量消費社会が成立し、GMS業態(ジャスコ、イトーヨーカドー、ダイエー、西友...等)が発展し、1970年~1990年までの20年間はGMS王国でした(アメリカでは1950年~1980年までの30年間はGMS王国でありました)。わが国では1991年の旧大店法緩和とバブル経済が崩壊して、競争の激化と低価格志向の時代となり、ディスカウント時代が到来し、バツ屋式の安売り型からユニクロのようなシステム式の新バリュー型へと発展し、2000年頃からGMSの低価格版である総合業態(ローカル型スーパーセンターやGMS企業によるスーパーセンター)が出現し始め、アメリカのウォルマートやターゲットと同じ位置づけを確立しようとしています。わが国では、百貨店とGMS業態は確立されましたが、総合DS業態は発展途上ということが出来ます。

(2)韓国の総合業態の進化度

韓国も昔から、総合業態として百貨店が成立しており、市場との共存共栄体制時代が続いていました。1980年代から韓国の中産階級が出現することにより大量消費社会が成立しましたが、急激な経済成長のリアクションとして、1996年にIMFの金融危機を招き、韓国のウォンの価値が半分にになり、韓国の生活者は節約志向の消費にならざるを得ませんでした。

その時に、韓国の流通の自由化が進み、マクロ、カルフル、テスコ、ウォルマート、コストコ等の外資系のウエアハウス型の総合DS業態が進出し、また、国内の有力GMS候補であったEマートやロッテマートも外資系DSの類似業態としてウエアハウス型の総合DS(割引店)をチェーン展開しました。やがてこの中で、韓国企業の「Eマート」は、親会社が百貨店業界の新世界百貨店の概念で割引店を展開し、唯一おしゃれな割引店・百貨店の概念を取り入れて大発展しました。そして、他のウエアハウス型の割引店を圧倒して、韓国の総合DS業態の中で圧倒的一番店をセリングパワー及びバイイングパワーに基づき確立しました。その結果、ウエアハウス型店舗のウォルマートとカルフルは撤退しました。

このEマートのおしゃれな割引店(アメリカのおしゃれな総合DSはターゲット)は実は、GMS業態なのです。今は、韓国ではEマートのGMS志向の割引店の成功から、ロッテマートやテスコ、さらに、撤退前のカルフルもおしゃれな割引店を追従しています。本来ならば、百貨店に次いで、GMSが発展し、そして、GMSの後に、割引店(総合DS)が発展するプロセスですが、韓国では特殊事情(IMFの金融危機)により、GMSよりも割引店(総合DS)が先に発展しましたが、結局は、今ではGMS業態(中級志向の総合業態)が、中心になりつつあります。

いづれにしても、アメリカでも日本でも韓国でも総合業態のグローバルスタンダードは生きています。今、台湾ではカルフルを中心としたディスカウント業態が覇権を握っていますが、やがて、中級志向の総合業態(GMS志向の総合業態)が中心となります。中国でも同じです。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車秀之