

流通の勝ち残り企業の理論の中に「2.5 企業成立理論」があります(六車流：流通理論)。すなわち、1つの分野で2つの企業が正規軍で勝ち残り、さらに、複数の特化した企業(0.5)がゲリラ軍の形態で生き残るとの流通理論です。例えば、政党において、自民党と民主党の正規軍型政党(互いに3割差異化・特化し、残り7割は総合化している政権交代能力のあるライバル関係の政党)と、コンセプトを明確にし、特定の支持者にカスタマイズ化している公明党や共産党も、この理論に当てはまります(政党の2.5成立理論)。

アメリカのGMS業態においても、2.5企業成立理論に基づき、3企業(シアーズローバック、J Cペニー、モンゴメリワード)体制から、モンゴメリワードの倒産により2企業のみになりました。さらに、ディスカウント業界においても、3企業(ウォルマート、ターゲット、Kマート)体制から、Kマートが倒産(?)し、2企業になりました。また、百貨店業界においては、フェデレイティッドグループとメイグループの2企業体制になっていましたが、1位・2位連合ができメイシーズグループとなり、現在は1.5体制(メイシーズの1.0とノードストロムとニーマンマーカスの0.5)になりました。しかし、2.5企業成立の理論通り、ノードストロムは急成長しており、近い将来、メイシーズグループとノードストロムの2.0企業とニーマンマーカスとサックスフィフスアヴェニューの0.5で2.5企業体制になる可能性があります。このように、アメリカでは、ブック業界、家電業界、ホームセンター業界、ペット業界・・・等のあらゆる分野で勝ち残り2.5企業体制化が進んでいます。この2.5企業成立理論は単なる流通上の現象ではなく、「客が選択肢を確保したいというニーズ構造」を理論化した万物普遍の原則です。

それでは、わが国の流通業界(6業界)の市場専有率はどのようになっているのでしょうか。「日経市場占有率」(日本経済新聞社発行：参考になります。是非ご覧下さい)より抜粋させていただきます。

		百貨店	スーパー	C V S	家電	カジュアル衣料	ドラッグストア
総売上高		7兆7,570億円	17兆5,252億円	7兆6,837億円	5兆7,804億円	8,739億円	4兆6,774億円
占有率	5位まで	65.1%	33.0%	79.8%	64.7%	76.2%	22.0%
	2位まで	34.2%	19.8%	51.0%	37.4%	55.9%	11.3%
企業シェア	1位	三越・伊勢丹 (19.1)	イオン (11.2)	セブンイレブン (33.0)	ヤマダ電機 (24.6)	ユニクロ (45.0)	マツモトキヨシ (6.9)
	2位	大丸・松坂屋 (15.1)	IY (8.6)	ローソン (18.0)	エイディオン (12.8)	ライトオン (10.9)	カワチ薬局 (4.4)
	3位	シニアマーケティング (12.3)	ダイエー (5.0)	ファミリーマート (13.9)	ヨドバシカメラ (11.2)	ポイント (7.0)	サンドラッグ (4.2)
	4位	高島屋 (12.1)	ユニー (4.1)	サークルK・サンクス (11.4)	コジマ (8.7)	11イテッドストアーズ (6.7)	ツルハ (3.4)
	5位	阪急・阪神 (6.5)	西友 (4.1)	ミニストップ (3.5)	ビッグカメラ (7.4)	マックハウス (6.7)	スギ薬局 (3.1)

上記の6つの流通業界のうち、2.5企業体制となりつつある業界は「C V S」、「百貨店」、「スーパー(GMS)」、「家電」、「ドラッグストア」です。C V S業界は3強企業体制、カジュアル衣料業界は1強企業体制、スーパー(GMS)業界は2強企業体制、家電業界は3強企業体制、百貨店業界とドラッグストア業界は共にドングリの背比べの状態ですが、今、もの凄い勢いで再編が進んでいます。

私は理想的には、「2.5企業」(正規軍型2企業とゲリラ型企業が複数で0.5)が41.7%(ランチェスター理論の寡占状態)の占有率を占め、残る58.3%が「その他」(単なるその他ではなく、小規模な企業ではあるが、それぞれの企業の得意分野を發揮しニッチな個性あるマーケットを担当する企業；その意味において「偉大なるその他」と呼ぶことができる)となる状態こそ望ましいと思います。

(株)ダイナミックマーケティング社[※]
代表 六 車 秀 之