

I Saw All America (その127) !! アメリカの流通の過去・現在を学ぶ

私は、アメリカは流通先進国であっても流通模範国ではないと考えています。それゆえに、アメリカの流通のノウハウを学ぶ時に、形で学ぶのではなくメカニズム(成功と失敗の因果関係)を学ぶことが必要だと訴えています。アメリカの流通の歴史の中に、日本で展開するためのノウハウの宝の山があります。しかし、アメリカの流通のノウハウの中には、アメリカの国情や時代背景がありますので、アメリカを「真似するにもノウハウがいる」という格言を忘れてはなりません。アメリカの流通のノウハウの歴史は、日本にとっては「試験管の中での実験」と考えてください。試験管の中以外の一般社会で応用(日本でアメリカの流通ノウハウを応用)して初めて成果となります。

アメリカの流通の歴史は3段階に分類されます(六車流：流通理論)。

ステップ	年代	時代	キーワード	経済背景
第1ステップ	1950年 ~1980年 (30年間)	アメリカ流通の発展期	ショッピングセンター	物を充実するための買物が楽しい時代。
第2ステップ	1981年 ~1990年 (10年間)	アメリカ流通の転換期	バリュー (ディスカウント&リスタール)	買う物がないという買物の学習経験の終焉の時代。 アメリカの経済が低迷している時代。
第3ステップ	1991年 ~2006年(?) (15年間)	アメリカ流通の躍進期	エンターテインメント + コミュニティ & コミュニケーション	アメリカの経済がITを中心に復興した時代。 アメリカの流通が技術革新と経営革新によって躍進した時代。

第1ステップの「アメリカ流通の発展期」(1950年~1980年)は、文字通りアメリカの黄金時代であり、同時にS Cが大成長し、多くの旧来型の業態が淘汰され、従来型の業態(例えば百貨店、GMS、専門店…等)もS Cのテナントとして再出発し、S Cが覇権業態となった時代です。

第2ステップの「アメリカ流通の転換期」(1981年~1990年)は、アメリカの経済が日本に押されて停滞化し、同時に買物の学習経験も終焉し、買う物がない状態でした。この段階で、流通の業態は、バリュー性の強い業態(ディスカウントストア、オフプライスストア、アウトレットストア、カテゴリーキラー、パワーセンター…等)が大発展しました。一見、1980年代のアメリカの流通業は、進歩のない安売りの時代と見られがちですが、1980年代の当初はバツ屋的安売り屋から、1980年代後半は品質を保證されたシステムとしての低価格の店へと進化し、バリュー(品質/価格)の概念で組織化された業態や企業が続々と登場しました。

第3ステップ「アメリカ流通の躍進期」(1991年~2006年)は、アメリカの経済がIT産業、石油産業、金融産業、軍需産業及び不動産業を中心に復活し、景気が良くなり消費が高まった時代です。アメリカでは1980年代に買物の学習経験は終焉していたため、新たな発想に基づく新コンセプトの流通業が大発展しました。そのキーワードは、エンターテインメントとコミュニティ&コミュニケーション(交流の場)であり、エンターテインメント志向の業態やライフスタイルセンターが登場し、「アメリカの1990年代の流通躍進の奇跡」と呼ばれた時代です。

我々がアメリカの流通を学ぶポイントは、1950年~1980年からは「S CのメカニズムとS Cと共存共栄体制を構築した業態の進化」を、1980年代からは「バリューのシステム化とビジネス化」を、1991年~2006年までは「技術革新と経営革新の融合による流通の大躍進のメカニズム」です。まさに、アメリカの流通の歴史は「ノウハウの宝の山」です。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車^む秀^{くるま}之