

# 流通とSC・私の視点

2009年10月7日

視点(1156)

## 日本再生物語(その1) !!

— 日本の流通の再生の骨格 —

日本は経済に「のたうちまわって」います。第2次バリュー革命(2008~2011年)により、消費者の価値評価が2倍となり、流通業界は一斉に価格競争の段階に突入しています。この価格の評価には4タイプあります。

- ①第1段階 とにかく安くすることが生き残りの条件であるとの評価の段階
- ②第2段階 安いだけではなく、安さ以外の何かを付加しなければならないとの評価の段階
- ③第3段階 安さは2番目の条件であり、独自性のある経営が必要であるとの評価の段階
- ④第4段階 これからは安さではなく、参入障壁の高い経営が必要であるとの評価の段階

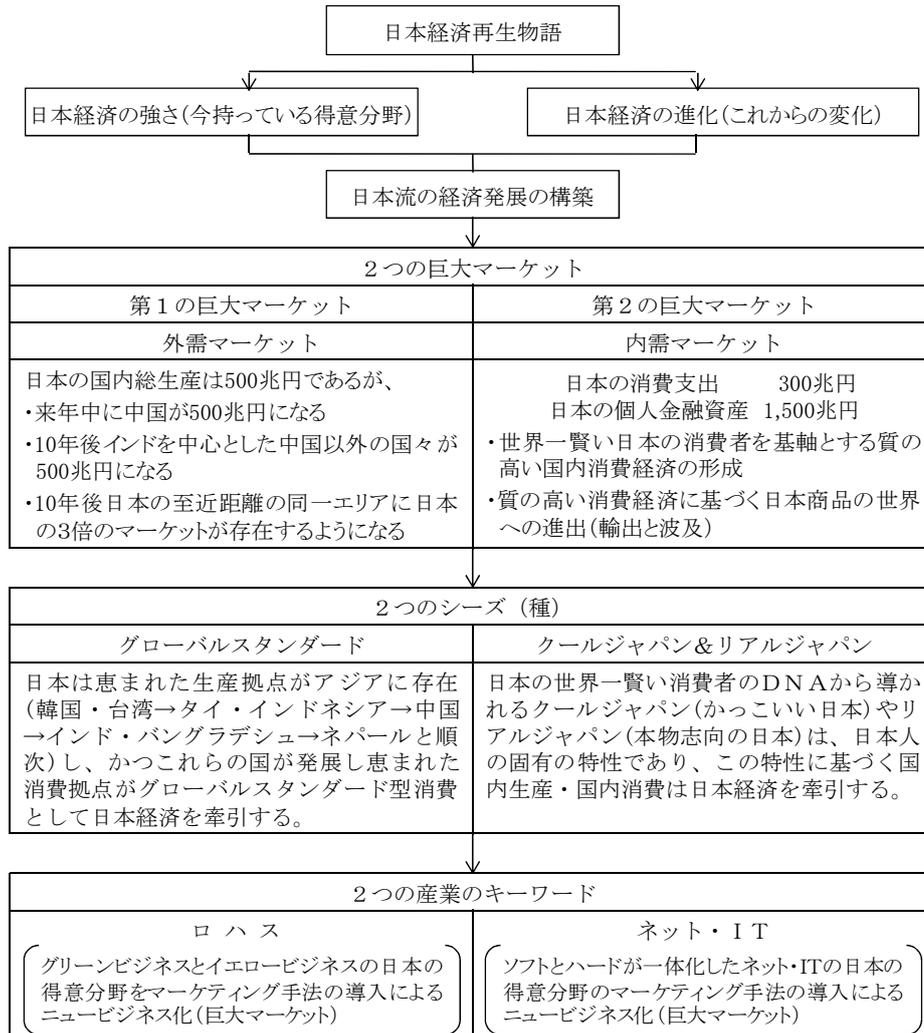
現在(2009年10月)は、まさに、とにかく安さが必要という流通業界の世論形成(第1段階)の真っ直中にいます。来年には、第2段階の安さだけではなく、安さ以外の何かを付加することが必要との流通業界の世論形成となります。

この流通業界の世論だけでなく、しっかりした**日本経済の再生物語**が必要です。

私は、日本経済は大きく再生し、さらに進化して世界に誇る経済国家(今でも世界第2位の経済国家)になると確信しています。

その日本再生物語の骨格は次の通りです(六車流：流通理論)。

(今回は日本再生の骨格のみ示します。今後、順次磨きをかけていきます。)



(株)ダイナミックマーケティング社<sup>4</sup>

代表 六車秀之