

－米国・日本の中国へのSCノウハウの伝承の使命とは－

「流通とSC・私の視点 1458」で、米国→日本→中国への流通先進国から流通後進国へのSCノウハウの伝承について述べさせていただきました。

今回は、そのSCノウハウの伝承の中味について解説させていただきます。

通常の先進国から後進国へのノウハウの伝承は、いわゆる「後期追随型模倣」です。すなわち、先進国の持つノウハウを後追い（時間的に遅れた状態）で模倣し、その模倣のレベルは先進国の完成したノウハウレベルの80%で、最大100%です（追い越すことは希です）。流通先進国（SC先進国）アメリカと流通後進国（SC後進国）日本の関係は、この後進追随型模倣のタイプであり、模倣のレベルは「80%」と想定されます。日本のSCのレベルは、アメリカを追い越したという流通関係者がいますが、それは「形のレベル」であって「メカニズムのレベル」ではアメリカの80%のノウハウでしかありません。しかし、CVSのように追い越した業態も希にあります。

日本は、アメリカのSCの成功のメカニズムを導入して、日本流に進化（改良）させました。日本流に変えた要素は次の2つです。

- ①日本及び日本人の特殊性（アメリカ及びアメリカ人と異なる要素）により、日本独特のSCが形成されました。これを国情格差に基づくSCの進化と呼びます。
- ②日本の流通業態の進化の特殊性（アメリカの流通業態の進化と異なる要素）により、日本独特のSCが形成されました。これを業態進化の格差に基づくSCの進化と呼びます。

このように日本のSCは、アメリカのSCの模倣から始まり、独自の進化を歩み、今日の状態になりました。

国情格差に基づくSCの進化の例として、アメリカの国土の広さ、地価の安さ、人口の集積度の低さ、大量交通機関の未発達等に対し、日本の国土の狭さ、地価の高さ、人口集積度の高さ、大量交通機関の高度発達等により、SCの立地規模、形態、MD i n g、運営が大きく日米で異なります。また、業態進化の格差に基づくSCの進化の事例として、アメリカの百貨店やGMSや物販専門店やレストラン業態、サービス業態等の業態の多様化に対し、日本のアメリカとは異なった姿で業態が進化したため、核店構成やテナントミックスが大きく日米で異なります。

このように、アメリカのSCのノウハウは「70%は基軸ノウハウ」（共通のノウハウ）として「30%は日本で付加されたノウハウ」として、日本型SCが確立されています。これを「**SCノウハウ伝承の7対3の原則**」と言います。

私（六車）は、アメリカのSCを流通歴（過去の流通上の歴史的出来事をメカニズム解析し、体系的に整理したもの）を学び、日本でSC黄金期（1970年～現在までの40年間）をSCのコンサルティング及び研究として実体験し、アメリカと日本のSCの流通歴及び開発・運営のノウハウを熟知している1人として自負しています。

2次元社会に住んでいる人は3次元社会は見えません。3次元社会に住んでいる人は4次元社会は見えません。4次元社会に住んでいる人は5次元社会は見えません。しかし、4次元社会や5次元社会に住んでいる人は、1次・2次・3次元社会や4次元社会は見えます。

我々は、アメリカのSCを学び、日本でSCの黄金時代を経験している以上、中国でSCが開発する際の「SCノウハウの伝承」のレベルを、アメリカや日本の模倣レベルのコンサルティングでは失格です。

もちろんSCとしての基軸ノウハウは深みのあるレベルで習得し、そして中国の国情格差や業態の進化格差を十分に理解した上で、**今までアメリカにも日本にもなかった新たなSCノウハウを付加したコンサルティングノウハウが必要です。**これを「後期卓越型模倣」と言います。それが我々、アメリカで学び日本で実体験したSCノウハウを持った者としての世界の消費文化の発展へ伝承する“使命（ミッション）”です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代 表 六 車 秀 之