

流通とSC・私の視点

2011年10月16日

視点(1460)

I Saw All China (その7) !!

－相対性理論と流通の進化次元論と中国－

アインシュタインの「相対性理論」によると、1次元社会は「点と線で形成される社会」、2次元社会は「面で形成される社会」、3次元社会は「立体で形成される社会」、4次元社会は「時間で形成される社会」、5次元社会は「情緒性で形成される社会」です。この次元を見ようとすると、次元の低い社会から次元の高い社会は見えませんが、次元の高い社会から次元の低い社会は見えます。すなわち、世の中の現象や行動は「メカニズム」として分析・解析されますが、メカニズムをより適切に、より高度に分析・解析するためには、自らの存在をより次元の高いレベルまで高めて、より低いレベルの社会を分析・解析すると容易になります。

流通先進国から流通後進国へSCノウハウの伝承において、SCの進化レベルを次のように分析しました(六車流：流通理論)。

経済の進化度	SCの進化次元	次元格差 (アメリカ=100)	国	備考欄
先進国	5次元レベル	100%	アメリカ	
	4次元レベル	80%	日本	
	3次元レベル	50%	EU	韓国、台湾、シンガポール
新興国	2次元レベル	25%	中国	ブラジル、ロシア
発展途上国	1.5次元レベル	15%	インド	ベトナム、タイ、インドネシア
後進国	1次元レベル	10%	バングラディシュ	ミャンマー、パキスタン

このSCの進化の次元は、経済時差と国情格差から生じたものですが、大半は経済時差による次元のレベルの違いです。

日本の近未来の流通を知るためには、日本の現状の流通を分析するだけでは不可能ではないが、容易にできません。この自分の身の回りのみを知ろうとしている行動を「井の中の蛙行動」と言います。脱・井の中の蛙行動をするためには、先進国の流通の歴史と現象を形ではなく、メカニズムで学ぶことが必要です。

SCの進化のレベルにおいては、アメリカも日本も飽和期(SCは量的にはこれ以上マクロレベルでは必要ない段階)となり、成熟期(一定量の中で新陳代謝が起こる質的SC時代)へと突入します。

今やモダン消費(モノを買い、モノを消費し、モノを使用し、モノを所有することの連続性に喜びと幸せを感じる消費)の覇者としてのSC(それゆえにSCは20世紀が生んだ最強の流通業態と呼ばれる)は、先進国から新興国、発展途上国、さらには後進国へと移っています。

日本は5次元社会のアメリカという流通先進国で、SCの理論・実践を学び、4次元社会のSCをつくりあげました。

今、中国は5次元社会のアメリカと4次元社会の日本のSCをモデルとして模倣して、現状の2次元レベルのSCを3次元・4次元・5次元レベルへと進化させようとしています。そのため、アメリカや日本の流通業の視察・研究、また、アメリカや日本のSCコンサルタント(ソフト&ハード両面)の指導を受けています。

日本は、欧米の先進技術を明治以来学び、また、第2次世界大戦後はアメリカの工業技術を学び、それに自らのノウハウで日本の特殊性に整合させ、また、新たな技術を付加して、技術先進国まで登り上がりました。この先進技術を自らの技術として研磨(深く研究し、新しいものを創出すること)したノウハウこそが日本人の持つモノづくり技術です。日本人は必ずしも発想が豊かではありませんが、1つの発想を身につけると、磨きに磨きをかけて新しい創出物をつくり出す能力は抜群です。

私は、中国でSCを開発するに際して、日本人が提供する技術は、1つは「流通歴としてのSCの成功のメカニズム(アメリカから学ぶ)」、2つは「アメリカ型のSCノウハウの基軸を、中国のマーケットに適用するための研磨力(日本から学ぶ)」、3つは「アメリカや日本からの模倣ではない、新タイプの斬新なSCノウハウ」であると思っています。まさにこのことを日本人の志と使命とすべきです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之