

流通とSC・私の視点

2011年12月29日

視点(1496)

流通の可視化技術の研究の必要性!!

(ICT&ネット市場編)

スーパーコンピューターを使って分子の動きを映像化することを「可視化技術の研究」と言います。

医学的分野で言えば、薬の働きを映像化して新薬の候補となる物質探しなどに活用することや疲労のメカニズムを解明して回復に役立てたりすることです。

流通の分野でも、自然科学の分野と同じように科学的分析により、流通上の成功・失敗のメカニズムを可視化技術によって究明できるようになる段階がきました（六車流：流通理論）。

それは、流通の発展の基軸となる消費の大量消費時代（モダン消費＝モノを買い、モノを消費し、モノを所有し、モノを使用することの連続性に喜びを感じる生活向上志向の消費）がアメリカでは1945年（実質的には1925年頃）から始まり65年を経過、日本では1960年から始まり50年を経過し、消費の受け皿である流通も何が成功なのか、何が失敗なのかをメカニズムレベルで知ることができます。ただ、旧西欧もモダン諸費の始まりは日本と同時期ですが、消費の受け皿である流通が各種の規制により進化度は高くないため、流通の業態や成功・失敗のメカニズムの本当の結果は決して十分ではありません。それゆえに、アメリカと日本の2つの国の消費と流通の歴史の中に、成功・失敗のメカニズムが室の山のごとく存在しています。

1991年までは、アメリカの流通上の出来事のみが、流通歴（成功・失敗の歴史）でした。しかし1991年の日本の大店法の緩和と買物の学習経験の終焉によるモノ離れ時代以降の2010年までの20年は、まさにアメリカの流通歴と同現象が起きました。しかも、「流通の飽和期」（ほぼ、あらゆる立地に全ての業態が成立し、客はこれ以上流通の量的拡大に必要性を感じない時代）となり、さらに2011年からはアメリカも日本も流通の成熟期（ニューモダン消費の出現により、流通の質的時代となり、客のニーズに基づく多様かつ斬新な業態が出現し、新旧の新陳代謝が起こる時代）となりつつあります。

SCも「導入期」「成長期」「飽和期」「成熟期」の成立のメカニズムが歴史的かつ近未来的に「可視化」できるようになってきました。

この流通歴の可視化の考え方をSCに該当させると次の通りです。

経済の進化度	SCの進化次元	次元格差 (米国=100)	国	備考欄
先進国	5次元レベル	100%	米国	
	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
後進国	新興国	2次元レベル	中国	ブラジル、ロシア
	発展途上国	1.5次元レベル	インド	ベトナム、タイ、インドネシア
	未発展国	1次元レベル	バングラディシュ	ミャンマー、パキスタン

我々は、アメリカのSCを学び、日本のSCの黄金時代を経験し、またSC後進国ではありますがEUや韓国や台湾とシンガポールや中国のSCの成長過程を見ることにより「SCの成功・失敗のメカニズム」を理論化し、膨大な事例を数値化し、分析し、解明することが可能となり、それをスーパーコンピューターの出現により、成功・失敗のメカニズムをノウハウ化することができるようになりつつあります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之