

視点(1505)

動物の進化と流通上の多様化とは!!

世の中（自然界及び人間界）は、「形」で見ると異なることも「メカニズム」で見ると同じことがたくさんあります。私は、流通上の現象やアメリカの流通視察においては、形で見る（目で見る）のではなく、メカニズムで見る（頭で見る）ことにしています。

一般的に動物社会と人間社会の現象をメカニズムで見ると類似性のあることが良くあります。

動物が勝ち残るのは「強いものが勝ち残るのではなく、変化に対応したものが勝ち残る」とのダーウィンの進化論があります。

動物（流通）が進化する要因は次の3つと考えられます。

- ①第1は「**食べものの変化**」であり、動物は食べものの形状が変わると、その食べものに対応するために進化します。流通で言えば「**マーケットの変化**」であり、マーケットが変化すれば流通業者はマーケットの変化に対応し、新しい業態に挑戦します。
- ②第2は「**住んでいる環境の変化**」であり、動物は自然環境の中で住んでいる状況が変化（寒い暑い、雨や乾燥、森林や草原等）が変わるとその住んでいる環境に対応して、自らの生活を変えたり自分の体を変化させる進化が起こります。流通で言えば「**立地の変化**」であり、立地が変化すれば流通業者は立地の変化に対応し新しい業態に挑戦します。
- ③第3は「**外敵の存在の変化**」であり、動物は自らの外敵に対する対応策として進化が起こります。流通で言えば「**競争相手の変化**」であり、競争相手が変化すれば流通業者は競争相手の変化に対応し新しい業態に挑戦します。

マダガスカルでは、閉鎖された島が砂漠化することにより従来の食べものが減少しました。しかし、唯一の同じDNAを持つ猿が、食べものと住んでいる環境の変化により、逆に「**種の多様化**」が起こり、あらゆる食べものを食べ、あらゆる場所に住むことができるように進化しています。すなわち、我々動物全体は常に変化に対応できるようなDNA（神が与えた生命メカニズム）を持っていることになります。同時に流通業界においても「**変化の対応**」は生き抜くあるいは勝ち抜くために一番重要なメカニズムです。

この動物の進化の3つの要素である「**食べものの変化**」と「**住んでいる環境**」と「**外敵の存在と変化**」は動物のいる場所によって、それぞれ進化のウエイトが異なります。例えば同じような閉鎖エリアであるマダガスカルでは「**食べものの変化**」、ニュージーランドでは「**外敵の変化**」、日本では「**住んでいる環境**」が動物の進化に大きな影響を与えています。

このように考えると流通業者の「**マーケットの変化**」（動物の**食べものの変化**）や「**立地の変化**」（動物の**住んでいる環境の変化**）や「**競争相手の変化**」（動物の**外敵の存在の変化**）も商業施設の存在する場所によって、流通上の進化（変化）を左右する存在になります。

アメリカと日本と中国の流通上の戦略対応において大きな差がでます。

例えば、アメリカは都心がなく郊外のみ立地、大量交通手段がなく車だけの立地、SCには食品業態がないことから、SCの立地に関する考え方が希薄です。一方日本は、**都心も郊外も両立し、大量交通手段が充実し、SC内に食品を導入しているため立地に関する考え方が成果を出すため重要**です。

中国は、アメリカと日本の中間です。

アメリカ、日本、中国を比較すると次の通りです（六車流：流通理論）。

	アメリカ	日 本	中 国
立 地	△	◎	○
競 争	◎	○	△
マーケット	○	△	◎

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之