

アメリカの流通を模倣する場合に、アメリカの流通が成り立っている前提として次の6つの特性を知る必要があります(六車流：流通理論)

アメリカのデモグラフィック特性(第1の相違点)

アメリカの国土は日本の25倍であり、人口は3億人と日本の1.3億人の2.3倍です。アメリカは多民族国家であり黒人やヒスパニックやアジア人を中心に出生数は高く毎年400万人が生まれています。日本は110万人程度です(出生数は日本の3.6倍)。実は日本でも1947年~1950年頃には出生数は200万人を超えていました。現在のアメリカは日本の人口の2倍強ですから400万人の出生数は日本の史上最高の出生時代に相当し、その結果、日本の人口構成はタル型ですが、アメリカの人口構成は文字通りピラミッド型の発展途上国タイプです。

アメリカの都市構造の特性(第2の相違点)

アメリカはニューヨーク、シカゴ、サンフランシスコ以外は中心市街地はなくなりました。また周辺市街地(日本で言うところの下町)はスラム化して、白人を中心とした居住者はサバーバンへと移り、中心市街地は容積率を緩和された高層階のオフィス街のみが残っています。中心市街地と郊外を結ぶ大量交通手段は一部の都市を除いて存在していません。日本の3大都市圏は自立した中心市街地と都心と郊外を結ぶ大量交通手段が一体化しており、アメリカの都市構造とは全く異なっています(ただし、ニューヨークは日本の3大都市圏に近い都市構造です)。わが国の3大都市圏以外は、全くの車社会であり、アメリカと同じ流通現象(中心市街地から商業が消えています)。それゆえに、日本の3大都市圏ではアメリカと異なった流通現象が起こり、3大都市圏以外は、アメリカと同じ流通現象が起こります。

アメリカの田舎と低所得者の特性(第3の相違点)

アメリカは世界一の経済大国でありながら、「偉大なる田舎」(ルーラル)と「偉大なる貧乏人」(低所得者)がいます。日本のローカル(都心との関連性を持った開放的な田舎)とアメリカのルーラル(都心との関連性の希薄な閉鎖的な田舎)とは性格が異なります。また、所得レベルも平均値を取ると日本とアメリカは同水準ですが、所得の70%を占める構成比で見ると、アメリカは所得格差5倍(1.5万ドル~7.5万ドル)かつ2極化の所得構造です。日本は所得格差2.5倍(400万円~1,000万円)かつ中心集中型です。日本も所得格差が開いてきていますが、アメリカとは比べものにならないくらい貧乏人はいません。

アメリカはS Cの高依存度の流通特性(第4の相違点)

アメリカの全小売業に占めるS Cの売上高は5割強です。日本は2割強のレベルでもS Cがオーバーストアと呼ばれています。それゆえに、百貨店、専門店、飲食、エンターテインメント施設等は、すべてS Cとの関連性を持つことにより業態変革したり生き残りを模索しています。アメリカではS Cをうまく利用するか、S Cの勝ちパターンのノウハウを自分の業態に取り込むかが、生き残りの道となっています。

アメリカの流通飽和期の特性(第5の相違点)

アメリカでは、流通が飽和し、あらゆる分野で1位企業と2位企業が正規型で勝ち残り、ニッチ型の特色のあるゲリラ型企業が、それに続いています。それ以外は、その他の多数企業となっています。これを1つのマーケットの中で成立する「2.5」の原則と言います。

各企業はドングリの背くらべ型競争の段階では激しい戦いをしますが、勝ち残った2.5企業は、互いに棲み分けて競争は希薄化します(金持ちケンカせず)。日本ではまだまだドングリの背くらべ型から2.5説へ向かっている途中です。

アメリカの業態の進化の特性(第6の相違点)

アメリカでは、業態化(どのような売り方なのかでくくった概念)から、ライフスタイル化(特定の分野の生活様式を人格を持って支える概念)しており、さらにカスタマイズ化(特定の客のご用達という概念)したレベルに進化しています。それゆえに、同じ業態の企業でも、ライフスタイル化しカスタマイズ化しているために、店づくりが異なり独自性を発揮しています。日本ではまだ業態化のレベルであり、同じ業態の企業ならば店づくりも同じです。