

## 視点(883)

### 流通上の勝ち残り2.5説とその他の3つのタイプ!!

1つのマーケットの中で、正規軍型企業(質・量ともに備えた企業)が2つ(2.0体制)と、ゲリラ型企業(コンセプトに特化した企業)が複数(0.5体制)が適正経営水準で成立することを2.5成身体制と言います。

この状態は「1つのマーケットの中での寡占状態での勝ち残り企業」ですが、この2.5企業以外の企業は、「その他」になるわけですが、では、その他の企業の特徴は、いかなるものでしょうか？また、その他の企業は勝ちパターン化は不可能なものでしょうか？

勝ち組2.5成立企業の「その他」は、数値的には次の通りです。

<勝ち組2.5成立理論の6段階と「その他」の数値的規模>

タイプ	2.5企業の業界シェア	業界シェアのタイプ	「その他」の数値的規模
第1のタイプ	73.9%以上	独占	26.1%未満
第2のタイプ	55.5%	準独占	44.5%
第3のタイプ	41.7%	寡占	58.3%
第4のタイプ	33.0%		67.0%
第5のタイプ	26.1%	準寡占	73.9%
第6のタイプ	26.1%未満	自由競争	73.9%以上

この勝ち組2.5成立店舗の「その他は、次の3タイプに分類」することが出来ます(六車流：流通理論)、負け組としての「その他の店舗(企業)」(アメリカ型その他)

勝ち組2.5体制が出来るマーケットの寡占状態では、当然ながら新陳代謝による店舗の入れ替わり現象が起こります。この新陳代謝が起こる要因は2つあり、1つは当該店舗自体の内部要因であり、競争相手に対抗するノウハウが希薄化した結果です。もう1つは、当該店舗のノウハウの希薄化ではなく時代やマーケットの変化に対応できないという外部要因があります。この新陳代謝による負け組としての「その他の店舗グループ」は、社会・経済的な自然の成り行きであり、また、この新陳代謝がなければ世の中は進歩しません。

生き残り組としての「その他の店舗(企業)」(日本型その他)

勝ち組ではないが、マーケットから見て一定の理由によって存在価値を認められている店舗のことを言います。すなわち、便利だから(近くだから)や他にこのような店がないから...等の客にとって色々な理由で必要な店舗が存在しなければ、生活者の適性なる買物が出来ません。いわゆる「ここであって欲しい店 = この立地に存在して欲しい店」を概念化した店舗です。

独自性を持つ「その他の店舗(企業)」(ヨーロッパ型その他)

大規模化した店舗やチェーン展開している店舗だけが勝ち組ではありません。大規模化しなくてもチェーン化しなくても、1店舗あるいは2~3店舗で客の支持を得て地域の中で一目置かれ、ガンバっている店がたくさんあります。おいしい自前のパンを売る店やおいしいレストランやオンリーワンの店...等の「こだわり店舗 = 逸品の店」がどの地域にも必ず何店舗かはあります。全国エリアやリージョナルエリアでオンリーワンにならずとも、ローカルエリアあるいは、この地域(この商店街)のみのオンリーワンの店舗である「勝ち組のその他の店舗」も多く存在しています。

このように、「その他の店舗」は3つのタイプがありますが、私は、第1のタイプである「負け組としてのその他の店舗」をアメリカ型と呼び、第2のタイプである「生き残り組としてのその他の店舗」を日本型と呼び、第3のタイプである「独自性を持ったその他の店舗」をヨーロッパ型と呼んでいます。

この3つのタイプのうち、「負け組としてのその他の店舗」は新陳代謝で淘汰されるべきであるのに行政は無理矢理に延命しようと助成をしています。絶対失敗します。そうではなく、新規参入者や意識革命によって創意工夫を行った既存店舗を国は助成すべきです。また、「生き残り組としてのその他の店舗」や「独自性を持つその他の店舗」は、客が必然的に生き延びさせます。