

流通とSC・私の視点

2014年6月4日

視点(1835)

(百貨店・GMS編)

日本の百貨店業界の動向!!

日本の百貨店業界は急速に寡占化が進み、5強(?)企業体制が確立されています。3~5年前は約12企業でしたので、半分の企業体制となっています。

アメリカでは最近までは「旧フェデレイテッドグループ」と「旧メイグループ」の2.0企業体制と「ノードストローム」「ニーマンマーカス」「サクスフィフスアベニュー」の0.5企業体制の「3.5体制」でしたが、1位・2位連合により「メイシーズグループ」が誕生して今や1.5企業体制(メイシーズグループの1.0体制とノードストローム・ニーマンマーカス・サクスフィフスアベニューの0.5体制)となりました。しかし、顧客の選択肢の観点から、必然性のある「2.5企業体制」(0.5企業のノードストロームが1.0企業になりつつある)に向かっています。

日本の百貨店業界も、最終的には2.5企業(モダン消費経済時代の適正企業体制)あるいは3.5企業体制(ニューモダン消費経済時代の適正企業体制)になる可能性があります。日本の百貨店業界の5強企業の2013年度の業績は次の通りです。

(単位:百万円)

	百貨店事業		連結事業	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益
三越伊勢丹ホールディングス	1,199,371	23,211	1,321,512	34,646
J.フロントリテイリング	767,907	22,980	1,146,319	41,816
高島屋	798,079	13,962	904,180	29,099
そごう・西武	801,535	10,141	-	-
エイチ・ツー・オーリテイリング	427,266	13,246	576,852 (イズミヤ除く)	17,313 (イズミヤ除く)

※資料:織研新聞2014年6月3日

百貨店業界の売上高は1991年が最高で9.7兆円だったのが、現状は6兆円、近未来には5兆円まで低下するといわれています。現状では百貨店は2009年から意識改革によるMDingの活性化や景気の回復により底を打ったように見えますが、予断を許さない状態です。

ちなみに、アメリカの総合業態企業の売上高は次の通りです。

	企業名	売上高	備考欄
百貨店	ニーマンマーカス	4,345億円	
	サクス	3,147億円	
	ノードストローム	11,762億円	
	メイシーズ	27,686億円	ブルーミングデールズ含む
PDS (プロモーション デパートメントストア)	JCペニー	12,985億円	
	シアーズ	39,854億円	Kマート含む
	コールズ	19,279億円	
ディスカウントストア	ターゲット	73,301億円	
	ウォルマート	469,162億円	

※1ドル=100円にて算定(購買力平価)

アメリカの百貨店の上位4企業の売上高49,940億円に対して、日本の百貨店の上位5企業の売上高は39,942億円となっています。アメリカの消費力(約1,050兆円)と日本の消費力(約300兆円)の3.5倍(GDPは約3倍)の差から見て、日本の百貨店の売上高はアメリカの百貨店に食品売場がないとしても著しく過大です。日本は小売業に占める百貨店のウエイトがアメリカより高くなっており、その原因は百貨店の優位立地(100万人以上の商圈を有する拠点立地)である中心市街地が三大都市圏や地方拠点都市で健在なためです。さらに、郊外のRSC(特にハイクラス&ワンランク上のRSC)が少ないため、百貨店の存在が強固となっているためでもあります。アメリカでは百貨店のウエイトが小さい代わりにPDS(カジュアル百貨店)が72,118億円、ディスカウントストアが542,463億円の合計614,581億円が存在し、日本ではチェーンストアの全国売上高が12兆円であり、アメリカの総合業態(百貨店を除く)は日本の5.1倍となっています。

日本の中心市街地の健在及びRSCが希薄な状態、さらに支店経営における日本の百貨店のポジショニングから見て今後の方向性が問われています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之