

視点(2337)

(流通理論編)

マーケットデザイン理論と業界の集中度(寡占)と イノベーション活動の成果(生産性)について!!

日本の生産性は製造業がアメリカの7割、サービス業が5割(日本生産性本部の日米生産性水準比較)とされています。そこで、生産性の向上(高さ)はイノベーションの成果と仮定するならば、イノベーションの進展度の日米間の差と言うことができます。

日本は生産性をアメリカ並に高めるとGDP1.7倍の900兆円に計算上なります(現在は540兆円)。

ここで、日経新聞の経済教室(2020年4月22日号)に滝澤美帆氏(学習院大学教授)の論文と研究資料の中に「産業の集中度とTFP(全要素生産性)伸び率の関係」があり、2つのポイントが指摘されています。

- ①日本では産業の集中度の高さ(競争度の低下)とTFPの伸びの間に正の関係(正比例)が見られる
- ②日本では産業の集中度の上昇に従ってTFPの伸び率が純化する様子が確認される

アメリカでは産業の集中度の高まりは、競争度の低下(集中度の高さ)とビジネスダイナミクス(生産性、設備投資、研究開発投資、参入・退出等)の停滞について議論され、産業の集中度とイノベーションの両変数間の相関がアメリカで注目されていますが、日本での「産業の集中度とTFPの伸び率の研究」はより深化した研究として注目されます。

この滝澤教授の論文は、

- ①産業の集中によってイノベーションが活性化し、生産性が向上するケースは「良い集中」と評し、
- ②産業の集中(競争度の低下)によってイノベーションが活発化せず、生産性が低下(伸びない)するケースは「悪い集中」と指摘しています。

私は、1つの固有マーケット(1つの業界や産業、業態、市場等の分野)の中で、最適なる成立・成功の理論としてマーケットデザイン理論(売り手と買い手の適正なるマッチングにより全体最適・部分最適の成立・成功理論:アルビン・E・ロス氏が2012年にノーベル賞受賞)を流通業界で展開しています。

流通業界のマーケットデザイン理論は「適正なる立地に適正な業態が適正な規模と適正なMDingで成立することにより、互いの業態が棲み分けることが可能となり、その結果、競存共栄であるレッドオーシャンマーケットをブルーオーシャンマーケット化する売り手と買い手のマッチング理論」です。

これは1つの固有マーケットの中で、業態相互間の寡占競争(競争の低下)と完全自由競争(競争の激化)の関係です。売り手から見れば競争が少ない寡占状態が有利で、買い手から見れば競争が激しい完全自由競争が有利になります。完全自由競争では、資金やノウハウが分散化して、また完成度の高いサプライチェーンができない可能性があります。一方、寡占競争は収益性の高さにより資金やノウハウの集中化や完成度の高いサプライチェーンが確立されます。ここに1つの固有マーケットの中でイノベーションを起こし、生産性を向上させるためには寡占競争化した業態のマーケットのケースと完全自由競争化した業態のマーケットのケースのイノベーション(成果は生産性)の相反する課題が生じます。

2つの相反する課題を解決する手法は、両者の長所(優位性の発揮)です。

すなわち、寡占状態の有力業態企業の長所と完全自由競争の長所を1つの固有マーケットの中で完成度高く棲み分けさせることです。寡占競争した業態企業は、資金量(リニューアル)やノウハウ(運営・管理)やサプライチェーン(テナントミックスや提供システム)に消費者を満足させる優位性を発揮し、完全競争化した企業は、ニッチなマーケットやマイノリティマーケットを対象として寡占競争の業態企業に対して、存在感のある業態企業(残り物には福があるやパンダの竹の美味理論)に対応することができます。これを1つの固有マーケットの中の「3.5 成立理論」(2~3の業態企業と0.5の特定分野で優位性を持つ業態企業が適正に成立)と呼び、さらに勝ちパターン⁷の3つのタイプ「圧勝型1番手の業態企業」と「棲み分けの2~3番手の業態企業」と「特定分野の1番手の業態企業」の成立・成功理論に結びつきます。良い寡占(集中)と良い自由競争(完全競争)を融合させることが、日本の生産性を高めることとなります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁷
代表 六 軍 秀 之