

視点(808)

日米の百貨店の売上比較!!

競争の原理と客の選択肢の原理の両面から見た1つの分野での各企業の存在性は「2.5の原則」があてはまります。1分野における2.5企業の存在性とは、2つの正規軍型の企業(2.0企業)と、複数のゲリラ型の企業である異質性のある0.5企業の存在が競争の理論(売り手の理論)及び客の選択肢の理論(買い手の理論)から見て適切であり、流通が成熟しているアメリカでは、ほとんどの分野で、2.5企業体制が確立されています。この2.5企業体制理論に基づいて、日米の百貨店の実態を解析します(六車流:流通理論)。

①日米の百貨店業界の売上高

2005年度のアメリカの5大百貨店(メイシーズグループ、ノードストロム、デラード、サックス・フィフス・アベニュー、ニーマンマーカス)の合計売上高は5兆6,937億円(120円換算)です。その他の百貨店を含めて12兆円程度がアメリカの百貨店業界の売上高と想定されます。一方、日本の百貨店業界の売上高(2005年)は7兆7,503億円(百貨店協会調査)であり、毎年減少しており、近々6兆円を割ると想定されています。このように、日米の百貨店の売上高は、ほぼ6兆円の絶対額では同じであるが、小売業全体の売上高がアメリカが2.5倍以上、大きいことから、対アメリカ比で見ると、日本の百貨店の売上高は、約1.6倍多いこととなります。

②アメリカの百貨店業界の実態

アメリカの百貨店業界の企業別の売上高は次の通りです。

2005年度			
順位	企業名	売上高	摘要欄
1位	メイシーズグループ	2兆6,868億円	旧フェデレーテッド・デパートメントストアズ
2位	ノードストロム	9,267億円	
3位	デラード	9,072億円	
4位	サックス・フィフス・アベニュー	7,144億円	サックスグループ
5位	ニーマンマーカス	4,586億円	

アメリカの百貨店業界は、3年前までは、「フェデレーテッドグループ」と「メイグループ」の2.0企業体制と、ノードストロム及びニーマンマーカスの0.5企業体制が確立され、正に2.5企業体制でした。ところが、1位のフェデレーテッドグループと2位のメイグループが統合され、メイシーズグループ(旧統合名はフェデレーテッドグループ)、メイシーズグループの1.0企業体制と、ノードストロム及びニーマンマーカスの0.5企業体制の1.5企業体制になってしまいました。これは売り手の理論(競争の理論)でそうなったため、今、買い手の理論(客の選択肢の理論)から、一番、百貨店の中で汎用性のあるノードストロムが急成長し、1.0企業になろうとしています。また、メイシーズグループは百貨店全体の44.8%の売上を占める圧倒的の一番店になっています。

③日本の百貨店業界の実態

日本の百貨店業界は群雄割拠の時代から寡占(2.5企業)体制へ急激に進んでいます。今、再編成により日本の百貨店業界は4.5企業体制になりつつあります。

(2006年度の売上・織研新聞より)

順位	企業名	売上高	摘要欄
1位	三越伊勢丹ホールディングス	1兆5,858億円	
2位	J・フロントリテイリング	1兆1,721億円	大丸+松坂屋
3位	高島屋	1兆0,074億円	
4位	ミレニアムリテイリング	9,533億円	そごう+西武
5位	エッチ・ツー・オーリテイリング	5,067億円	阪急+阪神

近未来の日本の百貨店業界は、さらに再編が起こり、流通業界の普遍の法則に基づき、2.5企業体制になるのか…? 今後が注目されます。なお、現在、一番の三越伊勢丹ホールディングスは百貨店全体の売上高の20.5%を占めており、本来の一番店の基準シェアである26.1%まで達していません。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六車 秀之