

経済は50年に1回(ゴンドラチェフ理論によると60年に1回)、流通は25年に1回、企業コンセプトは8年に1回、MDingは3年に1回、過去のトレンドとは全く異なる次元で変革をしないと、時代に対応できません。今、日本の流通は、25年サイクルに基づき、第3次流通革命に向かって進んでいます(六車流:流通理論)。

第1次流通革命は、戦後25年目の1970年(前後5年が大革命期)です。この第1次流通革命のキーポイントは、「大量消費社会の到来」(国民所得が1万ドルになった)「車社会」(車の保有率が50%になった)「団塊世代の社会進出」(戦後教育を受けた新しい価値観を持ったニューファミリーの出現した)でした。その結果、従来の百貨店、商店街、市場等の商業構造の時代から、GMS、ロードサイド店、CSC、SM...等の新しい業態の時代が来ました。

第2次流通革命は、第1次流通革命の1970年から25年後の1995年(前後5年が大変革期)です。この第1次流通革命のキーポイントは「自由競争時代の到来」(旧大店法が1991年より緩和され2000年に廃止された)「買物の学習経験の終焉」(第1次流通革命により、生活者はすべての物を所有し、これ以上必要ない時代の到来した)「団塊ジュニア世代の社会進出」(団塊世代の子供及びそれに類するニューファミリーが社会進出した)でした。この時代の1991年にバブル経済の崩壊があり、日本は、その後15年間の好況感のない経済の時代となりました。このバブル経済の崩壊から2005年の15年間は、日本の経済及び日本の流通経済にとって、大試練期でした。それは日本の経済の大変革サイクルの50年目(1995年)と流通の大変革サイクルの25年目(2回目・1995年)が重複したために、ハードルの高い試練を克服しなければならない時代でもありました。今、日本の経済や流通は、この試練を、やっと乗り越えつつあり、若干ながら、明るさが見え始めています。

第3次流通革命は、第2次流通革命の1995年から25年目の2020年(前後5年が大変革期)です。この第3次流通革命のキーポイントは、今から見ると15年先となり、決めつけることはできませんが、次の3つが考えられます。2005年頃から兆候が起こり、2010年頃に明確になり、2015年頃が実体として変革が進みます。

### 戦後3回目の世代交代によるライフスタイル革命

団塊世代(第1次流通革命時のライフスタイル革命の主演)や団塊ジュニア世代(第2次流通革命時のライフスタイル革命の主演)から、さらに、25年後には戦後3回目の世代交代が起こり、ニュー・ニュー・ニューファミリーの新しいライフスタイル革命が発生し、流通業界全体に大きな変革が起こります。この新しい世代の人々は現在の年齢が5才~15才であり、この子供達の社会背景をメカニズム分析することにより読み取ることができるでしょう。

### Eリテールによる買い場革命

現在は、Eリテールを含む無店舗販売は全小売業の5~6%とされています。現在のITシステムでは生活者を高いレベルで満足させるレベルまで達していませんが、近未来には技術革新により、ITシステムは高い水準で生活者を満足させることができるようになります。当然ながら、Eリテールを含む無店舗販売の比率は急速に高まり、20%~30%になる可能性を持っています。今、SCを買い場とする比率は、アメリカでは50%、日本では20%(近未来は30%)です。将来は、「Eリテールを含む無店舗販売が30%」そして「残り70%が有店舗販売」になることが想定されます(20世紀はSCによる買い場革命、21世紀はEリテールによる買い場革命)。Eリテールにより、買い場が時間的・空間的に移動します。

### 地球環境と人間関係を重視した流通革命

SCは20世紀が生んだ最強の流通業態、ライフスタイルセンターは21世紀の最適業態と私は定義づけています。21世紀の最適業態とは、20世紀の大量消費社会、自然破壊、合理主義、システム主義、物質文化、人間関係阻害社会...等の課題を反省材料とした、地球にやさしい、自然との一体化、人間関係重視、いやし、健康等を重視する社会です。アメリカではライフスタイルセンターが商店街の良さを取り入れたSCとして発展しています。第3次流通革命は、これらの要因を無視しては生活者に受け入れられない時代の到来を意味します。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六 車 秀 之