

# 流通とSC・私の視点

2011年6月15日

視点(1399)

井の中の蛙<sup>かわず</sup>とゆで蛙<sup>がえる</sup>と流通の未来洞察!!

流通に携わる人は「井の中の蛙(かわず)」や「ゆで蛙(がえる)」にはなつてはいけないと私は常に言っています。

井の中の蛙とは、日々の自分のまわりの仕事のこと(井の中のこと)は良く分かっていますが、時代の流れ(井の外のこと)が分からない人のことを比喩論で言った言葉です。

また、ゆで蛙とは、世の中は少しずつ変化しているので、世の中の変化(お湯が少しずつ熱くなっていること)が気付かず、結果的に時代から取り残されること(結局、死んでしまうことになる)を比喩論で言った言葉です。

この井の中の蛙もゆで蛙も、共通点は「変化に対応する=世の中の大きな潮流を見抜くこと」で「変化=変わる=蛙<sup>がえる</sup>」を意味しています。ダーウィンの進化論で「自然界で強いものが生き残るのではなく、変化に対応したものが生き残っている」ことは科学的に実証されています。

世の中の流れは、時の流れであり、「時流」と言い、流通上の時の流れを「流通時流」と言います。この流通時流を見抜くためには「流通歴(流通上の歴史)」を基軸として、現在の流通上の動きを見抜き、未来の動きを予測することが必要です(六車流:流通理論)。

経済は50年に1回、流通は25年に1回、コンセプト(企業コンセプトやSCコンセプト)は8年に1回、MDingは3年に1回、過去の延長線上ではない変化が起こります。

流通時流の変化は、現時点から見ると「少しずつ変化」でしかありません。しかし、未来から見ると「大きく劇的に変化」しています。まさに、現状の現象で世の中を見ると、ゆで蛙を地で行っていることとなります。このゆで蛙化を防ぐために井の中の蛙になつてはならないと言う意味です。

戦後の日本の流通業には25年サイクルで2回の流通革命があり、今は3回目の流通革命(2020年=前10年と後5年=2011~2025年)へと向かっています。

過去2回の流通革命と、今後、起ころうとしている第3次流通革命のキーポイントは次の通りです。

	年度	変化のキーポイント
第1次流通革命	1945年から 25年目の 1970年	①所得1万ドル時代による中産階級層の出現 ②車の保有率50%による車社会の到来 ③戦後生まれの団塊世代の社会進出によるライフスタイル革命(昭和ニューファミリー)
第2次流通革命	1970年から 25年目の 1995年	①旧大店法の緩和による自由競争社会の到来 ②買物の学習経験の連続性の終焉による新消費(ポストモダン消費)時代の到来 ③団塊ジュニアの社会進出によるライフスタイル革命(平成ニューファミリー)
第3次流通革命	1995年から 25年目の 2020年	①戦後3回目の世代交代によるライフスタイル革命(新人類ジュニア世代) ②ネット販売・Eコマースによる買場革命 ③地球環境と人間関係を重視した社会革命 ④モダン消費からポストモダン消費、ニューモダン消費への消費革命

過去の流通歴を見ると、1970年第1次流通革命以前は、百貨店(百貨店は買物の王様と言われました)と商店街(人が通れないくらい賑わっていました)が買物の主役でした。しかし、1970年の第1次流通革命が起こると、流通の主役はGMSとCSC(コミュニティ型SC)に取って変わり、百貨店と商店街は長期低落化の道を歩みました。さらに、1995年の第2次流通革命が起こると、流通の主役は専門店(都市立地の専門店とSCのモール専門店)とRSC(リージョナル型SC)に取って変わり、GMSとCSCは長期低落化の道を歩み始めました。

結果的に見ると、この2つの流通革命では、大変革が起こり、流通の主役が入れ替わっています

それゆえに、脱・井の中の蛙と脱・ゆで蛙の考え方を持たないと第3次流通革命の内容は予測できません。

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