

視点(1869) 流通を学ぶ歴史的思考と国際的思考の2つの視点とは!!

(研究思考と成果の概念編)

1つの分野で適切なる「研究」(メカニズム的に学ぶこと)をするためには、2つの思考概念を同時かつ平行に行うことが必要です。

ここでの2つの思考概念は「歴史的思考」と「国際的思考」です(六車流：流通・マーケティング理論)。

- ①いずれも比較研究であり、垂直型比較は過去と現在の歴史的比較であり、水平的比較は日本と外国との比較です。
- ②さらに、比較には比較の基準となる「基点」があり、例えば歴史的比較の基点は「過去」、国際的比較の基点は「先進国」(流通上)となります。
- ③結果的に、基点との相互比較により「未来が見える」(未来を可視化)することが必要となります。

(1) 歴史的な概念からの研究

歴史は常に繰り返しているため、「賢者は歴史から学び、愚者は現象から学ぶ」という言葉があります。

すなわち、歴史を形で見ると異なっているように見えますが、メカニズムで見ると同じレベルの繰り返しに過ぎません。歴史上の原則の中に「普遍の原則」があります。すなわち、歴史が古いとか新しいといった時代の経過に伴って原則が変化するのではなく、メカニズム的には同一現象で、常に戦略的に適用できる原則があり、その例として「孫子の兵法」や「ランチェスター理論」や「ニュートンの法則」等の経営及びマーケティング分野への応用版があります。

それゆえに、歴史の研究は過去の研究ではなく未来の出来事を予測することになるため将来の計画に結びつけることが可能です。すなわち、SCのリニューアルや開発における将来計画の戦略策定における事例研究(過去のSCのリニューアルや開発・運営における成功・失敗のメカニズム研究)は、まさに歴史的な概念の研究です。

(2) 国際的な概念からの研究

過去の歴史上の出来事を事例研究として将来の戦略に結びつける歴史的な概念以外に、もう1つ重要なのが、国際レベルの現象の中から、自らを比較検討する研究があります。

すなわち、国際的な概念の研究であり、特に先進国の研究をすることにより自国の未来を探索したり、自国と他国を比較してその特性を研究したりすることです。

自国と他国の現状での違いの中に「国情格差」と「経済時差」があります。国情格差は、国の特殊性によって異なる現象であり、未来においても基本的には違いは残ります。しかし、経済時差は、現在は経済のレベルによって現象が異なっていますが、経済レベルが同一水準になると同じ現象が起こることです。SCが、1人当たりのGDPが5,000ドル~10,000ドル社会、車の世帯保有率が30~50%の社会、田舎から都会、都会から郊外への人口大移動社会の3つの条件が揃うとSC時代が到来する現象は経済時差です。

すなわち、流通やSCの過去・現在を先進国の現象から自国のポジショニングを確認すると、今後の流通の未来、SCの未来が見えてきます。

(3) 結論

以上の歴史的な概念と国際的な概念からの研究は、次の2つの思考を導き出します。

①発想力

発想力とは自分にとって初めての発見、あるいは世の中にとって初めての発見が可能となります。この初めての発見のことを発想力と言います。

②メカニズムの解明力

世の中の成り立ち(メカニズム)を、自分にとっての初めてのメカニズムの解明(見抜く)、あるいは世の中にとって初めての解明(見抜く)のことです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之