

視点(1400)

第3次流通革命(2020年)の大変革とは(その1)!!

経済は50年に1回、流通は25年に1回、コンセプト(企業やSCのコンセプト)は8年に1回、Marketing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。

流通の25年周期での大変革は、第1次流通革命が戦後(1945年からスタート)から25年目の1970年に起こりました。第2次流通革命は第1次流通革命から25年目の1975年に起こりました(詳細は「流通とSC・私の視点(1399)」参照)。

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10年、後5年の2011~2025年)に起こることになります。第3次流通革命は現在すでに潜在的かつメカニズム的に起こりつつあります。過去において結果的には流通革命は流通上の主役の交代等の「とてつもない大変革」が起こっています。今後の第3次流通革命も過去と同じように場合によっては過去以上のとてつもない大変革が起こる可能性があります。第3次流通革命(2020年を基軸)を起こす変化要因は次の4つです(六車流：流通理論)。

(1) 戦後3回目の世代交代によるライフスタイル革命

第1次流通革命(1970年が基軸年度)のライフスタイル革命は団塊世代とその前後の世代の昭和ニューファミリーが社会進出(就職と結婚)して、戦前の延長線上の消費スタイルを全く変えました。第2次流通革命(1995年が基軸年度)のライフスタイル革命は、団塊ジュニア世代とその前後世代の平成ニューファミリーが社会進出(就職と結婚)して、昭和ニューファミリーの消費スタイルを全く変えました。

第3次流通革命(2020年が基軸年度)のライフスタイル革命は、新人類ジュニアとその前後の世代の第2平成世代(次の年号が適切、またファミリーではなく、あえて世代とします)です。

現時点(2010年現在)での世代を分類すると次の通りです。

世代	年齢	世代のタイプ	親子関係	基軸世代
第1世代	70~85歳	焼け跡世代を基軸とした世代		(旧世代ファミリー)
第2世代	55~69歳	団塊シニア世代を中心とした昭和ファミリー世代		昭和ニューファミリー
第3世代	40~54歳	2つの団塊世代の“間”の新人類世代		平成ニューファミリー
第4世代	25~39歳	団塊ジュニア世代を中心とした平成ニューファミリー世代		(ファミリーという概念の希薄化)
第5世代	10~24歳	新人類ジュニア世代を中心としたゆとり世代		

第3次流通革命のライフスタイル革命は、第5世代の「新人類ジュニア」(現在は10~24歳ですが、2020~2025年には20~39歳となり社会進出)が基軸となる新しいライフスタイルが形成し、新しい消費スタイルが確立されます。

この新人類ジュニア世代(ゆとり世代と一般的に名付けている)の特性は次の通りです。

- ①新人類ジュニア世代の親に相当する新人類世代(2020年以降は新人類シニア世代になる)は、20~35歳の頃に日本のバブル経済を経験している。日本経済の豊かさの中で青春及び社会進出を果たしている。
- ②新人類ジュニア世代は、生まれながらに携帯電話やパソコン等のデジタル化情報のユビキタス社会の中で育っている。
- ③新人類ジュニア世代は団塊ジュニアの競争教育ではなく、ゆとり教育の中で育っている。
- ④新人類ジュニア世代のファミリー観は結婚しないあるいは結婚しない夫婦などのパーソナル志向が強い。
- ⑤新人類ジュニア世代は、友達や仲間とのコミュニケーションや地球環境への意識が強い。

(流通とSC・私の視点 1401へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁵
代表 六 車 秀 之