

## 視点(2417)

### 流通の起爆時点とシンギュラリティ（特異点）！！

（流通理論編）

流通の大変革は25年サイクル（1970年を時点として1970～1995年までの25年間の第1次流通大変革、1995年を時点として1995～2020年までの25年間の第2次流通大変革、2020年を時点として2020～2045年までの25年間の第3次流通大変革）で起こり、大変革前と大変革後は流通の覇権業態や覇権企業は変遷して、流通の景色は過去の延長線上ではない大変革が起こり、流通上の景色が全く異なります。

この流通の大変革25年サイクルを「起爆点」（Detonation point）と「特異点」（Singularity）の2つの時点から説明します。

ここでの起爆点とは、政治・経済・社会・消費・生活上の変化の根源となる「物理的変化」であり、特異点（以下、シンギュラリティ）とは、その起爆点である物理的変化が新たな概念変化や技術変化を起こし、前の概念や技術により成り立っている人々のライフスタイルを一変させる現象のことです。

＜ライフスタイルを一変させる起爆点とシンギュラリティの変遷＞

	起爆点	シンギュラリティ(特異点)
商店街離れ現象	乗用車の世帯保有数 (1974年に50.0%)	1970年からの車社会の カーショッピングの旺盛時代
モノ(物)離れ現象	心の豊かさ志向比率 (1988年に50.3%)	1995年からの非物販の コト志向ショッピングの旺盛時代
リアル売場離れ現象	スマホの世代保有率 (2012年に49.5%)	2020年からの脱リアルの オンラインショッピングの旺盛時代

#### ①商店街離れ現象

日本の世帯の乗用車保有率は、1970年に32.8%、「1974年には50.0%」（国土交通省調べ）となり、既存の非車立地に依存していた商店街による買物機能はロードサイド立地へ移動し、やがてSCへと進化しました。1970年以降の第1次流通大変革以降は、SCによるシンギュラリティ化が起こり、生活者のライフスタイルは一変しました。商店街は1970年から長期低落化の道を歩み、今や三世代前の業態となり、70%は崩壊しています。

#### ②モノ（物）離れ現象

日本は1955年から大量生産・大量存在・大量販売・大量消費・大量廃棄の時代でしたが、その後、消費の飽和期となり、1988年にモノ（物）の豊かさを上回る「心の豊かさ指数が50.3%」（国民生活に関する世論調査・内閣府）となり、この現象をモノ離れの起爆点と呼び、その後の1995年からの第2次流通大変革以降はモノ（商品の品質や機能性や価格を重視する消費）からコト（体験や体感を楽しむ消費）へと進化し、モノの売上高は1995年から25年間伸びていません（食料品を除くとマイナス20%）。

#### ③リアル売場離れ現象

ここでの売場とは、物理的なリアルな店舗の売場を意味します。日本のスマホの世代保有率は2011年に29.3%、「2012年に49.5%」（通信利用動向調査・総務省）となり、起爆点を超えました。今、日本はアマゾンの進出やコロナショックによるリモート化・オンライン化が急速に進み、まさに電子商取引が急速に拡大し、物販の電子商取引は、現在は8.1%（アメリカ15%、中国30%以上）ですが、近未来（2030～2035年）には30～35%、2050年には50%を超える予測もあります。

まさに脱・リアル売場現象のシンギュラリティが2030～2035年と予測されます。

以上の3つの起爆点現象とシンギュラリティ（特異点）現象が起こり、生活者のライフスタイルを変え、経済・社会・消費・生活・流通の変遷に大きな影響を与えています。

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ  
会長・六車流研所長 六車<sup>むぐるま</sup>秀之