

私が代表を務める(株)ダイナミックマーケティング社主催の「ダイナミック海外流通研究視察ツアー」も33回を迎えました。私も総合コーディネーターとしてツアーに毎回参加しており、同じ都市や同じSCをかなり視察・研究し、その度に、成立のメカニズムを理論化・論文化してきました。そのため、「同じSCや商業施設は、何回も視察しているので知ってしまっているという考えで、私自身、より深い研究・視察をしないこと」が度々ありました。ところが、伝説を超えた男と呼ばれているアメリカの大リーグのイチロー選手が、7年間「毎日同じカレーライス」を食べているということや、「白い巨塔」をDVDで30回以上見ているといったことを聞き、同じことを行ったり、見たり、聞いたりすることが、何か**特別の意味がある**と感じて、今回のアメリカ視察において、もう一度初心にかえって前に何回も見た商業施設を改めてじっくり視察しました(イチロー選手の詳細は、流通とSC・私の視点878~880参照)。

イチロー選手は、同じカレーライスを毎朝食べても「いつもおいしいと感じ、場合によってはカレーライス以外の食べ物を食べていると感じているのではないかと私は推測しています。また、白い巨塔のDVDを30回以上見ても「毎回、おもしろいと感じ、場合によっては異なるストーリーのDVDとして見ていると感じているのではないかと」思います。

すなわち、カレーライスを「舌で感じる」や白い巨塔のDVDを「目で感じる」のではなく、「脳で感じている」からこそ同じことが違って感じるのだと思います。

人間には五感として「見る」(目)、「聴く」(耳)、「嗅ぐ」(鼻)、「味わう」(舌)、「触る」(皮膚)があります。この目、耳、鼻、舌、皮膚の段階では、客観的な感じ方(感覚の指数化が可能)であっても、感じる側の状況によって主観的な感じ方は全く異なります(例えば、好きな人に肌を触られるといい気持ちになり、嫌いな人に肌を触られると嫌な気持ちになります)。

つまり、客観性のある感じ方が、主観性のある感じ方に変わるのは、受け取る人の状況によって異なり、受け取る人の状況の違いは「脳」レベルでの感じ方にに基づきます。つまり、五感で感じることは、単なる感じるという情報の入口なのです。

我々は、アメリカ視察において、変化している物理的現象を「目で見える手法」である**定点観測(変化している変化を目で見える手法)**が一般的でした。しかし、イチロー選手によって、目で見ても変化していない物理的現象を、「脳で見える手法」である**定感観測(変化してない変化を見抜く手法)**があることを知りました。

私は、アメリカから帰りの飛行機の中で、イチロー選手と同じ手法を、同じタイトルの映画を3回見ることにより実験しました。映画の内容は、心臓手術の医者7人チームが、通常6割しか成功の見込みのない手術に連続して成功し、快挙を達成しているという設定で始まります。手術は成功の連続でしたが、次第に何回かに1回、手術が失敗するようになりました。そこで病院側は真相解明のためある人に依頼し、何が原因か突きとめるというストーリーでした。結果的には、その中に1人の犯人がいるわけです。私はこの映画を3回見ました。

一度見ると犯人は誰か分かるので、目で見えるレベルですと2度目、3度目に見ると全く面白くありません。しかし、イチロー選手の反復的行動の中に意味があると考え、違った視点で見ると、驚くことに次から次へと1度目には気づかなかったことが分かりました。2度目以降は、犯人はもう分かっているので、犯人のみに注目して見ると、明らかにこの人が犯人だという行動や表情が見えてきました。しかし、このような暗示的シーンは1度目の時には見えませんでした。

私は、「**反復行動により、目で見えるのではなく、脳で見える手法**」を改めて自分自身の行動に取り入れました。まず、目で見えて知って、目で見えた情報に基づき、次いで脳で何回も見て、自分だけ感じるによって見抜いたことをノウハウ化したいと思っています。この手法を「**不変の中の新**」の手法と名付けました(六車流:流通理論)。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之