

視点(2056)

(SC理論編)

マダガスカル島のキツネザルの多様化及びパンダの竹の美味化(美味しい化)現象とSCとの関係(その2)!!

(流通とSC・私の視点2055より続く)

マダガスカル島のキツネザルが特定の好みの食べ物が飽和状態になると別の食べ物を食べるように進化して、結果的にはDNAが変化し多様なキツネザルが出現する現象を「マダガスカル島のキツネザルの多様化理論」と言います。SCも、特定の適合したマーケットが飽和状態になると別のマーケットを獲得するように進化して、結果的には業態が変化し、多様なSCが出現することを「SCの成熟化によるSC業態の多様化理論」と言います。マダガスカル島のキツネザルもSCも、元々は種類のタイプでしたが、食べ物の多層化やマーケットの飽和・成熟化により進化が起こって多様化し、元のキツネザルや元のSCとは同じキツネザルあるいは同じSCとは思えないような形態になります(キツネザルは80種、SCは37タイプに分類されます)。しかし、キツネザルの生態メカニズムやSCの成立メカニズムは、形は変わっても元々は同じです。

では、マダガスカル島のキツネザルは密林の中の美味な果実以外は、美味しくなく仕方なく食べているのでしょうか。確かに最初は、美味な果実に馴染んでいたもので、それ以外の食べ物は美味しいと感じていなかったかもしれません。しかし、特定の食べ物を長時間食べ続けるとその食べ物に馴染み、さらにその食べ物が美味しくなるようにDNAが変化します。それゆえに、マダガスカル島のキツネザルは、それぞれの“種”のキツネザルが食べている食べ物は、それぞれの“種”のキツネザルにとって美味なのです。しかし、このようになるまでには自ら自分が食べる食べ物が美味になるメカニズムをDNA的に体内に獲得しなければなりません。例えば、「危険な岸壁にある草」や「毒のある木の実」を食べるためには次の3つのプロセスが必要です。

- ①第1のプロセス「危険な岸壁にある草や毒のある木の実を食べ物にするための意識革命と挑戦する精神」
- ②第2のプロセス「危険な岸壁で自由に動ける体形や毒を解消させる胃や腸づくり」
- ③第3のプロセス「そして美味となる舌と脳づくり」

この3つのプロセスを「キツネザルが特定の食べ物を美味とするための行動をカスタマイズ化」と言います。また、別名「パンダの竹の美味化」とも言います。

このカスタマイズ化ができていないと、キツネザルは岸壁から落ちて死に、毒を食べて死ぬこととなります。このカスタマイズ化が、マダガスカル島におけるキツネザルの多様化のためのノウハウなのです。

SC業界においても、SCの飽和期(ほぼSCが行き渡った段階)からSCの成熟期(SCの多様化の段階)に突入しています。SCは今までとは異なるマーケットを創造しなければなりません。そのためには、特定のマーケットにカスタマイズ化(あなたのためのSCづくり)が必要となります。このカスタマイズ化ができていないと、シニア志向のSCにおいて「日本中にシニアが増大している。商圈の中にもシニアが増大している。SCの来館者もシニアが増大し、さらにテナントもシニアMDing化しているのに、SCの売上高は減少している」という現象が起こります。この現象は、マーケットがないのではなく、カスタマイズ化(パンダの竹が美味しい化理論化)していないからです。

食べ物(マーケット)は胃で満腹感を、舌で味(甘い辛い等)を感じ、脳で美味(美味しさ)を感じます。カスタマイズ化するためには、脳の改革(意識の改革)がなければ完成度は高まりません。舌は味のタイプを見分けるだけで、美味であるや美味でないというのを感じるのは「脳」です。脳は生き抜くための挑戦とその維持の中でDNAをも進化することにより、美味でない味を美味に変えます。我々も、SCの飽和期においては新たなマーケットに挑戦しビジネス化するためにはハードルが高いものでも、ノウハウを駆使して新しいマーケットを創出しなければ近未来のSCは飽和期を最後に量・質ともに増大しません。

アメリカでは1980年代のSCの飽和期を「マダガスカル島のキツネザルの多様化とパンダの竹の美味化現象」により克服し、その後はSCの成熟期となり、SCの開発量こそ少ないもののイノベーション志向のリニューアルによって客が斬新なSCと感じるSCが続々と開発されて客の選択肢と買物の満足度が高まっています。日本も、SCの飽和期から成熟期へと2021年から2045年まで進みます。まさに、ニューモダン消費に対応したSC新時代の到来です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之