

孔雀(くじゃく)の羽は雌よりも雄の方が「大きく美しい」のは、雄が雌に選ばれるのに優位になるためです(これを性の選択と言います)。孔雀の雄の羽は、雌より大きく(巨大に見せる)、なおかつ美しく(色彩と目玉模様)見せることで、雌に性的に興味を持たせるために進化したそうです。

しかし、孔雀研究の専門家によると、現在の孔雀の雌は、単に雄の羽の大きさや美しさというレベルで選ぶのではなく、別の特色が決め手となるそうです。すなわち、雄の「美声と鳴き声の連続性」(良い声で長く鳴く)を基準に、良い子孫を残すための番(つがい)を選ぶそうです。かつて必須であった雄の羽が大きく美しいというレベルは定番化し(必要だが、当たり前となり、決め手にはならない=勝ちパターンにはならない)、もはや雄の羽は、雌にとって選択する際の基準とは言えなくなっているのです。

要するに、孔雀社会の雄の魅力(雌が雄を選ぶ基軸)は、次のステップで推移してきたと言えます。

第1ステップは、雄の羽を大きくして雄の魅力を高めた段階

第2ステップは、単に雄の羽が大きいことは定番化し(当たり前になって)、別の視点で、色彩を鮮やかにし、目玉模様をつけて羽を美しくした段階

第3ステップは、雄の羽が大きいことや色彩が鮮やかで目玉模様が際立つことは、他の雄にも一般的になり、定番化して(当たり前になって)しまい、さらに他の視点の「美声と鳴き声の連続性」を加えた段階

このように、孔雀の雄の社会において、異質化 定番化 異質化のサイクルが繰り返され、進化しています。また、孔雀の雄が、他の雄の中で異質化するために2つの手法があります。

第1の手法は、同じレベルの中で異質性を極める手法です。例えば、孔雀の雄が羽をより大きくする、色をより鮮やかにする、目玉模様をより多くするといったことです。

第2の手法は、同じレベルの中で異質性ではなく、新たな視点で異質性を追求する手法です。例えば、孔雀の雄の羽の大きさを競う段階で、羽の色彩や目玉模様という異なる次元で異質性を探索したり、羽の色彩や目玉模様の数を競う段階で美声と鳴き声の連続性という異なる次元での異質性を探索したりすることです。

第1の手法は、同じレベルでの進化であり、既存の基準の中で極めることから「より強化の進化」と呼びます。第2の手法は、異なるレベルへの進化であり、今までにないものを探索することから「発想の違いの進化」と呼びます(六車流：流通理論)。

流通理論に喩えると、1980年～1990年代の前半においては、客から見たS M業界の魅力は「鮮度感」でした。それは、鮮度の低いS Mが多かった時代、鮮度の高さは異質性であり、成果(売上)が伴いました。ところが、今、鮮度が低いS Mは特定の店を除きほとんどありませんし、新鮮であることは定番化(当たり前化)し、勝ちパターンではなくなっています。今のS M業界での勝ちパターンは「できたて感」、「グルメ感」、「ライブ感」、「健康感」、「熟成感」であり、「鮮度感」ではありません。S M業界における「鮮度感」や「品揃え感」は、孔雀の雄の羽の「大きさと美しさ」のレベルであり、今となっては雌にとってなんの魅力も感じられないことと同じです。それに代わって、できたて感、グルメ感、ライブ感、健康感、熟成感、孔雀の雄の美声と鳴き声の連続性に相当します。

流通理論の「核要素」(人を集める要因)は、アメリカの1970年代以前(日本の1980年代以前)は「ワンストップショッピング&コンパライズンショッピング」であり、その中で「1核八コ型S C」から「2核モール型S C」、さらには「多核・複数モール型S C」へと、いわば「より強化の進化」が行われてきました。次に、アメリカの1980年代(日本の1990年代)の核要素は発想の異なる「広義のバリュー」であり、その中で「ディスカウント」(安さ)から「リーズナブル」(割安感)、さらに「バリュー」(お得感)へと、「より強化の進化」が行われました。その後、アメリカの1990年代(日本の2000年代)の核要素は発想の異なる「エンターテインメント」であり、その中で「シネマコンプレックス」、「ゲームセンター」、「レストラン」、「キッズパーク」による「より強化の進化」が行われました。さらに、アメリカの2000年代(日本の2010年代)の核要素は発想の異なる「コミュニティ&コミュニケーション」(交流の場づくり)であり、その中でプレイスメイキングも「空間の場づくり」から「居心地感の場づくり」、さらに「絆の場づくり」へと「より強化の進化」が行われています。

このように、進化は「より強化の進化」と「発想の違いの進化」が繰り返し行われ、世の中の変化に対応しているのです。つまり、孔雀の進化と流通理論には共通性があるのです。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之