

価値革命(バリュー革命)は、20~25年の流通変革期(過去の延長線上では通用しない時代)に起こる現象で、顧客から見た価値(品質/価値)が2倍に向上することを意味します。

価値(バリュー)とは、次の算式で表現されます。

$$\left(\text{価値(バリュー)} = \frac{\text{品質(クオリティ)}}{\text{価格(プライス)}} \right)$$

すなわち、顧客から見た価値が2倍に向上するという事は、「品質が一定で価格が半分」になるか、「価格が一定で品質が2倍」になるかの2つの考え方があります。いずれにしても、「ある時突然、顧客の商品に対する価値認識が飛躍的に向上(2倍に)する流通現象を価値革命」と言います。

この価値革命は、2つの流通経済現象が同時に起こることにより生じます(六車流：流通理論)。

①買物の学習経験の終焉が起こった時

買物の学習経験の終焉とは、ある時代の生活者が持つライフスタイルを確立してきた“物やサービス”が「タンスの中に一杯状態」となり、もうこれ以上買う物がないという段階のことをいいます。

日本では1980年代後半に起こり、この段階の買物の学習経験の終焉の主役は「団塊世代を基軸とする昭和ニューファミリー」、さらに2000年後半に起こりつつある(実は2010年台前半に起こる予定だった)買物の学習経験の終焉の主役は「団塊シニア世代を基軸とする平成ニューファミリー」です。昭和ニューファミリーも平成ニューファミリーも、ライフスタイルの「レベル」と「内容」と「様式」は異なりますが、自分たちの一定の満足基準を達成し、今までの買物の学習経験の繰り返し及びレベルアップの段階が終焉し、タンスの中が満杯の状態になったことを意味します。

②経済大不況が起こった時

経済大不況とは、単なる景気循環ではなく、何十年かに1度起こる経済恐慌です。日本では1991年に日本独自のバブル経済の崩壊が起こり、株価は5分の1、地価は10分の1になり、今までの経済活動が通用しなくなりました。また、2008年にアメリカ発(サブプライムローンとリーマンブラザーズ倒産による世界大不況)のバブル崩壊が起こり、株式及び金融資産が大暴落し、2009年4月現在で4,000兆円の資産が失われました。

このように、「買物の学習経験が終焉した時」と「経済大不況が起こった時」が同時に発生すると、価値革命(バリュー革命)が起こります。

日本では過去及び現在に、2回の価値革命(顧客の価値が2倍向上する現象)が起こり、また、起こりつつあります。

①第1次価値革命

1980年代後半(1986~1990年頃)の昭和ニューファミリー(昭和ニューファミリーが40~50歳の頃)の買物の学習経験の終焉した時と、日本のバブル経済が崩壊(1991~1993年)した時が重なって、第1次価値革命が1991~1994年頃に起こり、顧客の価値認識は2倍(価格が半分か品質が2倍)に高まりました。

②第2次価値革命

本来ならば2011~2014年頃の2010年代前半(第1次価値革命から20年目)に、平成ニューファミリーが40~45歳の頃に起こる予定でしたが、アメリカのバブル崩壊による世界大恐慌により、日本においても2008~2010年は大不況となる可能性があり、まさに、平成ニューファミリーの買物の学習経験の終焉と世界大恐慌が重なり、第2次価値革命が起こっています。

私は今まで、経済は50年に1回、流通は25年に1回、コンセプトは8年に1回、MDingは3年に1回、過去の延長線上の概念では通用しなくなると言ってきました。ここで1つ修正したいと思います。流通は25年に1回を20年に1回に修正します。日本の流通経済は1950年(日本独自の経済の出発年度)→1970年(大量消費社会の到来と買物の学習経験後の始まり)→1990年(バブル経済の崩壊と新買物の学習経験の始まり)→2010年(大恐慌と新買物の学習経験の始まり)の20年サイクルが正しいようです。

(流通とSC・私の視点 1083へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六 車 秀 之