

第230回 令和8年5月18日（月）

「選択が減っていく」

私が子どものころは「八百屋さん」「果物屋さん」「お肉屋さん」など、様々な専門店がありました。当たり前のことですが豆腐を買いに行くのは「お豆腐屋さん」で、それ以外のお店ではお豆腐は買えません。

必然的に買い物は頭の中でシミュレーションして、「お豆腐屋さんから八百屋さん、最後にお肉屋さん」と経路を考える必要があります。ある程度商店街と呼ばれるお店が固まっているエリアがあったので、それほど不便ではなかったものの、何件も回ることは日常茶飯事でした。

やがてスーパーができました。食材も衣類もほとんど揃うようになります。そこに行くことで大抵のことは済んでしまうので、経路を考える必要はなくなりました。それと同時に買い物に余裕ができます。すると何が起きるかという、計画になかった欲しいものを買ってしまうようになります。一度買って便利だと手放せなくなります。こうして家の中にモノが増えていくわけです。

現代はネットで何でもそろってしまいます。スーパーに行く手間すらなくなるので、なおのこと余計なものに目が行くようになります。お店を選び、どのように買いに行くか選択する必要がなくなったかわりに、より多くの商品を見ることになり、より多くの選択をすることになってしまいました。実際はそれが無くても生活ができるという商品ばかりが家の中にあふれるようになってしまいます。

人間は便利になって時間を効率的に使えるようになったと思うかもしれませんが、実はつくられた余剰時間のほとんどは非効率的な買う必要のない商品の宣伝に奪われています。いまや買い物はネットでクリックするだけの時代です。さらに余剰時間ができ、多くの人があてもなくネット空間をさまようことになります。

さらにアルゴリズムといってAIがその人の興味のあるものを次々と勧めてきます。通販のセールスマンが常にそばにいるようなもので、欲しがりそうなものを休みなく見せられ、さらにセール終了まであと3日とか、80%オフ（本当の値段は良く知らないのに）とかの表示で「いますぐに買う」ことを求められます。買うのは親指でクリックするだけ、その場でお財布を開くこともないので意志の弱い人はあっという間に買ってしまうでしょう。

昔のように買うことに対して「不便」になることが必要な気がします。そのうち注文していなくても欲しがりそうな商品はお試して届く時代が来るかもしれません。それを拒絶できる強い心が持てるかどうか、不安に思います。