

視点(2411)

マーケットデザイン理論と消費とモビリティ!!

(流通経済編)

(1) 適正による経済・消費現象

21世紀の経済は、本格的には2021年の第3次流通大変革からスタートします。2001~2020年までは20世紀の経済の「大量生産・大量在庫・大量販売・大量消費・大量廃棄」の延長線上のポストモダン消費経済(モダン消費からニューモダン消費までの低迷消費経済)で、本来の21世紀の経済ではありませんでした。

21世紀型のニューモダン消費経済は「**適正数量**」「**適正価格**」「**適正品質**」「**適正場所**」「**適正経路**」による「**適正在庫(最少在庫)**・**適正廃棄(最少廃棄)**」の経済循環システムです。

消費はモノ離れが進み20世紀型経済(モダン消費やポストモダン消費経済)の物(財)を基軸とした経済発展は、発展途上国や新興国でないと通用しません。先進国は次の3つのモノ離れが**過去**(第1次モノ離れ)、**現在**(第2次モノ離れ)、**近未来**(第3次モノ離れ)に亘って進行中です(詳細は視点2405参照)。

①第1次モノ離れ現象(1988年を基軸とした量的モノ離れ)

物理的欲求の希薄化によるもうこれ以上モノは必要ないと感じる概念のモノ離れで、第1次モノ離れ以降は物の数量減少と価格の低下を招くモノ離れ現象

②第2次モノ離れ現象(2010年を基軸とした質的モノ離れ)

従来のモノの所有という概念が希薄化して、フリーサービス、シェア、サブスクリプション、リース、リユース…等の非所有や再生という概念の消費の旺盛によるモノ離れ現象

③第3次モノ離れ現象(2021年から基軸となる適正という概念のモノ離れ)

適正数量と最少廃棄による環境に配慮した持続可能性のある消費やAIやIoTによる売り手と買い手のマッチングが適正な消費を導くことによるモノ離れ現象

(2) 適正によるモビリティ現象

同時に適正の概念の経済・消費は、モビリティ(移動)の概念に影響を与えます。モビリティの内容と変化は次の通りです。

モビリティのタイプ	内 容	
人流 (人のモビリティ)	移動としての人流	近未来へ向かってマイナス“大”
	交流としての人流	近未来へ向かってプラス“中”
物流 (物のモビリティ)	生産財としての物流	近未来へ向かってプラス“少”
	消費財としての物流	近未来へ向かってプラス“中”
金流 (金のモビリティ)	現金としての金流	近未来へ向かってマイナス“大”
	デジタル貨幣としての金流	近未来へ向かってプラス“大”
知流 (情報のモビリティ)	コンテンツとしての知流	近未来へ向かってプラス“大”
	リモート化による知流	近未来へ向かってプラス“大”

近未来は「通勤」「商談」「会議」…等のビジネス・モビリティのトリップ数は、リモート化(遠隔化)により30%減少(未来の2045年には50%の減少)と想定されます。同様に「買物」「飲食」…等のショッピング・モビリティのトリップ数及び買物割合は、オンラインショッピング(ネット通販等)により30%減少(未来の2045年には50%の減少)となることが想定されます。

(3) マーケットデザイン理論による適正現象

今までのマーケットでのマッチング(売り手と買い手のマッチング)は、自由競争の中で「見えざる手」により自然適合する傾向がありました。しかし、21世紀のニューモダン消費は**賢い消費を基軸**とする売り手と買い手のエビデンスに基づく**適正理論**によって**ブルーオーシャンマーケット**(売り手が互いの得意分野を發揮することによる棲み分けで、非対称の立場の買い手を満足させる適正マッチング)が確立されます。

このブルーオーシャンマーケットのエビデンスとなるツールは「地球・社会・地域・人間を取り巻く環境の持続可能性とAIのアルゴリズムによる科学的根拠」の2つです。

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
会長・六車流研所長 むぐるま 六 車 秀 之