

流通とSC・私の視点

2012年12月22日

視点(1671)

産業革命・モジュール化・メイカームーブメントへのモノづくりの進化!!

(流通経済編)

18世紀中頃(1970年代中頃)から始まった産業革命は、20世紀型の消費である「大量生産→大量販売→大量消費」の経済プロセスにより、我々の生活を飛躍的に豊かにしました。この経済システムが20世紀(1900年代)になり、アメリカで消費革命・車革命が起こり、SCを基軸とする生活大国が形成されました。大量生産されたものが植民地マーケットではなく自国民の消費に向けられ、自国民の生活が豊かになる経済システムが20世紀型のモノづくりでした。このような消費を「**モダン消費**」(モノを買い、モノを消費し、モノを使用し、モノを所有することの連続性が喜びとなる生活向上志向の消費)と言い、アメリカで発生し、第2次世界大戦後の日本へと輸出され、その消費の買い場の基軸となったのがSCです。それゆえに、私は「**SCは平和産業**」と呼んでいます。また、高度なモノづくり技術と洗練された消費を見事に融合させ、世界有数の生活大国をつくり上げたのは日本でした。

しかし、1946年から始まった高度なモノづくり技術と洗練された消費が見事に融合した日本の経済システムも50年を経過した1995年頃からうまく機能しなくなりました。これは「**経済変革50年説**」(経済は50年単位で過去の延長線上の概念では成長しなくなるという説・コンドラチェフの理論)により、1988年の日本のモノ離れ経済、そして1991年からのバブル崩壊によりモダン消費は終焉(ポストモダン消費の始まり)しました。その後の日本は1991~2012年の現在までの20年間、GDPは名目では成長していません。

そこで、モノづくりの技術を歴史的に解明すると次のようになります(六車流:マーケティング理論)。

第1段階	産業革命	前半	蒸気機関や鉄道…等
		中・後半	電気、内燃機関、上水道の屋内配管、通信、化学、石油…等
第2段階	コンピューター&ロボット革命	コンピューター、インターネット、携帯、ロボット、AI…等	
第3段階	モジュール革命	独立性の高い小さな要素(モジュール)を組み合わせた製品設計・製造システム	
第4段階	メイカームーブメント革命	インターネットにつながるデジタル工作機械による製造革命(新産業革命とも呼ぶ)	

日本は、第1次段階の産業革命でアメリカに追随しながら技術的にはアメリカを上回り、また第2段階のコンピューター&ロボット革命でハード面ではアメリカと同等あるいは上回るレベルでしたが、コンピューターのソフト面ではアメリカに負け、さらにモジュール革命においては後進国(韓国や台湾、場合によっては中国)の後塵を拝しています。今、日本の企業はモノづくりの第2段階で、日本の企業独自のノウハウを活かして巻き返しを計っています(日本の企業は、過去10年で取られたモノを今後10年間で取り戻す作戦を展開中)。

今、さらに第3段階である「**メイカームーブメント革命**」が起こりつつあります。

このメイカームーブメント革命(製造業革命)は、Chris Anderson氏(クリス・アンダーソン氏)がネットが「モノづくりを変える」という新産業革命を提唱しています。

Chris Anderson氏は次のように日経新聞の2012年11月14日号で語っています。

「今までのデジタル革命は、パソコンやスマートフォンのスクリーン上、つまり2次元の世界で進んだ。これから始まる革命は3次元、すなわちモノづくりを変えることになる。インターネットにつながった3D(3次元)プリンターやレーザーカッターといった卓上サイズのデジタル工作機を使って、これまで大企業しかできなかったモノづくりが、一般の人にもできるようになった。それまで表現手段を持たなかった一般の人々がメディア企業や映画会社と同じように、自分達がつくったコンテンツやソフトウェアを市場に届けられるようになった。それと同じ民主化が製造業でもできるようになる。眠っていた膨大な数のアイデアや創造性が流れ込み、新しい市場が生まれる。アマチュアが明日の日本をつくる。だから新産業革命なのだ。」

メイカームーブメントは、**ニューモダン消費をモノづくりという技術面から創出することにもなります。**

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六車秀之