

流通とSC・私の視点

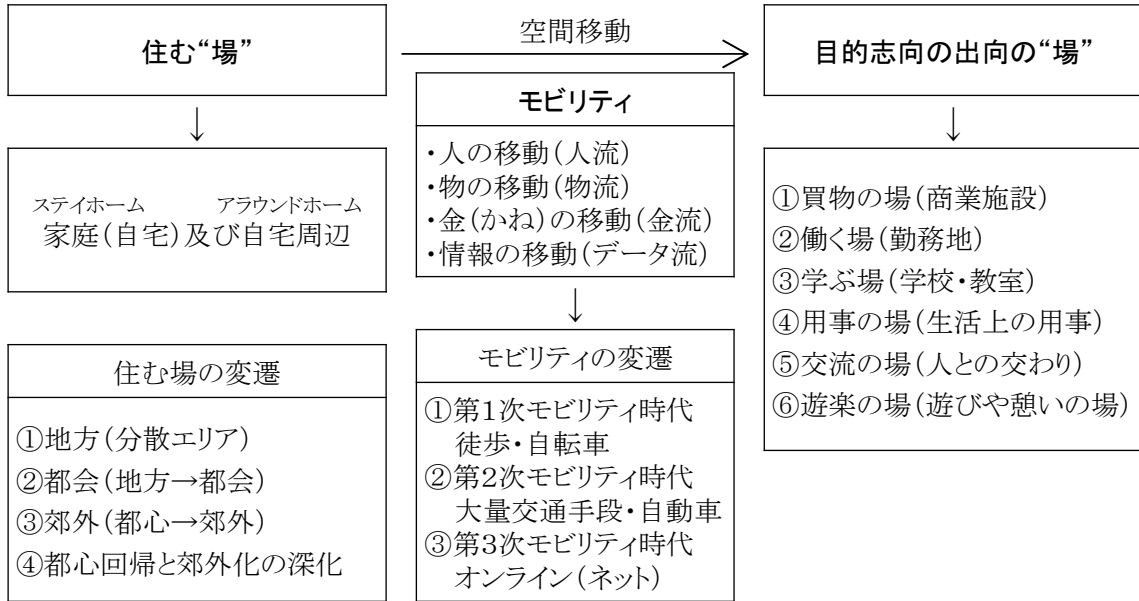
2020年5月5日

視点(2343)

モビリティのオンライン化とライフスタイルの変化!!

(ICT&ネット市場編)

我々の社会のモビリティ（空間の移動）は「住む“場”」と「目的志向の出向（出かける）の“場”」を結びつける機能です。今まではフィジカル空間（リアル社会）の中でのモビリティが中心でしたが、現在及び今後はサイバー空間（デジタル社会）が加わり、移動手段の機能アップ（コスト及びタイムパフォーマンスの向上）がなされます。概念的には次の通りです。



今（2020年）、コロナショックにより、モビリティ空間が非接触志向により「第3次モビリティ時代」へと加速（長期的なトレンドであったが、コロナショックにより10～15年の前倒し現象）しています。第3次モビリティ時代はオンライン化したモビリティであり、次の通りです。

- ① **ダイレクト・モビリティ** → 提供者はユーザーに直接対応
- ② **リモート・モビリティ** → 提供者はユーザーに遠隔操作対応

以上の結果、次のような効果が生じます。

- ① 提供者のユーザーへの**提供対象が非モノ**（モノのサービス化）のウエイトが著しく高まります。
- ② ユーザーの直接（ダイレクト）かつ遠隔操作（リモート）であるため、**タイム&コストパフォーマンス**（時間と費用の効率）が著しく高まります。

以下、ダイレクト化及びリモート化の結果をモビリティとライフスタイルに結びつけると次の通りです。

	第1次モビリティ時代	第2次モビリティ時代	第3次モビリティ時代
	徒歩・自転車	大量交通手段・自動車	オンライン
買物の場 (商業施設)	商店街・市場	中心街の 繁華街 郊外のSC	オンライン ショッピング OMO <small>※ Online Merges with Offline</small>
働く場 (勤務地)	自家営業・住職近隣	中心街及びサテライン立地	テレワーク
学ぶ場 (学校・教室)	家庭内 教育	学校・大学	オンライン授業

以上のように、第1次モビリティ時代は「近隣接触型」から第2次モビリティ時代は「遠方接触型」へ、さらに第3次モビリティ時代は「非接触型（オンライン接触型）」に変化します。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之