



オルタナティブ 文明論

田坂広志

「享受型経済」から 「参加型経済」への進化

さて、資本主義の経済原理に起こっている第四のパラダイム転換は、「享受型経済」から「参加型経済」への転換である。

これまでの経済においては、「生産者」と「消費者」という言葉が使われ、生産者(企業)は、新たな商品やサービスを開発し、生産し、販売する立場であり、消費者(顧客)は、その商品やサービスを、受動的に購入し、消費し、享受する立場に置かれてきた。

しかし、ネット革命が社会と経済の隔々に浸透するに従い、この「生産者対消費者」という構図が、いま大きく変わりつつある。

なぜなら、近年、ネット革命によって、消費者が、商品やサービスの開発、生産、販売、さらには、マーケティングにも参加するようになってきたからである。

例えば、いま、ネットの世界では、企業と消費者が一つのコミュニティに参加し、消費者が提案する新たな商品のアイデアを、企業が具体的な製品として実現するという「プロシューマ型開発」が広がっている。

この「プロシューマ」とは、「プロデューサ」(生産者)と「コンシューマ」(消費者)の合成語であるが、かつてアルビン・トフラーが、1980年に『第三の波』という著作において提唱した概念である。それが、ネット革命によって、いま実現しているのである。

また、やはりネットの世界で広がっている「集団購入」(Group Purchase)。これは、例えば「100個まとめて購入すると、2割引きにする」という条件を企業が提示し、消費者が声を掛け合って、購入希望者を募り、集団購

入するというものである。これは、ある意味で、消費者が商品の営業と販売に参加する方式であるといえる。

さらに、ネットにおける「アフィリエイト」。これは、影響力のある消費者が、自身のブログなどで好きな商品を他の消費者に紹介し、それが商品の売上に結びつくと報償を得るという方式であるが、これは、消費者が商品のマーケティングに参加する方式といえる。

このように、いま、ネット革命によって、消費者が、「新たな商品やサービスを受動的に享受する」という従来の立場から脱皮し、「新たな商品やサービスの開発、生産、販売、マーケティングにも能動的に参加する」という存在へと進化し始めているのである。

そして、この消費者の進化を通じて、経済もまた、従来の「享受型経済」と呼ぶべきものから、「参加型経済」と呼ぶべきものへと、大きく進化を遂げ始めている。

しかし、この「参加型経済」への進化は、実は、これから始まるさらに大きな進化の序曲にすぎない。

なぜなら、この「参加型経済」は、社会における「民主主義」という言葉の意味を、根本から書き換えていくからである。

次回、そのことを語ろう。

たさか・ひろし 81年東京大学大学院修了。工学博士。87年、米国バテル記念研究所客員研究員。90年日本総合研究所の設立に参画。取締役・創発戦略センター所長等を歴任。00年多摩大学大学院教授に就任。同年シンクタンク・ソフィアバンクを設立。03年社会起業家フォーラムを設立。08年世界経済フォーラム(ダボス会議)のGlobal Agenda Councilのメンバーに就任。著書に「目に見えない資本主義」「未来を予見する5つの法則」など50冊余。



Illustration : Hattaro Shinano