

## ◆巻頭言◆

### アウトカム経済の時代 その1

日本ナレッジ・マネジメント学会専務理事 山崎 秀夫

2015年1月に実施されたスイスのダボス会議以来、「アウトカム経済」という用語がグローバルに注目され始めている。60年代の昔、マーケティング学者のセオドア・レビット（元ハーバード大教授）が1968年に出版した書籍「マーケティング発想法」の中で提唱した概念である。彼は「ドリルを買いに来た消費者が欲しいのはドリルではなく、空いた穴である」と述べた。大切なのは「モノそのものではなくモノを稼働させたサービスの結果だ」という意味である。「アウトカム経済」とは結果に対する支払の経済と言う意味である。その後「アウトカム経済」の実現は長らくマーケティングの理想論とされて来た。それがIoT時代の到来で可能となったのである。最近ではモノ支配論理からサービス支配論理へのモノ作りの移行（モノよりコト）と言った見方も広まっている。

一方「アウトカム経済」は企業による商品の提供法だけではなく、人の働き方にも大きな影響を与え始めている。一言で言えば働き方が雇用からフリーランスに代表される自律型に変化し「仕事そのものがサービス要素の強いものに変化」している点である。繰り返せば「企業の商品提供の仕方も仕事そのものもサービス要素が非常に強くなっている」点である。それと同時に社会貢献要素も強まり始めている。（この点は次回以降で述べる）

注目すべきは2016年の米国大統領選挙である。黒人のオバマ大統領が誕生した2008年の大統領選挙では「オバマ候補が提唱した草の根の5ドル献金」がその後のクラウドファンディングの仕組みの台頭に大きな影響を与えた。一方2016年の米国大統領選挙では、ヒラリー・クリントン民主党候補が雇われない働き方（フリーランスによるサービス）を武器に台頭しているスマートフォンから呼ぶハイヤー企業のUberを「米国中間層の所得減の原因」として批判した。一方ジェブ・ブッシュ共和党候補は、フリーランスのビジネスに道を開くUberのような形態はビジネスモデルの革新であり、米国の誇るべきイノベーションとして絶賛している。注目すべきは2012年にアプリをリリースし、スマートフォンで呼び出すハイヤーのサービスを展開したUberは、わずか3年足らずで米国大都市のタクシーサービスの半分の市場シェアを獲得した点である。雇用の視点から見れば雇われない働き方のUberが、雇用された正社員がサービスするタクシー企業の半分以上を駆逐した点にある。

東日本大震災後、国内でも企業に対してフリーランスの個人が仕事を請け負うクラウドソーシング（ランサーズや上場企業のクラウドワークスなど）と言うビジネスが台頭している。但し、消費者に対するサービスはあまり目立っていない。一方米国ではUberのように消費者に直接サービスするフリーランスが台頭を始めている。そしてアマゾンのような大手企業までフリーランスと消費者の間の仲介サービスに乗り出し始めている。ベビーシッターは言うに及ばず、自宅での食事の作成代行やガーデニング、写真の撮り方や結婚式のアドバイス、次はホームメイドのスマートフォンカバーやお菓子の販売などに進む動きをしており、働き方の新しいサービス化の萌芽が様々な形で登場している。

オンデマンド経済とかギグ経済とよばれる働き方の変化は、民主党ヒラリー・クリントン候補の指摘する通り、米国の中間層の所得や今後の経済成長、創造性や社会の在り方に大きな影響を与え始めた。個の自律の手段として90年代は「マスメディアに対抗する個の情報発信」から始まったインターネットだが、21世紀のIoTの時代を迎えて「企業の商品提供の仕方や働き方までサービス型に変え始め」ている。

続く・・・。