

DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

MUJI Life OS への変革

デジタル時代における無印良品の「ルールチェンジ」戦略

株式会社DXパートナーズ提案

2026年1月21日





⚠ 現状分析

アナログビジネスの限界

現在の位置づけ

無印良品は「アナログ時代の、アナログを前提にしたビジネス」の域を出ていません。

デジタル活用の実態

MUJI passportなどの取り組みは「ゲームチェンジ(戦術)」に留まり、ビジネスモデルの根幹は変わっていません。

成長の限界

店舗数拡大による「リニアな成長」は、人口減少と物理的制約により限界を迎えています。

迫りくる3つの脅威



アマゾン・エフェクト

デジタル破壊者による市場浸食。ネットワーク効果で圧倒的な成長を続けるAmazonに、価格と利便性で対抗できません。



顧客接点の喪失

生成AI時代の「無選択型意思決定」により、AIプラットフォームに顧客との直接接点を奪われるリスクがあります。



物理的成長の限界

固定費増大と在庫リスクから逃れられず、外部環境の変化に脆弱なままです。

MUJI Life OS という答え

「小売業」から「生活インフラ業」へのルールチェンジ。顧客の暮らしそのものをマネジメントし、最適化する「オペレーティングシステム」を提供します。

デジタルと生成AIを前提とし、コミュニティ共創型の新しいビジネスモデルです。



生活のOS化

暮らし全体を支えるプラットフォーム



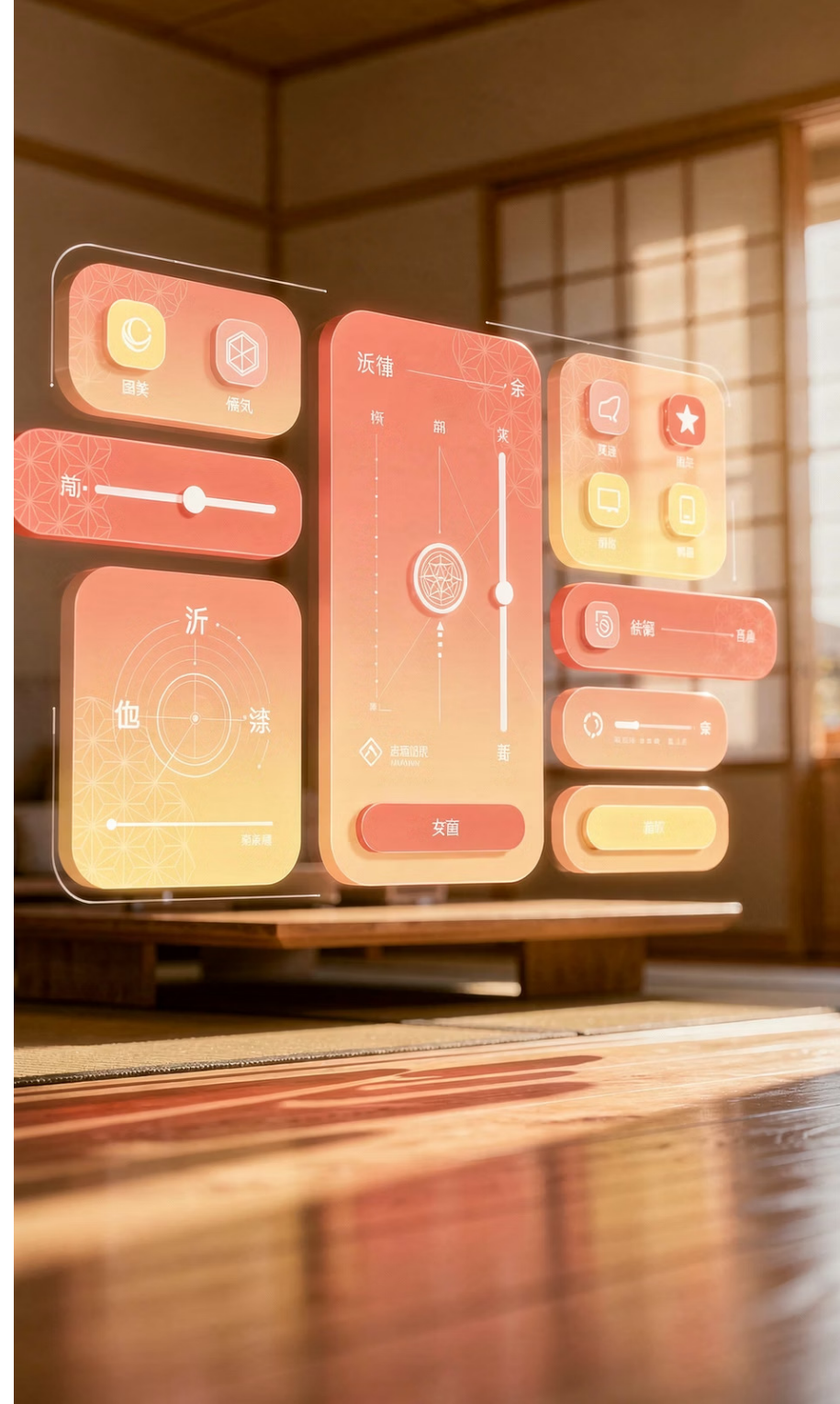
AI執事

無選択型の意思決定支援



価値共創

コミュニティによる知恵の循環





ホーム・デジタルツインの構築

01

スキャン

スマホカメラで部屋を撮影するだけで、アプリ内に自宅が3D再現されます。

02

管理

所有している無印製品、消耗品の在庫、家族構成などのライフログデータを蓄積します。

03

最適化

生成AIが生活パターンを学習し、先回りして最適な提案を行います。

ツインターボエンジンによる 価値創造

ターボ1: 生成AIコンシェルジュ

「そろそろ洗剤が切れます」「この隙間に合う収納はこれです」「冷蔵庫の食材でこの料理が作れます」

顧客の意思決定コストを極小化する**無選択型提案**を実現します。

ターボ2: コミュニティ共創

熟練ユーザー「ムジラー」が収納術や活用法を投稿。不要になった製品をユーザー間で売買・譲渡できる公式C2Cプラットフォーム。

ネットワーク効果により、価値が自己増幅していきます。



新しい収益モデル



物販収益

従来の商品販売に加え、AIが提案する「セット販売」で客単価を向上させます。



サブスクリプション

「MUJI Pass」による家具・家電レンタル、消耗品の自動補充、配送定額制で継続収益を確保します。



プラットフォーム手数料

C2C売買や地域生産者からの出品に対する手数料収入を得ます。



データ活用益

蓄積された生活データを、不動産開発や新商品開発に還元します。

競合との差別化ポイント

競合	強み	無印良品の優位性
Amazon	圧倒的な品揃えと物流	選ばない快適さ と思想への共感、リアル店舗体験
Snow Peak	キャンプコミュニティ	日常すべてが領域、高頻度の接点
IKEA	家具の循環システム	コンパクト&モジュール で細かい粒度のデータ取得
Mercari	C2Cプラットフォーム	公式の安心感 と認定中古品の品質保証

3つの競争優位性



圧倒的な信頼

「嘘がない」「環境に良い」という強いブランド信頼が、プライベートな生活データを預ける心理的ハードルを下げます。



物理店舗網

全国の店舗がC2C受け渡し場所、リペア拠点、コミュニティ会場として機能します。



垂直統合力

自社で企画・製造するため、リサイクル素材活用や長寿命設計を製品レベルで実装できます。

ルールチェンジャーになる時

「ゲームチェンジ」では、未来は守れません。今こそ、「ルールチェンジ」に踏み出す時です。



無印良品が提供しているのは、単なる商品ではありません。「感じ良い暮らし」という生活のOSそのものです。

デジタルを前提とし、AIを相棒にし、コミュニティと共に成長する。競合のいない広大なブルーオーシャンが、その先に広がっています。