

視点(1754)

モノ離れ現象と消費経済(その1)!!

(流通経済編)

日本ではGDP(国内総・粗付加価値)の60%(285兆円÷471兆円=60.5%)が民間最終消費支出です。アメリカはさらに多くGDPの70%が民間最終消費支出です。このように、消費の増加はGDPの成長に大きな影響力を持っています。また、小売販売額のGDPへの寄与率は30%(138兆円÷471兆円=29.3%)、小売関連販売額(小売業と一体となって販売されている消費であり、例えば飲食や生活サービスの一部等)のGDPへの寄与率は40%(185兆円÷471兆円=39.3%)です。

同じく小売販売額の民間最終消費支出の寄与率は(138兆円÷285兆円=48.4%)、小売関連販売額の寄与率は65%(185兆円÷285兆円=64.9%)となっています。

日本は1979年頃からモノ離れ現象が起こり始めて**1988年にモノ離れが定着**しました。ここでのモノ離れとは内閣府「国民生活に関する世論調査」による「**生活面で心の豊かさを重視する国民がモノの豊かさを重視する国民を越えた時点をモノ離れ時代の到来**」と呼んでいます。1988年にモノ離れが起こった後に必然的に「バブル崩壊」(1991年)が起こり、「**真正モノ離れ時代**」となり、その後、経済的に低迷経済の時代が訪れます。

すなわち経済は成長とともに「**ドリーム経済→モノ離れ→バブル経済→バブル経済崩壊→その後余韻経済を経て低迷経済**」となります。日本ではこの一連の経済現象は1960~1988年までのドリーム経済(モダン消費経済)、1988年のモノ離れの定着、1985~1990年までのバブル経済、1991年のバブル経済の崩壊、1991~1996年までの余韻経済、1997年以降の低迷経済となりました。

アメリカでは1945~1969年までのドリーム経済、その後の1970年にモノ離れが定着し、1971年のニクソンショックの後に1970年代の余韻経済、1980年代の低迷経済が20年間続き、その後1993年からICT(情報通信技術)と金融資本の一体化や2001年からの不動産と金融資本の一体化した金融経済によって景気が回復しました。

韓国では1980~2005年までのドリーム経済、2005年のモノ離れの定着、2005~2007年までのバブル経済、2008年のリーマンショックによるバブル経済の崩壊、その後、2009年~現在まで余韻経済さらに低迷経済へと続いています。

では、モノ離れ現象とはどういうことなのでしょう？モノの消費という観点から経済を見ると、次の4つのタイプに分類されます。

①プレモダン消費の定義

最低限の生活を維持するための消費であり、生活の“喜び”とは無関係な消費です(別名：19世紀型の消費と呼びます)。

②モダン消費の定義

広義のモノである「商品」「サービス」「遊び」「情報」「コンテンツ」を買うことにより「着る」「食べる」「使用する」「所有する」ことの連続性に“喜び”を感じる生活向上志向の消費です(別名：20世紀型の消費と呼びます)。

③ポストモダン消費の定義

モノ離れ後に、モダン消費対応の広義のモノ(商品、サービス、情報、コンテンツ)を、モノ自体の魅力でなく「既存のモノをより安くすることによる消費促進」(バリュー性の付加)や「既存のモノに新たな購買動機や出向動機を誘発することによる消費促進」(コトの付加)で再度買う意欲が起こり“喜び”を感じる生活維持志向の消費です(別名：20世紀と21世紀の過渡期型消費と呼びます)。

④ニューモダン消費の定義

モダン消費対応の広義のモノ(商品、サービス、情報、コンテンツ)を買うことが「嫌になる」レベルの「新しい切り口のモノ」や「今まで存在しなかったモノ」を買うことで“喜び”を感じる生活創造志向の消費です(別名：21世紀型の消費と呼びます)。

(流通とSC・私の視点1755へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之