

流通とSC・私の視点

2013年9月5日

視点(1755)

モノ離れ現象と消費経済について(その2)!!

(流通経済編)

(流通とSC・私の視点 1754 より続く)

モダン消費経済とニューモダン経済の間にかかる現象が「モノ離れ消費経済」です(この間をポストモダン消費と言います)。モノ離れの後は、モノに対する消費が著しく減少します。

モノ離れが起こった後の経済は低迷経済(先行きが見えず低成長経済)になります。GDPで見ると次の通りです。

	1992年 (バブル崩壊直後)	2011年 (現在)	変化 (額)	変化 (率)
G D P	471兆円 (1997年523兆円)	470兆円	▲1兆円 (▲53兆円)	▲0.2% (▲10.1%)
民間最終消費支出	272兆円 (1997年290兆円)	285兆円	+13兆円 (▲5兆円)	+4.8% (▲4.6%)

日本経済は1991～1992年のバブル崩壊時期からほとんど伸びていません。20年間、日本経済は現状維持を続けました。これを**失われた20年**と呼び、さらに1997年からデフレ経済となり、これを日本の**15年間のデフレ経済**と呼んでいます。

理論として「経済が停滞したから消費が伸びなかった」あるいは「消費が伸びなかったから経済が停滞した」との「鶏が先か卵が先か」の考え方がありますが、私は産業革命以来(18世紀～19世紀)の大量生産・大量販売・大量消費による経済発展の終焉という意味において「**モノ離れが起こり、消費が停滞し、経済が低成長**」となった考え方をしています。すなわち、後進国、発展途上国、新興国を経て「成熟経済」になったことを意味します。**成熟経済国家は、新たな「消費成長ベクトル」としてのニューモダン消費経済を確立しないと経済成長はありません。**その場合でも、モダン消費時代の経済成長の半分(モダン消費経済は10年間で経済が2倍、平均年間7.0%、ニューモダン消費経済は20年間で経済が2倍、平均年間3.5%)となります。ニューモダン消費経済は成熟経済であり、モノを消費することに喜びや執念を持たない消費者が主体となる経済ですので、経済の成長が低下することは理論通りの出来事です。

では、実際のモノの販売統計である「商業動態統計調査」(小売販売統計)で、モノ離れ前(モダン消費経済)の小売業の販売実態とモノ離れ後(ポストモダン消費経済)の小売業の販売実態を示すと次の通りです。

<1972年から1992年までの20年間のモノ離れ前の小売販売額の推移>

	年間小売販売額	伸 び 率	
1972年	28兆円	—	20年間で5.2倍 (年間平均成長9%)
1982年	95兆円	10年間で3.4倍	
1992年	146兆円	10年間で1.5倍	

<1992年から2012年までの20年間のモノ離れ時代の小売販売額の推移>

	年間小売販売額	伸 び 率	
1992年	146兆円	—	20年間で5.5%減少
2002年	132兆円	10年間で9.6%減少	
2012年	138兆円	10年間で4.5%増加	

モノ離れ前のモダン消費時代は、モノを買うことにより「モノを着る」「モノを食べる」「モノを使用する」「モノを所有する」ことの連続性に“喜”を感じる生活向上志向の消費です。モダン消費時代は、まさに産業革命以降の20世紀型の大量生産・大量販売・大量消費の経済です。

それゆえに、モノの生産を基軸とするGDPはモダン消費経済の段階では高成長(年間8～12%)、ポストモダン消費経済の段階は低成長(年間－2～2%)、ニューモダン消費経済の段階では中成長(年間3～4%)が理論値です。

(流通とSC・私の視点 1756へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之