

視点(1758)

脱・デフレ(リフレ)とニューモダン消費の関係!!

(流通経済編)

日本はアベノミクスの経済政策により脱・デフレ(リフレ)を遂行中です。デフレ経済は、100の大きな努力は100の成果が可能ですが、1の努力、3の努力、10の努力等の少ない努力はデフレ経済下では報いられないため経済の底上げができず、100の努力をしたものみの独り勝ち状態の経済となります。

アベノミクスは2015年には3%の名目経済成長率を達成するため2%の物価上昇、1%の実質経済成長を目標としています。いずれにしても「物価の下落を防ぎ」「名目経済成長を達成」しないと脱・デフレ経済とはなりません。

ここで「物価」について経済学的に説明すると次の通りです。物価には、国内の幅広い品目の価格動向の変化を指数化して示す「CPI(消費者物価指数)」と国内物価指数と輸出物価指数の合計から輸入物価指数を引いて出す「GDPデフレーター」があります。GDP(国内総・粗付加価値生産額)を名目GDPレベルでの経済成長とするためには、GDPデフレーターによる物価をプラスにしなければなりません。そのためには、次のことが必要となります。

①需給関係を「需要 \geq 供給体制」として、「需給ギャップ」をなくすことです

②輸入品の物価と輸出品の物価の比較である「交易条件」(輸出物価/輸入物価)を輸出品の付加価値を高めて改善することです。

今、日本は、1988年のモノ離れの定着により「需給<供給」のマイナス供給ギャップが生じています。これはモダン消費の時代であれば需要側に欲しいものが十分に存在しているため、金融緩和政策や財政政策によって需給ギャップを埋める需要創造が可能ですが、消費者が欲しいものがない状態(モノ離れ後の消費)では、いくら政策的に需要をつくり出しても需要ギャップは埋まりません(ケインズ理論の希薄化)。それゆえに、モノ離れ時代には消費者物価はなかなか高まりません。

一方、もう1つの物価上昇の要素である輸出物価を上げようとしても、海外諸国との競争激化により交易条件は高まりません。現在の日本の交易条件は約75%であり、輸出品に「より高い付加価値」をつけないと輸出物価は上がりません。

このように、現在の日本経済は「国内消費物価」と「輸出物価」の2つの物価を高めないとデフレ経済からの脱出はできません。

とはいいいながら、単に消費者物価を上げたのでは国内消費は減少し、ますます需給ギャップが増大します。また、単に、輸出物価を上げたのでは輸出は減少します。その結果、GDPの中の個人消費や輸出が減少し、物価のみならずGDPも減少し、失われた30年(1991~2020年)になってしまいます。

物価を単なる量的な需要と供給の観点からではモノ離れした消費経済の中では物価は上昇せずGDPも成長しません。

どうしても「納得のいく価格設定で物価を上げることが必要」で、そのためには「新たな付加価値の創出が必要」です。

すなわち、モダン消費時代のモノに執着しモノを買うことの連続性に喜びを感じる消費は終焉したため、ニューモダン消費である「今まで存在しなかったモノ」や「新しい切り口のモノ」を需要創造・顧客創造することが必要です。ニューモダン消費は、新しい価値観に基づく「需要の創造」であり、それにより「需要 \geq 供給」の関係が生まれます。また、ニューモダン消費は、価格弾力性が希薄であるため、新たに付加された価値があると、商品は価格の中に吸収され、「客が納得した物価上昇」となります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之