

視点(2003)

(流通経済編)

先進国病としての低成長経済と消費への欲求の希薄化!!

経済はモダン消費時代が一番経済の成長率が高くなり、ポストモダン消費になると低成長経済になり、同時に消費への欲求が希薄化します。

モダン消費が終焉(基本的にはモノ離れが起こった時期以降)した後のポストモダン経済はデフレ経済、ディスインフレ経済、あるいは金融政策によるスタグレーション経済となり、基本的には低成長あるいはゼロ成長経済となります。

そのモダン消費経済からポストモダン消費経済へ移る時のキーポイントは次の3つです。

(1) モノ離れによる旺盛な消費の終焉

モノを買うことによるモノの消費・所有・使用の連続性が喜びを感じる生活向上型の消費経済は次の3つの要因によって終焉します。

- ①タンスの中は一杯状態で、もう生活向上に伴う消費のこれ以上の必然性が低下する。モノの充足化によるモノに対する執着心が希薄化する
- ②短期的な流行戦略による計画的な新陳代謝ではなく、長期的価値(サステイナブルエコノミー)を重視するようになる
- ③モノを含む全ての商品の所有価値から使用価値(リサイクルエコノミーやシニアエコノミー等)へと消費の概念が変化した

(2) 人口動態によるボーナス効果の減少

- ①人口・世帯数の増加から減少時代となり、マーケット自体が縮小した
- ②少子高齢化及び単身化によるファミリー需要減・パーソナル需要増と生活維持・向上の必然的消費が希薄化し、適正消費により無理をする消費が縮小した
- ③生産年齢人口・労働人口・就業者人口の実需消費マーケットが縮小した

(3) 経済と生活の安定化によるイノベーション意欲の希薄化

- ①産業経済及び流通経済の成熟化により経済全体に挑戦的かつハングリー精神が希薄化した
- ②デフレ経済が浸透すると、産業界・流通界での努力の成果が比例的に認められない(努力<成果)ので底上げ経済成長ができなくなった
- ③イノベーションが新規参入者の画期的イノベーション投資から、既存者(企業)の保守的イノベーション投資が中心となり新陳代謝が希薄化した

以上のように、モダン消費経済からポストモダン消費経済へと経済が変遷すると、経済の成立・成功・成長・成果のメカニズムが根本的に変わります。

モダン消費経済時代(発展途上国、新興国の経済レベル)は、モノ経済であり、18世紀半ばから19世紀初期に始まった産業革命の基軸である大量生産→大量販売→大量消費の延長線上であるため、中所得階層(中産階級層)の出現と物欲主義の消費とサブバン&カーライフが一体化したファミリー志向のライフスタイル革命(生活向上に伴うモノ消費の旺盛なライフスタイル)により高度成長が可能となりました。

日本は1960年代から1980年代の終わりまでの30年間は、まさにモダン消費時代でした。しかし、1988年に統計的にモノ離れが終焉し、1991年に日本のバブル経済が崩壊し、1991~1996年を経済的にも消費的にも流通的にも数値的に頂点となり、その後はいわゆるデフレ経済となっています。GDPも500兆円のまま2015年まで20年間同じ水準で、小売業は食品を除くと15%減少しています。

日本は2016年2月現在でもデフレ脱却が数値的に明確に行われていません。

ポストモダン消費時代はモノ離れから始まり、人口動態によるボーナス効果の減少、さらにはイノベーション意欲の希薄化というゼロ成長経済の3本柱により「低迷経済」(低成長かつ迷走する経済)となり、迷いに迷い、のたうち回り、活路を模索する時代です。

今、このポストモダン消費経済から抜け出すために、アメリカは1971年から金融経済化の道を歩み、金融とICT(情報通信技術)と一体化し、ICTバブルを起こし、また金融と住宅産業を一体化させ、不動産バブルを起こし、さらにリーマンショック以降の超質的・量的緩和を行い、金融緩和バブルを起こし、経済体制を維持・発展させようとしてきました。

しかし、金融はゼロサムゲームですので付加価値の創造がないため、本当の意味での経済発展とはなっていません。やはり、脱・ポストモダン消費経済である「ニューモダン消費経済」(新たなモノ創出による好循環経済)への進化が必要です。そのためには流通業界レベルでの広義の商品の新陳代謝を可能にするイノベーション(技術革新)に伴う新・付加価値商品の開発が望まれます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六 車 秀 之