

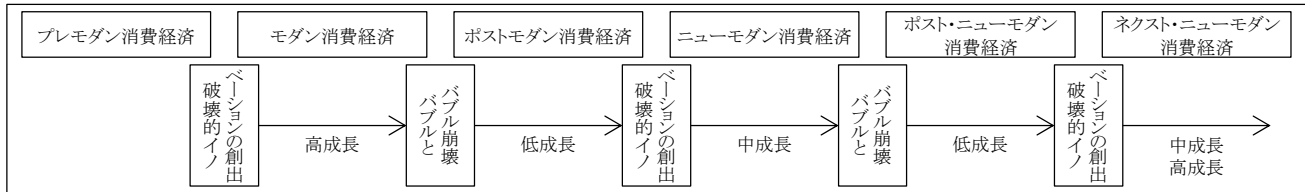
視点(2401)

日本の経済発展の現在レベル!!

(流通経済編)

(1) 消費経済の基本発展スタイルと日本経済

消費を基軸とする経済の基本発展スタイルは次の通りです。



日本は1960年からアメリカ型ライフスタイルの消費と大量生産・大量販売・大量消費の経済スタイルが整合して、創造的イノベーションを起こし、モダン消費経済として大成長しました。この経済スタイルはアメリカ、日本、台湾、韓国、中国へと波及し、実証されています。しかし、日本は1960年からスタートしたモダン消費が、1988年のモノ離れ現象、1991年の1985年から続いた金融緩和によって不動産・株式のバブル崩壊で消滅し、1996年から低成長経済・デフレ経済・閉塞経済であるポストモダン消費の時代に入りました。経済の基本発展スタイルによるとポストモダン消費を脱出するには次の破壊的イノベーション（過去の延長線上ではない画期的な大変革するイノベーション）が必要で、アメリカは1993年の情報通信技術（ICT）による世の中の企業やライフスタイルを一変させる破壊的イノベーションによりニューモダン消費経済に突入し、その後は安定かつ力強い成長を遂げました。しかし、日本は1996年以降、後始末型の経済政策や後期追従型の経済政策のみで、新たな破壊的イノベーションは出現しませんでした。アベノミクスやスガノミクスも日本経済を大発展させるレベルの政策ではありません。

(2) 日本経済の固有のネガティブ要因

日本経済が低成長・デフレ経済・閉塞感経済から抜けられないのはポストモダン消費からニューモダン消費への移行に伴う破壊的イノベーションによって、世の中の経済システムや生活のライフスタイルを変えることができないのが基本的要因です。

これ以外に、派生的な固有のマイナス要因が存在します。それは次の通りです。

- ① 少子化・人口減少による国内マーケットの縮小
- ② 高齢化・単身化によるマーケットの変質と全世帯負担増によるマーケットの縮小
- ③ 産業のサービス化による生産性の低下とGDP寄与率の低下
- ④ 経済の成熟期の1989年に3%、1997年以降に5%、2014年に8%、2019年に10%の消費税を導入し、消費意欲減を招いた
- ⑤ 日本企業がバブル崩壊後、バランスシート改善志向となり、研究開発投資や設備投資がアメリカの半分となり技術大国が崩壊した

この5つの現象は、逆転の発想をすればネガティブ要因をポジティブ要因に変えることができます。

- ① 少子化・人口減少による国内マーケットの縮小は、海外マーケットの開拓、越境マーケットの掘り起こし、人口減によるロボティックシステムや省力化への進出
- ② 高齢化・単身化によるマーケットの変質は、世界の最先端を進んでいる高齢化社会に対応した健康、医療、ロボティックシステム、スポーツ等の洗礼されたシニアのマーケットの世界への提案
- ③ 産業のサービス化による生産性の低下やGDP寄与率の低下は、モノのサービス化、サービスの深化…等による最先端のサービスのビジネスモデルへの挑戦

(3) 日本経済の進む方向性の探索

菅内閣は、日本経済の進むべき道として「デジタル化」と「グリーンビジネス化」の二本柱をあげています。しかし、デジタル化もグリーンビジネス化も世界の国々が共通にあげているテーマで、かつデジタル化は後期追従型（他の国がやっていることを後から同じことをやる）や正常復帰型（他の国と比較して遅れていることを正すこと）であり、破壊的イノベーションの政策ではありません。どうせやるなら超卓越したレベルで、日本のみならず世界を牽引するレベルの内容を持つ政策目標であれば日本をニューモダン消費経済に移すことが可能です。

また、今、中国が流通レベルで破壊的イノベーションをアメリカを上回るレベルで行っています。日本は消費やライフスタイルの観点から破壊的イノベーションを起こすことも一案です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁸

代表 六車秀之