

視点(1548)

モノの豊かさと心の豊かさと(その2)!!

(流通とSC・私の視点 1547 より続く)

国民が生活上のウエイト「モノからココロに移った分岐年度は1979年(昭和54年)」で、「**決定的にモノ離れが起こった分岐年度は1988年(昭和63年)**」(心の豊かさに重きをおくが50%を超え、物の豊かさに重きをおくが3分の1になった年度)です。

それゆえに、「1988年をモノ離れ元年」あるいは「日本経済の成熟化元年」と呼んでいます(六車流：流通理論)。

まさに、1950年のモダン消費前夜から40年、1960年のモダン消費夜明けから30年目です。

日本は戦争が終わってから5年目の朝鮮戦争特需による経済再生の結果、プレモダン消費からモダン消費(モノを買い、モノを消費し、モノを使用し、モノを所有することの連続性に喜び感を感じる生活向上志向の消費)へと突入し、1960年の所得倍増計画により本格的モダン消費時代を迎えました。

その後**1979年**に「モノの豊かさ重視を心の豊かさ重視の生活が上回り、モノ離れの時代」に突入しました。しかも**1988年**に「心の豊かさ重視が50%を超え、まさに本格的なモノ離れ消費社会」となり、日本経済は1986~1990年のバブル経済を経て1991年にバブル経済が崩壊しました。このバブル経済崩壊以降のモノ離れの加速と、1996年以降の現役世代(生産年齢人口)の減少化により、小売業(モノ経済の最先端の消費)の売上高は1996年を最高に減少傾向にあり、今や日本の小売業の売上高は1996年の85%まで低下しています。実は日本は1988年の本格的なモノ離れに突入して、日本経済は成熟経済(質的拡大=質的変革のイノベーションなくして拡大なし=過去の延長線上の改革では拡大なしの経済)となりました。それゆえに、1990年代~2000年代の日本はイノベーションによる質的変革をしたもののみが大発展し、それ以外は衰退する**独り勝ちの時代**となりました。

日本全体としてモノの豊かさよりも心の豊かさに重きをおいたモノ離れの時代ですが、属性別に見ると内容は異なります。

		物の豊かさに重きをおく	心の豊かさに重きをおく	どちらとも言えない
全 体		31.0	61.4	7.6
性別	男 性	33.1	59.4	7.5
	女 性	29.3	63.2	7.5
年 齢	20~29 歳	42.5	53.6	3.9
	30~39 歳	38.6	56.8	4.6
	40~49 歳	36.2	57.7	6.1
	50~59 歳	29.9	64.6	5.5
	60~69 歳	25.9	66.0	8.1
	70 歳以上	23.6	63.6	12.8

以上のように、若い層ほど「モノ志向」、年配者ほど「心志向=モノ離れ」が高くなっています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₅
代 表 六 車 秀 之