

# 流通とSC・私の視点

2012年11月21日

視点(1660)

モダン消費・ポストモダン消費・ニューモダン消費の需要メカニズム!!

(流通経済編)

日本経済は1991年から成熟経済となり低成長経済の道を歩み、需給ギャップが15兆円や20兆円(GDPの3~4%に相当)と言われていました。政府や日銀は需給ギャップをなくすため政府の財政政策や日銀の金融緩和で、需要を創造しようとしていますが、効果は出ていません。なぜ効果が出ないのかを消費の面からメカニズム分析すると次の通りです(六車流:マーケティング理論)。

日本経済は1988年の脱モノ消費と1991年の経済バブルの崩壊により、産業革命以来続いてきた「モダン消費」(モノを買い、モノを消費し、モノを所有し、モノを使用することの連続性に喜びと幸福を感じる生活向上型消費)が終焉し、ポストモダン消費(1991~2010年までの20年間)とニューモダン消費(2011年以降)に突入しています。このモダン消費とポストモダン消費とニューモダン消費を消費のメカニズムから解析すると次の通りです(下記の数値は概念的説明をするための仮に設定したものです)。

需要には「既成需要」と「新規需要」があります。「既成需要」は従来の広義の商品を継続的に使う時に発生する需要で「更新需要」(消耗した商品の補充需要)と「追加需要」(今も持っているが、もう1つ追加したい需要)です。一方「新規需要」は「切り口(コンセプト)変更需要」(従来の商品に切り口を変えた新たな商品を創出する需要)と「新登場需要」(今までなかった商品を創出する需要)があります。

この既成需要と新規需要を、モダン消費、ポストモダン消費、ニューモダン消費のレベルに充当すると次のようなモデル(仮説)ができます。

(モダン消費)

(ポストモダン消費)

(ニューモダン消費初期)

(ニューモダン消費完成期)

新規需要(20%)		消費された需要:(15%)		新規需要(50%) (25%×2倍)	パイの拡大 (拡大分はすべて新規需要)	
既成需要 80%	追加需要(20%)	既成需要 60%	追加需要(10%)	追加需要(10%)	既成需要 50%	追加需要(10%)
	更新需要(60%)		更新需要(50%)			更新需要(40%)
マーケットは増大 (中・高度成長)		マーケットは縮小 (マイナス成長)		マーケットは均衡 (プラスマイナス“ゼロ”)		マーケットは拡大 (安定成長)
インフレと商品のグレードアップ		デフレと商品のグレードダウン		インフレとデフレの均衡、商品のグレードアップとグレードダウンの均衡		インフレとデフレの混合、商品のグレードアップとグレードダウンの混合
民間消費は+5~8% 新>陳代謝		民間消費は±0 GDPへの波及なし GDP ±0 新<陳代謝		民間消費は±0 GDPへの波及あり GDP実質2%、名目1% 新=陳代謝		民間消費は+3.5% GDPへの波及あり GDP名目3.5%、実質2.0% 新>陳代謝

- ①モダン消費は新規需要と更新需要と追加需要のサイクルが右肩上がりの経済成長となります。
  - ②ポストモダン消費は、追加需要の落ち込みと更新需要の低価格化(たくさん持っているので買わないも含む)で需要が20%減少しますが、新規需要が増大するため全体としては15%の減少(消えた消費)となります。
  - ③ニューモダン消費は既存需要と新規需要が50%となり、新しい需要と既存の需要の新陳代謝が同じになります。日本は2011年がニューモダン消費の元年ですので「2015年頃」が、ニューモダン消費初期のモデルとなります。
  - ④さらにニューモダン消費は、2010年以降拡大し、20年間で経済規模を2倍(毎年3.5%の名目成長=実質は2.0%+物価上昇1.5%)となります。
- (以上のモデルの基軸年は2010年として概念構築を行っています。)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代表 六車 秀之