

視点(1794)

(流通経済編)

アベノミクスの流通経済面からの検証(その2)!!

— アベノミクスとニューモダン消費の創造 —

(流通とSC・私の視点 1793 より続く)

アメリカの流通層において金融緩和政策(ドル貨幣の大量発行と低金利政策)は1970年代に始まり、成果を出し始めたのは1990年代にICT産業、2000年代の住宅(不動産)と金融資本が一体化した15~20年後でした。日本は2013年から、3年間で異次元のマネタリーベースで2倍(135兆円を270兆円)の通貨量とする金融経済体制を急激に進めています。しかし、アメリカでは成果が出るまで1980年代のスタグフレーション(景気が悪いのに物価が上がる現象)を経て、成長産業であるICT産業や住宅産業への波及効果で実を結びました。アメリカでは1970年にモノ離れが起こり、1976年からポストモダン消費の停滞消費に基づく低迷経済が10年以上続き、それがアメリカの1980年代のスタグフレーション現象です。

GDP(国内総・粗付加価値額=国内総生産)に占める民間消費が70%なのがアメリカ経済、60%が日本経済です。2013年度で日本は61.2%となっています。経済学における3面等価の法則(生産・分配・消費)のように、生産活動(つくり手)や流通活動(売り手)は結果的に消費活動(買い手・使い手)に結びつかないと経済は循環しません。

アベノミクスはプロダクトアウト(つくり手や売り手の発想)にウエイトを置いており、経済を活性化し、所得が高まれば経済発展するとの考え方となっています。その経済を活性化する政策がモノづくり発想であり、18世紀から250年間続いた大量生産・大量販売・大量消費の産業革命型経済(20世紀型経済)の延長戦でしかないと私には見えます。アベノミクスによる財政政策、金融政策、投資政策、所得向上政策は経済の発展にとって重要なものですが、もう一方のマーケットイン(買い手、使い手の発想)がモノ離れした後の経済発展にとって必要であり、これにより「21世紀型の生産・21世紀型の流通・21世紀型の消費」の21世紀型の3面等価の原則が可能となります。

アメリカは1993年からのICT産業と金融産業の一体化した経済、2001年からの住宅産業と金融産業の一体化した経済で消費を活性化してきました。最初は金融経済の波及効果である「資産効果と消費マインドの好転」で消費は上向きでしたが、1990年代から萌芽し2000年代に成功過程に突入した「ニューモダン消費」によってアメリカの経済は「金融経済とニューモダン消費の融合」によってGDPの70%を閉める消費を活性化してきました(六車流:流通・マーケティング理論)。

今、日本もアベノミクスにより金融経済の道を歩んでいます。しかし、ニュービジネスとしての「新成長産業」と「新成長消費」が見当たらないのが現状で、政府は必死で規制緩和(既得権の切り崩し)や新開発投資、新研究を促進しようとしています。ところが、新成長消費についてあまり論じられていません。日本は1988年にモノ離れをし、1991年から2010年までの20年間のポストモダン消費(デフレ経済)を経て、2011年からニューモダン消費に突入しようとしています。そして、2011年からニューモダン消費の萌芽期となりましたが、アベノミクスを成功させるためには、マーケットイン発想の新消費スタイル(消費者の新ライフスタイル)を国策で強力に進めていくことが必要です。

ニューモダン消費のキーワードは次の通りです。

- ①20世紀のアンチテーゼ・ソリューション&19世紀以前のノスタルジーから派生する消費行動
- ②21世紀に飛躍的に発展する新技術と融合した消費行動
- ③新ライフスタイルの創出から派生する消費行動
- ④伝統的かつ成熟した創出物の現代風再現から派生する消費行動

現在、アメリカは日本よりニューモダン消費は一步先を歩んでいます。しかし、21世紀型の消費・ニューモダン消費は日本の得意技の消費です。2030~2040年に日本が世界一級的生活創造国家・賢明国家・平和国家になるためには、ニューモダン消費、言葉を変えると新モノづくりに反映された新創造消費国家への道が必要です。事実、日本の経済も2001~2007年までの景気回復期は輸出及び設備投資でしたが、2008~2013年のGDPの増加分は民間消費が生み出しており、まさにわれわれ流通人の出番です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代表 六車 秀之