

視点(1836) 広義のポストモダン消費経済時代のマクロ投資・消費刺激策とは!!

(流通経済編)

経済の進化はモダン消費経済が終焉しポストモダン消費経済を経て、ニューモダン消費経済へと進んでいます。本レポートで使用するポストモダン消費経済とは、モノ離れ現象が起こりモダン消費が終焉した以降の経済である広義のポストモダン消費を意味しています。今、モノ離れ現象が起こり「人々がモノを買い、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を感じる生活向上志向の消費」であるモダン消費が終焉したため、「所得弾力性」「消費弾力性」「価格弾力性」が希薄化し、伝統的経済時代の投資・消費刺激策では消費は増大しません。しかしながら、先進国であるアメリカではGDPの70%、日本では60%を消費が占めており、消費の増大なくしてGDPは増大しません。アメリカでは1970年に、日本では1988年に統計上のモノ離れ現象が起こり、その後アメリカは1970~1980年代、日本は1990~2000年代の20年間は実質的な経済成長が起こりませんでした。すなわち、アメリカでは1970~1980年代の20年間にGDP名目成長はしましたが物価上昇のため実質成長は低く、また、日本は1990~2000年代の20年間はGDPの名目成長がなくデフレ経済状態でした。いずれにしても、実質経済成長レベルでは低い成長でした。

今、EUもアメリカのリーマンショックによる金融危機とモダン消費が浸透して経済成長は低く、低インフレからデフレの境目経済になっています。各国はGDPを増大させて景気を良くしようとしています。広義のポストモダン消費時代には財政政策である財政支出による投資・消費刺激と金融政策である金利低下による投資・消費刺激ではモノ離れが起こった後には効果が希薄になっています。

すなわち、財政支出による波及効果の乗数はモダン消費時代と比較して著しく低下(モダン消費時代は波及効果の乗数は2~3倍、今は1~1.3倍、場合によってはマイナス)しています。また、貸出し金利を下げても有効な投資対象が少なく、かつ、企業は成熟経済の中で豊富な余裕資金を持っているため資金需要が少なく、さらに投資の波及効果の乗数も低下しています。

このような先進国の成熟した経済下では、モノをかうための誘引となる要素として「資産増効果」があります。世界の金融経済国家であるアメリカでは現在(2014年度)、「不動産と金融資産の総額が87.3兆ドル=8,730兆円」で、リーマンショック以降に2,000兆円(約20兆ドル)増大しています。アメリカは1970年からのドルの金本位制の廃止、その後のドルの基軸貨幣の位置づけを活用して大量のドルを増大させ、モノづくり経済から金融経済大国に大発展しました。さらに、リーマンショック以降は莫大な金融緩和により貨幣供給量や資金供給量が拡大しています。今のアメリカは、消費物価は上がっていませんが、不動産と金融資産価格はうなぎ上りに上がっています。そのため、消費は堅調で失業率は低下し、景気が回復気味です(?)。

広義のポストモダン消費経済においては、「マイナスの需給ギャップ」が基本的に起こります。それは「モノ消費性向」(所得あるいは消費に占めるもの消費の割合)が低下するためです。すなわち、「所得支出と消費支出のマイナスギャップ」や「消費支出とモノ支出のマイナスギャップ」が生じます。

現在の世界経済は生産技術の進歩と恒常的過剰生産により、毎年1.5%の物価低下(価格低下)が自然に起こっています。それゆえに、各国は常に2%の物価上昇目標を掲げています。アベノミクスによる経済成長の年間名目成長3.0%、物価上昇2.0%、実質成長1.0%の所以でもあります。

そのため、広義のポストモダン消費経済時代には「財政政策」や「金融政策」の物価上昇と経済成長政策だけでなく、「資産価値(資産価格)の向上のための金融政策」(貨幣供給量と貨幣ストックの増大)も大きな要因となります。資産価格を高めると、資産増効果により消費が上回ります。すなわち、資産増効果によりあぶく銭買いマーケットの形成や富裕層の出現による異次元マーケットの形成、さらに一般人への波及による金回りの良さによるプラスαマーケットの「広義の資産増効果」による消費が創出されています。この広義の資産増効果が社会的に正しいのかという経済学上の評価は別にして、広義のポストモダン消費のうちニューモダン消費になる前の「狭義のポストモダン消費」(モダン消費とニューモダン消費の“間”の消費経済)において効果があります(六車流:流通・マーケティング理論)。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六車秀之