

## 視点(1889)

(流通経済編)

### 複合デフレ経済の正体とは!!

通常のデフレ経済は「需要と供給のマイナスギャップ」から生じる物価下落の経済現象ですが、日本の失われた15年ないし20年現象下のデフレ経済は、通常のデフレ経済とは異なる「複合要因」が起因しています。その複合要因による「複合デフレ経済の正体」は次の通りです(六車流：流通・マーケティング理論)。

#### (1) モノ離れ消費が起因

日本は1988年に統計的なモノ離れ現象が起きました。モノ離れ前の経済を「モダン消費経済」(モノを買い、モノを消費し、所有し、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)と呼びます。経済の高度成長の中でのモダン消費時代は、所得の増大に伴い「生活維持ニーズ」(家庭の中で今まで使っているモノの機能アップを含む反復的消費)だけではなく、「生活向上ニーズ」(家庭の中で今まで使っていなかったものの生活向上のための臨時的消費)のウエイトが高く、この生活維持と生活向上ニーズの両面ニーズにより消費を加速的に増大しました。

しかし、モノ離れが起こった後は、生活維持ニーズはそのまま消費は続きますが、生活向上ニーズは、ほとんど普及しており、その結果、生活向上ニーズは大幅に減少します。この生活向上ニーズの減少が需要を低下させ、一方、売り手はモダン消費の体制のままであるために需給ギャップがマイナスになりました。それゆえにモダン消費時代の後のモノ離れした後の消費であるポストモダン消費時代はデフレ経済時代となります。この現象は、ニューモダン消費時代の「生活創造ニーズ」(世の中に新たに創出されたものや新たな切り口のもの)が出現するまで続きます。

#### (2) ライフスタイルのカジュアル化が起因

アメリカの1970年からのモノ離れ現象とスタグフレーション経済の中で、ライフスタイル全体がカジュアル化に向かい、同時に低価格化が進行しました。それを生産面で追求したのが後進国(中国、東欧諸国)の低賃金でした。日本では1991年のバブル経済の崩壊後、衣料品(ユニクロやしまむら等)や外食(マクドナルドや吉野家等)は従来の商品・サービスの2分の1程度まで価格を下げました(GMSの8,000円の衣料品がユニクロで1,500~3,500円で売られるようになりました)。この低価格はバリュー(価値)と呼ばれ、需要と供給のバランスではなく、売り手の製造手法の改革と買い手のライフスタイルのカジュアル化によって生まれた需給ギャップのマイナスです。

#### (3) ライフスタイルのサービス化が起因

ボーモル病という経済理論があります。経済が成熟すると製造業よりサービス業のウエイトが高まり、サービス業は生産性が低いため経済の成長力が低下するという理論です。日本もモノ離れ以降の成熟経済において、非モノであるサービス業のウエイトが高まり、経済の低成長時代となり、需要ギャップがマイナスになりました。

#### (4) 生産年齢人口の減少による需要の減少が起因

日本の生産年齢人口は1997年から減少しています。当然ながら消費人口が減少するために小売販売額は1996年を頂点に低下しています。この生産年齢人口の低下は需要ギャップをマイナスにしました。

#### (5) 所得の二極化が起因

経済が成熟化し、かつ金融経済が発展すると所得の二極化が起きます。日本は今でも中所得層・中産階級が主流ですが、今は少しづつ、かつ確実に中所得層・中産階級層が減少し、上と下へ二極化しています。上と下をプラスマイナスして平均値は同じでも中所得層・中産階級層が厚い所得構造と、上と下に二極化した所得構造の場合は、消費に使われる金額が異なります。所得が高い層の消費に対する所得弾力性は低く、所得の割にはお金は使いません。それゆえに、所得の二極化は需要ギャップをマイナスにします。

#### (6) シニアの消費構造が起因

シニアの消費構造の変化の1つは、シニアはモノは消費せず、サービスの消費のウエイトが高まります。もう1つは、シニアは年金生活に入りますので節約志向となります。それゆえに、シニアの消費構造は需要ギャップをマイナスにします。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>6</sup>  
代 表 六 車 秀 之