

視点(1253)

経済の成熟化と消費行動（その 1）！！

— 21 世紀型消費が進んでいる —

（織研新聞 2010 年 5 月 13 日掲載の六車秀之の原稿より）

1. 過多消費から身の丈、過少消費・嫌消費へ

今、日本はリーマンショック(2008年)以来、デフレ経済が続き、消費が停滞しています。消費行動は経済の景気や消費者の意識によって異なります。ここで消費行動を概念的に分類すると次の通りになります。

<表 1> 消費行動の概念分類

消費のタイプ		内 容
過少消費	儉約消費	所得が低い、もしくは低くなった、不景気である、低成長である、将来が不安だ、といった外的要因により自分の意思に反して節約している消費
	先送り消費	本来なら買う時期、あるいは買う意思があるが、将来不安により今は我慢して買うことを延期する消費
身の丈消費	堅実消費	可処分所得に比例した消費構造であり、無理な消費はせず、かといって節約消費でもない均衡の取れた消費
	背伸び消費	基本的には堅実消費ですが、特定の分野や特定の時に背伸びして、やや過大な買物をする消費
過多消費 (好消費)	先取り消費	買物意欲が高く、自らの金銭的余裕に関係なく無理したり、ローン等により先取り買物をする消費
	バブリー消費	成金の消費や将来の期待収入を見込んだぜいたく志向の消費で、高級品や直接的に必要なモノを購入する消費
嫌消費	巣ごもり消費	外部志向(遠出、遊び、外食)よりも、内部志向で家の中あるいは家の周辺であまり出歩かない生活行動を行うため結果的に節約志向となる消費
	過渡期消費	経済の変遷やライフスタイルの変化の中で、消費に対する新たな価値観を見いだせないため結果的に節約志向となっている消費

このうち過少消費(儉約消費や先送り消費)は経済悪化やデフレ現象によるもので、やがて日本経済が安定すると解決します。また、過多消費の中の先取り消費やバブリー消費は不健全な消費で、期待すべきではありません。過多消費の中での背伸び消費は、バブリー志向の消費のように見えますが、健全かつ好消費で景気が好転し安定すると必ず存在する消費です。

問題は、巣ごもり消費や過渡期消費の嫌消費です。団塊世代や団塊ジュニア世代の買物の学習経験の連続性の中心的存在であった世代の次の世代の消費志向であり、モノに対する執着心が低く、モノを買うことに価値を認めないモノ離れした消費者です。学習経験の連続性の終焉後の消費の典型的な存在です。20 世紀の大量消費時代へのアンチテーゼとしてのモノ離れ世代である 30 歳以下の人々の中に大きなウエイトを占める消費です。買物の学習経験の連続性の段階の消費に比べて同一収入でも 20~30%の消費が少ないと言われています。

いずれにしても消費行動は経済の成熟度によって影響を受け、経済が未発達段階では、過少消費、やがて経済の発展につれて身の丈消費、さらに過多消費となります。しかし、経済の発展の途中で景気が悪化すると過少消費に、また景気が良くなると過多消費になります。経済は、このような循環を繰り返しながら成熟し、安定経済になると身の丈消費に回帰し、かつ買物の学習経験の連続性(モノを買い消費し、所有し、使用することに喜びと感ずる生活)が終焉すると、モノを買うことに興味と価値を感じない嫌消費が拡大します。

（流通と S C ・私の視点 1254 へ続く）

(株)ダイナミックマーケティング社⁴
代 表 六 車 秀 之