

視点(1592)

成熟経済時代と質の経済!!

(流通経済編)

日本は1991年から成熟経済時代になりました。成熟経済は先進国が量的に豊かになった段階で起こる世界共通現象です。

成熟経済は、18世紀から19世紀の産業革命以後の大量生産・大量販売・大量消費の終焉の時代、別の言葉で言えば産業革命が目指した役割が達成された、非大量生産・非大量販売・非大量消費の概念で構築された質の経済の時代を意味します。それゆえに、モノ感覚の商品・サービスの拡大を表すGDP(国内総生産)では、成熟経済時代の成果は正確に表現できません。

いずれにしても、日本は「1991年が成熟経済元年」と言えます(成長経済時代と成熟経済時代の分岐点)。その理由は次の通りです。

- ①1988年にモノ離れが決定的になった(モノ離れ指数が50%を上回った)
- ②1991年にバブル経済が崩壊した(1991年3月より経済成長急激に低下)
- ③1995年が経済50年、流通25年のダブル変化時期

以上から、私は「1991年以降」に日本経済が成熟経済時代に突入したと定義付けています。

日本経済は1992年以降は、ほとんど経済成長はなく、2001~2007年までの実質経済成長(名目成長はないが、物価下落による実質経済成長)の時代であり、一般的にこの1991~2010年までを「失われた20年」と呼ばれています。

しかし、成熟経済は、成長経済時代(モダン消費時代)とは異なる価値判断が必要です。成長経済時代は量の経済であり、モノ経済のため、GDP(国内総生産)の概念は通用しますが、成熟経済時代には必ずしも十分に通用しません。成熟経済時代は質の経済であり、モノ離れ感覚(非モノ感覚)時代の経済指標が必要です。成熟経済時代のモノが豊かになることではなく、精神的に豊かになることです。すなわち、マーケットの量的拡大がない、売り手から見るとマーケットが満杯状態の経済を意味します。

比喩論として「マダガスカル猿の進化の物語」があります。マダガスカル猿は、森林が砂漠化して食料や生活エリアが減少した時(マーケットが飽和状態あるいは減少状態)に、猿の絶対量は増えないが、猿の“種”が増大し、最初はDNA的には1種だった猿が、今や80種まで増大しています。これは森林が減少したため、食料や住み家への新たなニーズが発生し、猿は自らを進化させ、あらゆる食料や住み家に対応できる猿になり、その結果、DNA的な“種”を増大させ、1つの飽和したエリアの中で互いに異なる分野で棲み分ける手法を成し遂げました。また、昆虫も羽のある昆虫よりも、羽のない昆虫の方が進化のスピードが2倍速いそうです。これは、食べ物や住み家が飽和した時に、他のエリアに移動できない羽のない昆虫は、自らを現状のエリアの中で進化させ新しい“種”をつくることにより対応していると考えられます。

つまり、マーケットが飽和状態、あるいは減少傾向になると、同じ業態(種)では生き残れないが、新たな業態(種)に進化することにより、本来マーケットが持っている多様性に適合させ、特定の分野で棲み分け、互いに参入障壁の高いマーケットを確立することになります。成長経済では、モノの増(減)を指標化するGDPが重要な指標となりますが、成熟経済では、モノの増加のない1つのパイの中での「新陳代謝」(パイは一定あるいは減少の中で、新規出現と旧型の淘汰が同時に起こる)であり、成熟経済時代の中では質の変化である「質趣向の多様化」が起こります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之