

視点(1729)

(流通経済編)

I Saw All America (その244) !!

— アメリカのモノ離れ後の経済と消費の成長メカニズム(その2) —

(流通とSC・私の視点 1728 より続く)

(2) 前提2：モノ離れした消費者とモノ離れていない消費者

先進国は基本的にモノ離れしモダン消費が終焉した段階が成熟経済ですが、必ずしも全消費者が豊かになりタンスの中は一杯の状態ではありません。モダン消費の時代は、ほぼ全員が「これから豊かになる消費者」(これから豊かになろうとしている消費者とこれから豊かになれる可能性を持った消費者)ですが、先進国のポストモダン消費(さらにニューモダン消費)の時代には「豊かになった消費者」と「これから豊かになる消費者」が混在しています。概念的にアメリカと日本を数値化すると次の通りです。

	アメリカ	日本	備考欄	
人口	3 億人	1.2 億人	アメリカ/日本比=2.5 倍	
豊かになった消費者	50% 1.5 億人	65% 0.78 億人	モノ離れが起こっている消費者	
豊かになれなかった消費者	10% 0.3 億人	10% 0.12 億人		
これから豊かになる消費者	40% 1.2 億人 (日本の4倍)	25% 0.3 億人	モノ離れが起こっていない消費者	諸事情で豊かになれなかった、これからも豊かになれない消費者
				これから豊かになろうとしている消費者。これから豊かになれる可能性を持っている消費者

(3) 結論：アメリカのモノ離れ後の経済と消費の成長メカニズム

モノ離れした後の成熟経済では、基本的に従来型の消費は70%(モノを買う数の減少と価格の下落)となり、従来型でない消費(ニューモダン消費)がどれだけ付加されるかによって成熟経済でのGDPの成長が決まります。日本経済は1991年から2010年までのポストモダン経済においては、ほとんどGDPや消費・小売業も伸びておらず、逆に小売業は減少しています。この1991年以降の日本経済の成熟化による減少経済あるいは停滞経済は理論的に正しいのですが、アメリカの経済はモノ離れが起こった後でありながら1991~2010年の20年間に2倍以上にGDP・消費・小売業が伸びています。このアメリカの安定成長の原因は、次の2つの要因によって起こっています。

①アメリカには「これから豊かになる消費者が国民の40%」(推定)存在している

アメリカは貧富の差が激しい2極化した所得構造で、ヒスパニック、アフリカ系、アジア系等の低所得かつヤング&アダルトの多子家族が多く、これから豊かになる消費者が数多く存在し、いわゆる先進国内でのモダン消費のウエイトが高い国家です。それゆえに、多子高齢化社会で、少子高齢化社会と多子若年社会の2つの全く異なる社会構造が1つの経済を形成しています。そのため、これから豊かになる層を対象としたモダン消費(基本的には高成長経済)が高いために、モノ離れ現象が経済全体としては起こっても、比較的高い成長のGDP・消費・小売業となります。

②アメリカは「金融資本と実体(リアル)経済が一体化して虚業(バーチャル)経済を形成」している

アメリカのモノづくり経済は1970~1980年以前に終焉し、資本は生産資本から金融資本へと流れました。特に、1993年からのITC(情報通信技術)のニューフェイス産業と株式上場による金融資本が一体化して、いわゆる資産効果を起源とする経済発展が行われ、GDP・消費・小売業等が成長しました。さらに、2000年にICTバブルが崩壊すると、2001年から不動産(特に住宅)の国内産業と金融資本が一体化したデリバティブ(金融派生商品)による金融バブル経済が起こり、いわゆる資産効果を起源とする経済発展がGDP・消費・小売業等を成長に導きました。

このようにアメリカは巧みな経済戦略により、モノ離れした後のポストモダン消費の時代に「ニューフェイス産業(ICT)」と「不動産産業」と「金融資本」を一体化した経済で、実体経済よりもはるかに大きい虚業経済を誘発して経済を成長させました。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之