

視点(1986)

日米中のモダン消費と潜在ニューモダン消費の中味!!

(流通経済編)

アメリカは1970年に、日本は1989年に統計的なモノ離れが起こり、日本もアメリカも大量生産・大量販売のサイクルによる従来の産業経済的システムではGDPは伸びません。それゆえに、アメリカは金融経済の非正常(アン・ノーマル)なる手法で、経済のGDPを伸ばしてきました。ただし、中味は物価上昇に伴う名目GDPが中心でした。日本はモノ離れ後は、従来の産業経済時代の政策を延々と続けた結果、1991～2013年までの20～25年間、デフレ経済(ゼロあるいはマイナス成長)でした。

今、日本もアメリカもモノ離れ以降の「ポストモダン消費」(モノ離れした後のニューモダン消費経済になるまでの過渡期)からニューモダン消費(脱・従来型商品基軸の経済)へと向かっています。このポストモダン消費とニューモダン消費対応の「潜在的ニューモダン産業マーケット」がアメリカや日本で増大しており、中国ではまたモノ離れ現象は起こっていない、モダン消費の真っ只中ですが、少しずつ潜在的ニューモダン産業マーケットが増大しています。

今、中国でも流通業界の中に、モノ離れが起こっていないのに、エンターテインメント型商業施設が多くなり、脱・モノ消費現象が起こっています。

では、何故モノ離れが起こっていない中国で、モノ離れと同じ消費現象が起こっているのでしょうか。その答えを解くためには、次の内容を知ることが必要です。

消費は、未開発国→発展途上国→新興国→中進国→先進国へと進み、消費もプレ・モダン消費→モダン消費→ポストモダン消費→ニューモダン消費へと進みます。ただ、それぞれの国の経済上・消費上のポジショニングは同じであっても「モダン消費マーケット」と「潜在的ニューモダン消費マーケット」が混合して存在します。

仮説ではありますが、アメリカ、日本、中国のモダン消費マーケットと潜在的ニューモダン消費マーケットの割合は次の通りと推定されます。

	総人口	マーケットの割合		潜在的ニューモダン消費マーケット
		モダン消費マーケット	潜在的ニューモダン消費マーケット	
アメリカ	3.2億人	40%	60%	1.9億人
日本	1.3億人	20%	80%	1.0億人
中国	13.0億人	90%	10%	1.3億人

アメリカは、モノ離れが45年前に起こっていますが、貧富の差が大きいことや多民族・移民人口が多いため、これから豊になりたいマーケット(モダン消費マーケット)が40%存在し、逆に中国ではこれから豊になろうとするマーケットが90%存在します。しかし、1990年から中国経済は大発展が続き、かつ2000年からは本格的に発展し、経済の高度成長が15～20年続いています。その結果、中国では全国民の10%が潜在的ニューモダン消費マーケットとなっています。特に、大都市部や沿岸都市では、日本人並の所得のマーケットが1.3億人(推定)実在しています。この潜在的ニューモダン消費マーケットは、日本の1億人に相当する規模のマーケットです。

中国は経済発展(GDP)の基軸を、設備投資や住宅投資や公共投資から、消費経済へと進んでいます。中国経済全体は日本の過去の1970年代後半から1980年代前半のモダン消費経済のレベルですが、10%の消費者は潜在的モノ離れマーケットに達しており、その結果、ポストモダン消費経済(日本の1990年代)と同じ現象が起こっています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之