

視点(2405)

第1次・第2次・第3次モノ離れ現象!!

(流通理論編)

産業革命(18世紀半ば)から始まった大量生産・大量販売・大量消費の経済システムは、好循環による右肩上がりの経済と中所得層の出現による消費経済を実現しました。この消費経済を「**モダン消費経済**」(モノを買うことにより、モノを消耗し、モノを利用し、モノを所有することに喜びを感じる生活向上志向の消費)と言います。しかしながら、経済が成熟化するとモノ離れが起こり、消費が経済(GDP)を牽引するモダン消費経済が終焉します。このモノ離れ現象は、次の**3つのステップ**で進行します。

①第1次消費のモノ離れ現象

1988年に日本では統計的に精神的欲求が物理的欲求を統計的に上回り50%以上に達した段階となるモノ離れ現象が起こりました。モノ離れする前の消費を「モダン消費」と呼びます。このモダン消費がモノ離れにより終焉を迎えると、ポストモダン消費(デフレ経済下の消費)となり、GDPは消費が牽引するのではなく金融が牽引する経済になります。

1988年の第1次モノ離れ現象は「**量的モノ離れ**」であり、ライフスタイルの向上志向による旺盛な消費の終焉で、消費者はもうこれ以上モノは必要ないと思うようになり、今まで存在しなかったモノは買うが従来から存在するモノは「需要<供給のマイナスギャップ」となって価格が低下しデフレ経済となります。1985年に日本経済の高度成長が終わり、1986~1991年の金融によるバブル経済とそのバブル経済の崩壊、さらに1996年以降はデフレ経済となり、2015年までの20年間は日本のGDPは500兆円のままで増加しない失われた20年といわれる時代となりました。

②第2次消費のモノ離れ現象

第1次モノ離れ現象は量的モノ離れでしたが、第2次モノ離れ現象は「**質的モノ離れ**」であり性格が異なります。質的モノ離れは、第1次モノ離れのように旺盛な消費の終焉というものではなく、モノに対する「活用の仕方が異なる」ことです。すなわち、従来のモノは所有という概念に基づくものでしたが「フリーサービス」(無料・一定レベルまでは無料・無制限定額制度)、「シェア」(共同所有あるいは共同活用)、「レンタル」(所有せず欲しいときに一時的に借りる・サブスクリプションサービスを含む)、「リユース」(リサイクルシステムあるいは再販売を目的に購入・第2次流通)は非所有という概念に基づくものです。アメリカでは2000年頃から、日本でも2010年頃からビジネスモデルとして開花し、現在は大躍進中です。

このように、第1次モノ離れは経済の高度成長を終わらせ、第2次モノ離れは経済の性格を変えました。

③第3次消費のモノ離れ現象

21世紀は20世紀への反発(反省)の時代です。人間は地球人として、社会人として、地球にやさしい、社会にやさしい行動をとることが本来求められます。すなわち、今後は「**環境に配慮した持続可能性のある経済や消費**」が重要なテーマとなります。地球・自然・社会・地域・人間を取り巻く持続可能社会の中で「**適正**という概念からのモノ離れ現象」が2030年から2050年に向かって起こります。**適正**という概念は、**持続可能社会の実現という観点から、意識革命とAIによるテクノロジー革命の二面から起こり、これを第3次消費のモノ離れ現象と言います。**

現在、先進国ではモノ離れが起こり、財とサービスの付加価値の生産という数値的概念で算定されるGDP(国内総生産)は、モノ離れ(第1次・第2次・第3次モノ離れ)以降は、モノの量的生産や消費は経済価値という概念が希薄しています。すなわち、今後は経済の主体者である消費者(あるいは国民)の**満足感や価値観が経済価値**という概念になります。いわゆる「**賢い消費**」が近未来の消費コンセプトです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺⁸

代表 六 車 秀 之