

流通とSC・私の視点

2010年2月27日

視点(1222)

消費性向の国際タイプ分類!!

今、供給に対して需要が不足する需給ギャップが起こっています。その原因は、消費意欲が減停している結果です。一口で消費と言っても色々あります。消費者は「経済成熟度から見た消費現象」と「消費性向から見た消費現象」の2つに分類されます(六車流：流通理論)。

①経済成熟度から見た消費現象

経済成熟レベルによって、消費に対する意識の変化が起こり、その意識の変化の「基軸が買物の学習経験の度合」です。

	消費のタイプ	内 容
第1段階	プレ・モダン消費	モノを買い消費することは最低限の生活を維持するためのもので、喜びや幸福感のない消費
第2段階	モダン消費	モノを買いモノを所有することが喜びであり幸せと感じるレベルの消費(買物の学習経験の連続性の段階の消費レベル)
第3段階	ポスト・モダン消費	買物の学習経験が終焉し、モノに対する価値基準が変わり、モノを買いモノを所有することに喜びや幸せを感じない消費

②消費性向から見た消費現象

収入と支出のバランスから見た消費の動向であり、その基軸は「収入と支出」です。

	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、やや過分な買物をする消費
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	成金的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。資産効果や心理的効果の消費を含む
	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

この消費のタイプを事例国別に示すと次の通りです。

		プレ・モダン消費	モダン消費	ポスト・モダン消費
過少消費	儉約消費	今のバングラデシュ 1950年代の日本	1980年代のアメリカ	今の日本
	先送り消費	1970年代までの中国 1990年代までのインド	1990年代の日本	今のアメリカ
身の丈消費	堅実消費	—	1960~1980年の日本 1970年代までのアメリカ	1990年代のアメリカ
	背伸び消費	—	今の中国 今後のインド	—
過多消費	先取り消費	—	1985(バブル時代)~1991年の日本 2020年代の中国	2000(バブル時代)年代のアメリカ
	バブリー消費	—	—	—
嫌消費	巣ごもり消費	—	—	今の日本
	過渡期消費	—	—	今のアメリカ

今、日本の消費構造は「ポスト・モダン消費」に突入しつつあり、同時に経済不況から過少消費(儉約消費と嫌消費が同時に進行)が起こっています。日本では2015年頃から2020年(第3次流通革命)に、本物の「ポスト・モダンと嫌消費」の融合した消費構造となります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之