

視点(1761)

2015年以降の日本の経済・流通の方向概念!!

(流通経済編)

アベノミクスが想定する2015年の経済は「脱デフレ経済」「名目経済成長3.0%・実質経済成長1.0%の成長経済」「次世代成長産業の出現経済」です。しかし、多くの論者が指摘しているように「2%の物価上昇」「所得の増大なし」「消費税がプラス5%」となると、物価は上がるが所得は上がらない、経済も悪化するスタグフレーション経済となります。

今、日本の経済は2015年を境に2つの方向概念が考えられ、経済の2つの方向概念に基づき流通も2つの方向概念が考えられます。「第1の方向概念」は、アベノミクスが計画通り進み、脱デフレ経済・名目経済成長3.0%・次世代成長産業の出現経済が実現した場合です。この日本経済の方向概念が実現すると、2020年以降の日本経済は大発展することになります。そして「もう1つの方向概念」は、アベノミクスが計画通りに進まず、物価は上昇するが所得は高まらず、経済状況が悪化するスタグフレーション経済になった場合です。我々、流通経済に携わる者としては、この2つの方向概念によって今後の戦略(長期的視点から成果を出すための概念)が大きく変わります。

以上の日本経済の2つの方向概念のシナリオに基づき、2015年以降の日本の流通を推測します。

(1) 日本の経済再生と上質感マーケット成長経済の場合

現在のアベノミクスは株高による資産効果の波及消費で一部の消費が潤っています。脱デフレ政策により日本経済全体が底上げされると、今までの心理的かつ所得的な面からの消費意欲の減少からの脱皮が起り、消費は高単価・高付加価値の上質志向に移ります。今まで日本経済がデフレ経済であったため、上質感のあるSCや各分野の上質感のある業態が総崩れで適正なる「消費構造」になっていませんでした。SCも中の中レベルのスタンダード型SCが中心で、核店もGMS、テナントもポピュラープライスの専門店が形成され、SCの中には百貨店やラグジュアリーブランドのみならず、アフォーダブルラグジュアリーブランドまでも成立しませんでした。日本の経済が脱・デフレ経済化し、上質感マーケット成長経済となると、上質感のある核店、上質感のある専門店、上質感のあるサービス店が導入される「ワンランク上のSC」(アップスケール型SC)の成立性が高まります。

(2) 日本経済のスタグフレーション化とディスカウント業態のさらなる進化マーケットの場合

所得が上がり物価が上がり、経済が悪化する経済をスタグフレーション経済と言います。このスタグフレーション経済下の流通については、1980年代のアメリカの流通現象が参考になります。アメリカでは1970年代にモノ離れ現象が起り、1970年のニクソンショックによるドルの脱・金本位制により金融経済体制に突入しました。かつ、1970年代から1980年代は日本の輸出商品攻勢によりアメリカ経済は不況感が漂っていました。実は、アメリカの1980年代は物価高の中での不況経済でしたので、所得の増大はあまりありませんでした。このような経済情勢の中で、アメリカの流通企業は価格破壊を伴うディスカウント業態が続々と登場しました。例えば、カテゴリーキラー、オフプライスストア、アウトレットセンター、パワーセンター、シングルプライスストア、総合ディスカウントストア…等のディスカウント業態が続々と出現し、その後大成長を遂げました。ディスカウント業態の出現は、「スタグフレーション経済下」(アメリカの場合)と「デフレーション経済下」(日本の場合)に起こります。アメリカはデフレ経済下(小さな努力は成果にはならない経済下)でなかったため、1980年代の努力は次の「1990年代のICT産業と株式と貨幣増大経済」「2000年代の不動産産業と債権と貨幣増大経済」に引き継がれ、バブル経済とバブル経済の崩壊をくり返しながらか成しました。

(3) 結論

日本経済はいずれにしても成熟経済(所得の二極化、消費の選択肢の多様化を基軸とする安定・低成長経済)ですので、上記の2つの方向概念は同時進行します。私は、2015年以降は「上質感マーケット35%」「ディスカウント業態の進化マーケット65%」の割合で展開すると想定しています(六車流:流通・マーケティング理論)。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代表 六車秀之