

イントロダクション

現代の3Cが問うもの

内閣府経済社会総合研究所長

西崎 文平

いざなぎ景気と3C

3C=新3種の神器

(いざなぎ景気：1960年代後半)

- ・カラーテレビ (Color TV)
- ・自動車 (Car)
- ・クーラー (Cooler)

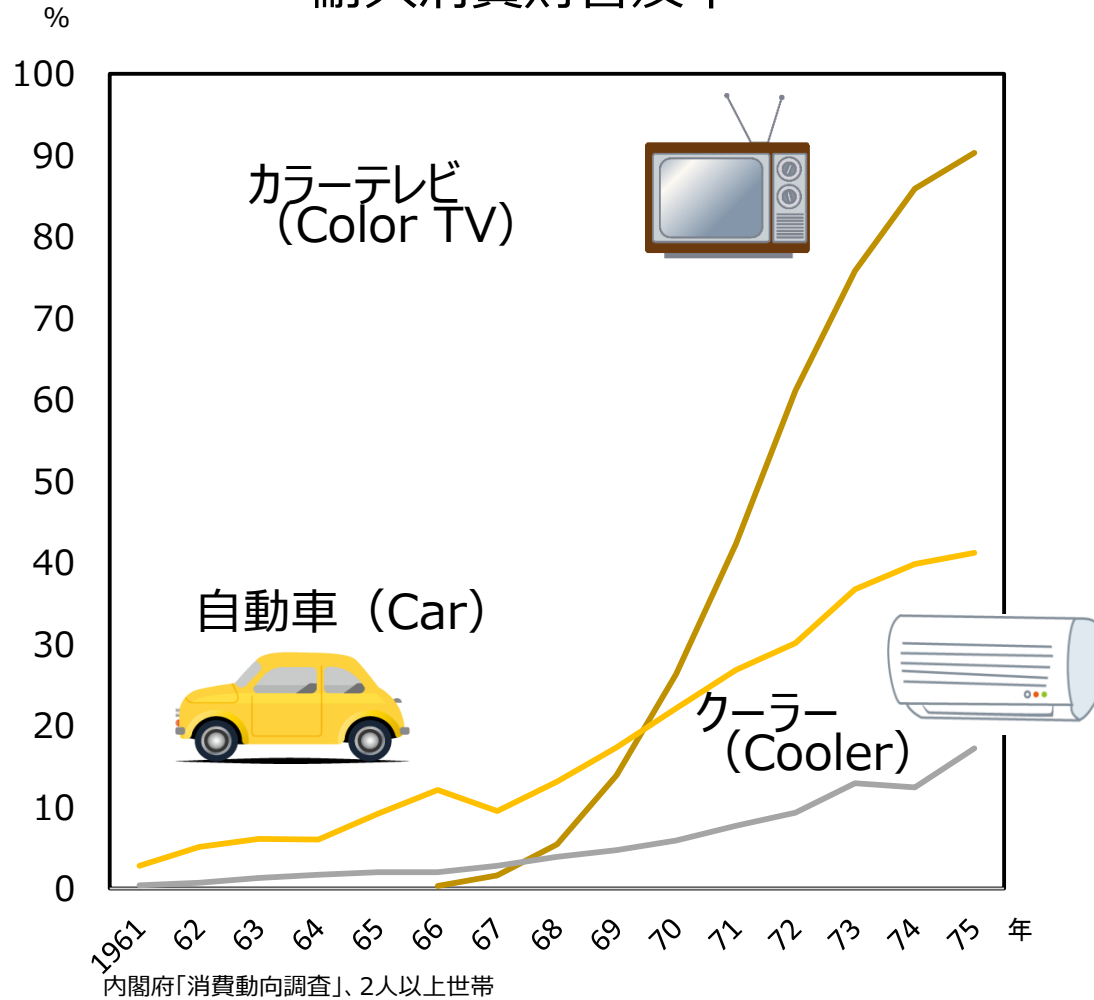
3種の神器

(神武景気：1950年代後半)

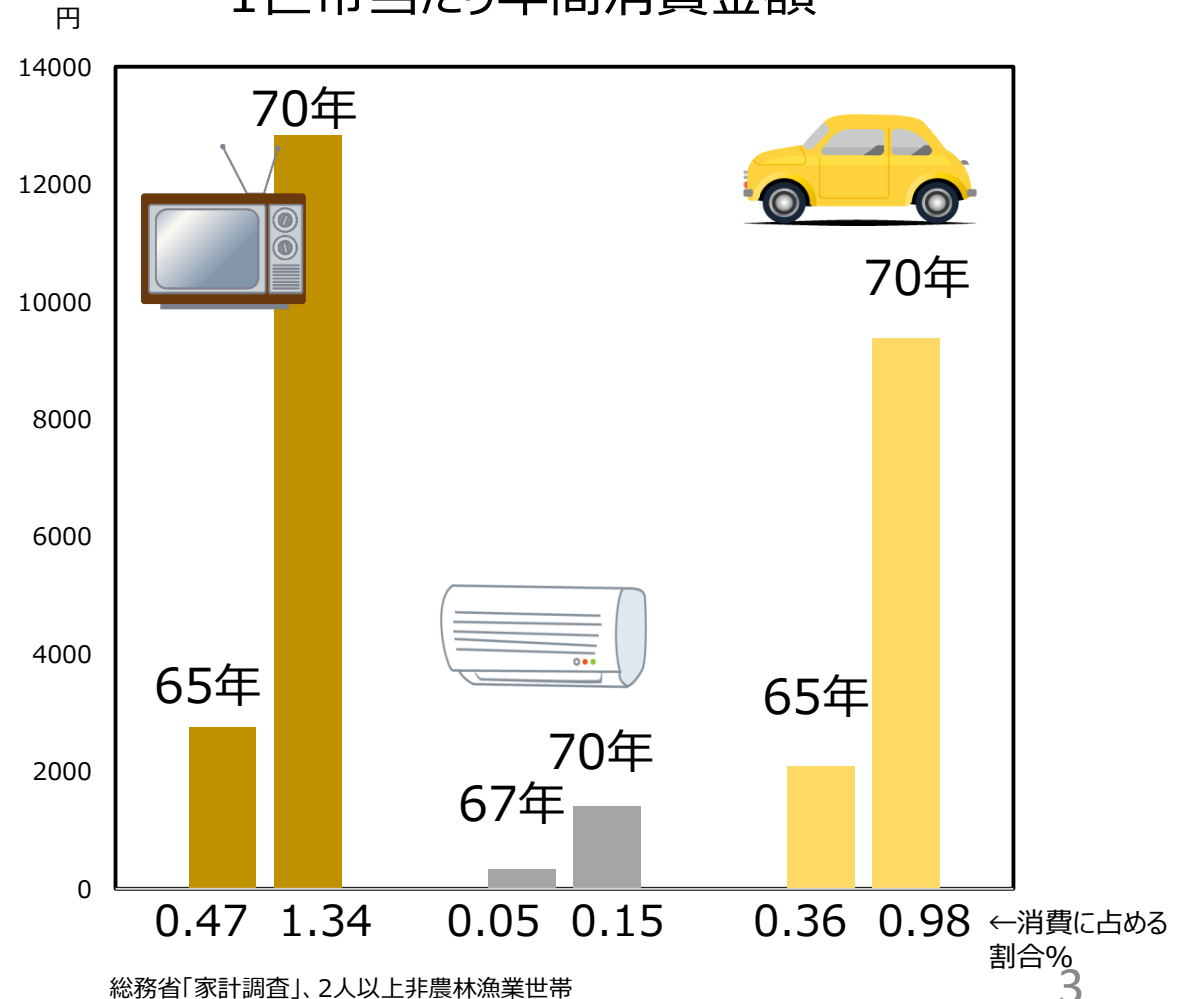
- ・白黒テレビ
- ・冷蔵庫
- ・洗濯機

3C 普及状況

耐久消費財普及率



1世帯当たり年間消費金額



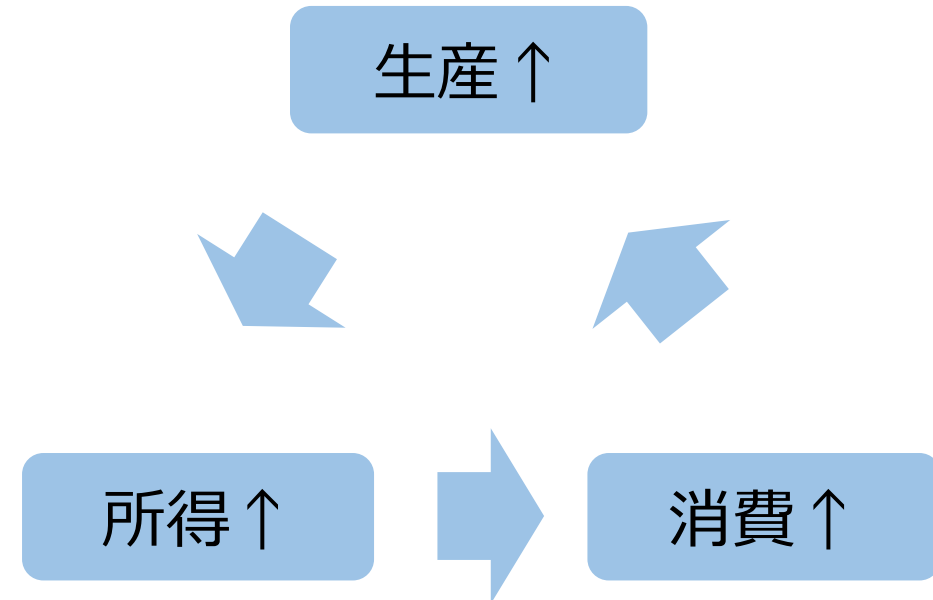
3Cや3種の神器が紡いだ物語

1. 急速な普及・拡大

2. ライフスタイルを変革 ↔一過性のヒット商品

- ・テレビ、クーラー：
家の居心地がよくなる
- ・自動車： 移動が楽になる
- ・冷蔵庫、洗濯機： 家事が楽になる

3. 好循環と成長の物語



現代の3C?

現代の3C?

- 通信 (Communication)
- ネットショッピング/宅配
(e-Commerce/Courier)
- ケア[医療・介護・保育] (Care)

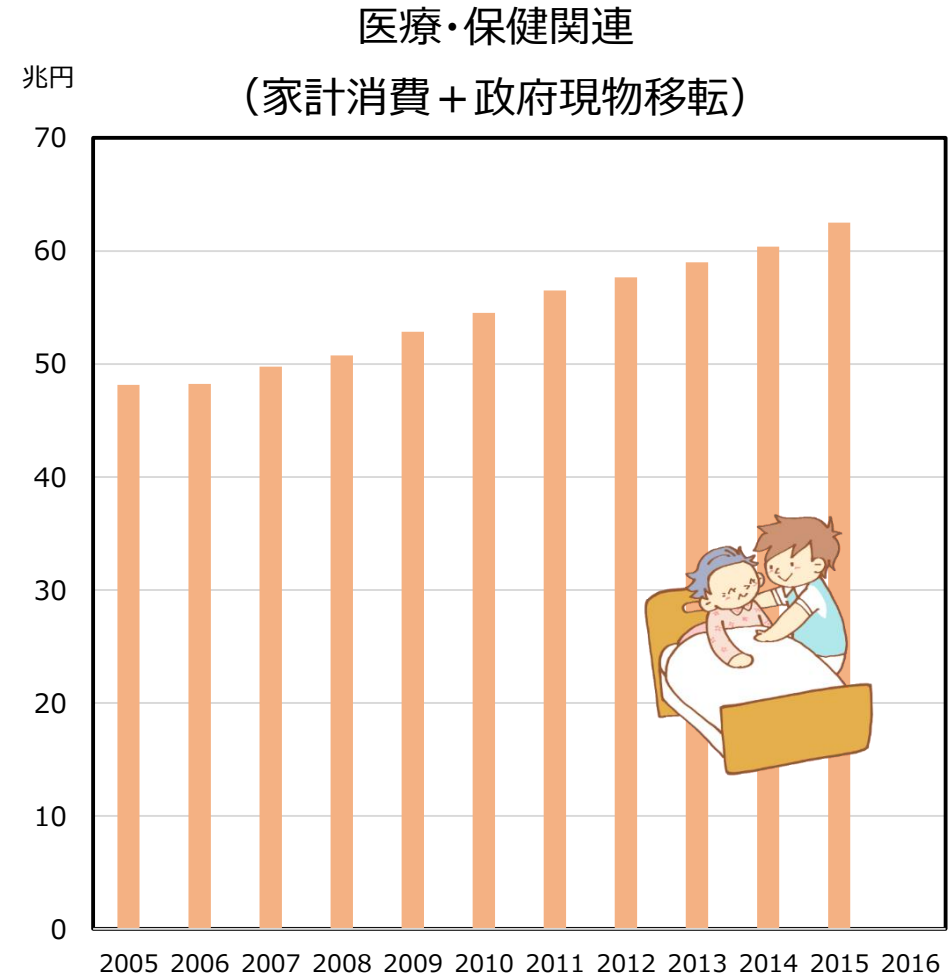
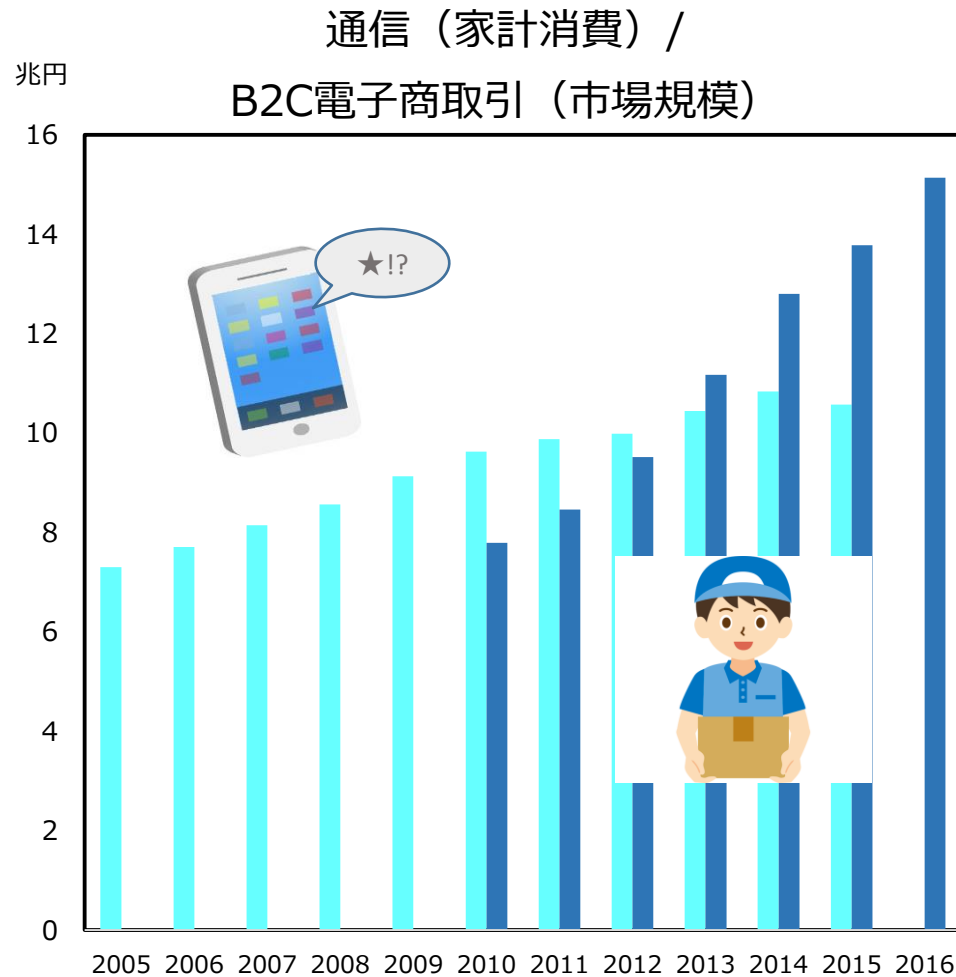
3C

- カラーTV
- 自動車
- クーラー

3種の神器

- 白黒TV
- 冷蔵庫
- 洗濯機

現代の3C 拡大中



内閣府「国民経済計算」、経済産業省「平成28年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備報告書」
左図の通信は年度、B2C電子商取引は暦年。右図は年度、政府現物移転は保健 + 社会保護。

現代の3C ライフスタイルも変えたが

1. 急速な普及・拡大

2. ライフスタイルを変革

↔一過性のヒット商品

- ・通信：家でもどこでも楽しめる
- ・ネットショッピング：
移動せずに何でも買える
- ・ケア：外で活躍できる



好循環と成長の物語は？

現代の3C 特徴

好循環?

お金の動き、所得の増加が
あまりない/見えにくい/見えな
い

たとえば、

- 無料コンテンツ
- 実店舗での購入の減少
- シェアリングエコノミー
- 公定価格と財政支援

成長?

実質GDPの計測上の課題

- 「急速な拡大」「ライフスタイルの
変化」が経済成長の数字に十
分反映されていないのではな
いか?

現代の3C 計測上の課題



通信

- 無料コンテンツの「消費」をどう考えるか?
- 質の改善分が実質GDPに反映されているか?



ネットショッピング

- ネット価格はCPIに十分反映されているか?
- シェアリングエコノミーをどう把握するか?

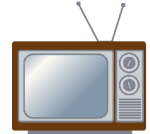


ケア

- 質の改善分が実質GDPに反映されているか?

- GDP統計は経済のサービス化に十分対応できているか?

昔も似たような問題



テレビ

- 映画館の入場料→無料のテレビ（民放）視聴： 広告による収益モデル

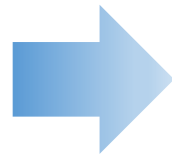


自動車

- モータリゼーション→量販店での割安な価格での買い物

家電全般

- 急速な性能向上による実質的な価格下落



しかし、今回はより困難な側面も