流通とＳＣ・私の視点

2011 年８月 13 日

視点(1434)

Ｉ Ｓaw All America（その 204）!!

― アメリカの７大過剰とは(その２）―

（流通とＳＣ・私の視点 1433 より続く）

（３）アメリカの食文化は量が異常に多い（過食の食文化）

アメリカの食事で気が付くことは､異常に食事の量(アイスクリームやドリンクも同様)が多いことです。日本人の 1.5 倍（場合によっては２倍）の量があり、日本人にとっては１食分多いカロリーを摂取していることになります。その結果、肥満者が著しく多く、社会的問題（アメリカの肥満関連の医療費は 2010 年度で年間 1,680 億ドル、全体の医療費の 17%に達している）になっています。今、ファーストフード業界（マクドナルド等）やドリンク業界（コカコーラ等）も栄養改善対策メニューを出し、カロリーを 20%削減、かつ塩分を 15%削減しようとしています。

（４）アメリカの経済は消費のウェイトが異質に高い（過消費社会）

アメリカの国内総生産（ＧＤＰ）に占める民間消費支出の占める割合は 70%を超えています（日本は６割弱)。大きな経済力（ＧＤＰ）の中で、消費が占める割合の大きさは量的に異常です。これは、アメリカが 1960 年代に日本やドイツ等のモノづくり高技術国家に国内生産業が切り崩れて､産業の空洞化が起こり、逆に消費を活性化して､「消費大国・生活大国」の道を歩んだ結果です。つまり、国内総生産の 70%を占める消費が経済及び景気に大きな影響を与えており､消費の向上無くしてアメリカの経済を語ることはできなくなっています。

それゆえに､アメリカの経済を活性化するためには､消費を刺激することが必要であり､消費刺激策が｢過剰ローンによる**先買い消費**」と「不動産・証券や株高による**資産効果消費**」です。オバマ大統領がリーマンショック後に輸出２倍政策を掲げましたが、アメリカ国内には生産基盤が無くなっていたため、失敗に終わりました。今、アメリカではリーマンショックにより、ローンによる先買い消費と資産効果消費が崩れており、深刻な消費状態になっています。ただ、アメリカは成熟経済国家でありながら、モダン消費とポストモダン消費の混合マーケットであるため、消費経済的に基軸となる潜在力は今もまだ持っています。

（５）アメリカの経済は経済のソフト化が過剰（過剰ソフト経済社会）

アメリカの経済の過剰ソフト化とは、２つの内容を持っています。

①ＩＴあるいはＩＣＴによる情報・メディア産業の突出した発展です。アメリカが第２次世界大戦中に開発したコンピューターは、戦後ＩＢＭを中心に大型情報システム化し、さらに小型・パーソナル情報システム化､さらに情報･メディアのユビキタス化､アメリカは常にこの分野で主導権を握ってきました。特に 1980 年代からのＩＴ・ＩＣＴによる情報・メディア化の発展は、従来のコンピューターの概念を全く変えたソフト産業として発展しました。これ自体は、ソフトの過剰ではありませんが、あまりにも知的所有権とかネットワークとかによる排他的システムや非モノのノウハウ重視が片寄っています｡本来ソフトとハードはバランスよく共存するシステムであるべきです｡その意味で根無し草的経済に、近未来に課題を感じます。

②アメリカの過剰なソフト経済化のもう１つは、金融・不動産による経済の牽引の過剰さです。アメリカにはモノをつくるという生産産業は残っていません。また、経済の中にモノをつくるという実体経済意識が希薄で、他人がつくったモノを基軸にして、その派生である金融・不動産という虚業（？）により、実体のない付加価値づくりによる経済です。もはやローマ帝国の末期のように、自らの生産ではなく、他の人々の生産による貴族的経済になっていることは過剰なるソフト経済と呼ぶことができます。

（流通とＳＣ・私の視点 1435 へ続く）

(株)ダイナミックマーケティング社[+5]
代　表　六（む）　車（ぐるま）　秀　之

Copyright (C) Dynamic Marketing Co. Ltd. 2011 All rights reserved.