

アメリカ人の狩猟民族(ヨーロッパ人も同様)は、動物との瞬間的知恵比べからの発想である「**戦略発想**」(成果を得るために大きな動きから捉える手法)、日本人は農耕民族(アジア人も同様)は、植物をきめ細かく時間をかけて育てる発想である「**戦術発想**」(成果を得るために緻密な動きから捉える手法)と言われています。成果の理論から言うと「**戦略と戦術**」(発想と仕上げ)は一体の物であり、両方がないと成果は出ません。

ところが、戦略と戦術は一体化されたものですが、戦略行動と戦術行動は同一の主体が行うとは限りません。成果を求める行動には、次の2つのパターンがあります。

- ①戦略行動と戦術行動が同じ主体のケース
- ②戦略行動と戦術行動が異なる主体のケース

ケース①の場合は問題はありますが、②のケースの場合は大きな成果のレベルで課題が発生します。すなわち、戦略も戦術も成果を求めることに違いはないのですが、成果の優劣及び成果の後先(あとさき)の違いが不公正を生じることがあります。

基本的には戦略も戦術も一体となって成果を求める仕組みですが、「**戦術に対する戦略の優位性の原則**」と「**戦略先行・戦術追従の順不同の原則**」があります。

この2つの戦略優位の原則を、1980年代の後半から1990年代の初めに行った「**アメリカの日本経済潰し**」の事例を示します。

1980年代のアメリカ経済は、1990年代にモダン消費(モノを買い、モノを消費し、モノを所有し、モノを使用することの連続性に喜びと幸福感を感じる生活向上志向の消費)が終焉し、消費の面から大不況になっていました。同時にアメリカの産業界はモノづくりを優位とする日本の廉価かつ高品質の商品がアメリカの市場を席卷して、アメリカの製造も崩壊寸前でした。当時のアメリカのレーガン大統領は、なぜ日本がこれほど強いのかを徹底的に調べるために「競争力委員会」を設置して、C I Aまで動員して日本の強み・弱みを調査しました。その結果、「日本は自らが発想した商品はなく、すべてアメリカが発想した商品を模倣し、それをアメリカ以上の品質と廉価性で作っているにすぎない!!」という「日本のモノづくりの真髄」を見抜きました。

そこで、アメリカは日本に対して**4つの日本潰しの戦略**を導入しました(六車流：流通理論)。

- ①日本商品が割安なのは、当時の為替レートが円安すぎるとの判断でプラザ合意(1985年)により1ドル200円以上であった為替レートを1996年には70円台まで「**円高を誘導**」し、日本からの輸入を制限しました。
- ②日本は自らが発想した独創的なモノは何もなく、アメリカが商品化した商品のモノ真似にすぎないことから「**知的財産権の強化**」を行い、日本のモノ真似発想の商品の法的規制及び罰則制度の導入を行いました。
- ③アメリカは戦術に対する戦略優位の原則を応用し、特にIT(情報技術)システムの「**ネットワーク化**」を確立し、ネットワークに組み入れないと互換性がなく、日本のソフト商品の使用がグローバル的に制限されるようにしました。
- ④アメリカはITのネットワーク化により、ソフトの分野は自らが先行し、ハードの分野は下請けとし、しかもハード分野は「**コモディティ化**」(大量生産による一般化)し、廉価な部品(IC等)を100分の1の価格まで外国企業を競争させ、ソフト面で莫大な利益を得られるようにしました。

このような結果、アメリカは1995年にはもう日本を研究する必要はないとの宣言を出し、日本は1991～2010年までの20年間、失われた日本経済の時代となり、今なお続いています。

しかしアメリカは、その後さらにバーチャル経済を強化し、やがて金融バブルの崩壊(リーマンショック等)が起きました。少しマクロ優先概念の行き過ぎの結果かもしれません。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代表 六車 秀之