流通とＳＣ・私の視点

2012 年 7 月 29 日

視点(1614)　1991～2006 年までのアメリカの流通の奇跡のメカニズム(その２)!!

（流通経済編）　（流通とＳＣ・私の視点 1613 より続く）

アメリカの経済は 1993 年からＩＣＴ（情報通信技術）によって新たな経済発展の基礎をつくりました。しかし、ＩＣＴは確かにアメリカが生んだ新しいビジネスに違いありませんが、アメリカ経済を 15 年間で２倍にするだけのパワーは当時（今も？）持っていません。アメリカは国内の製造機能が国外へ移転していますから、輸出による景気回復は不可能です（オバマ大統領がリーマンショック以降に輸出３倍増計画を発展し実施しましたが、国内にモノを製造する工場や企業が残っていませんので効果はありませんでした)。経済の成長は広義のモノ（商品・サービス・情報・コンテンツ）経済である「実物(体)経済」が基軸ですが、モノ以外の要素によりモノニーズを誘発して、結果的にモノニーズを拡大させる「波及経済」（非実物(体)経済とも言う）があります。

実は、1991 年から 2006 年にアメリカの小売販売額が２倍以上伸びたのは、「実物(体)経済という“種(タネ)”を誘発させた波及経済（非実物(体)経済＝虚業経済）の拡大による背伸び消費（資産効果による消費とローンやクレジットによる先買い消費)」だったのです。このアメリカの波及経済とは「金融経済」(“種(タネ)”はＩＣＴ産業と不動産産業）であり、金融そのものは虚業ではありませんが、一定のレベルを超えた段階から虚業となり、一定のレベルを超えた金融により経済が成長する状態を虚業経済と言います。

アメリカの実物(体)経済を“種(タネ)”とする虚業経済は次の３つの経済行動と経済メカニズムから成り立っています（六車流：マーケティング理論)。

①1993～2000 年の「ＩＣＴバブルの創出時代」(実物(体)経済の“種(タネ)”はＩＣＴ、波及経済は株式)

アメリカは 1993 年頃からＩＣＴが新たな産業として実物(体)経済を成長させ、その成長プロセスにおいて、株式の証券化による大バブルが発生し、2000 年にそのバブルが崩壊しました。その間、実物(体)経済を上回るＩＣＴ企業の株の上場やＭ＆Ａ等の「株式の証券化」は実物(体)経済をはるかに超える虚業経済を発生させ、やがてバブルの崩壊へ結びつきました。**この間のＩＣＴバブルの創出は、背伸び消費を著しく高めました。**

②2001～2008 年の「不動産バブルの創出時代」(実物(体)経済の“種(タネ)”は不動産、波及経済はデリバティブ)

ＩＣＴバブルは 2000 年に崩壊したとはいえ、経済を発展させ、消費を伸ばしました。概念的に言うと、３割はバブル崩壊しましたが、７割は実物(体)経済に組み込まれました。

アメリカは、ＩＣＴバブルの崩壊後に内需（モノづくりによる内需はアメリカには存在しない）の実物(体)経済として不動産を新たな産業へと成長させる政策を取り、家を持っていない人々に対する住宅政策を国策として推進し、後のサブプライムローン問題を発生させることになります。不動産業は実物(体)経済ですが、その成長プロセスにおいてデリバティブ（金融派生商品）による「不動産の証券化」は実物(体)経済をはるかに超える虚業経済を発生させ、やがて 2007 年のサブプライムローン問題、2008 年のリーマンショック、2009 年以降のヨーロッパ債務危機へと進み、バブルが崩壊しました。**この間に、不動産バブルの創出は背伸び消費を著しく高めました。**

③本来のアメリカの経済成長の「真のメカニズム」

アメリカ経済は 1971 年にニクソン大統領が金本位制（ドルと金の連動性）を廃止し、自由にドルを発行できるようになり、1982 年以降にドル紙幣の印刷によりマネーサプライを飛躍的に高めました。大量のドル紙幣の発行を可能(インフレにならなかった)にしたのは、拡大する世界経済の決済通貨がドル(今でも 50%）であったため基軸通貨としての役割を持っていることや、日本や中国で非流通ドルを大量に所有させたことや、金融政策により世界の金を集めて再度世界へ投資するという世界の金融の基軸国家となっているためです。まさに、アメリカの経済は「証券（株式、デリバティブ）や紙幣による虚業面を多く含んだ経済」です。このように、アメリカの経済はバブルをくり返しながら発展してきた経済なのです。**この金融産業化した経済が新たな背伸び消費を著しく高めました。**

モノ離れ後の経済の成長が「日本」と「アメリカ」では大きく異なるのは、「日本は実物(体)経済」「アメリカは虚業経済」であったことに大きな要因があります。このモノ離れ後のアメリカ経済は、1970 年代に萌芽したコンピューター産業と金融産業が基になっています。しかし、このアメリカのポストモダン消費は大きな課題があり、日本のポストモダン消費のほうが本物なのです。**本物であるがゆえに、実物(体)経済を基軸とする日本の 21 世紀は苦難の道を歩みます。**

(株)ダイナミックマーケティング社[+6]
代　表　六(むつ)　車(ぐるま)　秀　之

Copyright (C) Dynamic Marketing Co. Ltd. 2012 All rights reserved.