

視点(1800)

(流通経済編)

金融経済による消費創造のメカニズム!!

株高や証券高や不動産高は、資産価値は高まりますが、GDP(国内総・粗付加価値額)は増大しません。金融経済は結果的にGDPの6割(日本)~7割(アメリカ)を占める消費の創出に結びつかないと経済は活性化しません。日本は1988年にモノ離れ現象が起こり、1991年のバブル崩壊時を頂点にGDPは、この23年間増大していません。それは1988年のモノ離れ以降のポストモダン消費経済はデフレギャップが発生し、その結果、デフレ経済となり、かつ価格もバリュー価格が主流となり、結果的には消費や小売業は伸びません。

しかし、アメリカの経済は1970年にモノ離れ現象が起こり、その後、ドルの金本位制を廃止し、ドル貨幣の大量発行による金融経済を目指しました。産業革命以来のモノづくりに基づく産業経済を放棄して金融資本を経済の活性化の基軸としました。しかし、1970年代から始まった金融経済は1980年代には単なるドル貨幣発行によるインフレを招き、景気が良くないのにドル安による輸入価格の上昇や貨幣価値の下落により、「不景気であるのに物価が上昇するスタグフレーション経済」となりました。ところが、アメリカはその後1991年代から2006年(リーマンショック直前)までに、アメリカ経済は2.2倍の成長を示しました(同時期に日本経済は全くの成長なし)。

金融経済は直接的には資産価値を高めますが、モノの付加価値であるGDPは高まらないのが基本原則です。それなのに、アメリカ経済は15年間で2倍以上の成長を示しました。

金融経済は確かにモノの付加価値は創出しませんが、アメリカは次のようなメカニズムで、経済を大発展させました。

(1) 金融資本の活性化による消費の創出

金融資本による資産価値の増大は次の原因で消費を高めます。

- ①資産効果消費増(株高や不動産高により儲けた金を消費に回すことにより起こる富裕層の消費増)
- ②消費マインド高による消費増(世の中の経済が明るくなることの期待感で消費をしようとする気持ちが高まることによる消費増)
- ③金融経済の活性化による波及消費増(資金の動きにより色々な産業が出現したり関連業務が増大したりすることによる消費増)
- ④消費者ローンにより先買い消費増(経済の近未来の明るさに対応してローンによる先行消費が起こる消費増)

(2) 新しい産業が異次元レベルで出現することによる消費の出現

単に金融緩和による金融経済の活性化だけではGDPは成長しません。実は、アメリカは金融経済の中で画期的なビジネスが出現し、消費を高めました。

① ICT産業(情報通信技術産業)の画期的出現による波及消費増

1980年代から萌芽したアメリカの情報通信技術産業は1993年から2000年まで金融資本と一体化して、アメリカを実体経済の面から高めました。単にICT産業だけであればあれだけのアメリカ経済に発展しませんでした。ICT産業の新規上場や株高による金融資本と一体化した経済は実体経済を飛躍的に発展させました。

②住宅・不動産産業の画期的出現による波及消費増

2001年から2008年までのアメリカはICT産業に続くアメリカ経済の政策的牽引として住宅・不動産産業が大規模なレベルで開発され、かつ、金融資本と一体化(デリバティブ=金融派生商品)し、アメリカのGDPを大きく引き上げました。

(3) 戦争特需による派生消費

アメリカは金融経済の中で3つの戦争による特需の財政支出で消費を伸ばしました。

- ①1991年の湾岸戦争特需の派生により消費増
- ②2001年のアフガン侵攻特需の派生による消費増
- ③2003年のイラク戦争特需の派生による消費増

以上のように、アメリカは金融経済を基軸として、2つの新産業の出現、3つの戦争特需により、期待以上の効果を金融経済下で達成しました。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之