

# 流通とS C・私の視点

2014年11月24日

視点(1880)

経済のレベルと国家の性格とは!!

(流通経済編)

経済の発展レベルによって、国の政治的、経済的、社会的、消費的ポジショニングが異なります。

一般的に、政治的国家のポジショニングの基軸は「外交力と軍事力」、経済的国家のポジショニングの基軸は「GDPの規格と技術力」、社会消費的国家のポジショニングの基軸は「所得の高さ」と「文化度」と考えています。

そこで、政治的、経済的、社会消費的な国家のポジショニングを定義づけると次の通りです(六車流：流通・マーケティング理論)。

政治的国家のレベル		経済的国家のレベル		社会消費的国家のレベル	
超1等国	外交力と軍事力が超強力	超経済 大国	GDPが100兆ドル以上 (1,500兆円以上)	超先進国	1人当たりGDPが 4万ドル以上
	アメリカ		アメリカ		アメリカ、日本、スイス
2等国	外交力と軍事力が強力	経済大国	GDPが 5兆～10兆ドル未満	先進国	1人当たりGDPが 3万～4万ドル未満
	中国、ロシア		日本、中国		ドイツ、イギリス、フランス
3等国	外交力と軍事力が中力	経済 中上国	GDPが 3兆～5兆ドル未満	中進国	1人当たりGDPが 2万～3万ドル未満
	イギリス、フランス、日本、ドイツ		ドイツ、イギリス		韓国、カナダ、オーストラリア
4等国	外交力と軍事力が中下	経済中国	GDPが 1兆～3兆ドル未満	新興国	1人当たりGDPが 5,000～2万ドル未満
	インド、韓国		韓国、フランス		中国、タイ
5等国	外交力と軍事力が下	経済小国	GDPが 3,000億～1兆ドル未満	発展 途上国	1人当たりGDPが 1,000～5,000ドル未満
	タイ		インド		インド
6等国	外交力と軍事力が下の下	経済 超小国	GDPが 3,000億ドル未満	未発展国	1人当たりGDPが 1,000ドル未満
	ミャンマー、バングラディシュ		ミャンマー、バングラディシュ		ミャンマー、バングラディシュ

アメリカは政治力(外交力と軍事力)が超一等国家で、かつ経済力(GDPの規模と技術力)で超経済国家、さらに社会消費力(所得レベルの高さと文化性)において、さらにライフスタイルの進化においても超先進国であり、それゆえに、アメリカは「覇権国家」(直接あるいは間接的に世界の国に影響力を持つ国家)です。冷戦時代のソ連は、政治的(外交力かつ軍事力)には覇権国家でしたが、経済的には経済中国(GDPが1兆～3兆ドル未満)で、かつGDPの資源依存度が高く、産業国家・消費国家の形をしていませんでした。それゆえに、身分不相応の軍事力と赤色帝国主義(実質的に支配国を植民地化、しかも搾取のできない逆に援助しなければ成り立たない属国)によって自らの国が崩壊しました。

一方、日本は経済面や社会消費面でこそ経済大国や超先進国ですが、アメリカの間接支配の中で外向的にも軍事的にも自力を持たない「単なる経済・所得大国」でした。

今、中国はめきめきと政治面・経済面で力をつけており、まさにアメリカに次ぐ覇権国家になろうとしています。しかしながら、社会消費面において、1人当たりのGDPは7,000ドル程度で、日本の5分の1以下、かつ文化度や民度(国際間の礼儀や国民のジェントルマン度)は著しく低く、文化国家・文化人に至るまでにはまだまだ時間を要します。

今後の日本は「適切な自国の国力に見合う外交力と軍事力」、さらにニューモダン消費経済の中ではアメリカと同程度の進化が進んでいますので、ニューモダン消費化により経済的かつ社会的な面の一層の飛躍が必要で、その潜在力を持っています。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代 表 六 車 秀 之