

視点(915)

生活大国と1,500兆円の個人金融資産!!

経済は農業を産業とする時代から商業を産業とする時代、工業を産業とする時代、さらに金融を産業とする時代、最終的(?)に生活(消費)を産業とする時代へと進みます。

日本の国内総生産(GDP)の内訳を見ると次の通りです。

		金額	構成比	備考欄	
国内総生産(合計)		51,196 百億円	100.0%		
国内需要	民間需要	民間最終消費支出	29,138 百億円	56.9%	・内閣府経済総合研究所 ・2007年歴年、名目
		民間住宅投資	1,883 百億円	3.7%	
		民間企業設備投資	8,098 百億円	15.8%	
		民間在庫投資	238 百億円	0.5%	
		小計	39,357 百億円	76.9%	
	公的需要	11,126 百億円	21.7%		
	中計	50,483 百億円	98.6%		
外国需要	財貨サービスの準輸出	713 百億円	1.4%		

日本の国内総生産は512兆円(アメリカは13.8兆ドル=105円換算で1,449兆円、日本の2.8倍)、国内総生産に占める民間最終消費支出は56.9%(291兆円)で、アメリカでは71.6%(個人消費支出8.3兆ドル=872兆円、日本の3.0倍)です。消費に占める小売業の売上高は、日本は40.5%(小売販売額118兆円)、アメリカは40.9%(小売販売額3.4兆ドル=357兆円)です。このように、経済が成熟すると国内総生産に占める消費の割合は高くなり、消費対象である産業の小売業、飲食業、サービス業、アミューズメント業が60~70%を占め、この分野での生産性の向上なくして経済の発展はないと言っても過言ではありません。

その中で、アメリカの小売業は1991~2006年の15年間に売上高は2.3倍に拡大しました。一方、日本の小売業は同じ15年間にマイナス15%と減少しています。私はアメリカのこの15年間で、1990年代(正式には1991~2006年)の小売業大躍進の奇跡と呼び、日本の15年間(正式には1991~2006年)を失われた小売業の時代と呼んでいます。アメリカの経済もこの15年間に、政府の競争力委員会の提言に基づき、追い上げる日本経済をIT技術と創意工夫に基づく知的所有権や参入障壁の高い産業を育て、「突き放し振り切り」しました。アメリカの真似で追いつき追い越せの日本に対し、新しい産業を独自に開発・育成し、経済を大発展させました。同時に、流通業においてもIT技術革新と創意工夫による経営革新によって、1990年代のアメリカ流通大発展の奇跡を達成しました。

現在(2007年の秋以降)は、アメリカの経済はバブル経済の崩壊と言われ、景気が急速に後退しています。ここで勘違いしてほしくないことは、バブル経済の崩壊とは、経済が大成長し、その行き過ぎでバブル崩壊が起こるのです。バブル経済になった国は、恵まれたすばらしい経済ノウハウを持った国なのです。問題は、その後の、バブル経済崩壊後の経済の再構築です。日本は、バブル崩壊後の経済の再構築に10~15年を費やし、回復時期の長さから見て失敗でした。バブル経済は勢いがあるため、「過剰なる消費」(将来の期待収入によるローンなどでの先買い)や「過剰なる株高」(日本は1989年までに15年間で6倍、アメリカも2007年までの15年間で10倍)や「過剰なる不動産高」(日本は5~10倍、アメリカも3~10倍)となりました。バブル経済(大発展経済)は70%が本物の経済、30%がバブル(泡)の経済です。すなわち大発展すればするほどバブル経済分が大きいのです。バブル経済崩壊後の経済不況は当然ですが、3年から5年以内にバブル経済分を整理し、新しい発展の方向に進むべきですが、日本は1995年の第1次改革で失敗し、結果的に10~15年の失われた時代を経過しました。

日本が2010年代に流通大躍進の奇跡を達成するための起死回生の財源があります。それは、日本人が貯えた個人金融資産の1,500兆円です。この1,500兆円の資金を「消費」と「投資」に向けることです。

1,500兆円の25%分を10年間で消費化(毎年38兆円)

1,500兆円の大半を50歳以上の個人が所有しています。シニアマーケットのニーズ&ウォンツを的確に捉え、モノからコト消費を高め、熟年マーケットに革命を起こすことにより、1,500兆円の資産の消費が進みます。そのためには、売り手である小売業者の新しい発想に基づく創意工夫の経営革命が必要です。

1,500兆円の50%分を10年間でニュービジネスへの投資化(毎年75兆円)

小売業を含むサービス業全体の技術革新を行い、サービス業の生産性を高め、かつ、創意工夫による経営革新を行い、サービス業が発展性のある高成長企業になって1,500兆円の資産をサービス業に投資してもらうことが必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六 車 秀 之