

## 視点(1861)

### SCと日本の金融経済の関係は!!

(SC理論編)

経済の成熟期（日本は1991年のバブル崩壊後）は、次の3つの要素が存在します。

①モノ離れによる広義のポストモダン消費経済の要素

②カネ余りによる金融経済（モノづくりより金融派生需要が過剰化し金融が優先する経済）の要素

また、以上の結果、次のような経済状況が起こります。

①経済が低成長化（デフレから低成長あるいはスタグフレーション）

②経済がグローバル化（インターナショナルからモノの外需化と金融の世界波及化によるグローバル化）

この経済の成熟期がアメリカは1970年にモノ離れ現象が統計的に起こり、1970年から広義のポストモダン消費経済に突入しました。また、アメリカでは1971年に金とドルの交換制度廃止（ニクソンショック）により1975年から金融を基軸とする経済に突入しました（金融を基軸とする経済に対応する言葉は生産を基軸とする経済）。

このアメリカ経済の「モノ離れによる広義のポストモダン消費経済」と「ドルの金本位制の廃止による超金融緩和経済」は、1975年頃から今日（2014年）まで40年間、アメリカ経済の基軸を形成しました。日本も1985～1991年までの短期間のみ超金融緩和による金融経済が生じましたが、バブル崩壊（1991年）が起こり、その後20年間、日本経済は相対的な金融規制経済でした。

日本は1988年に統計的モノ離れ現象が起こり、1992年から本格的な広義のポストモダン消費経済（モノ離れした後の経済）に突入しましたが、アメリカのように金融経済の道を歩まなかったために、デフレ経済の状態となり経済の成長は20年間ありませんでした。

しかし、アベノミクスにより2013年4月より金融が大幅に緩和され、マネタリーベースで135兆円（1913年4月）を2年間で2倍の270兆円にし、物価上昇2%、実質成長1%の3%の名目成長を目指しています。

流通業界及びSC業界もモノ離れによる広義のポストモダン消費対応の経済行動、さらには通貨の大量発行による金融経済対応の経済行動化が急速に進みつつあります。

すなわちモノ離れ後のSCの集客は「エンターテインメントによる集客とその派生効果による売上高の獲得」、さらにはカネ余りによる金融経済の事業は「SCの開発及び運営における投資的観点からの意思決定」で行われるようになっていきます（日本のSCの金融化は2000年頃から始まり、2005～2010年頃まで成長し、2013年から本格化しつつあります）。

金融経済時代のSCは、モノを売るための仕組みづくりよりも、モノ離れ後の集客ができるSCが売上高を多く獲得することができるようになります。また、集客するためには大規模な集客装置への投資が必要となります。その投資の資金源も銀行等の金融機関の発想や仕組みの投資ではなく、投資ファンドや不動産ファンド（リート等）の投資家による利回り採算が基軸となります。

端的に言えば、「投資が多くできるSC（企業）が勝つ」こととなります。

それゆえに、SCにとって「顧客」は、今までの「消費者」「テナント」に「投資家」が加わり、SCの顧客の御三家が形成されます。

①消費者は「消費価値の創造」（顧客満足＝CT）

②テナントは「商売価値の創造」（テナント満足＝TS）

③投資家は「不動産価値の創造」（投資家満足＝IS）

を目的にSCをプラットフォームとして活用します。この3者の価値創造を「SCの3大価値創造」と言います（六車流：流通・マーケティング理論）。

投資家は小売業のスクラップ&ビルド型の投下資本の回収を目的とする事業収支ではなく、サバイバル型の事業収支（税引前、減価償却前、金利前、資金返済前の利回り収支＝売却益＋含み益＋利回り益）を行いますので、同一物件でも小売業より1.5～2倍の投資が可能となります。

金融経済は、資本主義の最後のあがき・墮落なのか、それとも新しい資本主義の進化なのか？結論は、もう少し先に明らかになります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>6</sup>

代表 六車秀之