

# バブルははじけてもITは死なず

高成田 享

米国経済に対する弱気の見方がふえてきた。生産、小売の縮小に追い討ちをかけるように、株価の下落によって、消費マインドが一気に後退しているため、成長の鈍化は、せいぜい1四半期で、すぐに回復するというV字型回復論はさすがに少数派になり、2-3四半期の成長鈍化ののちに、プラス成長に回復するというU字型回復論者がふえてきた。

とはいえ、マイナス成長が2四半期連続で続くという景気後退（リセッション）になるという見方はまだ少数で、「もっとも悲観的な見方をするエコノミストの一人であるアラン・サイナイ氏もリセッションの可能性は50 - 50だと語っている」(ワシントン・ポスト紙)といった具合だ。

日本のバブルとその後の長期的な停滞をみてきた私たちからすると、米国のエコノミストの見方は甘いように見え、景気の低迷が長期化するL字型論者がもっといていいように思える。中にいると見えない部分があると思うが、米国の現状は日本ほどひどくはないというのが、米国の一般的な見方なのだろう。ワシントン・ポスト紙のコラムニスト、ジョージ・ウィル氏は同紙に次のように書いている。

日本のバブル崩壊による損失の総額は15兆ドルに及び、これは、日本のGDPの3年分にあたる。これを、米国経済に置き換えれば、30兆ドルの損失にあたるが、米国の株式市場の下落による損失は5兆ドルだから、米国が受けた損失は、日本が受けた損失の6分の1の規模にすぎない。

たしかに日本がバブル崩壊で受けた損失の半

分以上は土地の下落によるもので、米国では土地バブルが日本ほどひどくなかった。また、米国の銀行は、日本の銀行と違って、株式の保有を禁止されているので、株式の下落が銀行の資産の減少に直ちにつながることはなく、銀行の破綻や「貸し渋り」もいまのところ深刻化してはいない。

とはいえ、個人の資産に株式が直接、間接に結びついている比率は、日本よりも高いため、株価の下落が個人消費の減退につながる効果（逆資産効果）は、日本以上であり、もし、さらに株価が下落するようなことになれば、個人消費の減退が景気をさらに悪化させる、という「負のスパイラル」が働くように思える。

米国の景気悪化の先導しているのは、情報技術（IT）関連の企業で、株価も、IT関連企業の多い、ナスダックの下げ幅がきついことでも、それがわかる。こうした企業の特徴は、景気の悪化の速度が速いことと、その幅が大きいことで、設備投資に時間がかかる製造業とは様相がずいぶん異なっている。ヤフーのクーグル会長兼CEOが突然CEOを退任したのは、今年第1四半期の売り上げが広告収入の激減によって大幅に減少する見通しになったからだ。

インターネット・サイトの広告収入は、どこも大幅に減っていて、インターネットが広告の柱のひとつというよりも限界的な媒体であり、不況になれば、真っ先に削減される対象であることが明らかになってきた。ヤフーのCEOの退任も、広告依存からの脱却をしないと、企業として生きていけない、という危機感と、それには、新しい経営感覚が必要という読みがあったからだろう。

IT産業の景気悪化とともに、米国の雇用情勢にも注意信号がともるようになった。米国の失業率は依然として低水準にあるものの、IT企業を中心としたレイオフの波は、米国全体の雇用状況を悪化させそうだ。米オンライン証券の最大手、チャールズ・シュワブが先日、全従業員の11 - 13%にあたる人員削減計画を発表したのがその典型。

これまでのレイオフでは、製造業などの「オールドエコノミー」が雇用を削減すると、その人材が「ニューエコノミー」に回るという循環で、全体の雇用は悪化してこなかった。しかし、いまは、これまでの雇用を吸収してきた産業が雇用を吐き出す一方で、その受け皿がどこにもない状態で、今後、米国の雇用は急速に悪化していきそうだ。

1990年代後半からの本格的なIT時代の最初の不況がいま起きつつある景気の悪化ということになるだろう。しかし、忘れてならないのは、今回の不況が「ITバブルの崩壊」と位置付けられたとしても、IT化の流れは変わらないということだ。産業革命以降、紡績業、金融業、鉄鋼業など、さまざまな産業が勃興し、そのなかには、競争によって、滅びる企業がたくさん生まれた産業もあり、それが引き金になって、資本主義時代に特有な恐慌を生み出したこともある。しかし、産業革命以降の新しい産業が「崩壊」し、それ以前の時代に戻ったことはない。

「鉄道や自動車の時代を変えるインパクトは、多くのこうした企業がなくなっても、もはや疑う余地がない。競争の末生き残る企業はわずかしかなかったが、新しい技術の恩恵は消費者に行き渡ったのはたしかだ。インターネットを利用した企業の潜在的なコスト削減は非常に大きく、1990年代のナスダックを主導したすばしい小企業群よりも、オールドエコノミーの主要企業にとって、より大きなものになっている

だろう」(ロバート・ラタンの論文「インターネット再考」、『フォーリン・ポリシー』所収)。

個別の企業が滅びても、ITが作り出した「ビジネス・モデル」は生き続け、発展していくということだ。たとえば、アマゾン・コムは最高値の1割程度の水準を低迷し、「倒産」のうわさも市場には出ている。しかし、インターネットを使って、書籍販売の流通を合理化させたビジネス・モデルは、Eコマースの基礎のひとつでもあり、多くの企業がアマゾン・コムのモデルをより進化させようとしている。ヤフーにしても、これまでの株価が異常に高かったことは事実であるし、インターネットに吸収できる広告収入に限界があることも示した。しかし、膨大な情報が漂うインターネットのなかから情報を引き出すための「検索エンジン」は必要で、そのエンジンを軸に、集まってくる人たちとビジネスを結びつけるヤフー・モデルは、これからもビジネスのひとつとして追求されることはたしかだ。

また、B2Bと呼ばれるインターネットを使った企業間の取引は、部品の発注や製品の在庫管理などで、企業の生産性を高めるのに役立っていて、こうした分野での「IT革命」が衰退することもないだろう。ブルッキングス研究所の調査によると、インターネットの活用によって、年間2000億ドルのコスト削減が見込まれ、この米国GDPの2%にあたるコスト削減は、年間の生産性を0.4%ずつ高める、としている。

『ビジネス・ウィーク』は、インターネット再考の特集のなかで、「インターネットは金融サービスのような分野では、利用の途上にあるが、娯楽、健康管理、政府、教育などの分野では、潜在性はまだ未来に残されている」としている。たしかに、インターネットが供給できるサービスは、まだほんの端緒についたばかりだろう。今後、光ファイバーや無線などによる「ブロー

ドバンド」で大容量の情報が流れるようになれば、こうした分野の活用はさらに広がり、それがビジネスと結びつく機会もふえてくるだろう。

長期的な低迷のなかにある日本経済にとって

は、これから大きな機会が待ち受けているともいえる。米国経済が「ITバブルの崩壊」で一息ついている時期は、日本が追いつくチャンスかもしれない。(2001/3/28)