

2008年12月18日

フランスにいて浮世絵がわかるか、日本にいて日本株がわかるか(後編)

※参考までに前編の内容も掲載させて頂いております。(前編/2008/12/11 更新)

フランスの絵画の歴史に日本の浮世絵が与えた大きな影響は良く知られています。どうして浮世絵がフランスに渡ったかという、陶器の輸出の際に包装紙として使われたからだそうです。

当時の日本では、浮世絵は大量生産されていて、包装紙に再利用するくらい、ありふれたものだったのでしょう。ところが、フランスでは、希少なものと新鮮な美的刺激に富むものとして、珍重されたということです。

現在の世界の美術界における浮世絵の地位は、外国人が浮世絵を見出したことによって確立したのです。もちろん、浮世絵を作ったのは日本人です。しかし、浮世絵の価値を作り出したのは、浮世絵を作った日本人ではなく、浮世絵を見出した外国人だったのです。昔の日本人が浮世絵につけた価格は、同時代のフランス人がつけた価格とは、比較にならないくらい安かったと思われれます。しかし、現在では、フランス人であろうが、日本人であろうが、何人であろうが、同じ一つの浮世絵については、同じ価格で取引せざるを得ません。もはや、美術品市場は、グローバルに統合されているからです。長期にわたって、二つの価格が、一つの価格に収斂してきたのです。その間に、価格の低かった日本から価格の高かった海外へ、大量に浮世絵が流出したのは、理の当然です。それが、交易(貿易)の本質です。この浮世絵の交易に携わった業者が、それなりの利潤を挙げたであろうことは間違いないでしょう。ただし、利潤のほとんど全ては、浮世絵を売った側ではなく、買った側の業者にあったのではないのでしょうか。

世界中のナマコを探し続けた中国人、胡椒を求めて世界の海に乗り出した欧州人、その他世界中の人々が、それぞれの立場で、自国の中になかった価値を探し続けたことから、国際交易が活発化し、現在のグローバル経済が創出されてきたのです。ナマコも胡椒も、生産地では、たいした価値はなかったのです。価値は、外から来て価値を見出した外国人が生み出したのです。だから、浮世絵の場合と同様に、ナマコや胡椒の取引利潤は、その価値を見出した業者にあったはずで

要は、現在のグローバル経済体制の視点から見ると、日本にいては浮世絵の価値がわからず、南洋の島にいてはナマコの価値がわからず、アジアにいては胡椒の価値がわからなかった、ということになるのです。

だから、利潤も価値を見出した側にあつて、生産者の側にはなかったのです。現在につながる投資というのは、このような交易事業に対する投資として始まったのではないかと考えられます。交易業者は、自己資金だけでは買付代金や用船費をまかなえず、外部資金を必要としたらうからです。取引利潤は、業者にまわる以上に、資金を提供した投資家に投資利潤として還元されたのでしょう。

冒頭の問いに戻しましょう。「フランスにいて浮世絵がわかるか。」答えは、日本にいては浮世絵がわからず、むしろ

フランスにいなければ浮世絵はわからない、ということです。だから、投資の視点から見る限り、浮世絵ビジネスへ投資するならば、フランスの業者に投資しろ、ということになるのではないのでしょうか。

⇒(後編の内容はここから)

では、次の問い、「日本にいて日

本株がわかるか」ですが、もはや、日本にいても日本株はわからないのかもしれないのです。

東京証券取引所など主要株式市場が毎年行っている株式分布状況調査によれば、2008年3月末時点での外国人の保有比率は、27.6%となっています。また、東京証券取引所の投資部門別株式売買状況の調査によれば、2007年1年間を通じて、売買金額ベースで、委託注文(一部・売買計)の実に63.6%が、外国人によるものとされています。もはや日本の株式市場は、「日本の」市場ではないのです。世界の株式市場の一部を形成するものなのです。日本の株価は、日本国内の需給や国内の要因によって規定されているのではなく、世界全体の中の相対比較によって規定されているということです。

かつて日本人が浮世絵を売ったように、今の日本人投資家が日本株のある銘柄を割高と感じて売るとしても、かつての外国の浮世絵愛好家のように、外国人投資家がある同じ銘柄を国際比較において割安と評価して買うならば、一体どうなるのでしょうか。外国人投資家の売買が優越する日本の株式市場では、外国人の評価のほうが、より強い価格規定力を持つのではないのでしょうか。日本国内の視点からは、もはや、日本株は見えないのです。あるいは、見てはならないのです。世界の視点で日本株を相対化して見ない限り、日本株の価値は見えてこないからです。

日本語のできない外国人のアナリストやファンドマネージャが、日本へ来て企業訪問などの調査をしたところで、本当の日本企業の価値などわかるわけがない、などという方がいます。

皆さんもそう思われますか。私は、そうは思いません。全く逆です。日本語しかできない日本のアナリストやファンドマネージャが、いかに徹底的に、微にいり細にいり日本企業の調査をしたとしても、本当の日本企業の価値は発見できないと思います。

トヨタ自動車だけを徹底的に調べても、日本株の運用にはなりません。日本の自動車産業全体の調査の中で、トヨタの調査を位置づけるからこそ、日本株運用のための調査になるのです。トヨタについて100知ることよりも、トヨタと日産と本田について、それぞれ80ずつ知っていることのほうが、日本株運用にとっては、大切なことです。しかし、もっと大切なことは、世界の自動車メーカー全体について、それぞれ60ずつ知っていることなのではないでしょうか。そうだとすると、もはや世界の共通言語である英語を使って、全世界の自動車メーカーの調査を、同じ基準、同じ方法、同じ密度で行うことのほうが、株式運用の付加価値形成という意味では、はるかに有効であろうと思われます。

日本語ができない限り日本株はわからない、というよう株式市場であるならば、日本株の価値はありません。英語で日本株がわかるというような市場にしない限り、日本株の価値は上がり得ません。包装紙に使われた浮世絵のような日本株式市場であってはならないのです。

次回更新は、12/25 となります。よろしくご願ひ致します。

