(17)

花見酒の経済

日経(9) 2009.6 17

経済学者 佐和 隆光

あすへの話題

落語「花見酒」のあらすじは次の通り。灘の生一本3升を借り込んだ熊さんと辰つぁんは、1杯10銭で花見客に酒を売ってひともうけと酒樽かついで向島へ。途中、酒の匂いを嗅いで堪らなくなった熊さんは「誰に売っても同じだよね」と言いつつ、手持ちの10銭を辰に渡して1杯を飲み干す。これを見て辛抱しかねた辰は「俺にも1杯売ってくれよ」と熊に10銭払って1杯飲み干す。交互にこれを繰り返しつつ向島に着いた時には、酒樽は空っぽ、2人はべろべろ。さて売り上げはと熊の財布を逆さにしたら、10銭玉が1つ転げ出ただけ。

朝日新聞論説主幹（当時）の笠信太郎氏は1961年頃の日本経済を「花見酒の経済」に類比させた。土地を担保にする信用が無暗に膨張し、社会資本の整備はお座なりにされたまま家計は消費に励む。幸い、60年代の日本は「花見酒」の酔いからすぐに醒めて、その後は資本蓄積に励み、熊さん辰つぁんの二の舞いにならずに済んだ。

90年代から昨年までの米国経済は、まさしく「花見酒の経済」そのものだった。家計の消費支出は所得を上回り、低所得者向けサブプライムローンを組み込んだ債務担保証券を世界中にばらまき、まるで「悪酔い」さながら、国際金融危機と世界同時不況を引き起こし、米国政府は、金融機関に巨額の救済資金を投じ、経営破綻に陥った自動車メーカーを国有化せざるを得なくなった。空っぽになった酒樽（会社の債務）を、政府の資金（税金と国債）で埋め合わせるしかなかったのだ。「花見酒の経済」は、日本の落語家たちによって江戸時代から語り継がれてきたのだが、その英訳がなかったのは残念だ。