

**【億万長者のバフェットが避けたがる
「コモディティ型企業」について知る！】
(億万長者バフェット学)**

⇒編集後記にて

~~~~~

**どうもゆうです！**

**こんにちは！**

**さて、昨日は**

**【資産10兆バフェットは大衆投資家が暴落で焦ってるところで買う】  
(億万長者バフェット学)**

**を扱いました！**

PDF

【資産10兆バフェットは大衆投資家が暴落で焦ってるところで買う】

(億万長者バフェット学)

[http://fxgod.net/pdf/buffet\\_theory1.pdf](http://fxgod.net/pdf/buffet_theory1.pdf)

それでバフェットの投資ってのは悪材料で感情で売ってしまう

一般投資家であつたり

投信のファンドマネージャーの裏をかく戦略なのだ

ってことですよ〜

この辺が本質中の本質、ですよ。

さて、それで「じゃあ億万長者バフェットの考える優良企業とは何か？」

ということになりますが、

今日はその辺を考えます。

編集後記で！

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

(写真37枚あり) 【マレーシア最大級のメガモール  
ミッドバレーに行ってきた】

[http://fxgod.net/pdf/malay\\_megamall.pdf](http://fxgod.net/pdf/malay_megamall.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDFレポート【なぜ最近マスコミは「軍用地投資」をあおるのか？】

[http://fxgod.net/pdf/gunyouchi\\_toushi.pdf](http://fxgod.net/pdf/gunyouchi_toushi.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDF【「行動力を上げる裏技」とは？】

<http://fxgod.net/pdf/koudouryoku.pdf>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDFレポート

【「20代の4割は童貞」という

驚愕の統計データについて考える！】

[http://fxgod.net/pdf/20dai4wari\\_doutei.pdf](http://fxgod.net/pdf/20dai4wari_doutei.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDFレポート

【マスコミが報じない「吉本興業に天下りをした警察OB30人」  
について考える！】

⇒ [http://fxgod.net/pdf/yoshimoto\\_keisatuob.pdf](http://fxgod.net/pdf/yoshimoto_keisatuob.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDFレポート

【EUのドイツとフランスは  
米ドル決済を使わないINSTEX（インステックス）活用を  
進めていく】

⇒ [http://fxgod.net/pdf/instex\\_eu.pdf](http://fxgod.net/pdf/instex_eu.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

## PDF レポート

【なぜマスコミは芸能人の  
入江さん、宮迫さん闇営業問題を  
「プロパガンダ」しているのか？（警察天下り利権）】  
⇒ [http://fxgod.net/pdf/irie\\_miyasako.pdf](http://fxgod.net/pdf/irie_miyasako.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

## PDF レポート

【NY ダウが27000ドル超えの中、  
ドル円が107円台の相関現象 について2月のメルマガから考える！】  
⇒ [http://fxgod.net/pdf/ny27000\\_dollar107.pdf](http://fxgod.net/pdf/ny27000_dollar107.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDFレポート（コラム）

「私たち人類は実は何も知らない!？」

[http://fxgod.net/pdf/muchi\\_no\\_chi.pdf](http://fxgod.net/pdf/muchi_no_chi.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

メルマガバックナンバーより

【副島隆彦先生と田中研究員の「NHKをぶっ壊す」についての  
最新言論を見る!】

<http://www.fxgod.net/a/groups/8042063/soejima20190718/>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDF【「生産性」をあげると誰でも楽しんで稼げる、という話】

<http://fxgod.net/pdf/seisansei.pdf>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

**FXNの動画「+105万円利益確定のトレードの説明動画です！」**

⇒ <http://www.snatchfx.com/fxn150man>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

**PDFレポート【天井の時間帯は！？】**

<http://fx-ntre.com/pdf/ci5.pdf>

**【FX 天井・底の時間帯が分かる手法】サイクル理論とは！？**

<https://youtu.be/a4AAr-xn4FY>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆



☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

**【FX サイクル理論動画】ライト・レフトトランスレーションの  
エントリー戦略とは？（FX・Nが徹底解説）**

⇒ [http://www.snatchfx.com/cycle\\_trade](http://www.snatchfx.com/cycle_trade)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

**【動画】スーパートレーダーFX・Nが教える「サイクル理論・入門」を  
公開！**

⇒ [http://www.fxgod.net/a/groups/7091080/fxn\\_cycle1/](http://www.fxgod.net/a/groups/7091080/fxn_cycle1/)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

【FX・NさんのPDFレポート1】

「サイクル理論とは何か？」

⇒ [http://fxgod.net/pdf/cycle\\_theory.pdf](http://fxgod.net/pdf/cycle_theory.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

【FX・NさんのPDFレポート2】

「サイクル理論トランスレーション編

トランスレーションを理解して「波の性質」を見極める！」

⇒ [http://fxgod.net/pdf/cycle\\_translation.pdf](http://fxgod.net/pdf/cycle_translation.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

PDF【サイクル理論損切りラインの決め方とは！？】

⇒ <http://fx-ntre.com/pdf/ci2.pdf>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

【PDF】大富豪たちが使う「サイクル理論の構成」とは？

⇒ [http://fxgod.net/pdf/cycle\\_kousei.pdf](http://fxgod.net/pdf/cycle_kousei.pdf)

PDF【サイクル理論天井と底はどこ！？】

⇒ <http://fx-ntre.com/pdf/ci3.pdf>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

【動画】分割決済の方法はこちら↓

⇒ <https://www.youtube.com/watch?v=huDd8YAX4qA>

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

＝＝＝＝＝＝＝＝＝編集後記＝＝＝＝＝＝＝＝＝

さてさて、昨日は

【資産10兆バフェットは大衆投資家が暴落で焦ってるところで買う】

というのを流してますが、

バフェットの投資の本質ってのは悪材料で感情で売ってしまう

短期思考の個人投資家や投資信託のファンドマネージャーの裏をかく

そういう戦略だ、ということを書きました。

ただ当然ですがそこではその企業の営む事業が

しっかりしたものであるのも当然ですが

そこでこれから高収益をあげる能力がないといけない

わけですね。

単純に暴落して底値で拾うってものでもない

わけです。

市場の失敗というのが必ずあって

そこで優良銘柄であるはずなのに

悪材料で暴落したりするわけですが、そこで

大幅に割安な価格、そこで超優良企業のオーナーになる、

それがバフェットの考え方ですよね。

それでバフェットの場合はこういう銘柄だけを選んで

投資することによって、

長期的にはその株価は本来の正常な水準に戻るだけでなく

上昇していく可能性が高いわけでした

実際にバフェットが優良銘柄を暴落時に買いつけたりするけど

そこでは株価が劇的に上昇することは珍しくない、わけです。

例えば公務員を対象とした損害保険会社で GEICO っていうのがあるけど

この会社の価値はバフェットが投資したときから

投資価値が 5230% を超えてると。

ワシントンポストは 7930% です。

それでここで大事なのが

「投資のプロ」と私たち日本人が思ってるニューヨークの

ウォール街の連中が その銘柄を売りまくって、

もうその銘柄を手放したそのときに、

バフェットは果敢に買い進んだわけですね。

そして、それらの銘柄を辛抱強く 持ち続けた、

のですね。

それでこの「持ち続ける根拠」ってのもバフェットは

ちゃんと構築して 買ってるんだけど、

これらの銘柄こそ、バフェットの考える最高のファンダメンタルを

持っていて、

長期的に儲けを約束してくれる企業だったわけです。

例えばあなたがサッカーチームのオーナーだとして

以下のAの選手とBの選手どっちに お金を払って自分のチームに

入れたいと思うでしょうか？

Aの選手も Bの選手も怪我をしまして

市場価値は急落して 安く移籍金を払って

チームに招ける状態です。

Aの選手は実績豊富で、すさまじい優秀な成績を

5年以上にわたって出していた。

海外リーグでも大活躍！

しかし、足の怪我で、この数ヶ月の調子は最悪。

Bの選手はごくごく普通の選手。成績は良かったり悪かったり。



前のチームで大した働きもしてこなかった選手です。

しかし足の怪我でこの数ヶ月の調子は最悪、

です。

両者とも市場価値が暴落してすごい安い移籍金で

仮にチームに招けるとしたら・・・

どちらを選択しますか？

Aの選手に決まっていますよね。

Aの選手は怪我の回復も早い可能性はあるし、

その後また多くの試合で活躍してくれる可能性がある。

一方、Bの選手は仮に怪我から回復しても

大した仕事をしてくれない可能性のほうが高いですよ。

そこではだからAの選手を移籍金払って招くことが必要なわけですが

バフェットがやってるのはこういうことですよ。

それでバフェットの場合は

ここで

Aの選手とBの選手を分ける方法として、

株でこのように考える方法として

**1 コモディティ型か**

**2 消費者独占型か**

という2つの分け方を採用しています。

## 1 コモディティ型ってのは上で言うとあまり

大した働きをしない選手のようなもので、

事業のファンダメンタルが劣る企業たち。

この コモディティ型企業ってのは

一言で言ってしまうと「みんなと同じ」企業でして、

他との差別化できない低付加価値の事業を行ってる企業のこと、

です。

一方第2の 消費者独占型ってのは

素晴らしいファンダメンタルを備えた企業たちです。

コカコーラであったり GEICO であったりワシントンポストなんかが

そうですが、

これらは他では真似しづらい高い付加価値をつけられる

企業だ。

これらの企業を「消費者独占型」って言います。

ブランド価値の高い企業、あるいは取り扱う商品が

あたかも独占企業のように市場支配力を持つてる企業、ですよ。

例えば仮にあなたが特典の商品とかサービスを

手に入れたければその会社から買うしかない。

一方コモディティ型においては他にも沢山 同じもの

を扱ってる企業があるから、

基本的に値下げ合戦になっていきます。

しかし消費者独占型はすなわち独占しているから、

そこでは コーラはコーラしかないわけですね。

私なんかもそうですが

「ペプシじゃなくてコーラがいい」

って人は多い。

私なんかは風邪引いたときはコーラを飲むくらいです。  
(ノルウェーでは一般的な風邪の治し方で知られている)

それでこうなると消費者はコーラはコカコーラから

買うしかありませんで、

これらの企業は長期的に大きな潜在成長力を秘めている

といえますよね。

業績のぶれは小さくて、

そこで時々悪材料が出てくるだろうけど

そういう短期思考の市場の反応をちゃんと這い上がれる

そういう力を持ってるわけです。

それでバフェットがやってるのは

この

**1 コモディティ型**

**2 消費者独占型**

の2つの基準を持っていて

それらを見極めるってことですね。

当然買うのは 2 消費者独占型です。

それなので私たち投資家に必要なのは

**「その事業が**

**1 コモディティ型**

**2 消費者独占型**

**どっちなのかを見極める力」**

ですね。

それで・・・今号では

**「億万長者のバフェットが避けたがるコモディティ型企業」**

についてまず考えたいと思うのですが、



これを知ってるだけで「長期で保有してるのに

ぜんぜん時価総額が上がっていかないな・・・」

なんてことも確率を下げられます。

それでバフェットは魅力のない企業を「コモディティ型」

というのだけど

こうした企業たちの提供する製品やサービスってのは

特段際立った特色もなく、

消費者にとっては「値段」だけが唯一の選択基準となっております。

それで、毎日の生活の中で、よく私たちが接する典型的な

コモデティティ事業があるけど

それは例えば、

航空会社であったり

穀物生産であったり

鉄鋼製品であったり

石油・天然ガスであったり

林業・製材であったり

紙・パルプであったり

自動車であったり、

です。

これらの特徴ってのはとにかく

「似たような商品で激しい競争」が繰り広げられているのが

特徴でして

とにかくそれぞれの商品が似てますから

そこでマーケティング的に差別化が必要になりますので、  
多額の広告費を使って、それで販売競争をしているわけです。

ここではもっとも安い価格を提示した企業が

顧客を獲得できるわけですし、

顧客は値段だけを見る。

どれもほとんど似たり寄ったりなんだから

だったら一番安いもの、っていう感じになるわけですね。

例えばすごい分かりやすいのが石油会社でして、

私たちがガソリンを買うのは値段ですよ。

石油会社は自分たちのブランドをなるべく強調するけど、

私たち消費者は大体「安いガソリン」を選びますよね。

だって別に ガソリンが高いところと

ガソリンが安いところで

ガソリンを入れても、車は普通に走るし、特に

問題も感じないわけで

それなら安いガソリンとなる。

だから結局安いガソリンを提供した企業が勝つわけですよ。

よく日本でも見られる光景ですが地元の

安いガソリンを扱ってる ガソリンスタンドが

日曜日なんかには自動車の行列ができていて、

一方高いガソリンのところはぜんぜん自動車がいない

なんて光景は良く見ますよね？

これとまったく同じことってのがコンクリートや材木なんかでも

いえます。

またインテルなんかの汎用メモリーなんかもそれですし、

半導体も一緒。

また自動車業界もその気があって、

市場にはたくさんの車が用意されているけども、

多くのメーカーが色々なオプションつけて、安く売ろうと

熾烈な値段競争してるわけです。

航空会社も同じで、結局私なんかもよく航空券をとるけど

その日程で検索して

一番安い航空券から大体埋まっています。

一応航空会社もそれぞれオプションをつけて

なんとか高くても乗ってもらおうとするけど

どうしても安い航空券から埋まっていく。

一部 その航空会社のサービスがよいから、とか  
ファーストクラスのサービスがいいから、とかで

その航空会社をひいきする人はいますけど、

大多数の人からしたら

とりあえず自分のいる国から目的地の国に到着できれば

いいわけです。

ちなみに、私の周りで最近「別にエコノミーでいいよね」

っていう人が増えていて、

彼らなんかは昔はすごいこだわりがあって

ビジネスクラスに乗っていたのだけど、

どうも得られる効用はそんなに変わらない、と。

どうせ、飛行機の中では熟睡できないと。

だから最近だったらエコノミーでいいよね、っていう

金持ちの人がなぜか結構いるのですが

これは航空産業ってのが現段階では

そもそもコモディティ型の性質を

持ってるのを象徴してますよね。

ここで自動車も航空会社もなんとか自社のブランド力を

高めようとがんばってるわけですが

やはりそれがコモディティ型企業の難しいところで

ブランド構築を最初からがんばっていかないといけないと。



こうなると結局熾烈な価格競争に巻き込まれて

その企業は長期的に利益をあげられない、わけですね。

なのでここで出てくるのが「低コスト」という言葉でして

コモディティ型の企業は とにかく値下げで勝負していくから

そうなるとコストが低いほど、利幅が得られるわけです。

競争相手を駆逐するために、価格設定力を持てるから。

コストが安いから厚い利幅が期待できる、という考え方に

なってしまいます。

ただここで大きな問題が発生しまして、

そういった企業の場合、

低コスト企業になるために 競争力を維持して

製造上の創意工夫をこらして、すごい努力しないとイケない

ってことなんですね。

そこでは当然設備投資の無駄が生まれますよね。

本来は企業価値を高めるためには新製品開発であったり

企業買収が必要なんだけど

それを現在の事業の設備投資に振り分けないとイケない

となるわけです。

**それは将来的には収益を圧迫するわけですね。**

ここでよく見られるのが例えば A 社が製造工程を見直して  
コスト削減をしたとします。

それで A 社は製造工程を見直してコストが下がったから  
価格を下げます。

そうすると残りの B 社、C 社、D 社なんかが

「やばいぞ、俺も下げるぞ」となって、

A 社の製造工程のコスト削減を真似しだします。

それで B 社も C 社も D 社も A 社に負けじ、と

値下げを繰り返す。

ここでもしその業界全体のシェアが広がるならまだいいんですが

大体のケースでそれは業界全体のシェアが維持されてる

だけですから

ここで A~D 社はみな追い込まれていくわけで

これが「コモディティ型」の欠点。

ちなみにこの

「コモディティ型」っていうバフェットが避けたい企業群が

あるけど

これが「結構良い状態」のときもあるんです。

実はこれは日本経済で見られたことでもあるんだけど

例えば空前の好景気があったとします。

日本だとバブル好景気ってのが以前はありました。

そのときは好景気ですから、 消費者の購買意欲が

業界の供給力を大きく上回るんだけど

そうすると例えば自動車業界なんかもコモディティ型だけど

大きな利益を得るわけですね。

だからコモディティ型ってのは 景気がよいときには

利益あげてるけど、そうじゃないときは

きついわけですが

日本の自動車業界なんかも好景気のときにどんどん

大きくなった。

ただこれは各 コモディティ型企業の宿命ですけど、

各メーカーは一時的に売り上げがあがって

そしてバランスシートも拡大しますから、

そうすると供給力を増加するためにどんどん設備投資を

何百億円、何千億円と行う。

それで株主も売り上げがあがるから、そこでは

売り上げや資産を見て分け前を要求しますし、

また労働組合なんかも好業績だから賃上げしろという

圧力をかけていきます。

それで経営者たちは「まあ好景気だからいいか」という

ところでそれに応じてしまう。

ここで好景気なときに 引き締めができる経営者は

ほぼいない。

これは個人でも一緒ですよ？

沢山儲かっているときにはバンバン六本木のキャバで

浪費してしまって、

売り上げや利益縮小のときに破産する経営者たちの

なんと多いことか、です。

沢山儲かってるときに、生活費を逆に圧迫できる経営者は

ほほいないわけですね、不思議なことですが。

それで多くのコモディティ型企業は好景気のために

どんどん拡大路線に走るわけで放漫経営になるんだけど、

そこで必ず好景気は終わります。

そうなると何が残るかっていうと過剰な生産能力と

過剰な配当支払いと、

クビにできない高賃金労働者ということになるんだけど、



そう、これが今の日本の問題なんですね。

バフェットは日本株に投資しないと言われるけど

この構造上の問題を昔から見破っていたということでもあります。

だから最近、日本企業でリストラや大企業の減益が相次いでますが、

これらの企業は大体が やはりコモディティ型なんですね。

それで好景気を尻目に どんどん設備投資も拡大して

肥大化した会社、企業ってのは

売上げが下がると、それらの設備や人件費などの

維持費が収益圧迫しまして、

それで資金は底をつくわけでして、

そして工場は閉鎖、配当金は削減、そして

株価は暴落する、という流れになりますよね。

だからコモディティ型の企業の場合、

「カリスマ経営者」が必要になるのも特徴です。

例えば日産のカルロスゴーンみたいなああいう

カリスマ経営者がいないと、コモディティ型ってのは

利益を継続できないわけですね。

が、カリスマ経営者も日本の場合は官僚たちが潰しに

かかりますから、

そうなるとコモディティ型は絶望的ですよね。

それで ごく普通の一般サラリーマン上がりの経営者が

その企業をまわすとしたら

結局その企業は低コストメーカーの地位に滑り落ちて

しまうわけで、

それは熾烈な競争に巻き込まれて、

財務的に終わっちゃう、ってことです。

それで コモディティ型企業はこのバフェット投資では

「避けるべき企業」とされていますが、

まずコモディティ型企業は収益性が低いと。

利益率が低いわけですね。

ある程度の売り上げをその時点で確保して

キャッシュフローがあったとしても、

そのほとんどのキャッシュフローは現在の地位を守るために

設備投資に使われちゃう。

そしてこれらのコモディティ型企業の特徴は

多額の負債を負ってるもので、

例えばアメリカのGMなんかは昔はすごいメーカーだったけど

今はGM製の自動車なんて一切聞かなくなりましたが

このGMは1999年時点では負債は550億ドルあった。

が、GMが1999年までの10年近くで稼いだ利益は

350億ドルでした。

となるとこのような状態になってしまうと、

GMなんかが負債を返せるまで、10年以上かかるわけでした

もうそれは企業としてきついですよね。

多額の借金を背負って商売してるってのは

景気がよいときはいいだろうけど

そうじゃない場合・・・恐ろしいことになりますよね。

それでコモディティ型企業では、かなり競争が激しいので

広告宣伝費がかかるケースが多くて

そこで広告しまくるんだけど、

そこでは一時的に新製品が売れたりしますが

結局消費者はコモディティ型の企業製品の場合

「値段」で判断してしまう現実があるので

結局低コスト企業だけが生き残るわけです。

それでバフェットがいう大変大事なことがあって

「ファンダメンタルの悪い事業（コモディティ型）に

素晴らしい経営者をつけても 通常は

前者が後者を圧倒する」

というのがあって、

どんなに素晴らしい経営者でも こういうコモディティ型企業では

戦うのはきついのだ、って話ですよ。

逆を言うと、価格競争に巻き込まれない、

消費者独占力が強い企業なんかは

どんなに劣る経営者であっても収益性を確保できる、

ということです。

ちなみに、コモディティ型企业には

特徴がいくつかあって

■ 低い利益率

■ 低い株主資本利益率 (ROE)

■ 利益が不安定

みたいなのところがあるんだけど

これはまた後々書いて行きたいと思います！

それでここで分かると思うんですけど

バフェットの思想としてやはり

メルマガでも良く書く



「みんなと一緒に悪（あく）」っていう思想は

見えてきますよね。

すなわち「みんなと同じだと価格競争に巻き込まれて

最終的には利益上げられないんだ」

って話になるわけですが

ここでやはり「少数であることが正しい」となるわけです。

すなわち、これはよく私はメルマガや音声で言うのだけど

「価値」があるだけじゃダメでして、

その「価値」ってのは

「希少」でなければいけないわけですね。

「希少価値」ってのがその企業にあるから

だから利益上がると。

それで、これは実は個人でもそうなんですね。

最近では企業ではなくて 個人たちが稼ぐようになってるわけだけど

例えばユーチューブなんか見ても

「コモディティ型ユーチューバー」と

「消費者独占型ユーチューバー」

といる。

コモディティ型ユーチューバーは熾烈な競争を繰り広げてます。

「高いマンションに引っ越してみた」

とか

「高い時計を買って壊してみた」

とかそんなものです。

**相当 競争のコストがかかってますよね。**

これは以前の日本企業と同じでして、

やはりユーチューブってのがグーグルってのが

今はまさに天下を取ってますから、

だから広告費も計上できるわけでした

1再生で0.1円だとかそれ以上はつけてもらえる場合が

あるんでしょう。

が、これが広告費を下げるとなったりしたら？

またユーチューブ自体の視聴者自体が規制で

徐々に離れていってる実情もありますが

それが進んだら？

実はこのコモディティ型ユーチューバーは

結構追い込まれていってしまう可能性はありますよね。

はっきり言えば「ドッキリしてみた」とかそういうのって

別にそのユーチューバーでなくてもいいわけですから。

また全体の流れとして、最近だとこの前オーストラリアが

グーグルの独占状態について立ち上がりましたが

大きくはトランプの誕生で多国籍企業は追い込まれていく  
流れです。

けど一方それでもしぶとく収益をあげていくのは  
高付加価値の動画ってのを安いコストで作ってる人らでして

まだ目立っていませんが、

そういう人たちは長期で収益性をあげるんじゃないかな

なんてのも思います。

そういう人ってのは

「その人でないと できないことをやってる」

のが特徴でして、

最近私が見るのは

韓国のユーチューバーですけど

女性のユーチューバーで JFLA やバブルディアというのがいて

中には

アデルやマライアキャリーやセリーヌディオンの

歌唱力を持って勝負して

カラオケで歌ったりしていて、

これは世界でもなかなか真似ができない。

再生回数も中には2億回とか行ったりする。

そんでこういうユーチューバーは喉壊さない限りは

収益性を担保していくでしょう。

昔ならば企業が経済の主体であったけど

これからは個人が経済の主体になっていくわけでした

上記の コモディティ型か？消費者独占型か？

ってのがこれからの個人で稼げる稼げない、にも

つながってくるところなんだ、って

勉強していると分かりますよね。

だからバフェットのすごいところとして

**「みんなと一緒にだと資本主義においては追い込まれていく」**

っていうところを

もう何十年も前に発見した人であって

そこでは「独占力」がないといけないのだ、と発見した

すごさはあるんです。

ちなみにコカコーラのレシピは秘密とされていて、

実際に 頑丈な金庫にレシピ保存されてるといわれていて

それは誰も真似ができない、わけですね。

だから「コーラ飲みたい」となれば

バフェットが株主のコカコーラから

買うしかないわけです。



それでそういう企業ってのは極めて高い

株主資本収益率 ROE をたたき出し「続けてる」のが

特徴です。

ということでバフェットのことを学ぶと

経済の本質が分かる！！

って面白さがあって、

これは株式投資では強いですが

それ以外の自分のビジネスやるとか、

そういった部分でもすごい生きる内容なんですね～～

だからバフェットに経済の真髄は詰まってると言える

思います。

ということで今日は簡単に

「バフェットが避けるコモディティ型企業」について

簡単に書きました。

そして「バフェットの投資哲学を学んで理解して

実践できる」

だけでも市場においては圧倒的少数に属することができますので

(なぜか？みな短期思考、短期指向であり、

長期で物を考えないから。それは人間が欲望や恐怖に制御される

動物だから)

そういう意味で バフェットを学ぶってのは

市場において少数になるために大変大事なことです。

そしてバフェットを学ぶと

投資だけにあらず、企業や個人が行うビジネスでも

応用が可能なわけでした

このバフェット学ってのはすごい強烈な学問ですね。

それでは！

ゆう

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

(写真37枚あり) 【マレーシア最大級のメガモール  
ミッドバレーに行ってきた】

[http://fxgod.net/pdf/malay\\_megamall.pdf](http://fxgod.net/pdf/malay_megamall.pdf)

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆