

コペルニクスの転回

常務執行役員コンサルティング事業本部長

山田澤明



米国のサブプライムローン問題の影響を受けつつも、世界経済の成長率は、日本経済を大きく上回って推移している。これは、かつての日本が世界の経済成長率を常に上回っていた時代とは全く逆の状況で、日本の人口構造、所得水準などの経済社会の成熟化に伴う構造的なものである。

IMF（国際通貨基金）の2007年10月の見通しでは、サブプライムローン問題の影響を織り込み、2008年の世界の実質経済成長率を4.8%としたが、依然として、日本の成長見通し1.7%を大きく上回っている。また、その後の直近の海外の各金融機関による2008年の実質経済成長率見通しでは、さらにサブプライムローン問題が世界経済の減速に影響すると見て、世界は4%から4%台半ば、日本は1%から1%台半ばとしており、世界と日本の成長率格差は本質的に大きなままである。

この背景にあるのは、いうまでもなく、BRICsに代表される新興国の高い経済成長である。中国をはじめとする新興国の市場経済化が進み、グローバル経済圏へ組み込まれたことで、世界経済のパイが大きくなっていることが要因である。サブプライム問題の世界経済への影響は無視できない状況にあるが、世界経済の拡大の根底にある新興国経済の拡大基調はそれよりも強いものとなっている。

以上はマクロ経済レベルの話であるが、野村総合研究所（NRI）が定期的に実施している生活者の生活実感レベルでも、この成長率格差は実感されている。

日本の生活者は、「将来、今よりも年収が

増えることを前提にしている人」が20.6%いるのに対し、「将来、今よりも少ない年収を前提とする人」は22.1%となっていて、今よりも少ない年収を前提にしている人の方がすでに多い（「NRI生活者1万人アンケート調査」2006年）。一方、中国で実施したこれと同様の調査（「NRI中国主要都市1万人調査」2006年）では、6割以上の人「今以上の収入を前提としている」と見込んでいて、生活水準上昇の真っ只中にいることが実感される。

加えて、企業業績という観点から見ると、実際の多くの日本企業で認識されているのは、海外事業の成長や海外での利益拡大で、国内事業は必ずしも拡大していないという認識がある。

今、このような内外の成長率格差の帰結として、2つのテーマがより大きくなってきている。すなわち、1つは企業のグローバル化の一層の展開であり、もう1つは、国内産業の成熟化に伴う業界再編である。加えて、内需型産業においては、新たに海外市場に成長力を求める動きも本格化している。また、このようなマクロで見た内外の成長率格差は、グローバルな外国企業からの買収の脅威を高める可能性がある。

グローバル化の例では、東芝のWH（ウエスチングハウス）買収が挙げられる。原子力事業を続けるにはグローバルな展開が必須で、東芝は、炉型、技術方式の異なるライバル陣営のグローバル企業の買収という形で、国際的な活動の基盤を大きく広げた。

国内の産業再編は、たとえば、最近の百貨店や物流事業の経営統合という形に現れてい

る。また、成功はしなかったが、ファーストリテイリングのバーニーズ・ニューヨークの買収提案に見られるように、海外事業拡大を一気に進めようとする試みも始まった。

今日、世界の成長スピードと日本の成長スピードは大きく逆転している。マクロで見れば、投資機会は日本よりも海外にある。海外の方が投資リターンが高い状況にある。このような状況もあって、日本の個人金融資産1500兆円の運用も海外に向けられ始めている。これまでは、世界市場の前にまず日本市場を考えてきた。日本市場のその先に欧米を中心とする海外市場があった。しかしこれからは、今の環境変化を大きく受け止め、発想を変えていかなければいけない。

企業は自国の日本市場を中心に考えるという天動說的発想を変える必要があるかもしれない。これからは、世界市場をまず初めに考え、そのなかで日本市場、日本の事業を位置づけるという「地動說的発想」が必要ではないか。加えて、今拡大しているのは、これまでの先進国市場ではなく、新興国をはじめとする発展途上の国の市場である。日本の顧客のもとで開発されたハイエンドの製品の先に需要があるとはかぎらない。よりシンプルで安価な製品へのニーズも大きい。

一方で、環境問題への対応には、より高い要求が新たに課せられる可能性がある。「世界市場のもとで日本市場を考える」という地動說的発想に視点を大きく移すことで、成熟する日本市場でも新しい成長戦略が見えてくるのではないか。今、このようなコペルニクスの転回が必要である。（やまださわあき）