

今日の日本 明日の世界



Vol.21
日本には世界に
打って出る
ソフト資産が
一杯眠っている

1. お菓子業界モデル

これからの日本は少子高齢化の中で、如何に住みよい豊かな国を維持していくかが課題です。働き手が減少する中で従来通りの豊かさを追究するためには、働き手一人一人の生産額を増やしていくことが求められます。そうした意味で興味深い事例を見つけました。それは最近の我が国のお菓子産業の生産額の推移です。

全日本菓子協会のデータでみると、平成に入ってからのお菓子生産額は2兆4千

億円前後のほぼ横ばいで推移していません。子供は減っても生産額は減っていないのです。最近お菓子などの食べ過ぎで肥満傾向の子供が増えているのは問題になっていますが、このように子供一人の消費額の増加で人口減少下で菓子生産高が横ばいの理屈とするには、少し無理があると思います。各社の努力で菓子の新たな需要を開拓したと解するほうが納得できると思います。それは、大人を含めより高級な菓子を購入する需要や輸出需要の開拓でしょう。行きつけのスナックで働く、ご両親が国際結婚されたというお嬢さんが、お母さんの故郷フィリピンの親戚へのお土産は、シーフード味のカップヌードルと日本の板チョコだと言っていたことを思い出します。今や、日本のチョコはアジア各国ではあこがれの高級品になっているのです。

このような高級化・ブランド化モデルによる、より少ない働き手による売り上げ増が日本の進むべき道だと私は考えています。

2. B級日本食に代表される日本の文化の強み

現在インバウンドの方々が目にする日本の観光資源に、日本の食文化があります。お目当ては、いわゆる「和食」の範囲を越えて、ラーメン、お好み焼き、焼き鳥、フライ、カレー等々、庶民のB級グルメにも及んでいます。こ

れらは、世界遺産に指定された和食のような歴史的な伝統は持っていないように思います。殆どが明治以降の近代に入ってから誕生しあるいは紹介された、第二次大戦後に大きく進化したものと思われず。

更にこれらの食べ物は庶民に支持され、中身の充実も手伝ってパブルが崩壊した後も着実に価格上昇が続いています。ラーメンもカレーも行列店ではないの間にかワンコインから千円に近い価格になっています。質の向上と共に値段も上げる、結果収益率も高くなる、今政府の掲げる物価上昇や生産性改革の優等生的なビジネスモデルのひとつと言えるでしょう。

こうしたB級グルメのグレートアップがなされたのは、日本が歴史上初めて、国民総てが食べるものに困らず、食を始めとする生活の贅沢を追究できる環境が整ったことの結果だと私は考えます。かつて日本の国民は舶来品にあこがれていました。戦後米兵が配ってくれたアメリカのハーシーチョコはとても美味しかったし、アメリカ製の電化製品は上質だったのです。そのあこがれを梃子にして企業・民衆が一丸となって日本全体で頑張った結果、自分達を作り出すあらゆるものの質を舶来品に見劣りしない、あるいはそれを越えるまでに大幅に向上させてきたのです。それを、かつては家電製品、電子機器、自動車といったハードな工業

製品で認識することが多かったですが、文化面での実績にも着目する必要があります。これらは表裏の関係で、文化的生活の質の向上が、工業製品の品質の向上を支えたとも言えます。

そして、我々は当たり前のことと思っていた生活の質の向上に、インバウンドとしてやってきた海外の人々が気付いて教えてくれたのだと考えられるべきだと思います。そのような目線で見てみると、例えばピアノにしても工業製品のピアノは戦後急速に世界レベルに近づいています。これもピアノで欧米並みの優雅な時間を子供達が未来で過ごせるよう、夢を託して購入した多くの国民が支えたものだと考えています。結果、最近世界的なピアノニストが沢山誕生しています。

かつて、江戸時代に庶民の自腹による寺子屋教育で育った、男女共に識字率の高い日本の国民が、男女で鍼業・鉄鋼などの重工業や製糸産業を支えて、明治政府の掲げた富国強兵政策を達成させました。これと同じことが今の日本のベースにあることに着目する必要があるのではないのでしょうか。現在の我が国には、庶民が育んだ食文化を始めとする豊かな文化土壌、文化人材がたくさんあるということです。これからはこうした蓄積で、美味しいもの、心安らぐものを世界に供給するブランド国として日本の居場所をしっかりと

り作りあげていくことが大切ではないでしょうか。ご自分のお小遣いの使い方でも、教養娯楽費や、外食費は高くても自分への御褒美として支出するものではないでしょうか。裏を返せば、こうした産業を基軸に据えれば、生産額は大きく伸び、その国の生産性は高まるということです。

3. これからの富国〇〇は

今申し上げたように考えれば、元号も変わるこれからは、第二次大戦後の第二の維新で、国の経済構造、産業構造を変革する時のように思えます。そのような時にはキャッチフレーズが必要になります。

時代を表すキャッチフレーズといえば、明治時代の富国強兵が思い出されます。この富国強兵は第二次大戦前の軍国主義を連想させるものがあって、あまり良い印象はないですが、欧米諸国の植民地化の圧力の下で、独立を守るだけでなく、逆に欧米列強に肩を並べる国にならうとする、当時の日本国民にとって、分かり易くモチベーションをかき立てるスローガンであったことも事実だと思います。

これからの日本のあり方を考えるときに向くべき方向は、このコーナーで何度も説明してきたように、少子高齢化のもとでもみんなが豊かで安心できる暮らしを営むことができる国作りです。そのために、私は文化的な蓄積を

フル活用して、GDPを増加させていくことを考えるべきではないかと、今回読者に問いかけています。これを分かり易い四字熟語という意味で富国強兵になぞらえて、「富国幸配」というのは如何かなと考えています。つまり、国内外の人々に対して、日本の近代化の中で蓄えられた文化蓄積から産まれた、付加価値の高い食文化、生活文化、芸術等で幸せを供給「幸配」すること、国を富ませる「富国」を達成していけば良いのではないのでしょうか。



濱田 敏彰

Toshiaki Hamada

1955年大阪市福島生まれの東京日本橋育ち。東京大学法学部を卒業し、大蔵省(現財務省)に入省。政府経済見通しの作成に始まり、銀行検査官、税務署長、大阪税関長、大臣官房審議官、他省への出向ではジェトロコペンハーゲン事務所長、地方分権推進委員会事務局参事官、東日本大震災の際には消防庁審議官を経験。2015年税務大学校長を務めに退官し、現在は経済評論家、関西大学客員教授。