

Contents

\*\*\*\*\*

特集：日本経済の変革とICT	1p
<今週の”The Economist”誌から>	
”And they’re off!” 「2008年に向けてスタート！」	6p
<From the Editor> 上げ潮戦略は可能か？	7p

\*\*\*\*\*

特集：日本経済の変革とICT

今週は、先月、シドニーで行われた日豪経済合同委員会会議において、筆者が発表した内容をご紹介します。「日本/豪州経済の変革：ビジネス関係への潜在的インパクト」というテーマで行われたセッションの中で、「ICT (Information & Communication Technology)<sup>1</sup>」を切り口に、ここ10年の日本経済の変化について考えてみたものです。

日本経済はICTを果たして上手く利用できているのか。会社の日常などを振り返ってみると、反省すべき点が少なくないような気がしています。

十年一昔

双日の吉崎です。日豪合同委員会に初めて参加することができて光栄に存じます。

私が初めて豪州に来たのは、今からちょうど10年前の1996年でした。今でもよく覚えているのは、シドニーの土産物屋で当時小学生だった長女のためにコアラの人形を買ったことです。それには「シドニー2000」と書いてありました。

ところが今では、そのシドニー五輪も遠い昔の記憶となっしまい、コアラの人形をもらって喜んでいた長女は、今年から大学生になって一人暮らしを始めました。先日、娘の部屋を片付けておりましたら、そのときのコアラが出てまいりました。それを発見して、ああ10年は長かったけれども、あっという間であったなあ、としみじみと感じた次第です。

さて、本日の私に与えられた課題は、ICTが日本経済をどう変えたかを論じることです。

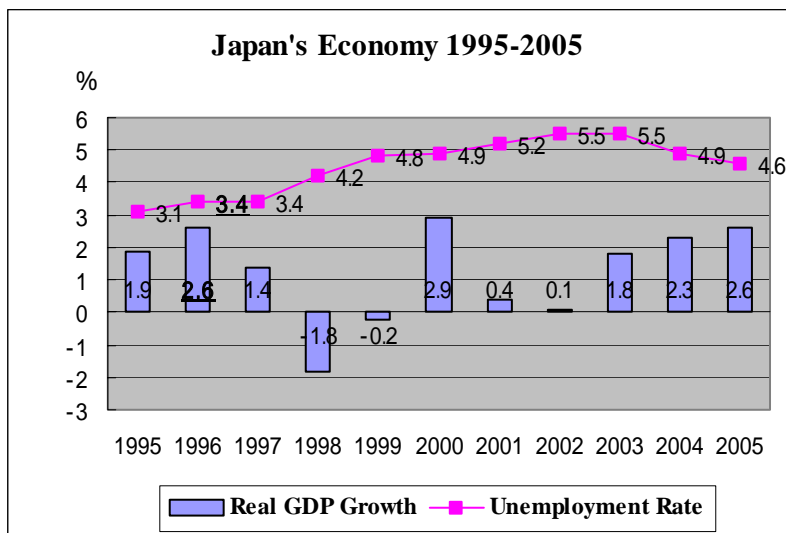
---

<sup>1</sup> 米国や日本では”IT”が普通に使われているが、欧州やアジアでは”ICT”が使われることが多い。豪州は後者に属するようである。

ちょうどよい機会ですので、10年前と今を比べて、日本経済がどう変わったか、その中でICTはどのような役割を果たしたかを考えてみたいと思います。

### 1996年はインターネット元年

ここ10年ほどの日本経済を振り返ることは、エコノミストにとっては憂鬱なことです。それでも1996年の日本経済は、経済成長率が2.6%、失業率は3.4%と、まだそれほど悪くはありません。問題は翌年に、消費税の増税を含む9兆円の国民負担増が行なわれ、景気の失速と金融不安を招いたことにあります。まさにこれが「失われた十年」の始まりなのですが、1996年にはICTについて3つの興味深い事実がありました。

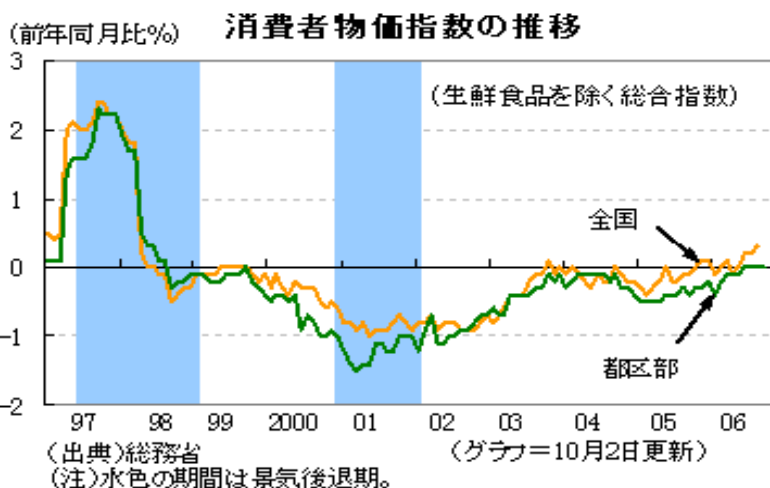


第1に、1996年はハイテク商品の当たり年でした。この年のヒット商品には、格安ケータイ電話や衛星放送、カーナビゲーションシステム、ようやく出始めたばかりのデジタルカメラなどがありました。前年にマイクロソフトのWindows95が大ヒットしたために、パソコンもよく売れました。また1996年は「インターネット元年」と呼ばれ、インターネット人口が急速に増え始めた年でもあります。そしてその後の10年、日本企業はデジタル家電、ゲーム機、薄型テレビなど、数多くのICT関連製品を世界に送り出すことになります。

### ヒット商品番付 (1996年)

東		西
激安携帯、PHS	横綱	
	大関	
パーフェクTV	関脇	
	小結	IXY (デジカメ)
	前頭	インターネットTV

第2に、1996年はデフレ経済の入り口でもありました。翌1997年には消費税の2%増税に伴い、一時的な物価上昇があったものの、物価はその後、実に10年間にわたって下落が続きます。1996年は日本マクドナルドが80円のハンバーガーを売り出し、安い発泡酒がブームになった年です。そして登場したばかりのケータイ電話は、道端でわずか1円で乱売されるほどでした。今では常識となっていることですが、ICT関連商品は価格競争が厳しく、すぐに値崩れするというのを、消費者は初めて学習したのです。



第3に、ICTが本格的に登場した1996年前後には、才能と情熱をこの分野に賭けようとする若者が大勢現れました。この年、東京大学の学生であった堀江貴文青年は、ホームページの制作代行会社、「オン・ザ・エッジ」を立ち上げました。このベンチャー企業は、2000年に東証マザーズ市場に上場し、その後、ライブドアと社名を変更します。その後の急成長と上場廃止に至る経緯は、あまりにも有名ですから、ここで説明するまでもないでしょう。それでもICTの登場が若者に夢を与え、日本で多くの起業家を誕生させたという点は、ぜひとも強調しておく必要があると思います。

## ライブドアの歴史

- 1996年 堀江貴文氏が「オン・ザ・エッジ」を設立。
- 2000年 東証「マザーズ」市場に上場
- 2003年 「ライブドア」ブランドを吸収合併
- 2004年 「近鉄パファローズ」買収に乗り出す
- 2005年 「ニッポン放送」の買収に乗り出す。  
堀江氏、総選挙に出馬
- 2006年 堀江氏逮捕。(証券取引法違反容疑)

このように1996年を思い出しますと、ICTがモノ、カネ、ヒトの3つの面で日本経済に大きな影響を及ぼしてきたことが分かります。この10年間、日本経済はかならずしもハッピーではなかったのですが、この間にICTは着実に人々の生活に浸透してきたといっ  
ていいでしょう。それではマクロレベルで見た場合、日本経済はICTによってどう変わったのでしょうか？

### 生産性は上がったか？

ICTは経済にとって、魔法の杖ではありません。それでもICTの普及に伴って、経済の生産性が向上し、潜在成長力を嵩上げすることができるといわれています。たとえば90年代後半の米国経済は4年連続で4%台の成長を達成し、なおかつインフレも生じなかったことから、「ICT革命」あるいは「ニューエコノミー」と呼ばれる繁栄を享受しました。なぜ、同じようなことが日本で起きなかったのでしょうか。

幸いなことに、今年、世界銀行が日本経済とナレッジエコノミーについての研究報告を行っており<sup>2</sup>、その中でICTが日本と米国の経済にどんな影響を与えたかという比較分析が行なわれています。ここではその内容をご紹介します。

生産性の上昇は、「資本の投入」「労働の投入」および「それ以外の要素」に分類できます。特に最後の「それ以外の要素」は、「全要素生産性」(TFP: Total Factor Productivity)と呼ばれ、目に見えない生産性を意味するので、経済成長にとって非常に重要な要素であるといわれています。それでは、ICTが本格的に普及し始めた1990年代後半から、日本と米国の生産性がどのように変化したかに注目したいと思います。

### 日本と米国における生産性向上とICTの寄与

$$\text{GDP成長率} = \text{資本投入量 (IT + 非IT)} + \text{労働力投入量} + \text{TFP}$$

		1973 90	1990 95	1995 2003
日本	GDP	4.03	1.64	1.28
寄与	IT資本財	0.36	0.29	0.54
	非IT資本財	1.01	0.77	0.62
	労働	1.09	-0.22	-0.32
	TFP	1.57	0.82	0.45
米国	GDP	2.98	2.44	3.55
寄与	IT資本財	0.38	0.49	0.88
	非IT資本財	1.11	0.71	1.01
	労働	1.18	0.93	0.67
	TFP	0.31	0.31	0.99

<sup>2</sup> Japan Moving Toward a More Advanced Knowledge Economy (2006 / World Bank Institute)  
Chapter6 “The IT Revolution’s Implications for the Japanese Economy”

分析結果をご覧ください。米国経済においては、90年代後半以降はICT関連の資本投資が0.88%の生産性を嵩上げし、同時にTFPも年間1%近い伸びを示しています。それ以前に比べて、明らかに生産性が向上しているのです。結果として95年以降は年率平均で3.55%という高い成長が可能になっており、文字通りICTの普及が経済の生産性を向上させていることが分かります。

次に日本経済をご覧ください。90年代以後の日本経済は、金融不安などの構造問題や少子高齢化の影響もあって、年率1%台の低い成長率に留まっています。そのような中で、ICT関連の資本投資による生産性は、それ以前に比べれば確かに上昇しています。しかし問題なのは、かつての高度成長時代に比べ、TFPの伸びが落ちていることです。つまり90年代後半のICTの普及が、生産性の向上につながっていないのです。

つまりこの10年の日本経済においては、ICTはハード面では効果があったけれども、ソフト面ではあまり役立っていないということになります。

## イノベーションをどう進めるか

この結果をどのように解釈すべきでしょうか。日本経済は、モノ作りとしてのICT関連産業を育てることに成功してきました。ブロードバンドなどのインフラ整備も、かなり迅速に進めることが出来ました。また、この分野には堀江氏のみならず、多くの人的資源が投入されたことも間違いありません。しかしTFPに表れるような、目に見えない分野の生産性の向上は今一步の感があります。

本来、ICTの導入は、流通の合理化や意思決定の迅速化といった目に見えない形で、経済の生産性を向上させるはずですが、ところが日本では、そういう面でまだまだICTを使いこなせていない。たとえばビジネスのやり方一つとっても、まだまだ無駄や不効率が多いと思うのです。経済全体の生産性をさらに上げていくためには、一層の自由化や規制緩和、企業行動の柔軟化といった努力が必要なのではないかと思います。このことは日本企業の実態に対して、われわれが漠然と感じている実感にも近いのではないのでしょうか。

他方、日本経済にはまだまだ生産性を向上させる余地がある、という面から考えれば、これは明るいニュースであるといえます。この秋に誕生した安倍内閣は、「オープンとイノベーション」を経済政策のキーワードとして、高い経済成長を目指しています。私は日本経済が3%程度の成長力を回復する可能性は十分にあるし、その鍵を握るのはICTであると思います。とくに、ICTをビジネスや日常生活に積極的に活用していくことが重要であるということを、私のプレゼンテーションの結論にしたいと思います。

ご静聴、ありがとうございました。

<今週の”The Economist”誌から>

"And they're off!"

Lexington

「2008年に向けてスタート！」

November 18<sup>th</sup> 2006

**\* 中間選挙以後、共和党のジョン・マケイン、民主党のヒラリー・クリントンは2008年大統領選挙の本命候補としての地位を固めたようです。**

<要旨>

中間選挙で議会はひっくり返ったが、大統領選はむしろ古い秩序が強化された。2人のフロントランナー、ヒラリー・クリントンとジョン・マケインのリードが広がっている。

中間選挙で、両者は政治的な力を見せつけた。クリントン夫人は誰よりも多い5000万ドルをかき集め、57都市の131のイベントで脚光を浴びた。ジョン・マケインも同様で、再選を目指す立場にはなかったが、そこら中で顔を売った。大統領以上に人気がある事を証明し、フロリダ州の新知事はブッシュ兄弟との集会をキャンセルしてマケインと同行した。

またクリントン夫人は、「大統領を目指すには左派過ぎる」という批判を封じ込めた。彼女は得票を2000年の55%から67%に伸ばし、保守票でも、田舎でも、無党派層でも善戦した。

これだけ勝つと、「彼女のお陰で左派が孤立している」というもうひとつの批判も通じなくなる。彼女を嫌う「ネットルーツ」は、リーパーマンではなくラモントを支援したことで自爆した。伝統的なリベラル派利益団体は、もともと彼女を支援している。

クリントン夫人はまた、大舞台に強いことを示した。どんな組織の場でも氷のような能力を発揮した。夫との共演も披露し、ビル・クリントンは妻からスポットライトを動かすことなく、忠実な民主党員たちを動かせることを証明した。

ジョン・マケイン氏にとっては、さらに良い中間選挙であった。この6年間、彼は政治腐敗に対する警鐘を鳴らし、「保守化運動」は有害だと言って闘ってきた。11月7日、有権者は両方とも彼が正しかったことを示した。有権者はワシントンの組織的な腐敗に反対して投票し、サントラムやタレントのような強硬保守派を落選させた。同時に大統領候補を目指す多くのライバル、ジョージ・アレンが落選するなど、足を引っ張られた。

議会共和党がエネルギーを失ったのは、ギングリッチの改革課題を放棄しつつ、新しいものを加えなかったからだ。マケインは例外的に選挙資金問題、移民問題、囚人の待遇などのアイデアを有しており、民主党の改革派と協力して超党派の法制化にも意欲的であった。

とはいえ、両候補が2008年の予備選を楽勝するわけではない。そんな予備選挙は過去に絶無である。二人とも、米国民が頭から拒否している戦争を支持してきたことが弱みとなるだろう。両者はまた、コントロール不能な弱点を有している。クリントン夫人にとっては夫がある。マケイン氏はすでに70歳である。何かにつまずけば、バラク・オバマやルディ・ジュリアーニがとって代わろうとするだろう。それでも2006年は、両者にとって大変良い選挙であった。マケイン対クリントンの戦いはすでに始まっている。

## < From the Editor > 上げ潮政策は可能か

中川秀直氏の『上げ潮の時代』（講談社）を読んでみました。言うまでもなく、安倍政権の実力幹事長が、「日本経済の高度成長は可能だ」という持論を展開している本です。副題に「GDP1000兆円計画」とあるのがどうにも胡散臭く、「1時間以上かけて読むではいけない本」だと思って開いてみました。案の定、1時間以内で読み終えましたが、意外と多くの発見がありました。

何より、今週号と同じような生産性の問題が指摘されているのです。その上で、日本経済では米国のような情報革命による生産性向上が起きていないので、「潮目」を上手く捉えれば、名目4%成長が可能であるという論旨でした。

面白く感じたのは、なぜ日本は情報革命によるイノベーションに乗り遅れたか、という疑問に対し、中川氏が「飲みニュケーション文化」を挙げていることです。1980年代に「ジャパン・アズ・No.1」と呼ばれた時代には、日本企業の優位性は仕事の後の一杯による「情報の共有」にあったといわれています。ところが90年代になると、こうした優位さが失われていく。それは「飲みニュケーション文化による成功体験が、企業へのeメール文化の浸透を遅らせたのではないか」とのこと。

確かに暗黙知を共有する日本型組織の仕事のやり方は、他国には真似の出来ない優位さがあったと思います。しかし90年代になってイントラネットやeメールが普及すると、形式知の共有を得意とする欧米企業の方が、生産性を向上させたのでしょ。だとすれば、「上げ潮政策」を成功させるためには、日本型組織が持つ暗黙知を形式化して、組織で共有することが欠かせない。これは思いのほか深いテーマといえるかもしれません。

昨今の企業の現場では、さすがにeメール文化は普及してきたし、「パソコン嫌い人種」もほぼ絶滅しつつあります。そしてそれ以上の速さで「飲みニュケーション文化」が失われつつあります。考えてみれば、運動会や社員旅行もなくなってすでに久しいです。果たしてそれはいいことなのか、悪いことなのか。

などと言いつつ、筆者の日程上では早くも忘年会シーズンがスタートしています。

編集者敬白

本レポートの内容は担当者個人の見解に基づいており、双日株式会社および株式会社双日総合研究所の見解を示すものではありません。ご要望、問い合わせ等は下記にてお願いします。

〒107-0052 東京都港区赤坂2-14-27 <http://www.sojitz-soken.com/>

双日総合研究所 吉崎達彦 TEL:(03)5520-2195 FAX:(03)5520-4954

E-MAIL: [yoshizaki.tatsuhiko@sea.sojitz.com](mailto:yoshizaki.tatsuhiko@sea.sojitz.com)