

**Contents** \*\*\*\*\*

特集：新年会に見る今年の日本経済	1p
<今週の”The Economist”誌から>	
”Don’t look back” 「歴史を振り返るなかれ」	8p
<From the Editor> 信仰心の問題	9p

\*\*\*\*\*

**特集：新年会に見る今年の日本経済**

常々思うことですが、経済が面白いのは理屈通りには動かない点にあります。ミクロの現実、しばしばマクロの推測を大きく越えてしまう。だから理屈に現実を合わせるのではなく、現実と適合する理屈を考え出さなければなりません。

アベノミクス2年目の日本経済では、今まで経験したことがないような現象がいくつも見られます。 いろんな業界の新年会に出てみると、生きた経済の面白さを教えてくれるような出会いが少なくありません。2014年の経済はどうなっているのか。新年会の風景を通して浮かび上がってくる「今年の日本経済」に思いを馳せてみました。

**●住宅産業～消費税は既に過去の問題**

エコノミストにとって、年末が仕入れの時だとすると、年初はかき入れ時である。いろんな業界で新年会があり、そういう場で講師として「今年の経済見通し」を求められる。評判が良ければ、翌年も続けて呼んでもらえる。当方としては、機会を与えられるのもさることながら、そういう場所で聞く現場の話がまことに勉強になるのである。

極端な話、主催者や来賓の挨拶を聞いているだけで、「この業界の現状」がくっきりと見えてくる。 毎年、続けて出ていけば、それこそ格好の定点観測となる。ということで、今年の新年会の様子をいくつかご紹介してみたい。

かなり以前から続けて呼んでもらっているのは、住宅建材関係の新春懇親会である。ここ数年、もっとも浮き沈みが激しかった業界と言っていいだろう。今でも印象に残っているのは、リーマンショック直後の2009年1月、マネーとモノの動きが止まっていた時期の暗かった新年会のことである。

挨拶に立った人が、「今年の住宅着工戸数は 80 万戸くらいでしょう。でもゼロにはなりません。建築基準法に合わない家を建て直すだけでも、この国には膨大な需要があるのです」と言っていた。こちらは利害関係のない立場なので、岡目八目的に「ああ、この業界は今がボトムで、これから良くなるな」と感じたものである。経験的に言って、謙虚な発言が出るようになった業界は、最悪期を脱している。逆に「皆の努力で何とか危機を乗り切ろう」などと言っているようだと、まだまだ泥沼が続くものである。

2013 年の住宅着工件数は 97.0 万戸の見込みだそうだ。案の定、2009 年の 78.8 万戸をボトムに上昇しており、特に昨年は消費税の駆け込み需要があったために、久々に高い水準となった。お陰で新年会の雰囲気は明るい。だったら 2014 年はどうなるかというところ、「反動減で 80 万戸台に戻る」という意見もあるし、「いやいや 95 万戸はいける」との強気論もある。「4 月からの住宅ローン減税とすまい給付金は意外と良い」、「2015 年 10 月に向けて、もう 1 回駆け込みが来る」などの理由からである。

そうかと思うと、「そもそも駆け込み需要期は仕事量が増えるので、どうしても工事が雑になる。一生に 1 度の買い物なのだから、この際、3%には目をつぶって、増税後のメーカーが暇な時期に仕事を発注してもいいのでは」「住宅メーカーは、去年は儲けたはずだから、4 月以降でも『消費税分は 3%値下げします』というところも多いのでは」という声も聞いた。いかにもプロらしい意見である。

人手不足によるコスト高、建設期間の長期化を嘆く声も増えている。「ガン吹き屋（塗装業者）が不足、左官屋は絶滅危惧種、畳屋はほぼ居なくなった」という話を聞いた。職人などがどんどん減っていて、しかも高齢化している。なおかつ若い人が育っていない。「供給力不足」という建築現場の問題は、これから着実に広がっていくだろう。

ともあれ、住宅産業においては「消費税は既に過去のこと」になっているという点が興味深い。極論すれば、消費税の問題は 2013 年の新年会の時点で終わっていた。そのくらいでない、住宅産業においてはとても間に合わないのである。

## ●ファッション業界～紳士物が売れている？

筆者はお洒落にはほとんど縁のない人間だが、織研新聞主催の「ファッションビジネス懇話会」の 1 月朝食会では、なぜか 3 年連続で講師に呼んでいただいている。

今年、会場で聞いて驚いたのは、「1 月 15 日、恒例の冬のクリアランスセールで、新宿の伊勢丹本店前には開店前に 6100 人が行列を作った」という話である。店側は 15 分繰り上げて開店したそうである。

この日の売り上げは、平日にもかかわらず 1 日で 22 億円。1 月 2 日の初売りの 2 倍強であったとのこと。セールの時期を他店に比べて遅らせたことにより、三越・伊勢丹グループに対する「飢餓感」が醸成されたのであろう。ブランドイメージを高く保つためのお手本のような「競争戦略」である。

それ以上に驚くべきは、行列一番乗りのお客さん（たぶん徹夜組）が向かった先はメンズ館で、この日は特に紳士物の売れ行きが良かったとのことである。何か途方もないことが起きているとしか思われぬ。

通常景気回復局面においては、まず婦人物から売れ始めるものである。**紳士物が売れるのは、相当に景気が良くなってから**である。つまり「男は後回し」というのがファッション界の通例である。メンズ売り場に人が集まること自体が近年ではめずらしかった。なぜ今年は違うのか、という「謎解き」は興味深いところであるが、これは経済学ではなく、むしろ社会心理学やマーケティングの範疇であろう。ファッションに「縁なき衆生」の筆者としては、深入りを避けたい話題である<sup>1</sup>。

昨年末から百貨店では、高額消費が増えていると聞く。昨年末の株高と冬の賞与が良かったことによるものだろう。**アベノミクスによる景気回復パターンは、しみじみ今までは違う**。そのために、バブルっぽい感じもあるし、今まで暗かった業界にも薄日が差している。少なくとも百貨店業界が前年比売り上げ増なんて、ずいぶん久しぶりのことではないか。

もっとも古いタイプの筆者としては、「**輸出が伸びて、製造業が復活しないことには、景気回復とは認めたくない!**」的な思いもある。野球で言うならば、四番打者に当たりがないままに味方が得点を重ねているようなものではないだろうか。

## ●以前より格差が小さい回復局面

実際のところ、バブル崩壊後の日本経済においては、景気回復はほとんどが輸出主導型であった。最初に輸出が増え、それから製造業を中心に企業業績が改善し、それが周囲にも波及して、少しずつ家計にも明るさが増す、というパターンであった。

しかるに**今世紀に入ったあたりから、景気の波が伝わりにくくなった**。すなわち、大企業が良くなっても中小企業は良くならず、製造業が良くなっても非製造業にはなかなか波及しない。また、首都圏が良くなっても地方経済は冷え込んだままであり、企業部門が潤っても家計部門には行きわたらない。

小泉政権時代の2002年から2007年にかけては、「いざなぎ景気」を超える史上最長の好況時代があったことになっている。このときが典型的で、回復を実感できた人は必ずしも多くはなかった。エコノミストとしては、「景気が良い」と口にすること自体が憚られた時代であった。

ところが今回の景気回復局面は違っている。アベノミクスが発端なので、「**円安・株高→資産効果→個人消費増**」と、「**公共投資（復興需要）→地方経済改善**」という**2つの筋道で景気が動いている**。むしろ企業の設備投資動向が遅れている感が否めない。

---

<sup>1</sup> この話を1月21日の文化放送「くにもるジャパン」で紹介したところ、番組パーソナリティの野村邦丸氏がすかさず、「それは奥さんが高いものを勧めるようになったからでしょう。男は変わってないけど、女が変わっているんですよ」と指摘してくれた。説得力のある見方だと思う。

端的に言えば、「第2の矢」たる財政政策により徐々に公共事業を増やしているから、復興需要も含めて地方経済にやや明るさが見えている。

例えば有効求人倍率は、昨年11月時点でちょうど1.0に到達したけれども、これを都道府県別でみた場合、以下ようになる。

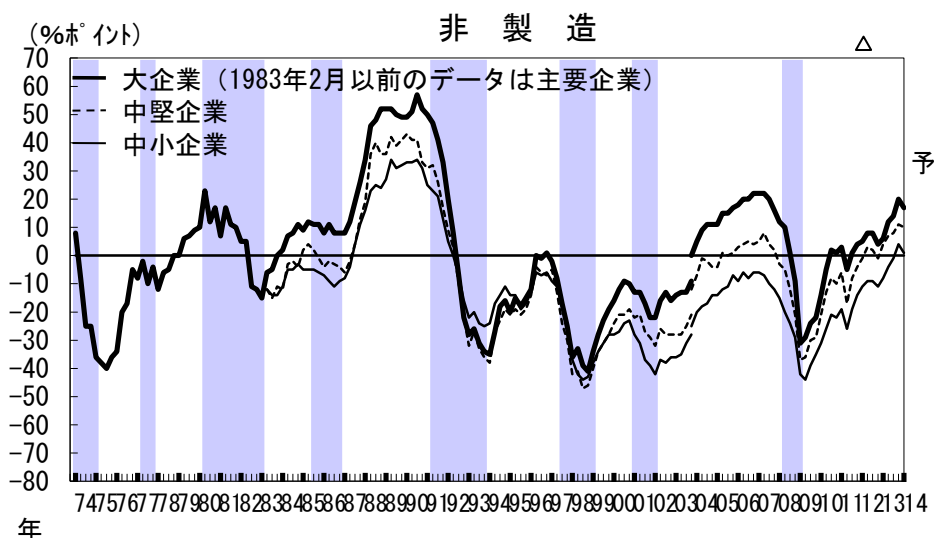
**Top 3**           ①東京 1.46、②愛知 1.44、③岡山 1.36  
**Worst 3**        ①沖縄 0.58、②埼玉 0.65、③鹿児島 0.69

都道府県別の有効求人倍率は、普通はもっと大きな差があるものであって、今回は比較的狭いレンジに収まっているといえる。これを小泉時代の景気回復局面で、同じく有効求人倍率が1.0に達した2005年12月のデータと比較してみよう。

**Top 3**           ①愛知 1.61、②群馬 1.59、③東京 1.54  
**Worst 3**        ①沖縄 0.41、②青森 0.44、③高知 0.48

自動車産業のある県が上位に来るが、生産拠点が少ない県では0.5以下になる、というのがこの当時のパターンである。つまり、それだけ地域格差が大きかったのである。

昨年12月の日銀短観を見ても、「格差縮小」を確認することができる。



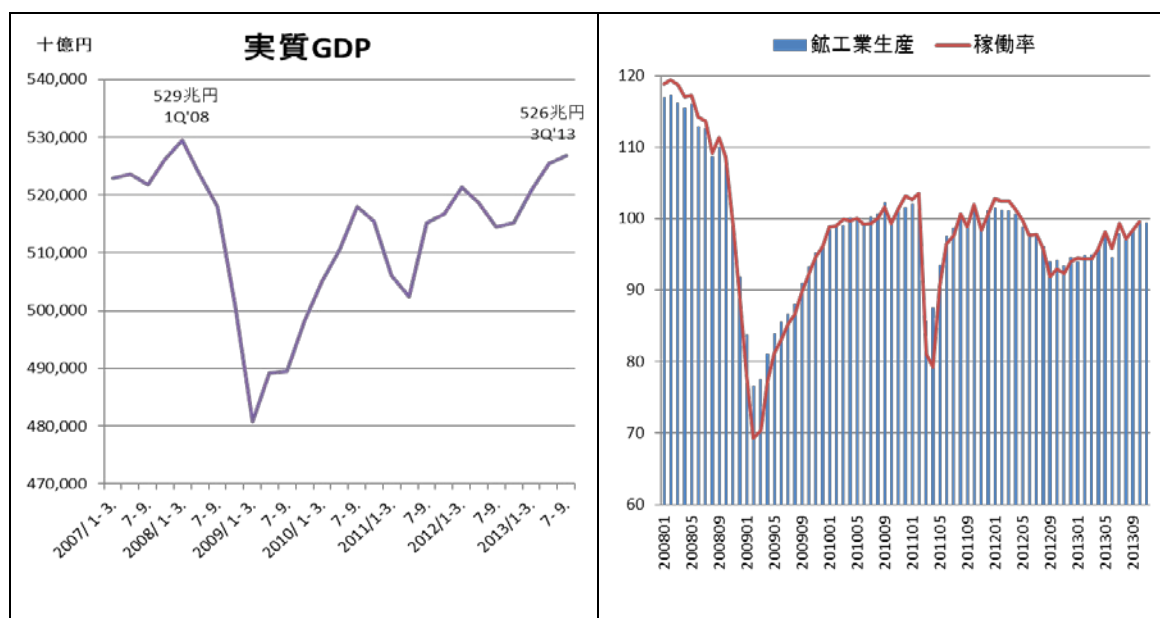
小泉時代には、一度もプラスになったことがない「非製造業・中小企業」の業況判断が +4 になっており、これは 1992年 以来のことである。かくして現在は、「製造業・非製造業」×「大企業・中堅企業・中小企業」という都合6つのセクター全てがプラスになっている。バブル崩壊後初の快挙である。

今まで、日が当たりにくかった部分に明るさが増しているのは、アベノミクスの思わぬ効用と言えるかもしれない。

## ●「モノづくり」から「感動を売る仕事」へ

ところで現下の非製造業が健闘していることは、下記の2つのグラフを重ね合わせることも確認することができる。

すなわち今の日本経済は、実質GDPではリーマン前の水準にほぼ等しくなっているものの、製造業の指標である鉱工業生産や稼働率では、まだ3/11後の水準にも達していないのだ。この分は、非製造業が穴埋めをしているとしか考えようがない。



普通であれば、ここは四番打者（製造業）の復活を考えるところであろう。が、ここは逆転の発想で、とことん非製造業の時代を考えてみるのも面白いかもしれない。その分かりやすい例がツーリズム（観光業）である。

現に昨年の訪日外国人数は、前年の 835 万人から大きく伸びて 1000 万人を突破した。安倍内閣の成長戦略では、東京五輪開催の 2020 年にはこの数字を 2000 万人にするという目標を掲げている。そのためには毎年 10%の成長を続ける必要があるが、これは決して不可能な目標ではあるまい。

昔から「モノづくり」に専念してきたわが国においては、ツーリズムはいわば「使っていない筋肉」のようなもの。特に旅館業などの多くは、現代的なマーケティングとは無縁のKDD経営（勘と度胸のどんぶり勘定）にとどまっていると伝え聞く。今日的な経営手法を導入していけば、かなりの「伸び代」があることは想像に難くない。

需要面でも、時代はツーリズムに追い風が吹いている。なにしろ家の中がモノであふれてしまい、今さら欲しいものなど見当たらないご時勢だ。特に高齢者にとっては、今さら高機能の電機製品などありがたくもない。ところが「時間持ち」の立場からすれば、旅の記憶だけは無制限に増やしていける。そろそろ産業界の側としても、「モノづくりから感動づくりへ」と意識を転換した方が良いかもしれない。

最近伸び盛りの企業には、ゲーム産業やSNSなどの関連が目立つ。つまり「遊び」をテーマとする産業が伸びている。思えば高齢化社会とは、「ホモ・ルーデンス」(遊ぶ人)の時代なのかもしれない。

## ●セレモニー関連～高齢化時代の有望産業

そこで最後にご紹介するのは、もっともユニークなセレモニーホール業界(互助会関連)の事例である。こちらも筆者にとっては、「毎年、お馴染み」の新年会である。

全体として葬儀は小規模化しつつあるが、件数が増えているので、掛け算した結果の売り上げは着実に伸びている。最近ではJAが葬儀事業に本腰を入れ始めており、会員数が多いだけに強敵になるかもしれない。いずれにせよ、少子・高齢化時代が追い風になるというめずらしい業界である。

最近では身内だけで執り行う「家族葬」が増えている。ただし、単に簡素にすればいいというものでもないらしく、もう少し付加価値をつけて価格を上げる方が喜ばれる、との話を聞いた。サービスはモノとは違い、単純に「安い方が良い」「早いから良い」とは限らない。「少し待たせた方が良い」ことだつてめずらしくはないのである。

葬儀のトレンドとしては、昔に比べると「悲しくないお葬式」が増えているのだそうだ。確かに大瀧詠一氏のようなケースはさておき、「大往生」のお葬式はもっと明るくていいかもしれない。今後は結婚式と同じように、葬儀にも個性化の波が訪れそうである。

筆者からは「生前葬」のようなイベントを流行らせたらどうですか、と提案してみた。これは三菱商事OBの作家である河村幹夫氏が実践し、近著『人生は65歳からがおもしろい』(海竜社)の中で紹介している事例である。

「私の生前葬に来てください」と言っても、普通の人は躊躇するだろう。そこで河村氏は古希を迎えた際に、長年お世話になった人に感謝をする会を企画した。「高い席からの挨拶は一切なし」「日曜日の午後4時から7時まで。好きな時に来て帰ってよい」「お祝いは固くご辞退」「一人一人と話して感謝を述べるのが目的」という会である。当日は300人もの友人知人が来てくれて、非常に充実した時間を過ごせたとのことである。

ちなみにこの案内状の文面が達意の名文で、これを読んだらとても不義理はできなくなるような代物である。こんな風に粋な心遣いができるのなら、社交こそは高齢化時代の有望産業と言ってもいいのではないだろうか。

## <今週の”The Economist”誌から>

”Don’t look back”

「歴史を振り返ることなかれ」

Leaders

January 18<sup>th</sup> 2014

**\*再び靖国神社参拝問題への論評です。安全保障に関する日本の立場は分かるけど、歴史認識は別物だ、というのが The Economist 誌見解です。**

<抄訳>

中国が尖閣諸島に兵士を派遣したことを考えてみよう。今の法制下では、日本は武力で対抗できない。海上保安庁は民間船には対応できるが、空や潜水艦は無理だろう。自衛隊には平和憲法の縛りがあり、民間人が殺傷されない限り反撃できるかどうか判然としない。同盟国たる米国が中国の部隊を排除してくれるかという点、これも明らかではない。

かかる不透明さは、中国に誤解を与えかねず危険である。日本が防衛負担を深めれば、同盟国との関係はさらに強力になる。日本が普通の国になればアジアもより安定するが、平和主義を捨てるとなると近隣国は憂慮する。安倍晋三首相はその恐れを軽減すべきである。が、彼は代わりに戦争犯罪人を祭る靖国神社に参拝することを選択した。

安倍は日本経済を 20 年来の停滞から脱出させようとしている。と同時に安全保障政策にも力を入れており、中国の台頭を懸念している。米国は同盟国である日本と、地政学上の焦点である中国のいずれかの選択を迫られるかもしれない。そのとき、日本がみずから立ち上がるようであれば、米国も味方しやすくなるだろうとの秘かな期待がある。

安倍は対米関係強化も目指している。17 年間にわたる停滞の後、沖縄県知事は新しい基地について合意した。国家安全保障会議を創設し、年末には防衛大綱をまとめてこれまでの防衛費削減を反転させ、艦船や無人機、潜水艦や水陸両用旅団に投資する構えである。

さらに憲法に関する論議がある。第 9 条は戦争と武力行使を放棄しているが、解釈を変えることにより、日本は同盟国が攻撃を受けたときに戦闘に参加できるようになる。

多くの課題を抱えているからこそ、安倍は靖国神社に参拝すべきではなかった。メルケル首相が、第三帝国を顕彰する記念碑に敬意を払うようなもので、政治的な自傷行為である。国内で得る支持は反対で相殺される。海外では、行くなと言っていた米国との共同作業が後戻りする。中国や韓国などが恐れるのも当然だ。じょじょに日本はその罪を直視することなく、戦後の戒めを解き放つのではないかと。ことに中国は安倍を疑っている。

実際には、日本の軍国主義復活は想像しがたい。国民の大多数が拒否しよう。仮に日本がそれを望むにせよ、防衛費は GDP 比 1% に過ぎず、アジアに影響力を及ぼすには不十分である。そもそも日本には米国が 16 の基地を持ち、核の傘を提供しているのだ。

安倍が普通の日本を望むにせよ、歴史を絡める必要はない。日本が防衛面でより自由を得るべきなのは、地域の安定に資するためだ。日本がより活発な同盟国になれば、より安全となり大きな責任を負うことになろう。過去に捉われるよりずっと良いではないか。

## <From the Editor> 信仰心の問題

靖国神社参拝の問題は、確かに外交的には日本が損をしているし、前頁の”The Economist”誌の意見もわかるのですが、国内的にはちょっと違うと思うのであります。

この問題の構図はきわめて簡単で、右の少数派は「首相は参拝すべきである」と思っているし、左の少数派は「首相が参拝してはいけない」と思っている。そして真ん中の多数派は、「別にどっちでもいいじゃないか」と思っている。

ところでこの多数派には、「他人の信仰について、とやかく言わない」という美風が備わっている。これは日本人全体に共通することですが、宗教に対してきわめて寛容なのである。そして信仰心が薄い人でも、他人の信仰に対してそこはかとない敬意を払う。例えばクリスチャン（あるいはカトリック）の人は、日本では少数派だけれども「アイツはああ見えて、敬虔なクリスチャン（カトリック）なんだよなあ」など、軽く敬意を受けることが多いのです。

要は日本国民の多数派は多神教なのである。そして右と左に一神教のグループがいる。この場合、右の一神教グループは、他人が靖国神社に参拝しないことをうるさくは言わない。端的に言えば、民主党の総理大臣が参拝しなくても、そのことを咎めたりはしない。ところが左の一神教グループは、他人が靖国神社に参拝することを是非とも止めさせたいと思っている。この部分に非対称性がある。

結果としてこういうことになる。真ん中の多数派に対し、「首相は参拝すべきかどうか？」と尋ねると、「そりゃあ、中国が怒るだろうし、止めといた方がいいんじゃないの」という常識的な意見が多くなる。ところが実際に参拝してしまうと、「安倍さんはそこまで真剣なんだ。だったらしょうがないねえ」ということで支持が多くなる。

この問題に対する世論調査の推移をみると、「行く前はノーだけど、行ってしまえばイエスになる」という図式があって、これは小泉首相の時代から変わっていない。それもそのはず、日本人の大多数は多神教であって、どんな神社仏閣であろうとも、他人の信仰にはそれなりの敬意を払うのである。それがオウム真理教などでない限りは。

ところが左の一神教グループは、こういう現実が許せないと思ってしまう。そこでいつまでたっても、「やっぱり首相は参拝すべきではないですよ」という話を蒸し返そうとする。結果として、大多数の中道派を右に追いやるしてしまうのだ。だって日本人の大多数は、この手の神学論争が本質的に嫌いなんだから。

多数派に属する筆者自身としては、以上のような日本人の宗教に対する寛容な態度は、とても好ましいものであると思います。世界の大部分は一神教である。だから争いが絶えない。ところが幸いなことに、日本の社会は「なあなあ」の多神教世界である。

以上は、日本国内でしか通じない議論ではあるのですが、無駄な喧嘩をしなくて済む日本社会の良さをちょっとだけ見直しても良いのではないかと考える次第です。



\* 次号は2月7日（金）にお届けする予定です。

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までをお願いします。

〒100-8691 東京都千代田区内幸町 2-1-1 飯野ビル <http://www.sojitz-socket.com/>

双日総合研究所 吉崎達彦 TEL:(03)6871-2195 FAX:(03)6871-4945

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