



日時／平成30年9月19日(水) 13:30～15:00
会場／日本特殊陶業市民会館フォレストホール

名古屋市内9法人会合同講演会

どうなる日本！ これからの政治経済

～日本は再び輝きを取り戻せるか、
阻む課題は何か、
新たな成長発展を
どうやって創り出すか～

慶應義塾大学院メディアデザイン研究科教授
エイベックス・マーケティング取締役

岸 博 幸 氏



冒頭、好物の名古屋飯と昨年
大晦日の紅白歌合戦での審査委
員の体験談で会場を和ます。

2020年以降、
景気は低迷

いま日本の経済成長率は年
3%を越えています。2%を越
えると景気がいいと考えますか
ら3%は景気がいいと思います
が、問題は、今後どれだけ続く

のか。残念ながら、私は2020年
以降厳しくなると思っています。
潜在成長率、つまり日本経済が
長期的に実現可能な経済成長率
は、日銀の推定で0.88%です。

90年代初頭、「失われた20
年」と言われたときの成長率は
年0.6～0.7%でした。バブル
崩壊後ほどしか経済成長しない
ということです。

成長率が低くなるのは2020
年以降ですが、その要因として
は、まず来年10月に消費税再
増税が予定されています。加え
て、この6年間日銀は大規模な
金融緩和をしてきましたが、昨
年暮れから規模を縮小しはじめ
、来年、再来年は明確に金融
緩和を縮小して正常化しようと
します。

一番悩ましいのは東京オリン
ピックです。過去オリンピック
を開催した国は、オリンピック
後ほとんどの国で景気は悪化し
ています。ひどい一例は10年
ほど前のギリシャ危機です。そ
のきっかけはリーマンショック
だと言われていますが、発端は
2004年のアテネオリンピッ

クでした。施設をいっぱい造り
財政赤字が拡大、オリンピック
をきっかけに税収を増やそうと
思ったら、景気が悪くなり税収
が減って借金が増えたのです。

低い潜在成長率を高くするに
は、てつとり早いのは人口が増え
労働量が増え生産量が増えること
です。でも日本は人口減少局
面に入っていますし、大規模な移
民の受け入れが難しい国です。

もう一つの方法は、人口減
少のペースを上回るペースで經
済の生産性を高めるために、政
府は改革を進め、民間や地方が
新しいことを何でもできるよう
にしてあげることで、規制改革
や地方分権、自由貿易が必要に
なります。

今年、賛成多数で成立した働
き方改革関連法案は、日本に投
資している海外のヘッジファン
ドからは評判が悪いです。問題
は「時間外労働の上限規制」で
す。ワークライフバランスが実
現している企業は、若いうちは
どんどん残業して仕事に必要な
スキルを早く身に付けたほうが
いいので、休みは半年とか1年



単位で調整しています。毎月で上限時間を設けますと、残業できない新入社員はスキルを身に付けられず、会社の生産性は上がりません。

来年4月に地方統一選が、7月に参院選があります。安心して勝てる環境にするために、政府は年末の予算編成で財政のばらまきをするのではないかと思います。年末の予算ばらまきは、来年10月の消費税再増税で景気の落ち込みを防ぐ観点からは大事ですが、改革より財政出動を優先していると景気はあと1年か1年半しかもちません。

2025年になると団塊の世代全員が後期高齢者になります。社会保障制度や年金制度の持続性、財政赤字も1,000兆円を越えていて、それらの問題解決も重要ですが先送りされています。

イノベーションとは ニューコンビネーション

いまのままでは日本の将来は厳しいと思いますが、日本全体を広い眼で見ると、そこまで暗くありません。

経済の生産性を高めるのは政府ではなく、民間企業・地方経済です。これからの数年は大事なタイミングです。

そのためにはイノベーションを継続して作り出すことが大事です。

日本ではイノベーションを「技術革新」と訳して、全く新しい技術的な成果だと思われがちですが、0から研究開発を頑張って1を創るのはインベーション「発明」です。

イノベーションは、100年くらい前にヨーゼフ・シュンペーター氏が「ニューコンビネーションを作り出すこと」と言っています。日本語訳は「新結合」です。

既に世の中に存在する知識、ノウハウ、ブランド、何でもいいので、「1+1が3とか4になるような新しい付加価値をつけたニューコンビネーション」をつくるのだということです。

イノベーションは製造業に限定しないあらゆる業種に共通する課題です。大企業だけでなく中小企業でも必ず生み出せるもので、サービス業を含め、どんな産業でもできると覚えていて欲しいと思います。

具体例です。

音楽業界は典型的なサービス業ですが、過去20年間で日本の音楽市場の規模は半分以下に減ってしまいました。ネットが普及して違法コピーが蔓延したこと。スマホが普及して若者は音楽より通信にお金を使うようになったこと。デフレが続いて若者が貧乏になりお金を使わなくなっこなことなどで、典型的な衰退産業になりました。しかし右肩上がりの会社もあって、分





析するとイノベーションをしつかりやっています。AKB48の運営会社はこの7~8年は右肩上がりです。AKB48総選挙の投票権とか握手会、握手券をCDにつけました。CDと“おまけ”的ニューコンビネーションです。またアーティストの本拠地を秋葉原にしました。秋葉原はオタクの巣窟で、オタクは自分の好きなものにはとことんお金を使ってくれる有り難い人たち、その人たちを音楽に引っ張り込んだのです。

またEXILE、三代目JSoul Brothersも人気がありますが、男性アイドル+ヤンキー、歌とダンスのコンビネーションです。カラオケ産業も低迷していましたが、イノベーションしている企業は右肩上がりになっています。農業の世界でもイノベーションで十分儲かる企業になることはできます。

安倍政権は地方創生に取り組んでいますが、地方創生の観点からもイノベーションは大事です。毎年政府が用意する地方創生予算の獲得ばかりに熱心になっている自治体は失敗します。地元の産業や経済の生産性を高めたり、政策でイノベーションをつくりだすことをしないと長続きできません。

日本で一番元気がいいと言わ

れているのは福岡市です。中国人観光客が増えたこともありますが、福岡市長が「福岡を日本で一番起業しやすい都市にする」と目標を掲げて頑張ったのです。政府国家戦略特区の制度を利用して、起業支援を手厚くしました。さらに起業スタートアップのイベントに出向いて「起業するなら、ぜひ福岡で」と営業を頑張ったのです。実際、有名ネット企業が福岡でオフィスを開き、若者の起業も増えました。

名古屋は日本で一番製造業が強いエリアですので、イノベーションで、もっと生産性を高められるはずだと思います。

日本経済の強みは
現場の力

大企業でイノベーションは生まれません。受験勉強や出世競争を勝ち抜いた経営者やエリートは、できるだけ失敗しないように前例がないことをしないのです。でもイノベーションは前例がないことなんです。

掃除機のルンバはアメリカ企業の製品です。日本の家電メーカーも似たような製品を企画していましたが、経営陣からのクレームでボツになりました。しかしルンバが世界的にヒットし





て、その会社は二番煎じのお掃除ロボットを売り出すことになってしまいました。

日本の強みは現場の力です。1543年ポルトガル人が種子島に火縄銃をもってきました。その年、種子島に住んでいた刀鍛治が火縄銃の複製を造りました。それから10年後、日本中の刀鍛治はクオリティーの高い火縄銃を造れるようになっていました。1500年代後半には、日本は世界一の鉄砲隊（陸軍）をもっていました。これは現場の刀鍛治の人たちの力です。

第二次世界大戦や日露戦争のとき、アメリカやロシアは、「日本の前線の兵士は手ごわい。それに対して指揮官は全くダメだ」と分析しています。

現場の力を生かしてイノベーションしやすいのは中小企業です。世界でもアメリカのシリコンバレーが典型ですし、アップル、アマゾン、フェイスブック、グーグルも零細のベンチャーでした。それがイノベーションして、スケールアップしていくと大企業に変身するのです。

飲食業界もイノベーションが多いところですので「東京の食は世界一」と多くの金持ちの外国人から評価されています。

昨日、岐阜県の撚糸業の会社を訪問しました。社員18人で

す。撚糸の技術を活用して吸水性の高い糸を開発し、タオル業界と組んで考えたタオルが大ヒットした会社です。次は2020年東京オリンピックに向けて、新しい糸を創る準備をしているそうです。

オリンピックはいろいろな課題がでてきますので、それを解決するにはイノベーションが絶好のチャンスです。前回の東京オリンピックのときもそうでした。選手村で毎日多量の食事を作るためにセントラルキッチンの仕組みを考えました。それが発展してファミレスになりました。トイレの男・女のマークは日本語がわからない外国人が困らないようにと工業デザイナーの集団が作って、それが世界中に広がってきました。

法人会は イノベーションの場

イノベーションを作り出すときの重要なポイントは、多様な人間を巻き込み、多様な知識、経験、目線を集めないと斬新なアイデアは出ません。幹部の皆様は外を歩き回り、自分と関係ない企業、違った地域の人の話を聴いて、外の知識・知恵を学んで会社にもって帰ってください。そういう意味から法人会は

異業種の人たちと会える絶好の場です。

私は恩師であり恩人の、やしきたかじんさんに教えられたことがあります。「番組の放映をオンエアと言うように、番組を収録しているときは空気感が大事。空気感の悪い番組を観て視聴者が面白いと思うはずはない。周りにいるスタッフは出演者を盛り上げようとしなければいけない」。たかじんさんは、手を叩いたり笑ったり場の空気感を良くするスタッフを重用していました。

沖縄はリピーターの数が多いのですが、理由は「マリンスポーツが好きだから」の他に多かったのが「泊まる宿とか飲み屋で、オジいやオバアとゆるゆると呑むのが好きだから」でした。それは沖縄の空気感が好きだということだと思います。

名古屋はポテンシャルが大きいです。名古屋の皆様は団結して空気感を良くし、イノベーションして地域の生産性を高めてください。期待しています。

※ この記事は平成30年9月19日の講演の要約です。

文責／公益社団法人 名古屋西法人会