

2021 年 3 月 16 日

新型コロナウイルス危機下の日本経済

竹森 俊平 (Shumpei Takemori)

日本の短期的なマクロ経済パフォーマンスは、当然のことながら、政府の新型コロナウイルス対策にかかっている。オーストラリアのシンクタンクであるロウイー国際政策研究所 (Lowy Institute for International Policy) が 2021 年 1 月に発表した COVID Performance Index という世界の新型コロナ対応ランキングで、日本は 98 か国・地域中 45 位 (50.1 ポイント、以下同じ) だった。ニュージーランド (1 位、94.4) やベトナム (2 位、90.8)、台湾 (3 位、86.4)、韓国 (20 位、69.4)、スウェーデン (37 位、55.5) よりも下位だが、英国 (66 位)、米国 (94 位) はもちろん、スイス (53 位、48.4)、ドイツ (55 位、45.8)、カナダ (61 位、39.5) よりも上位の評価だ。

英国や米国、イスラエル (62 位) は、これまで新型コロナの感染拡大への対応では高い評価を得ていないが、積極的なワクチン接種の取り組みにおいては最も進んでいることを指摘しておきたい。この対照的な事実、この 3 か国の社会状況をよく表している。これらの国は日常的に国内政治や社会の分断に悩まされており、新型コロナという困難な課題に対しても、ごちない動きをとることしかできない。それでも、彼らは新しいワクチンの迅速な開発や供給など、課題を克服するためのパラダイムチェンジ (劇的な変化) を生み出している。もう一つの重要な点は、日本よりうまく新型コロナに対応したアジア諸国が、強力な国家安全保障体制の国ということだ。日本が国民全員に迅速かつ効果的にワクチン接種を実施できるかどうかについては、あまり楽観できない。

コロナ危機からの経済回復について言えば、日本の投資家心理が決して強気でないことは憂慮すべき点だ。日本以外の国、特に米国の株式市場では、投資家が、ワクチンによって国民が集団免疫を獲得できれば、コロナ危機は終息し、新たな景気拡大の局面に入ると確信しているのに対して、日本企業は将来の見通しについて確信を持っていない。1990 年代初期に起きた不動産バブルの崩壊で日本経済が長期のデフレに陥った時と同様に、今回のコロナ危機で日本は長期低迷に陥るのではないか

という不安が社会に広がっている。昨年の経済財政諮問会議では、長引く不況を避けるために、日本企業は賃金を 2020 年の業績に基づいて決めるべきではないという議論があった。むしろ、ワクチン接種によって日本がコロナ危機から完全に脱し、消費がロックダウンによって妨げられることなく回復すると思われる 2021 年の業績見通しをベースにすべきだろう。

中長期の課題

次に、日本の中長期的な課題を取り上げる。まず、これらを日本の大都市が直面する課題と、地方が直面する課題とに分けることが重要と考える。日本は、国際競争力のある大都市を作り出さなければならない。東京は、革新性（イノベーションを推進する能力や意欲）においてニューヨークや上海、ロンドンと競争しなければならない、国際競争力のある企業（デジタルや金融など）にとってのハブとなる必要がある。その一方で、地方は社会的安定のもとでなければならない。地方は雇用を吸収しなければならない、顔の见えない国際企業のハブになる大都市にはない特徴を備える必要がある。大都市と地方の両方で、日本は大きな課題に立ち向かわなければならないのだ。

大都市の主要な課題は、資源を配分するためのデジタル化と金融セクターの役割のスケール・アップ（機能を高めること）だ。日本が立ち向かわなければならないこの課題は、フィンランドの通信インフラ・機器会社ノキアの前最高経営責任者（CEO）、リスト・シラスマ氏の次の言葉によく表されている。

「この業界における持続可能な競争優位の源泉が、『誰が最良のデバイスを持っているか』から、『どのデバイスがデジタル・コンテンツの消費に最も適しているか』、あるいは『どのデバイスが最も望ましいコンテンツを最も多く取り揃え、アクセスできるか』へとシフトしてきた」

「キラーデバイスをつくれれば、ノキアのジレンマがすぐに解消される時代は過ぎ去ったので、これはノキアにとって大きな課題となる」

リスト・シラスマ著 *Transforming NOKIA*（日本語訳『NOKIA 復活の軌跡』早川書房 2019 年）からの引用。

上の引用は、ノキアが 2010 年代半ばに直面した、会社が存続するかどうかの問題について述べたものだが、日本はいま同じような課題に直面している。言い換えれば、日本のデジタル産業分野の弱みはプラットフォーム・モデル開発が弱いことにある。日本企業は、高品質の製品を作るのが得意であるか、少なくとも、ある時期までは得意であった。しかし、外部の第三者が製品をアップロードするためのプラットフォー

ムを提供するという考えが日本のビジネス文化に根を下ろすことは決してなかった。アメリカ人は（この点に関してはイギリス人も）、それが得意だ。彼らは恐らく、金融市場育成の経験によって身につけたノウハウを応用したのだろう。金融市場自体は生産や販売を行うわけではない。外部のプレーヤーたちが彼らのコンテンツ、すなわち、金融商品をアップロードするためのプラットフォーム、つまりデバイスなのだ。そして、シラスマ氏が述べているように、「どのデバイスが最も望ましいコンテンツを最も多く取り揃え、アクセスできるか」というのが重要な問題なのだ。

この分野において経験の乏しい日本が競争力を強化するためには、インド人やイスラエル人、中国人など、海外の人材に頼らなければならない。トヨタ自動車が、2020年、自社をデジタルプラットフォーム企業に転換するための重要なポジションである最高データ責任者（Chief Data Officer、CDO）にジェームス・カフナー氏をつけたことは、その先駆けである（カフナー氏はトヨタ・リサーチ・インスティテュート・アドバンスド・デベロップメント株式会社 TRI-AD の CEO）。

地方が直面する課題

一方、日本の地方が直面している重要課題は、長期にわたる低金利環境の下で、地方銀行と地方の中小企業にとってのビジネスモデルを、いかにしてより適切なものに転換するかということだ。現在の低金利環境において、日本の地方銀行は金利収入の減少に苦しんでおり、そう遠くない将来に生き残れるかどうかの脅威に直面するかもしれない。もう一つの問題は、多くの中小企業の経営者たちが高齢化しており、後継者を見つけられないでいることだ。

こうした困難な課題に直面して、金融庁は銀行が保有できる非金融企業の株式割合の上限規制を緩和した。その結果、銀行は場合によっては 100%の株式を保有することができるようになる。しかし、銀行はそれらの株式を期限内に（現在は 5 年）、売却しなければならない。このことは、銀行が典型的な中小企業を一定の期間で売りものになる会社に変換しなければならないということを意味する。事実上、銀行は、中小企業に投資し経営に関与することで企業価値を高めるという、通常プライベート・エクイティ・ファンドが担う任務を果たさなければならない。そこで重大な問題は、銀行が、特に地銀が、そのために必要不可欠なノウハウを持っているのかということだ。明らかに、彼らにはそのようなノウハウはない。それゆえ、企業の吸収合併（M&A）を推進するために、投資銀行と地銀を組み合わせることが現在盛んに議論されている。菅首相は、この活動を促進する SBI の取り組みに、特に興味があるように見受けられる。

以 上

竹森俊平

慶應義塾大学経済学部教授、財務総合政策研究所特別研究官

経済学博士（米ロチェスター大学）。その年の最も優れた社会科学の本の著者に与えられる権威ある賞である「吉野作造賞」を2003年に受賞。2004年、読売新聞社客員研究員。2019年から経済財政諮問会議の民間議員を務める。新型コロナ対策に関する「基本的対処方針等諮問委員会」メンバーも務める。

本論文の原文は英語で、翻訳は経済広報センターが行いました。原文は下記参照。

URL: <https://en.kkc.or.jp/international-platform/20210316.html>

また、本論文に示された見解は、著者の見解であり、経済広報センターの立場を示すものではありません。

一般財団法人

経済広報センター

FAX: 03-6741-0032 E-mail: platform@kkc.or.jp

