

# 少子高齢化はビジネスチャンス

信金中金月報掲載論文編集委員長

清水啓典

(一橋大学名誉教授)

近年しばしば大きな課題として日本の少子高齢化、人口減少問題が取り上げられるが、その大半は福祉介護費用の増大による財政逼迫や国内市場の縮小といった負の側面に焦点を当てた議論が中心で、今後国内市場の成長は期待できないかのような論調が多い。果たして、日本の将来はそんなに暗いのだろうか。

少子化は先進国のみならず途上国も含めた世界共通の現象であり、唯一の例外は移民の多い米国である。子供を育てる最大のコストは母親の育児時間だから、経済が成長して女性の給与水準が上昇するに従って、育児のために犠牲にする所得が増加するので子供の数は減少する。しかし、その反面子供一人当たりの支出額は増大するので子供に関する支出全体が減少するわけではない。少ない数の子供により高い教育や楽しい経験をさせるためのレジャー支出、ファッション、個室など、両親自身と一緒に楽しくするための支出は増加する。それは子供のためと言うより、そうすることで両親自身が高い満足、将来への期待という形で効用を享受する行動であり、若い世代では子供を軸に支出のパターンが変化していく傾向にある。

子供にスマートフォンを与えるなどは当然のこととして、ゲーム市場の拡大や食習慣も含めて子供時代に癖になった市場の取り込みは成長産業の戦略的常識である。要は、子供の量から質への転換が生じており、子供関連の支出自体はむしろ大きく成長しているが、量に縛られた市場が縮小しているに過ぎない。例えば、メイドサービスなど従来日本では一般的でなかったサービス供給の市場も、労働時間を犠牲にせず子供との時間を楽しく過ごすためのニーズとして、一人当たり所得の増大と共に成長するであろう。

また、高齢化についても、平均寿命が世界最高の日本は、清潔な生活環境、健康な食生活、医療技術など全てが揃わないと達成できない人類永遠のニーズである長生き社会を達成しえた誇るべき社会である。高齢化・人口減少はより多くの資産を保有している高齢者層の割合が増加することを意味するし、一人当たり所得や生涯所得の増加に他ならない。

健康寿命の延長は多額の支出を厭わない究極のニーズであるから、例えば、清潔で快適な生活環境を保つための財・サービスや健康的で新鮮な日本食文化、高度な医療技術など膨大な成長可能性のある分野は多い。そのアウトレットとしては、ホームセンターやドラッグストア、多様なレストラン、快適な医療サービスを提供する病院などほぼあらゆる分野に及ぶが、品揃えやサービスがニーズに合致しているかどうか問われる。快適な旅行、クルーズ、7つ星列車など、需要が増大している分野は多い。要は、ここでも生活全般の量から質への転換が起こ

っているものであり、全体の支出額が減少しているわけではない。

健康志向の高まりを受けたスーパーでの食品の産地表示、オーガニック食品、トラックレコード、健康食品、健康増進機材、スポーツセンター、高度医療分野の先端医療機器、病院間の快適で安心できる接客サービス競争、などは急速な成長分野である。また、これらの増大する需要は日本だけに限られたものではなく、人類共通のニーズであり、とりわけ成長著しいアジア市場にも共通の成長分野である。とはいえ必ずしも海外に進出する必要もなく、海外からの旅行者による需要や医療ツーリズムなどの分野が急成長している。国内の少子高齢化対策に成功すれば、日本の高品質・高度サービスの市場は世界全体に広がっていることを認識すべきである。

つまり、少子・高齢化・人口減少はいずれも消費需要の量から質への転換という現象を生んでいるのであり、市場は縮小しているのではなく単に変化しているだけで、高品質を求める新たな巨大市場が出現しているのである。そこで核となるのは、より高い付加価値を持つサービスの提供であるが、サービスは労働集約的であるためにいかに技術進歩を利用した効率化とコストダウンを実現できるか、またサービス品質向上のためには人材育成や訓練が不可欠である。だがこの点では日本の高い教育水準と道徳観は世界に誇るべきものがあり、日本が強みを持つ分野となり得るであろう。

既に述べた通り、日本ではその変化が急速であるとは言え、少子・高齢化・人口減少は世界的に共通の現象である。既に日本より高い一人当たり所得を持つ西欧諸国で実現している、日本から見れば余裕のある退職後の生活や混雑の少ない町並みなど、新たな価値観を持った社会への転換が生じつつある、と前向きにとらえるべきであろう。円安の影響もあり日本の物価一般は世界的に比較して低水準で、安全で清潔で何でも最先端の商品が手に入る日本は、日本をよく知る外国人にとって最も暮らしやすい国とされる。外国人観光客の増加も著しい。

これまでの所日本の消費需要の回復が鈍いのは、これまで20年以上に亘って継続してきたデフレが主因である。人は将来稼得すると確信できる所得に基づいて消費するから、長年のデフレで将来所得の伸びが期待できないと考える環境下では消費は伸びず成長もしない。デフレは脱却したが、まだ2%のインフレ目標に達していない現在、国民は将来の成長に確信を持っていない。しかし、2年前の異次元緩和以降、雇用増大、企業収益や税収の増加、株高、賃金上昇、と金融政策の効果は理論通りに徐々にかつ確実に現れて来ている。経済活動に影響するのは日銀のマネタリーベースの増大ではなく、それに誘発されて世の中に出回るマネーサプライの一段の増加であるが、それには金融機関の貸出増加が鍵になる。今後次第にこれまでリスク回避に主眼を置いてきた金融機関も貸出を増加させる環境になりつつあり、次第に成長が加速してくるであろう。

国民がその成長に確信を持つようになれば、1,600兆円に及ぶ個人金融資産が動き始める。インフレ目標が実現して国民がデフレの再来はなく将来とも所得は増加することを確信するまでにはある程度の時間が必要だが、日本は高品質・高度サービス、清潔・快適・安全な生活など、クール・ジャパンと言われるように文化面でも世界をリードする高品質社会の実現に向かって進んでいる。