

本論文は

# 世界経済評論 2020年1/2月号

(2020年1月発行)

掲載の記事です



## 世界経済評論 定期購読のご案内

年間購読料

1,320円×6冊=7,920円

6,600円

税込

17%

送料無料

OFF

富士山マガジンサービス限定特典

※通巻682号以降

定期購読  
期間中

デジタル版バックナンバー 読み放題!!



世界経済評論 定期購読



☎0120-223-223

[24時間・年中無休]

お支払い方法

Webでお申込みの場合はクレジットカード・銀行振込・コンビニ払いからお選びいただけます。  
お電話でお申込みの場合は銀行振込・コンビニ払いのみとなります。

Fujisan.co.jp  
雑誌のオンライン書店

# グローバル・エイジングの潮流と 国家の役割



三井物産株式会社代表取締役会長

飯島 彰己

平成の30年余、日本の産業界を悩ませ続けたのが経済成長の鈍化であった。当初はバブル崩壊の後遺症と考えられていたが、不良債権処理の一巡と銀行の大再編で金融産業の体力が回復しても、バブル崩壊前の成長ペースは回復できず、低成長は日本経済の常態と見られるようになってきた。ただ、低成長の常態化は、日本のみならず、先進国に共通の現象でもある。これは、経済の発展にともなう人々の基礎的なニーズが充足されたことで、新たな市場の開拓や需要の創出が次第に難しくなってきたためと考えられる。各国の経済が、成長性に富む子供の時代を抜け、成熟して成長余地の限られた大人の時代を迎えたということであり、必然的に避けがたい変化と言えらる。

経済が成熟化した先進諸国の企業にとって、アンチエイジングの特効薬となったのが、グローバル化の潮流を受けた、新興国での事業展開であった。しかし近年では、新興国の代表とも位置付けられる中国も、成熟期に近づいたことで成長性を落とし、「一帯一路」といった表現で自らのアンチエイジングを模索するまでになっている。2020年代には、東南アジア諸国やインドなども次第に成熟化していくことが予想される。いわば「グローバル・エイジング」の潮流である。

そうしたなかで、企業が成長していくには、新しい商品やサービスを創造し、市場に投入していくしかない。多くの国で基礎的なニーズが充足した今日でも、健康・美容、介護、教育、安全など、十分に満たされていないニーズも多い。資源、エネルギー、環境といった世界共通の課題もある。これらは、我々が創造力を発揮しソリューションを生み出すことでビジネスを展開できる潜在的な事業機会でもある。

ビジネスにつながる創造力については、シリコンバレーを擁する米国勢の優位性は衆目の一致するところであろうが、近年では中国企業の存在感が急速に大きくなっている。その要因の一つに、国家資本主義の体制を前提とした国家の関与があるとの見方がある。その裏返しで、中国企業の創造力を国家の力、さらには安全保障の分野を含む国家間の関係、とりわけ米中関係と結び付けて考える議論も広まっており、それが近時の米中摩擦の背景の一つになっていると考えられる。

国家の関与が企業や産業の創造力を高め得るのかという点については、まだ明確な答えは出ていないが、グローバル・エイジングの時代における国家の役割の再設定にもつながる重要な論点と言えらる。

(い い じ ま ま さ み)