

2000年度第3回物学研究会レポート

**日下公人氏（東京財団会長）講演
「IT時代：日本の産業の行方」**

2000年7月5日



物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

2000年度第3回物学研究会は、日本を代表するエコノミストであり東京財団会長であられる日下公人氏をお迎えし、「IT時代：日本の産業の行方」をテーマにご講演をいただきました。日下先生は、近著『21世紀、世界は日本化する』、『やりたいことを始めなさい』の中で、アメリカ主導で進行するIT化、グローバル化のトレンドにあって、日本独自の資源を生かした21世紀の日本の姿を展望し、その実現に向けて多くのヒントを示されています。今回は大きな視野に立って、日本の産業、モノ作りの行方について語っていただきました。以下、そのサマリーです。

日下公人氏（東京財団会長）講演

「IT時代：日本の産業の行方」



① 日下公人氏

1、世界の日本化現象

＊ 日本流IT革命を目指せ

ここ10年ほど、経済界では「ハード」か「ソフト」かといった議論が盛んになされていますが、私が社団法人ソフト化経済センターを立ち上げた頃には「ソフト」に注目する人はほとんどありませんでした。私に言わせると、「ハード」とは「ソフト」が古くなったものであり、そもそも「ハード」と「ソフト」を分けて考える必要はないように思います。

日本において「ハード」と「ソフト」を分けるようになったひとつの理由として、戦争があります。戦争時は鉄、セメント、火薬、兵器などのハードが重要で、国全体で増産体制を敷いたわけです。ところが戦争が終わり政治も安定し、産業も発展して、ある程度物資的に充足してくるようになってきて、私は「将来、非製造業の方が儲かるようになりますよ」といったものです。その延長線上で、現在日本では文化・娯楽産業が圧倒的な競争力を持つようになっていきます。ところが情報戦争、マネー戦争、エネルギー戦争では、日本はことごとく欧米の後塵を拝しています。かろうじてハイテク戦争では互角以上に競い合っていますが、そもそも「技術」というものはマーケットに向かって進歩していくのです。どんなに優れた技術でもマーケ

ットが受け入れられなければ、それっきりなんですね。そこをところを理解しなければならぬ。良い例がA・G・ベルが発明した電話機です。発明当時、ベルに出資してくれる人は誰もいなかった。理由は「電話は証拠が残らないからビジネスに使える」だったのです。ところがその後の電話の発達はいずれも皆様の存知の通りです。

これと同じようなことが現在のITにも言えるのではないのでしょうか。ITはB2B（ビジネス to ビジネス）のための技術として注目されましたが、B2C（ビジネス to コンシューマー）あるいはC2C（コンシューマー to コンシューマー）の技術として普及することによって、巨大産業として発展を遂げています。電話にしろ、iモードにしろ、いわゆる女性や子供が長電話をしたり、インターネットショッピングなどをしてくれるからこそ、産業としてパワーアップしているわけです。ですから、技術やビジネスの成長は、ある種「ろくでもない」ことの方が延びる可能性がある。ところが……です。大学ではこうした重要なことは教えない。大学の成績優秀者ばかり集まっていると「答え」を間違ってしまう。アメリカでは「ラショナル・フール（合理的バカ）」と呼んでいます。それならばいっそ「直感」の方がよほど信用できるのではないか。そこで彼らは「言外の理」というものの必要性に注目して、「暗黙知」という概念に着目した「ナレッジ・マネジメント」などを提唱しているわけです。

私自身、最近のIT革命に対して懸念を感じることは、エンジニアもビジネスマンも発言しているのはアメリカ帰りの人たちがばかりだということです。彼らはアメリカのケーススタディを真に受けて吹聴するばかりで、日本流のIT革命像を的確に言いあてていないのです。現実には日本流のIT革命を実行して成功している人もたくさんいると思うのですが、そういう人たちは概して口下手だし、成功しているんだから人にしゃべる必要もないと考えているのでしょう。

* 日本人よ、自信を持て

さて、話は少し変わります。昨年バンコクの大学が市民2700人余りを対象としてあるアンケートを行いました。「世界中で一番魅力的なのはどこの国の女性か」というものです。結果は日本女性が第1位、第2位がイギリス人、第3位がイタリア人というものでした。一方シンガポール大学で同じ時期に「来世は何に生まれ代わりたいか」というアンケートを実施したところ、一番多かったのはシンガポール人、第2位が白人、第3位が日本人に生まれ変わりたいという結果だったそうです。こうした結果に対して大方のアジアのマスコミはショックを受けました。なぜならアジアのマスコミの多くは日本の悪口しか報道しなかったにもかかわらず、一般市民たちは日本に好意を抱いていることがはっきりしたからです。皆さんはこの結果をどうご覧になりますか？ 以前から日本女性が世界一と考えておられた方は正しい国際感覚の持ち主といえるし、意外だったと感じた方はテレビやマスコミを信じすぎていらっしゃるのではないですか。総じてマスコミというのは悪口を書くことを職業としているのですから、真実と乖離している場合だってあるのです。今夜お家に戻ったら、奥様や娘さんの手をとって敬意を表してくださいね。因みに、同じ質問で男性になると一番はイギリス人、次が日本人、3番目がイタリア人でした。

重要なのはこれらの結果をどう分析するかです。私は周辺にいる女性にこの結果を見せて感想を求めました。みんな普通のOLです。すると彼女たちはこのデータに対してごく普通に納得しているのです。彼女たちによると「私たちはロンドンでもパリでもバンコクでも世界中を歩いていて引け目を感じたことはありません。いつもさっそうとしています」ということらしい。私はこの話を聞いて、彼女たちの方が僕らよりもよほど真実に近い感覚を持っているのではないかと思いました。さらにその理由を聞くと、彼女たちはその学歴の高さ、大学や職場でも気持的には男性に負けていないという自負、収入の高さを上げました。話を聞いて感じたのは、彼女たちは男性では持ち得ない「自由」をもっているということです。だからこそ、さっそうと世界中を闊歩できるのです。さらに私は尋ねました。「君たちはどこに行くのも、5、6人連れ立って歩くだろ」と。世界中で女性だけのグループで一流レストランに入ってしまうなんて日本人以外にはいませんよ。彼女たちは自由ばかりでなく、友人もたくさん持っていて、みんなで集まっては大いに盛り上がっているということです。けれども、この日本女性ののびのび待遇の実現に貢献しているのは、我々、日本人男性なのです。つまり私たちは世界最高のジェントルマンであるわけです。欧米やアジア諸国で現在の日本の状況を作るには30年くらいかかるでしょう。アジア人はそのところを見ぬいて、日本を尊敬しているのです。

*** 100円ショップは商人の夢**

100円ショップがアジアに進出して1ドルショップを席卷しています。100円のほうが安いので当然ですが、日本の商品のほうが断然使えるものが多いし日々進歩していることも見逃せません。さて、その100円ショップも今や第2ラウンドに入りました。つまり、第1ラウンドでは生産者を探したり教育したりと自ら商品開発をしなければならなかった。ところが第2ラウンドに入って、中国の生産者が勝手に新商品を開発して持ってくるようになった。最近の100円ショップのヒット商品に100円老眼鏡というのがあります。老眼鏡がたったの100円だなんて信じられますか？ 日本も高齢化社会に迎えて、何十万個単位で発注すると100円で老眼鏡が出来てしまうわけです。普通100円ショップのお客さんたちは平均2000円ほどを買うそうです。でもその半分以上は、実はあまり必要ないもののようです。要らないものでも買わせてしまうという商売人が夢みることを、この100円ショップは実現しているわけですね。

*** 日本の礼儀が世界の礼儀に**

このように、日本がやっていることがまずアジアに広がる。最近『21世紀、世界は日本化する』という本を書きましたが、今までのお話のような実例がどんどん出てくるので、パート2の出版もすぐに出来そうな勢いです。

「謝罪する」という日本独自の作法も世界に影響を与えているようです。つまり「謝罪の世界化」も進んでいるように思います。日本人はすぐに謝罪します。他人の過ちは水に流します。そして自分たちは一生懸命働き、人の恩を着て返そうと心がける。そうした民族の特徴

があります。でもこんなことをしても馬鹿馬鹿しいからそろそろやめようよと言いつつ謝罪に関して日本人はグローバルスタンダードならぬオーバースタンダード気味なのだから、もうグローバルスタンダード並に下げようよというわけです。

ところが世界が日本の真似を始めた。つまり相互乗り入れ現象が始まっているのです。たとえば今年、ヨハネ・パウロ2世がエルサレムに行き、ユダヤ人虐殺に対して謝罪しました。これは画期的なことです。キリスト教にとって神は絶対的存在であり、その代理人である法王の権力も絶大です。その法王が自ら過ちを認めて謝罪した。今までの欧州の常識では考えられない大事件です。それから、一昨年前、イギリスのエリザベス女王がインドに行き、インド人虐殺を認めて謝罪した。そして記念碑を訪問した際は自ら裸足になってお参りしました。これもすごいことです。今までイギリス外交は狡猾に振舞って、旧植民地に謝罪することはなかった。その国の女王が謝ったのです。しかも、裸足になった。こうした変化の背景は日本にあるのではないかと考えます。

一方、この春天皇皇后両陛下が欧州を訪問された。オランダにも立ち寄り寄りましたが、今回オランダ人たちは今までのように「謝れ！」と声高に言わなかった。以下の話は私の臆測に過ぎませんが、これにはアフリカのNGO団体が欧州諸国に777兆円の賠償金を支払えと主張した事件と関係しているように思います。777兆円とは途方もない金額ですが、欧米では2000万人の黒人を奴隷として売買したという記録があります。この2000万人の奴隷を得るために、欧米人は一億人以上のアフリカ人を殺したと言われている。この事実に対してNGOは777兆円を支払えと主張しているのです。このような事実があって、日本に強行に主張できなくなったのではないかとというのが私の考えなのです。

* ポケモンは世界を変える

ポケモンが世界を席巻しています。『ビジネスウィーク』は「巨大な産業利益を日本が吸い取っていく」と書いています。ところがアメリカにはこのように批判的に見ている人と、そうでない人々が共存しています。後者の言い分は「ポケモンのカードゲームのおかげで子供に友達が出来た、良かった」です。つまりカードを交換したり競わせるために、友達の家に入ったり友達が遊びに来るようになった。彼らの間では『ポケモンカード』の中でも特に日本語版にはプレミアがついていて圧倒的な人気を博しています。片仮名のカードを持って、なおかつ仮名を読むことができれば「クール！！」ということで、羨望のまなざしだそうです。だから彼らは仮名を一生懸命勉強する。これはスゴイ！ことです。

加えて、東大の坂村健教授がOSである「トロン」を無料開放した。使いたい人はどうぞ使ってくださいという。彼はトロンの漢字版を作っています。これが出来たら英語オンリーのインターネットに大きな変化が起きるでしょう。なぜなら漢字版ができると中国人が使うようになる。総人口13億の中国人と1億人ちょっとの日本人が使えば、漢字系言語の使用者は50パーセントに達するのです。また先のポケモン現象が欧米各地に浸透すると、仮名ばかりでなく漢字が読める子供も増えてくるでしょう。漢字はもともと表意文字＝マンガの一種ですから、彼らにとっても興味深い言葉に違いないのです。

*** シリコンバレーには買うものがない**

最近、シリコンバレーに行って技術を買いたいという成金があります。そんな一人が勇んで出かけていったのに、何も買わずに帰ってきた。理由を尋ねたところ「シリコンバレーはお金にならない基本特許しか見当たらないし、法律が面倒くさいから……」という。そんな彼らが注目するのが、日本の応用特許と実用新案特許です。そのために日本への投資が増えてきています。確かに日本は欧米に比べてノーベル賞受賞者は少ないかもしれないが、それは日本人が劣っているからではないのです。日本には世界で最も進化したマーケットがあって、これまた世界一うるさいけどお金をもったお客様が目前にいる。先ほども言いましたが、技術の発展はマーケットに深く影響されます。だから、日本の技術はマーケットが求める応用特許や実用新案特許が主流なんです。片やシリコンバレーはもともと荒地で都市がない、人々が何をほしがっているのかなんて分からないから、基本特許を目指すのではないかと思うのです。

2、ITの未来

*** 決めるのはいつもお客様**

さて、IT革命についてお話したいと思います。ITといって真っ先に思いつくのがiモードです。確かに技術の粋を結集したモバイルツールだと思います。しかし、アメリカ人に言わせれば「僕らの手は大きいので使えない。所詮、女子供の道具さ」となるし、中国人たちは「携帯を持っているのはエリートの証拠。だから大きい方が目立って女の子に尊敬される」ということです。それが適正技術であり、適正デザインであると思います。決定するのはいつもお客様なのです。ところが日本の場合はそれが女子学生です。彼女たちのバックには甘い甘いお父さんがいて、1月5000円も、1万円も通話料を払ってやっている。こんなことは当初だれも予測していなかった。予測が外れたのは技術進歩の速度や方向性ではなく、甘いお父さんの存在を見落としていたこと。IT革命とよくいいますが、実はIM（インフォメーション・マーケット）の見極めこそ大切なのです。

*** シルバー産業の可能性**

女子中学生の次にくるのがシルバーです。多分、日本のシルバーが本格的に買い物を始めたら世界は変わります。あるデータによると、日本のシルバーの貯蓄は100兆円といわれている。確かに全体の中で3人に1人は恵まれない人々と言われていますが……。だから彼らに受け入れられる商品やサービスを作ればヒットすると思うのです。不景気だからといって、日本人はすぐにシリコンバレーに行きます。けれどもあそこにあるは「生産の未来」です。「消費の未来」は日本にあります。

仕事で京都を訪れたときに都ホテルに泊まりました。浴衣を探していると、「コップ3杯分の水を吸いますので、お使いください」とおしめが置いてある。わたしはこれを見て日本は世界一の国だと思いましたね。第一に日本人はそれだけ長生きするようになったことの証明です。第二は日本のシルバーたちの豊かさです。彼らは高級ホテルに泊まって京都見物ができる。知的好奇心も強いのです。アメリカあたりだと、隠居するとみんな山奥に引っ込んでしまいます。そして最後にこうした現象に対してすぐに「コップ3杯吸い取れるおしめ」を作ることができる社会があるということです。このおしめを作ったのは日本触媒という会社ですが、もともと女性用ナプキンを作っていてその技術を応用して大人用おしめを開発しました。当初は日本市場向けに生産していたのにアメリカに進出して、現在ではアメリカと日本の市場が各35万トンまでになった。近頃ではヨーロッパにも進出し、現地工場を作るまでになっています。こうした産業を作り得たのは日本にはお金持ちのシルバーというマーケット、彼らの欲求を実現できるハイテクがあったからです。このような事例をあげればすぐに20や30になります。

*** I T革命とは大袈裟な！**

私が考えるに、確かにI T革命は重要だと思います。けれども「技術」というのは悲しいもので、進歩するだけ自分の首を締めることになります。パソコンにしたって、どんどん家電と一体化したり、iモードのようなモバイルの登場によって、必要なくなってしまうかもしれません。

ある時、京都大学と大阪大学の学長さんたちと雑談しました。彼らによると「I T革命だ！と世の中は騒いでいるけれど、あれは文化系の人たちのノリだ。現在のI Tは別に革命などではなく、従来技術の進歩発展くらいだよ」ということらしい。革命というのは上下が逆転することですから、I Tによって先進国と発展途上国の立場がひっくりかえるようなことであれば、それは確かに革命ですけどね。あるいはI Tによって牛と会話ができるなんてことになれば、これもやはり革命と言えるでしょう。でもそんな事になったら、私たちはビーフステーキを食べられなくなりますよ。今、税金で日本全国の学校にパソコン配ろうなんていうことをおっしゃる政治家もいますが、近い将来パソコンがなくなってしまうのだから、税金の無駄使いですよ。

*** 世界は日本化するので**

実は私はもっと先を考えています。それは、こうです。私たちは今、全てのことを文字や文章で考えています。これをいっそ、漫画や映像で考えるようになったらどうだろうか、ということです。あるいは、現在の試験制度は文章のリテラシーばかりをみているけれど、ヒヤリングのリテラシーを見る必要があるのではないか。つまり日常で私たちが人とコミュニケーションするとき、人の表情や声のトーンなどから会話の本質を捉えているわけです。

最近感じるのは、「マンガリテラシー」が生まれつつあって、特にアジア地域ですごく進歩

していることです。アジアの子供たちは日本のマンガに鍛えられて、理解力や想像力が身についています。これがどんどん進むと、日本マンガ族という新しい文化共有民族が登場するのではないかと。たとえば上海と台北は国家という視点では対立していても、『少年ジャンプ』や『セーラームーン』などを愛読している若者たちは文化を共有するようになって、相互理解につながる取っ掛かりが生まれるかもしれない。つまり世界は日本化するということです。

質疑応答

——IT時代といわれる中、仕事がどんどんマニュアル化され、没個性化する傾向があるように思います。そんな中で、21世紀の日本のデザイナーに対してメッセージがあればお聞きしたのですが。

日下 大企業においては個性が発揮できないということですが、私らの時代に比べればずいぶん改善されています。余り悲観的にならず少しずつでも個性を発揮されてみてはいかがでしょうか。上役はむしろそれを期待していると思います。けれども何かにチャレンジされるときに大切なのは礼儀を守ること、決して相手の顔を潰さないように配慮して提案を続けることです。私の時代には転職なんて普通はできなかったけれど、今は当たり前になりつつあります。

ただ私が言いたいのは、これから企業はどんどん実力給や成果主義を取り入れるようになりますが、それならば働く場所や部署を本人が選択すべきです。人事部が勝手に不得意な仕事や僻地に転勤を命じるなんてナンセンスです。ある社員が配置転換によって成果を上げられなければ、人事をしきった社員も責任を負わなければならないでしょう。人事部の役割は社員の適材適所の配置なのですから。そういうことはもっと主張すべきです。

以上

日下公人（くさか・きみんど）

1930年生まれ。1955年東京大学経済学部卒業後、日本長期信用銀行入行。

その後、経済企画庁総合開発局へ出向、社団法人ソフト化経済センター専務理事、日本長期信用銀行取締役、顧問等を経て、1993年より多摩大学大学院教授、1997年より東京財団会長に就任、現在に至る。

主な著書に、『これからの10年-日本経済、谷底からの再出発』（PHP研究所）、『守るも攻めるもピンポイントソフト化論』（バンガード社）、『学校で教えないお金の本』（竹村出版）

2000年度第3回物学研究会レポート

日下公人氏（東京財団会長）講演
「I T時代：日本の産業の行方」

写真・図版提供

①；物学研究会事務局

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

●

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1999 Society of Research & Design. All rights reserved.