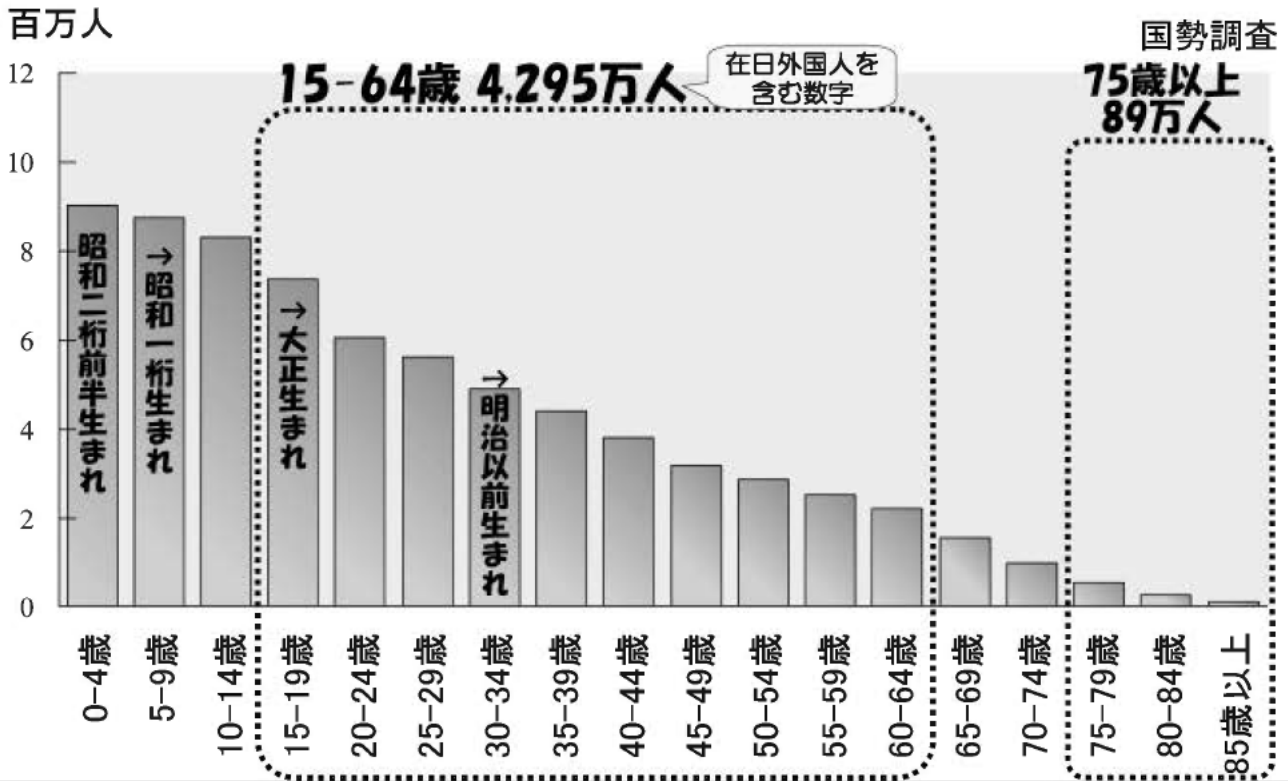


日米開戦前夜の日本在住者



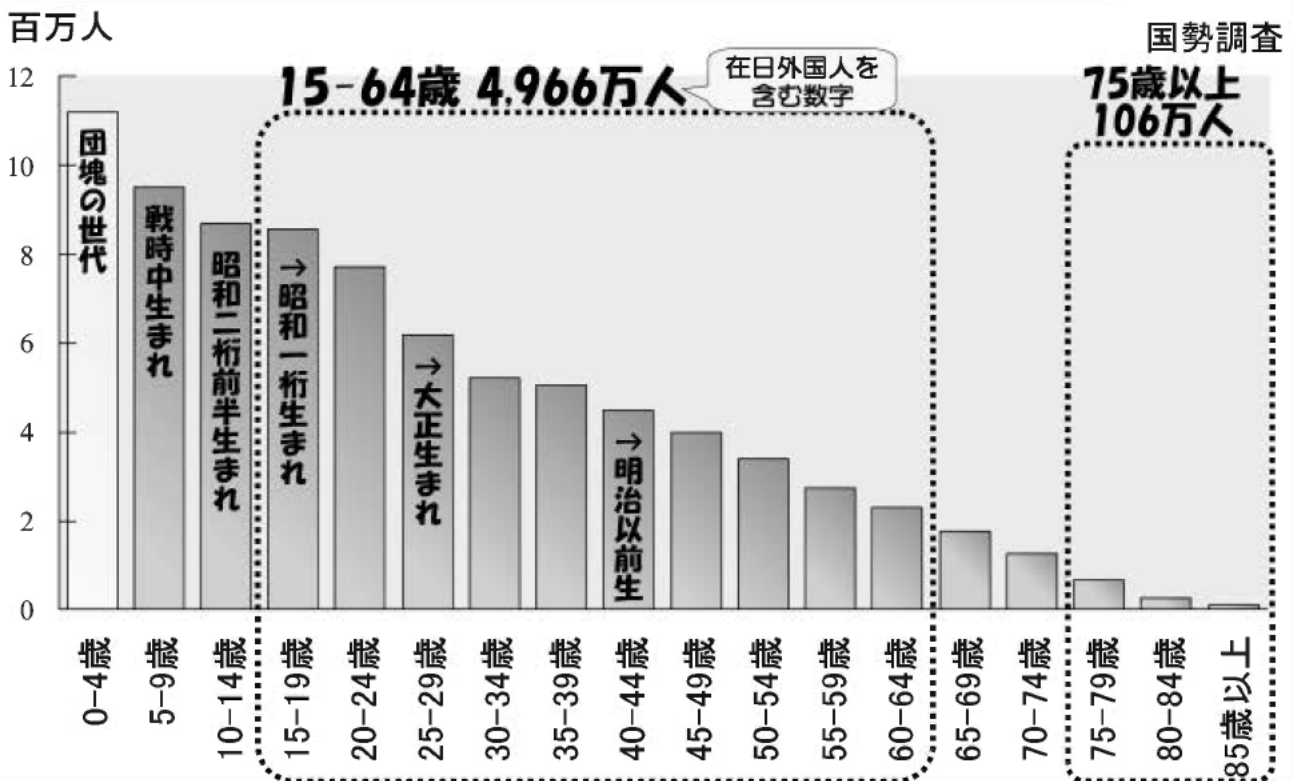
何歳の人口が多かったのか：1940 (S15) = 70年前



戦後復興の頃の日本在住者



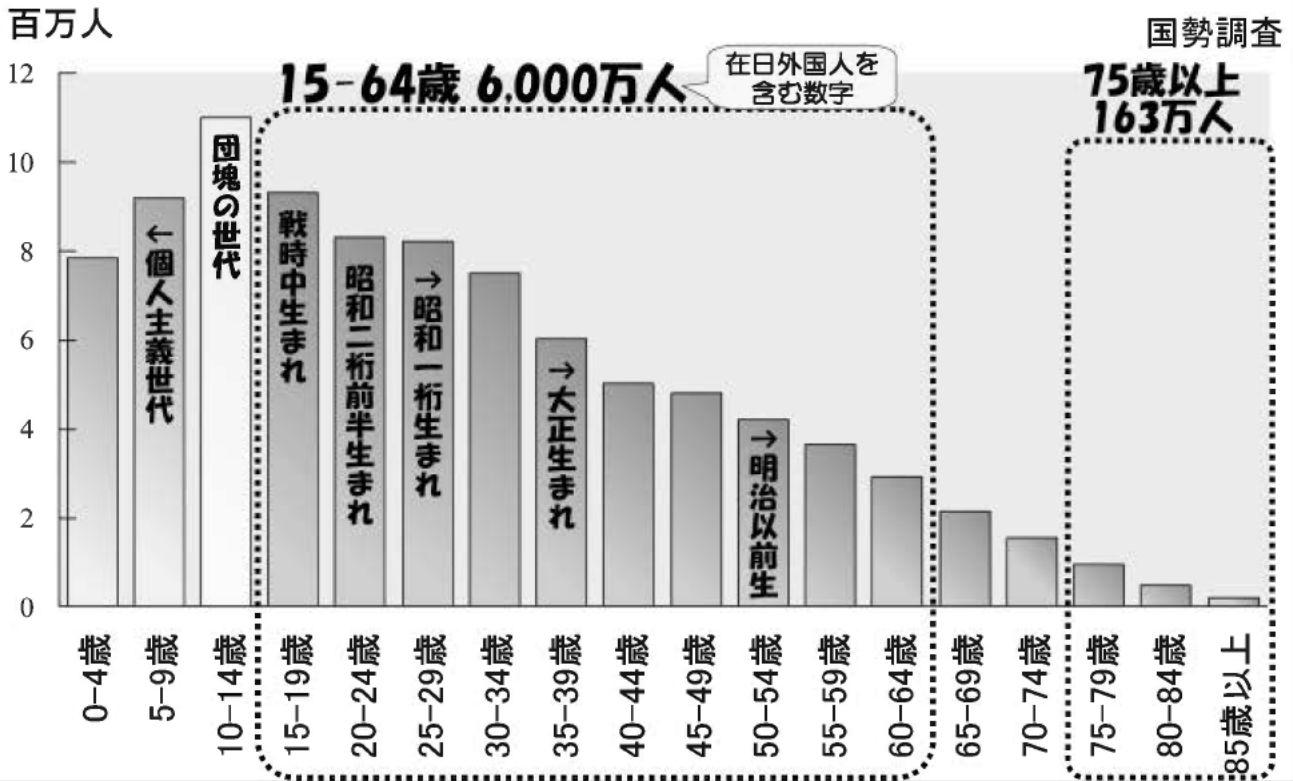
何歳の人口が多かったのか：1950 (S25) = 60年前



所得倍増計画の頃の日本在住者



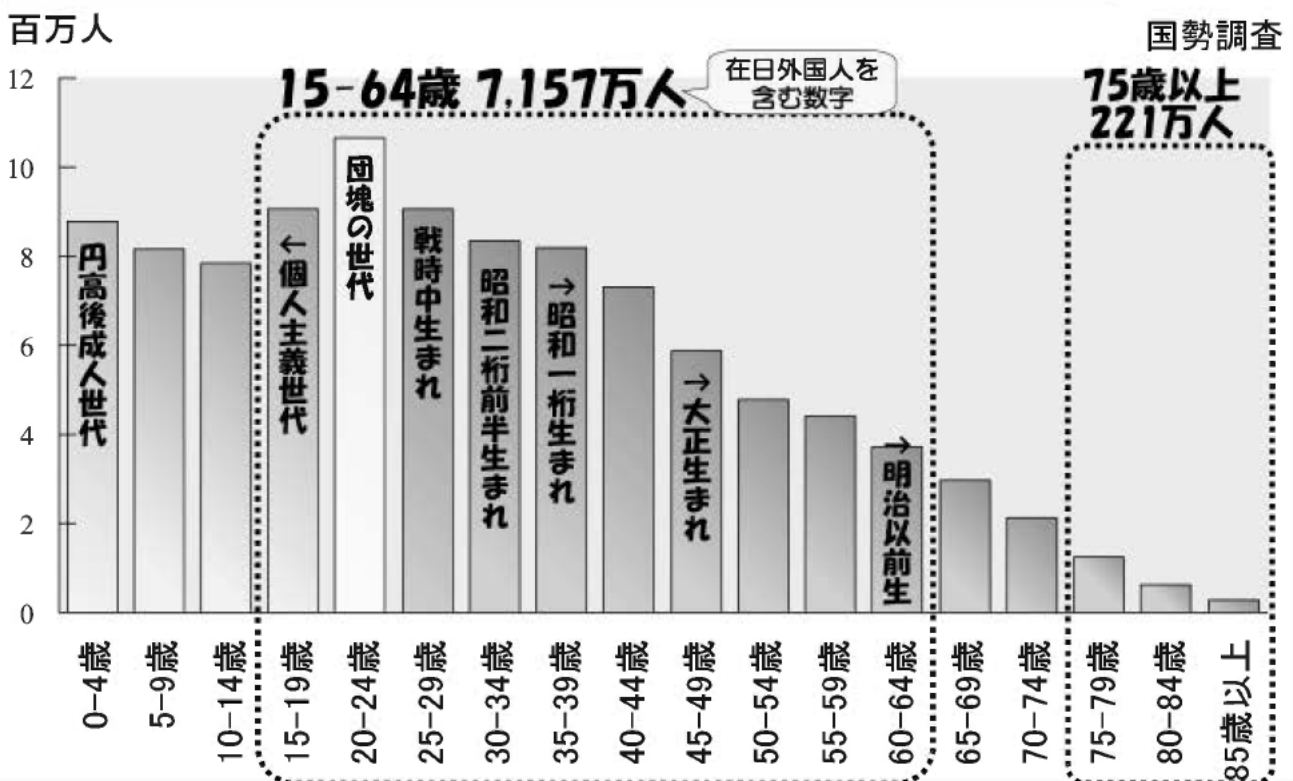
何歳の人口が多かったのか：1960 (S35) = 50年前



大阪万博の頃の日本在住者



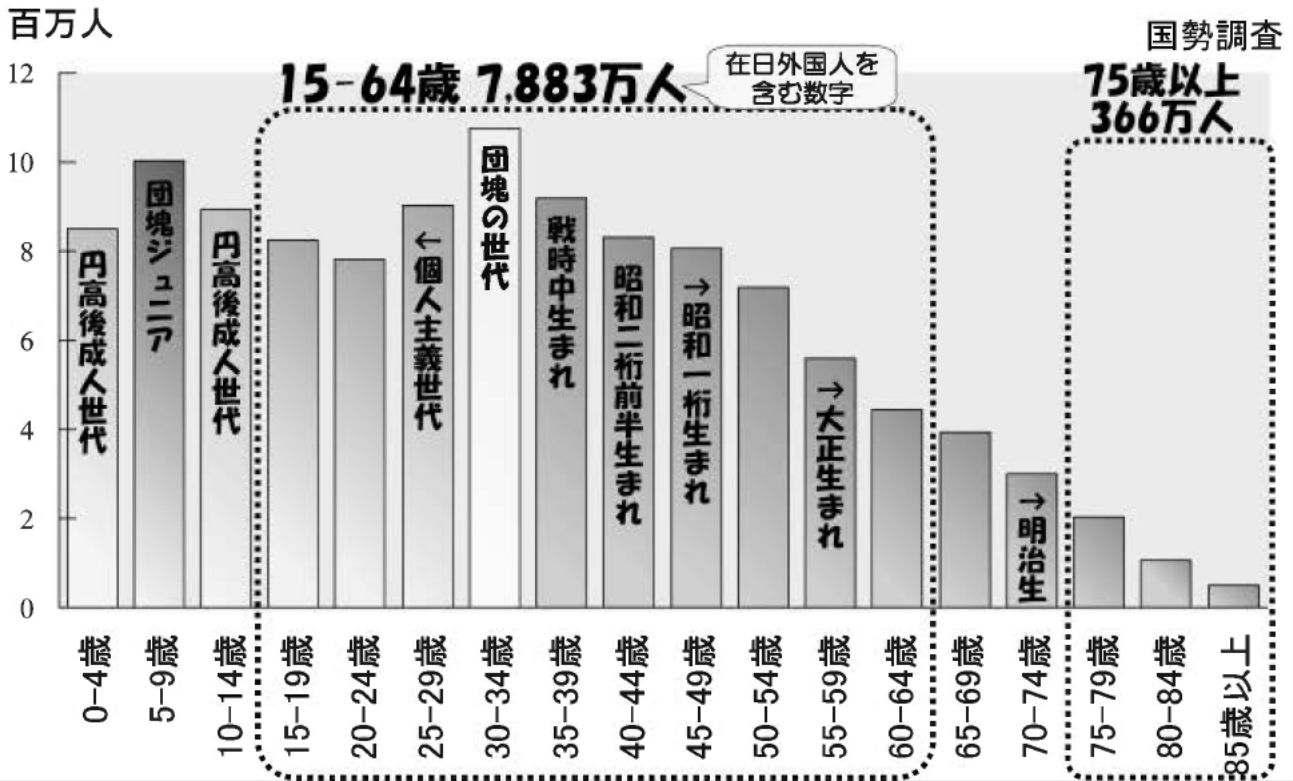
何歳の人口が多かったのか：1970 (S45) = 40年前



安定成長移行期の日本在住者



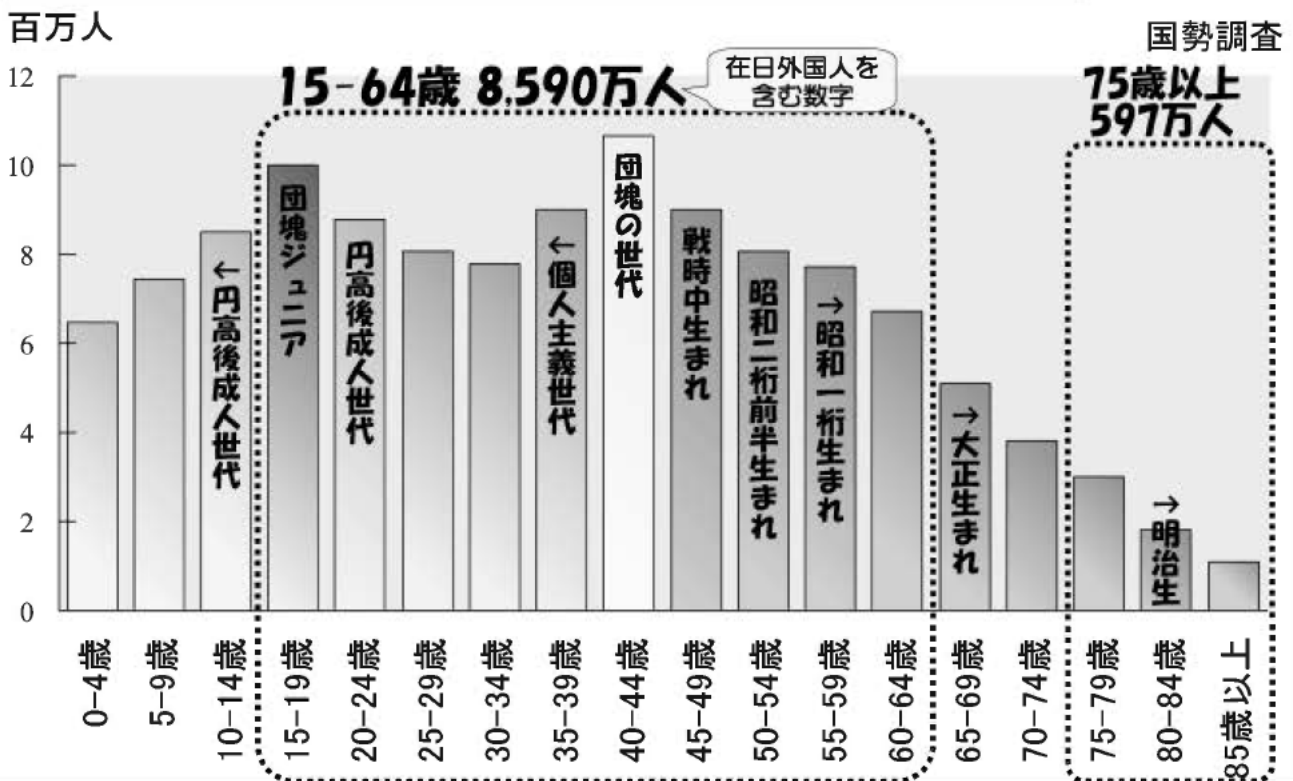
何歳の人口が多かったのか：1980 (S55) = 30年前



バブル最盛期の日本在住者



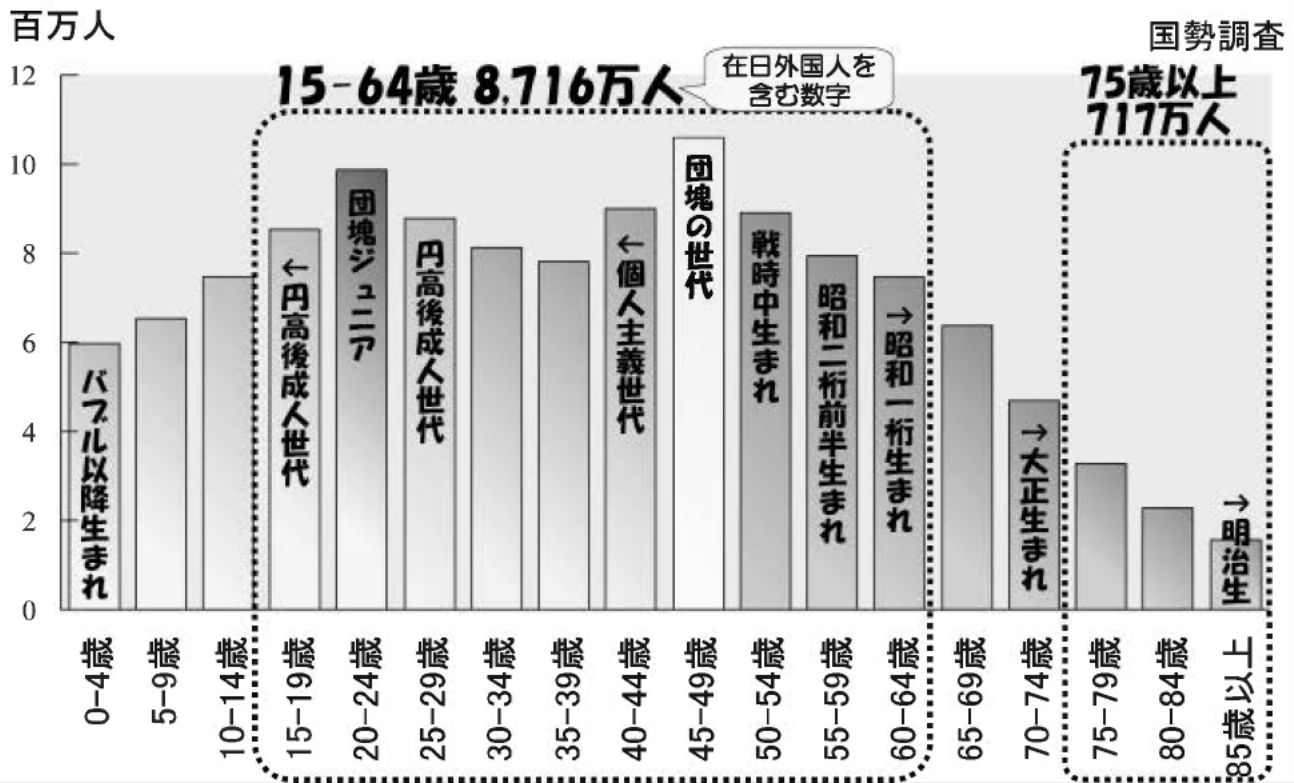
何歳の人口が多かったのか：1990 (H2) = 20年前



阪神大震災の頃の日本在住者



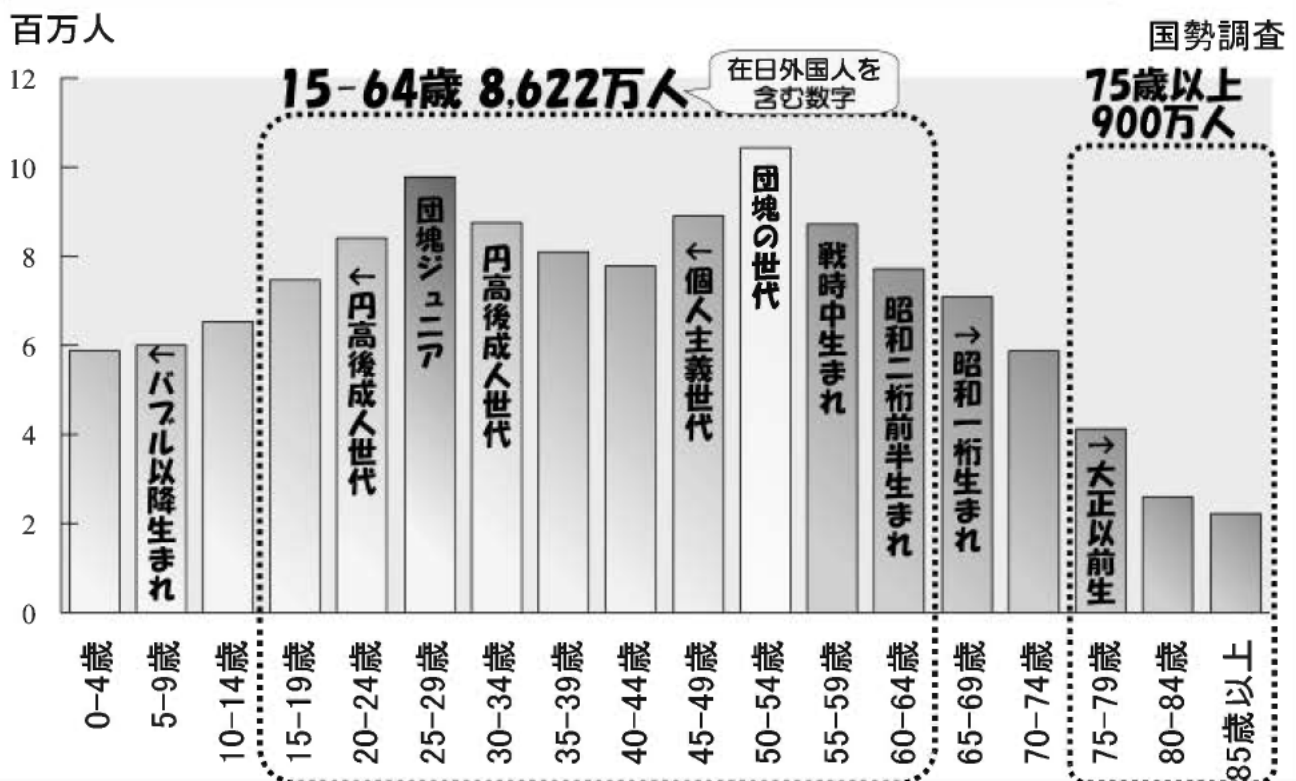
何歳の人口が多かったのか：1995 (H7) = 15年前



2000年問題の頃の日本在住者



何歳の人口が多かったのか：2000 (H12) = 10年前



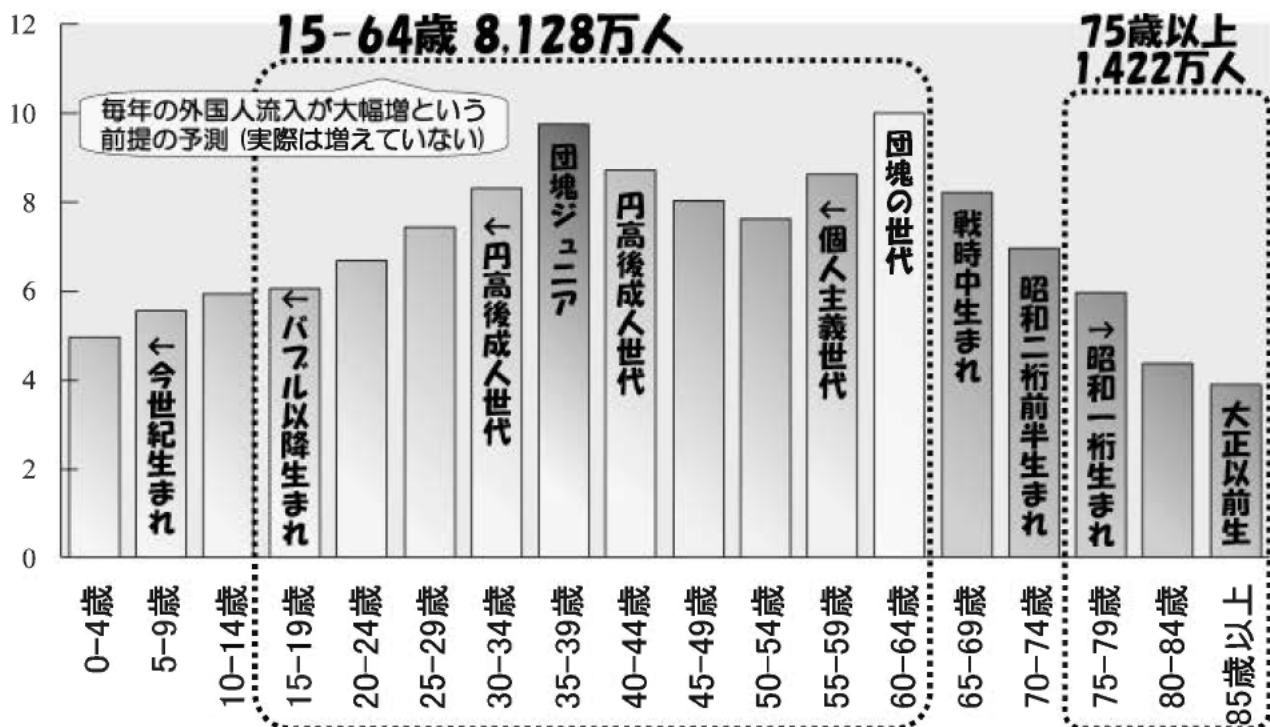
今年の日本在住者



何歳の人口が多くなるのか: 2010=今年

百万人

国立社会保障・人口問題研究所中位推計 (2006年改訂)



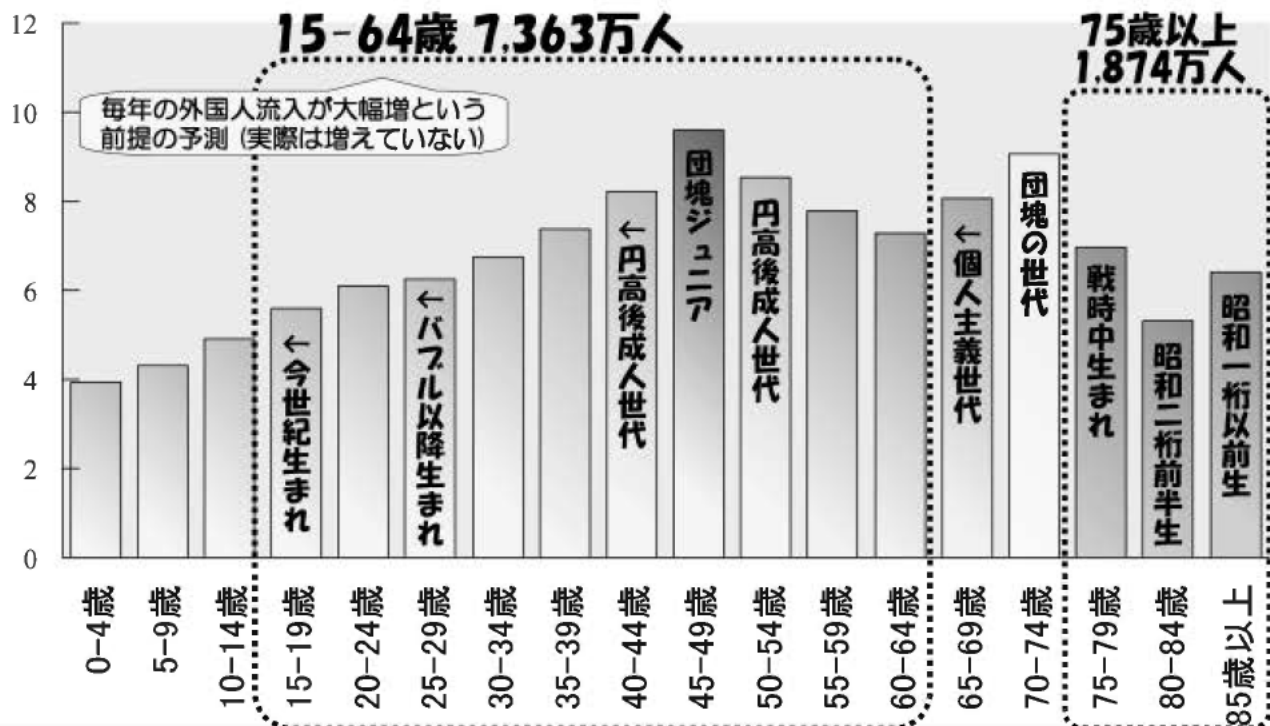
10年後の日本在住者



何歳の人口が多くなるのか: 2020=10年後

百万人

国立社会保障・人口問題研究所中位推計 (2006年改訂)



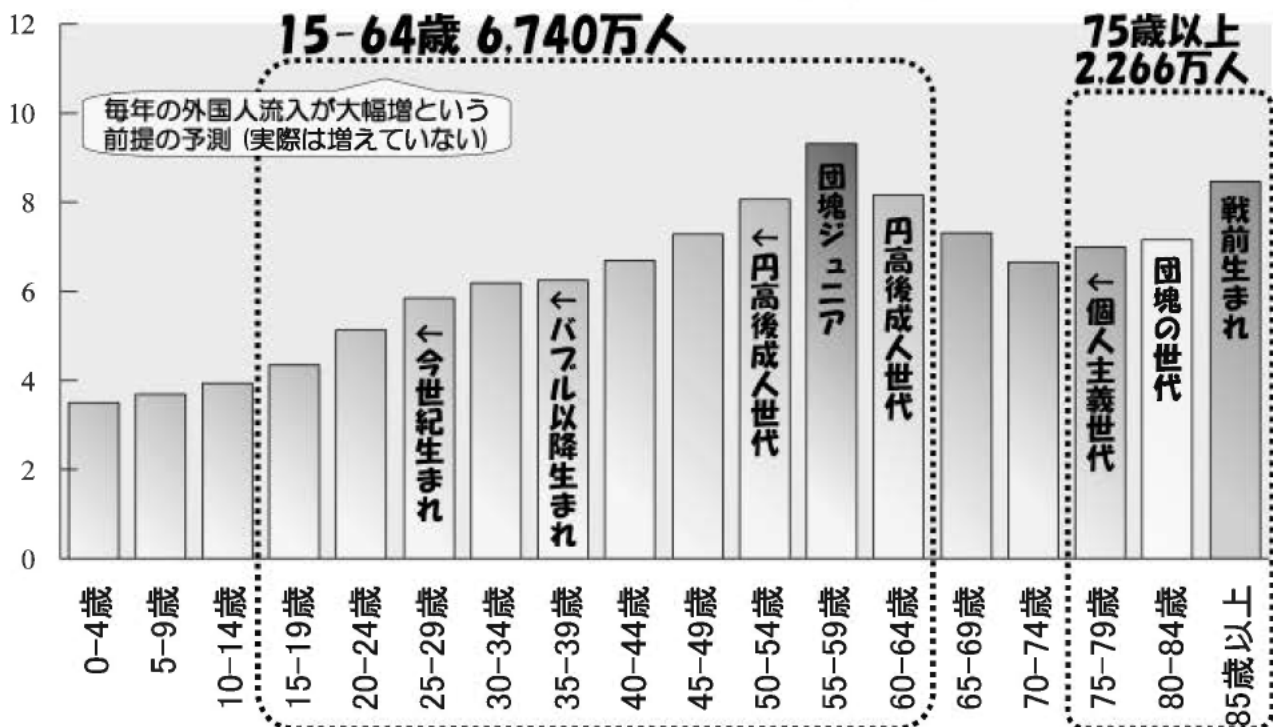
20年後の日本在住者



何歳の人口が多くなるのか：2030＝20年後

百万人

国立社会保障・人口問題研究所中位推計（2006年改訂）



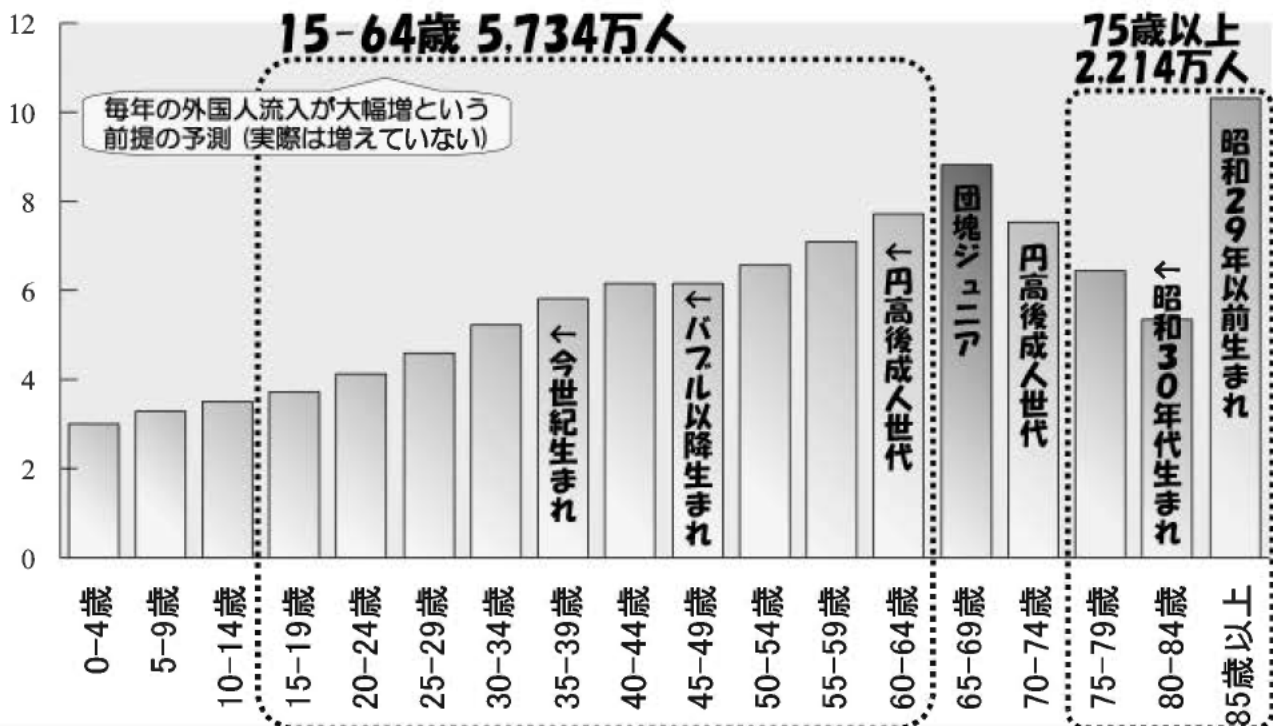
30年後の日本在住者



何歳の人口が多くなるのか：2040＝30年後

百万人

国立社会保障・人口問題研究所中位推計（2006年改訂）



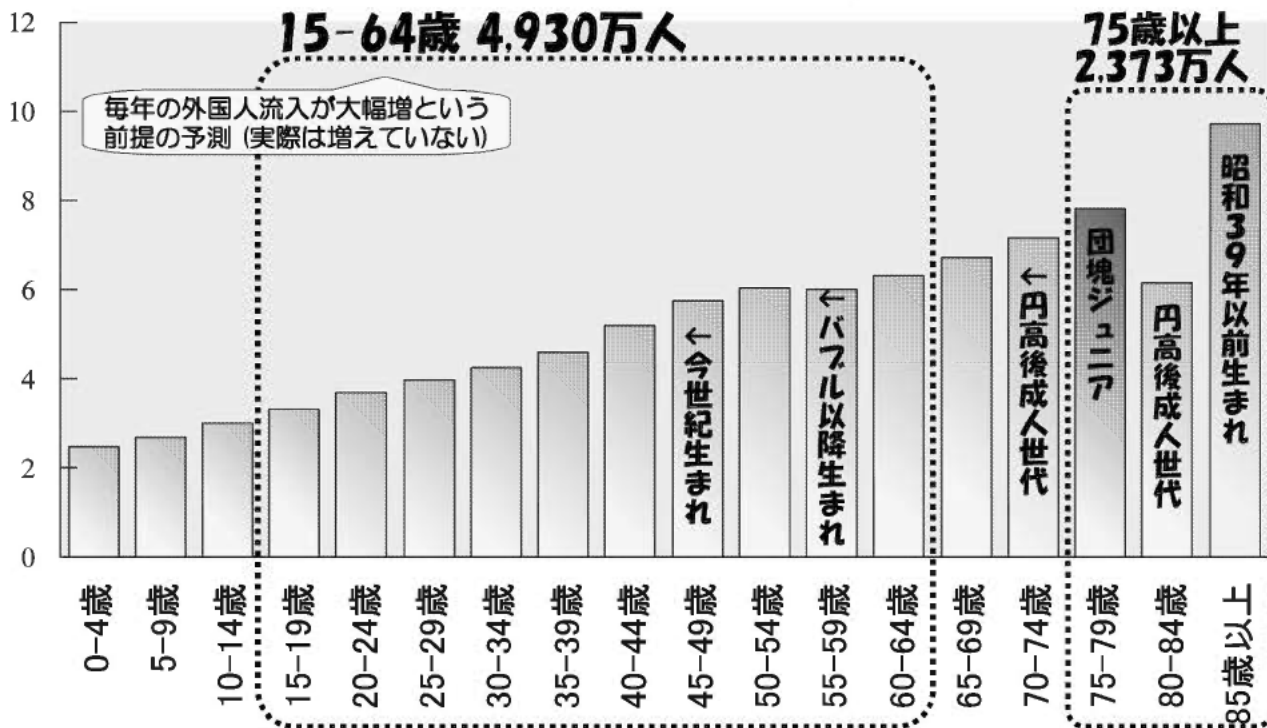
40年後の日本在住者



何歳の人口が多くなるのか：2050＝40年後

百万人

国立社会保障・人口問題研究所中位推計（2006年改訂）



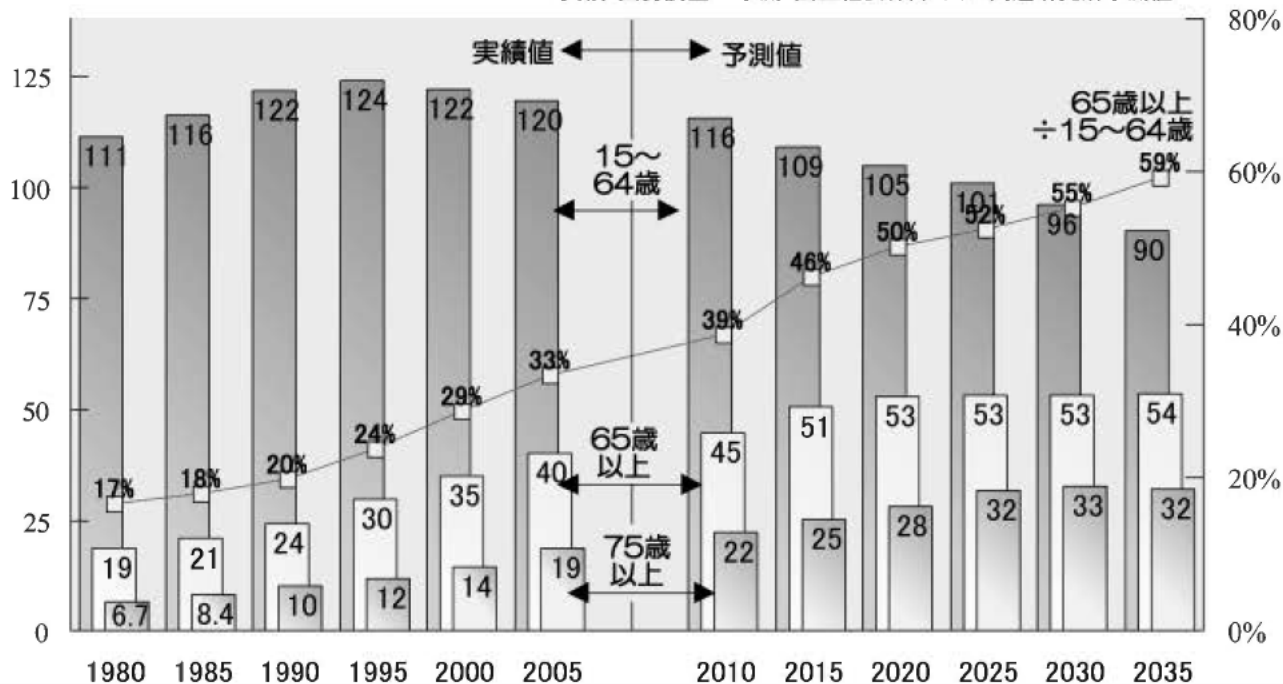
高齢者が増え現役は減る三重県

34

年齢階層別にみた三重県の在住者数（1980-2035）

万人

実績：国勢調査 / 予測：国立社会保障・人口問題研究所予測値

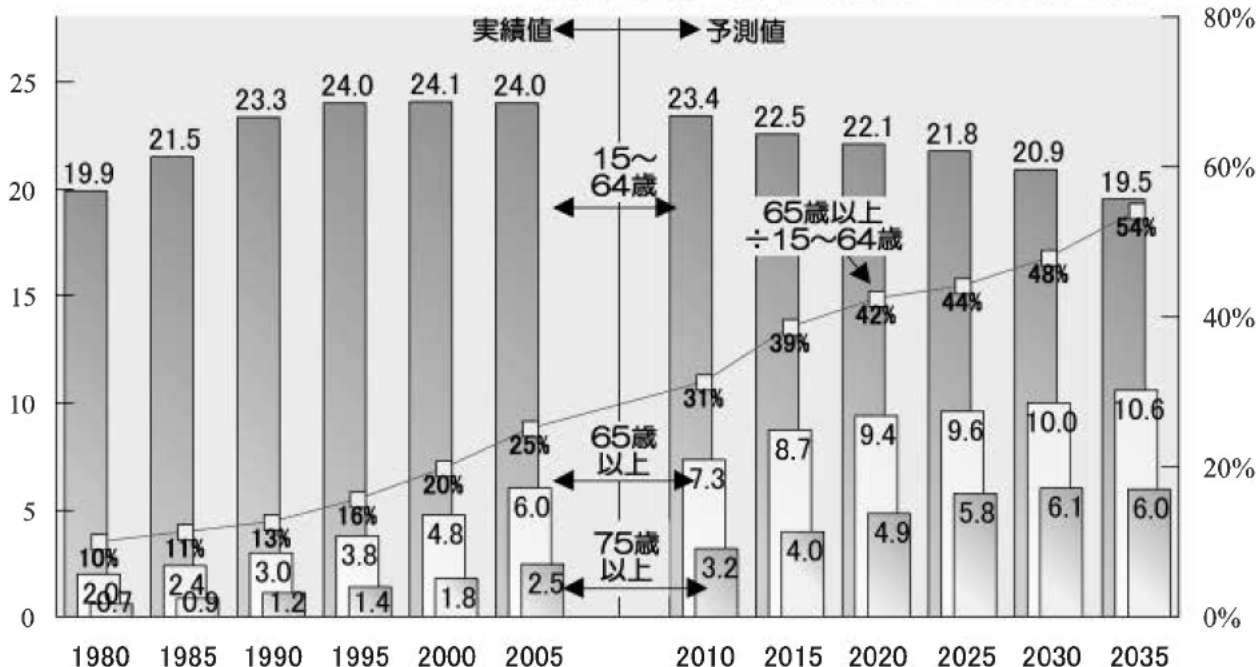


高齢者が増え現役は減る首都圏

年齢階層別にみた首都圏一都三県の在住者数 (1980-2035)

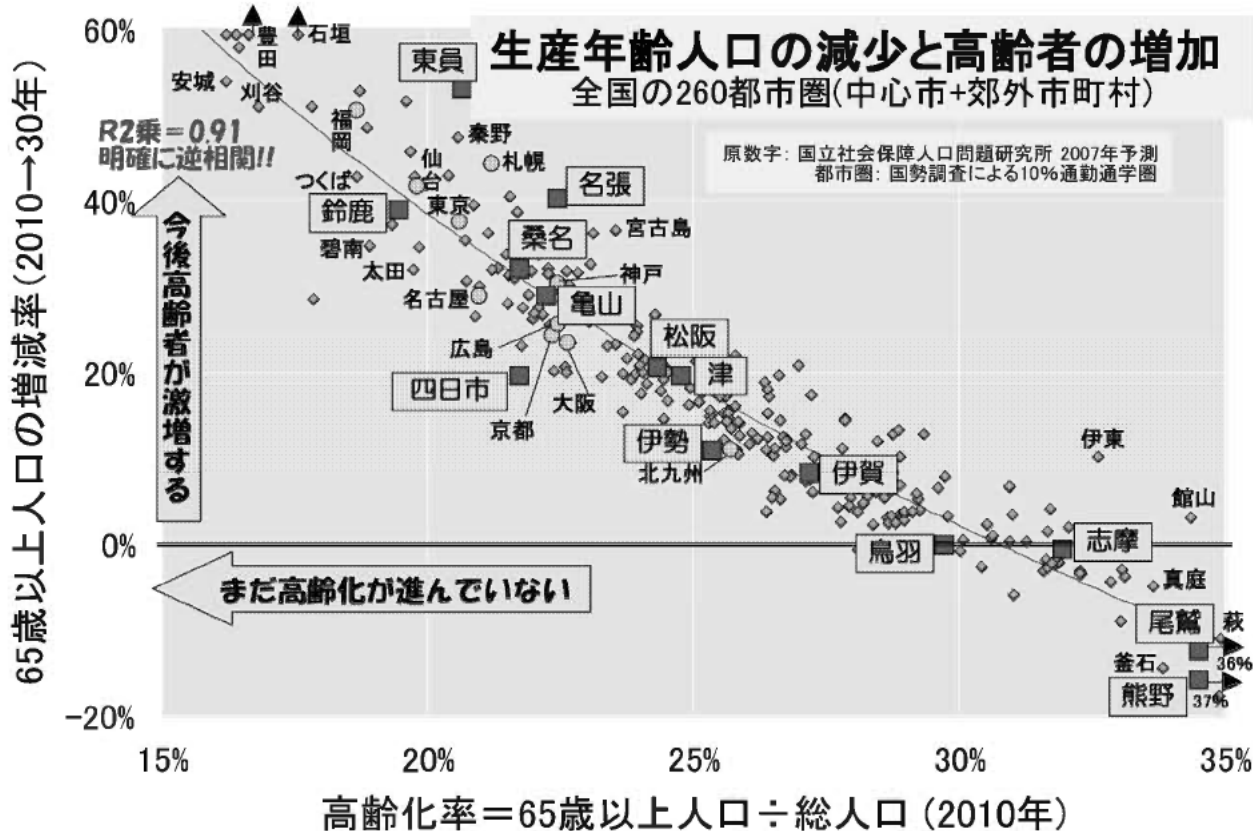
万人

実績: 国勢調査 / 予測: 国立社会保障・人口問題研究所予測値



今若い地域ほど高齢者が激増

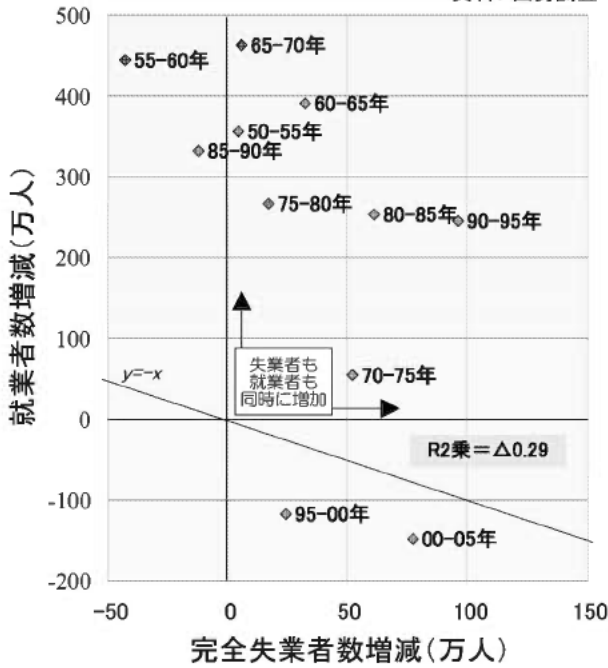
生産年齢人口の減少と高齢者の増加 全国の260都市圏(中心市+郊外市町村)



90年代後半から増えなくなった就業者

戦後日本の失業者数と就業者数

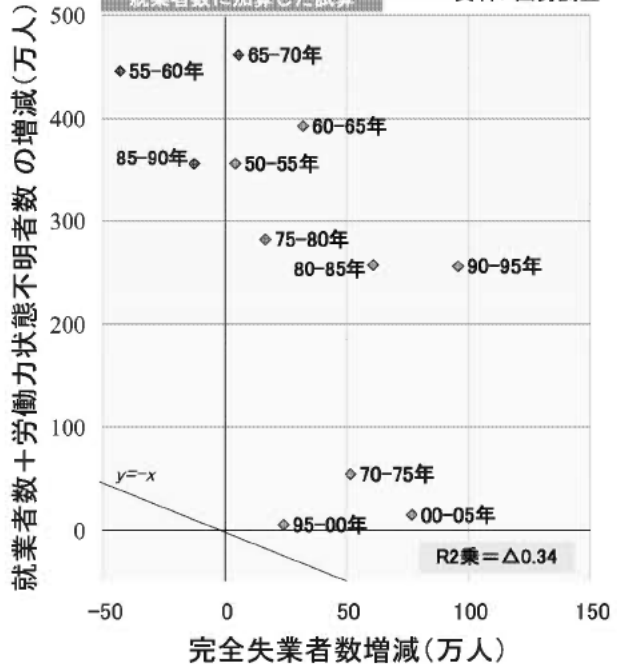
資料：国勢調査



戦後日本の失業者数と就業者数

近年急増の不完全回答者を
就業者数に加算した試算

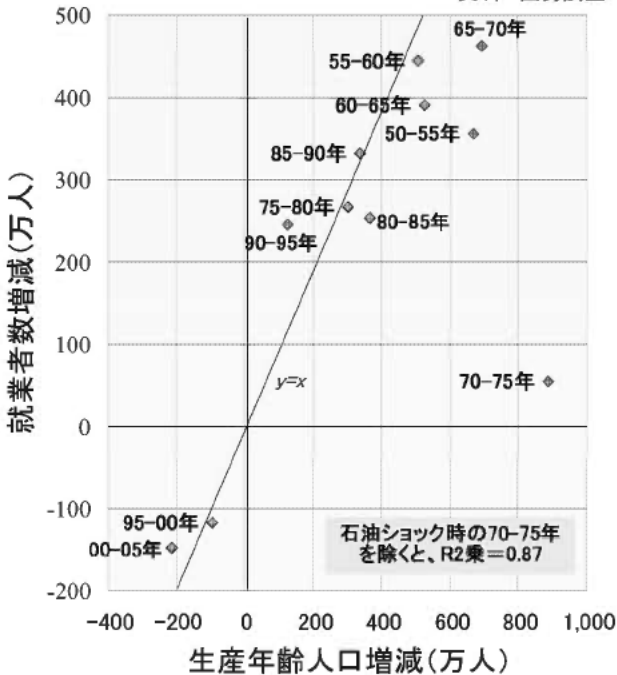
資料：国勢調査



生産年齢人口に連動する就業者数

戦後日本の生産年齢人口と就業者数

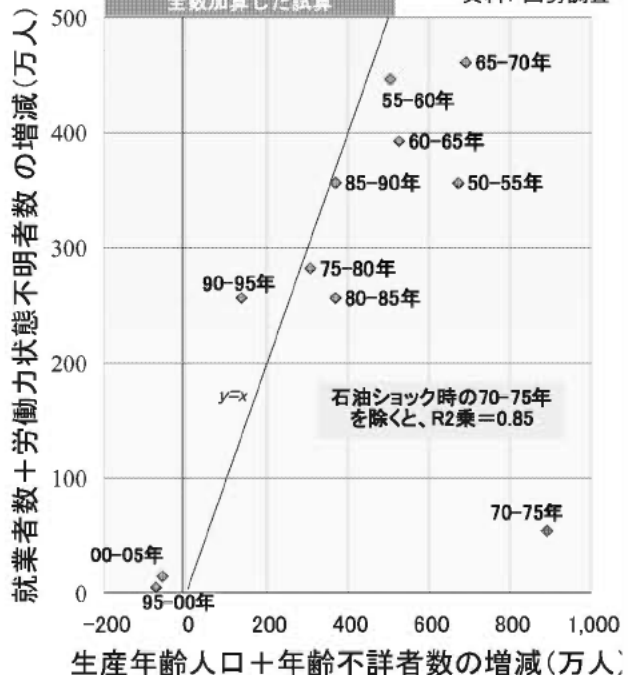
資料：国勢調査



戦後日本の生産年齢人口と就業者数

近年急増の不完全回答者を
全数加算した試算

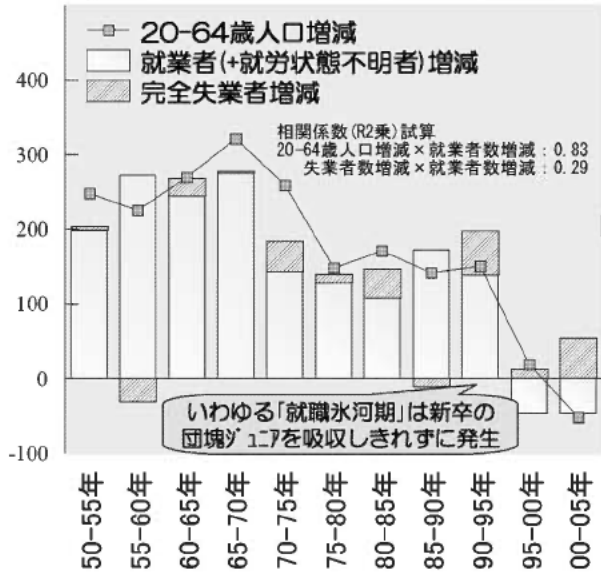
資料：国勢調査



現役世代人口と就業者数の増減⁶⁹

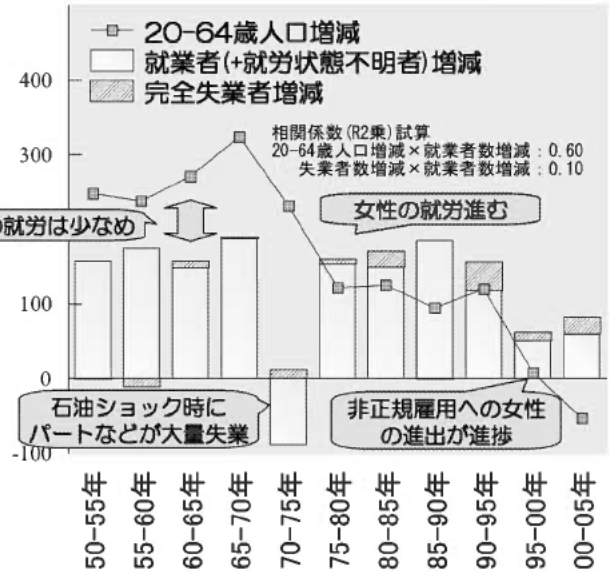
就業者数(非正規雇用含む)は景気ではなく人口に連動

万人 就業者の増減・失業者の増減と現役世代人口の増減 - 男性



資料: 国勢調査より作成 (00・05年の20-64歳人口は、国立社会保障・人口問題研究所の推計値を使用)

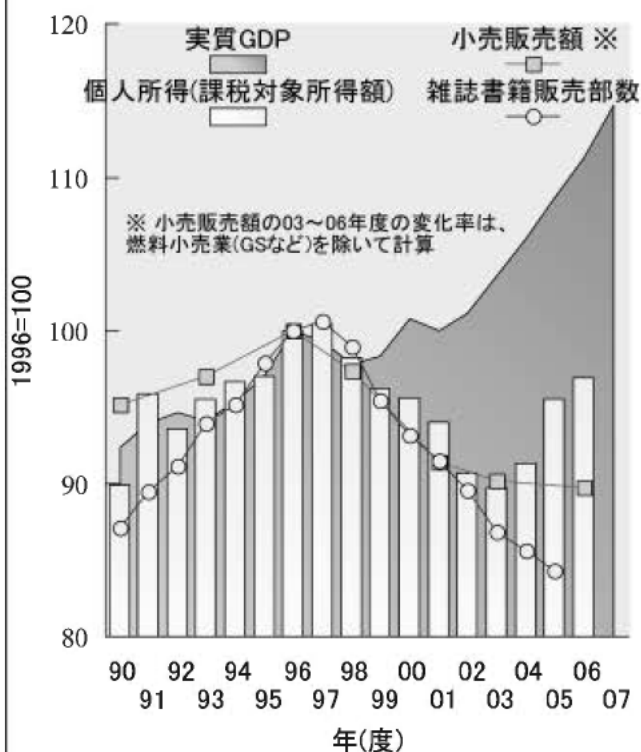
万人 就業者の増減・失業者の増減と現役世代人口の増減 - 女性



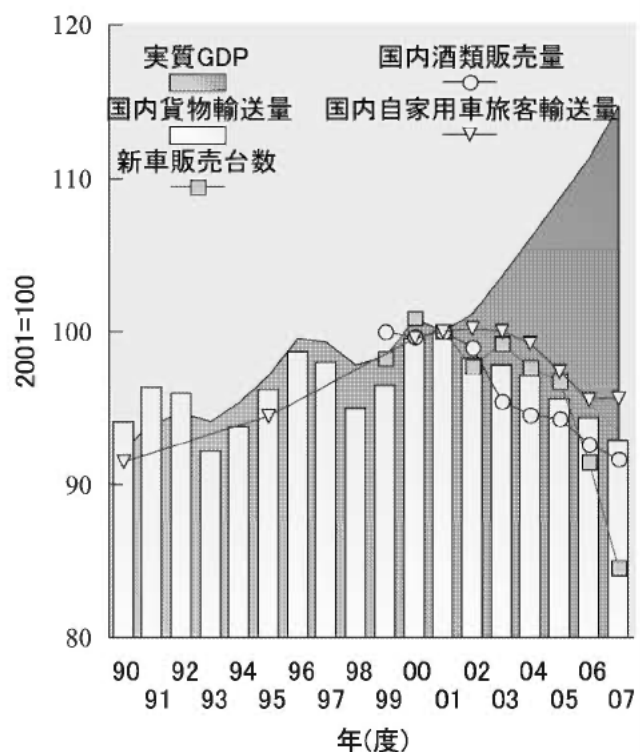
資料: 国勢調査より作成 (00・05年の20-64歳人口は、国立社会保障・人口問題研究所の推計値を使用)

落ち始めた日本経済の基礎代謝⁴⁰

輸出主導の成長と内需のギャップ①

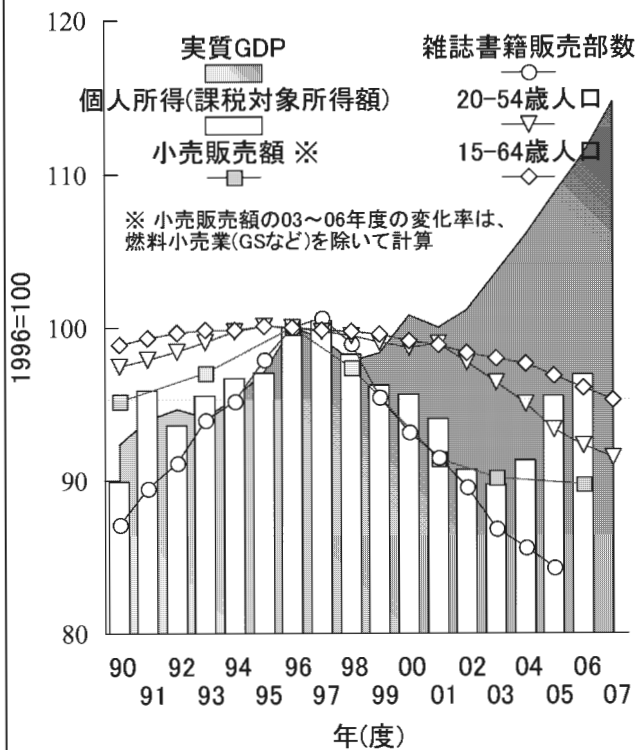


輸出主導の成長と内需のギャップ②

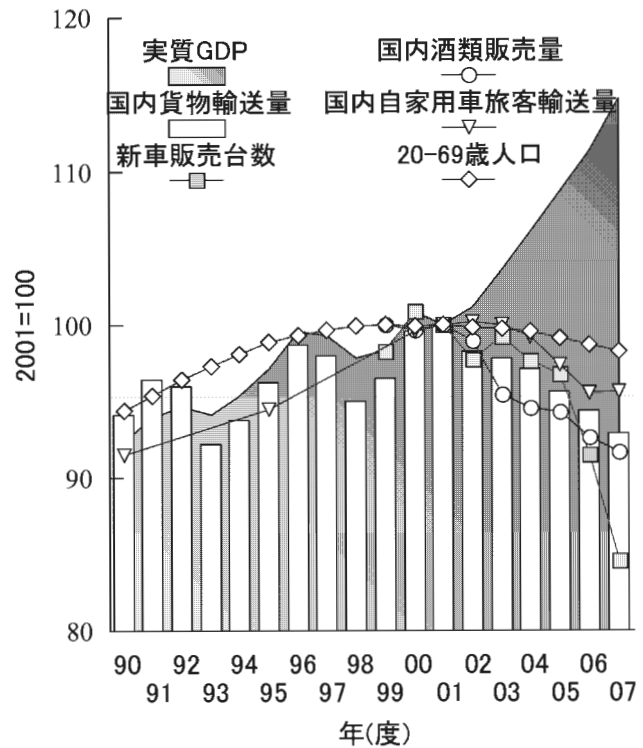


落ち始めた日本経済の基礎代謝⁴¹

輸出主導の成長と内需のギャップ①



輸出主導の成長と内需のギャップ②



「デフレの正体」の中での提言⁴²

I 生産年齢人口減少→経済縮小への対処策

- ① 生産年齢人口が減るペースを少しでも弱めよう
- ② 生産年齢人口に該当する世代の個人所得の総額を維持し増やそう
- ③ (生産年齢人口+高齢者による) 個人消費の総額を維持し増やそう。

II 目標達成のための提案

- ① 高齢富裕層から若い世代への所得移転の促進
- ② 女性就労の促進と女性経営者の増加
- ③ 外国人観光客、短期定住客の増加

日本にはもうお金がないのか？

メリルリンチ証券の調査によれば、(世界景気絶好調のころの3年前の話ですが) 億万長者が、世界全体に950万人いたそうです。

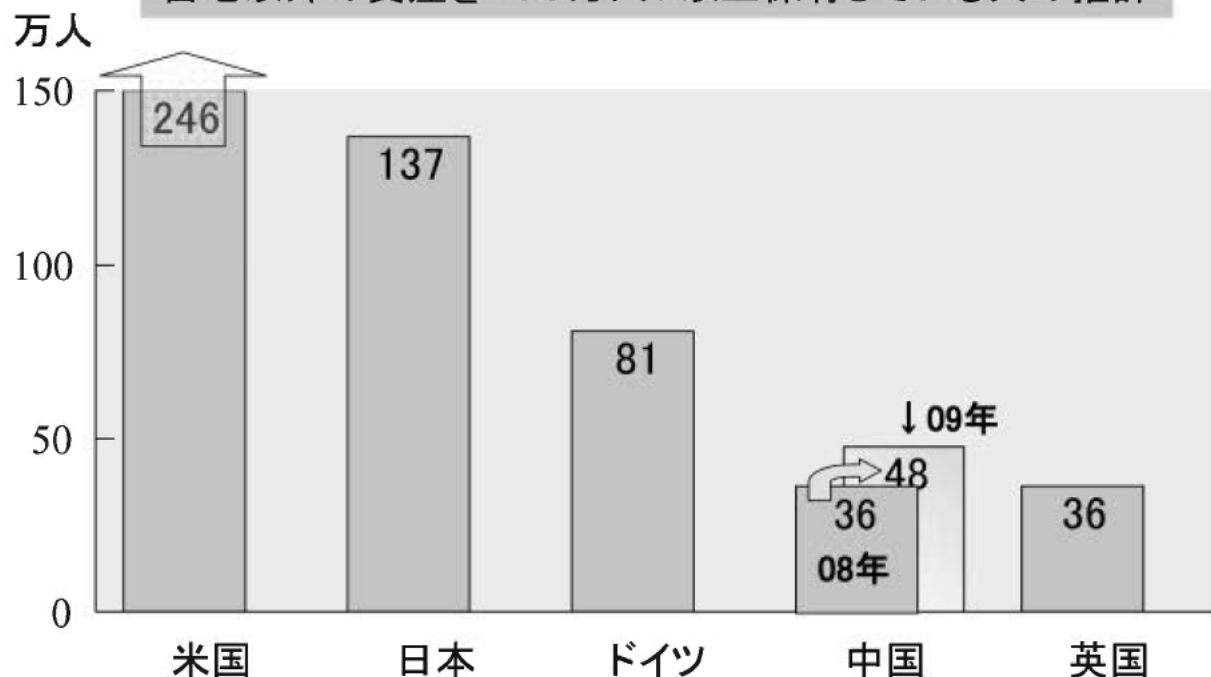
ここでの億万長者というのは、不動産などを除いた金融資産(現金と株と債券)を100万ドル(1億円)以上持っていた人です。

そのうち、日本人は何人だったでしょう？
百人に1人？ 千人に1人？

答えは6人に1人(150万人)でした。
なんと、日本人の85人に1人です。

富裕層の人数(2008年)

自宅以外の資産を100万ドル以上保有している人の推計

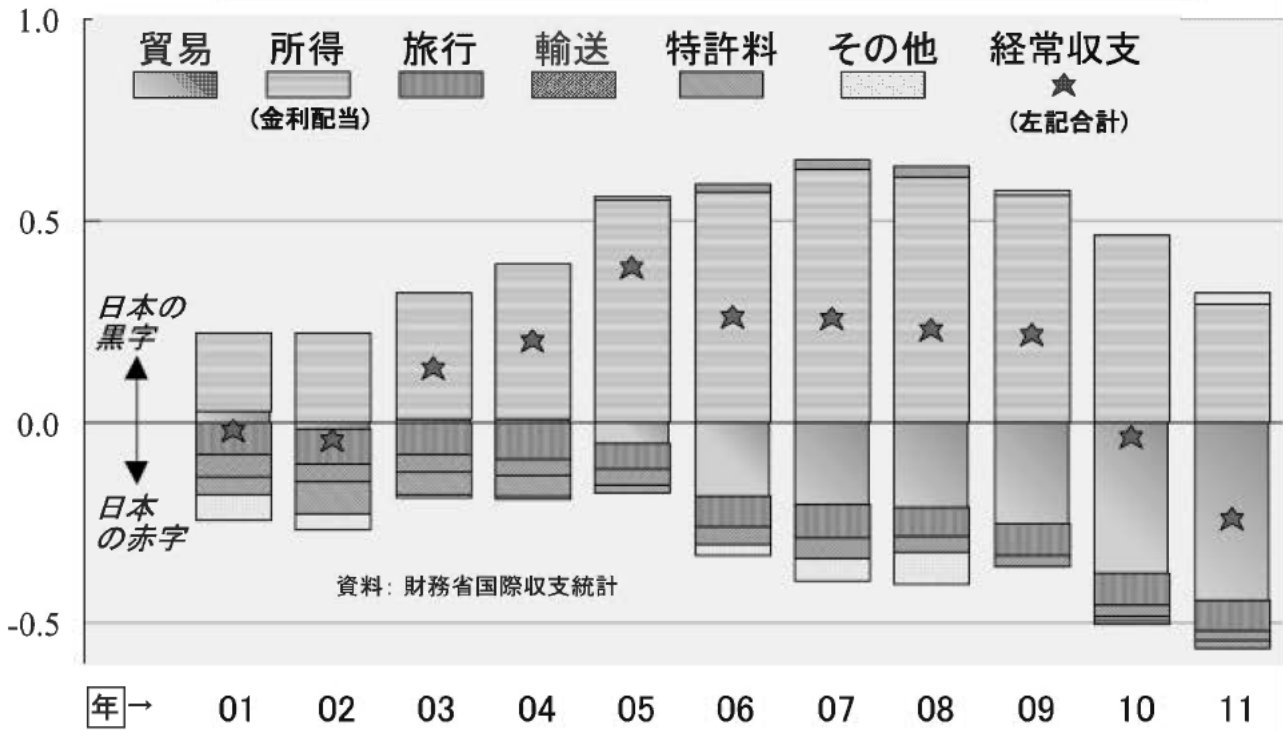


リルリンチ・グローバル・ウェルス・マネジメントとキャップジェミニの共同調査より

ブランド品で対日貿易黒字の仏⁴⁵

日本の国際収支の推移：対フランス

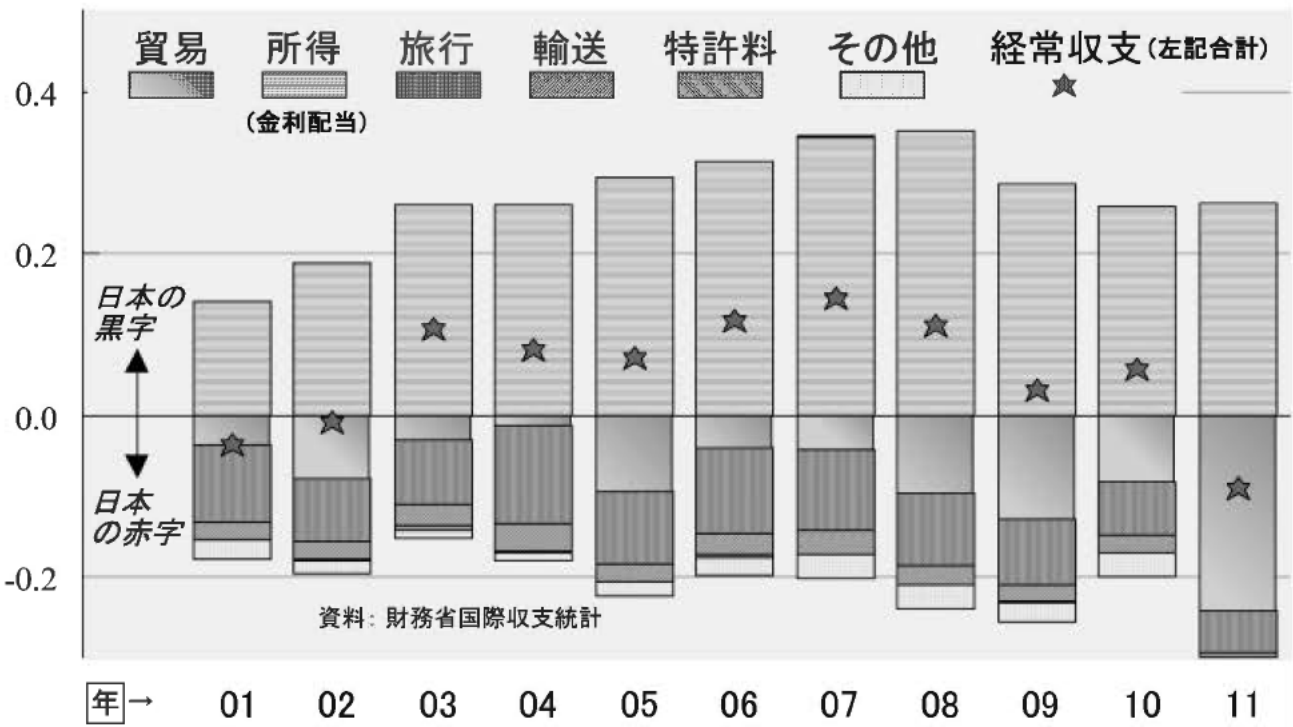
兆円



ブランド品で対日貿易黒字の伊⁴⁶

日本の国際収支の推移：対イタリア

兆円

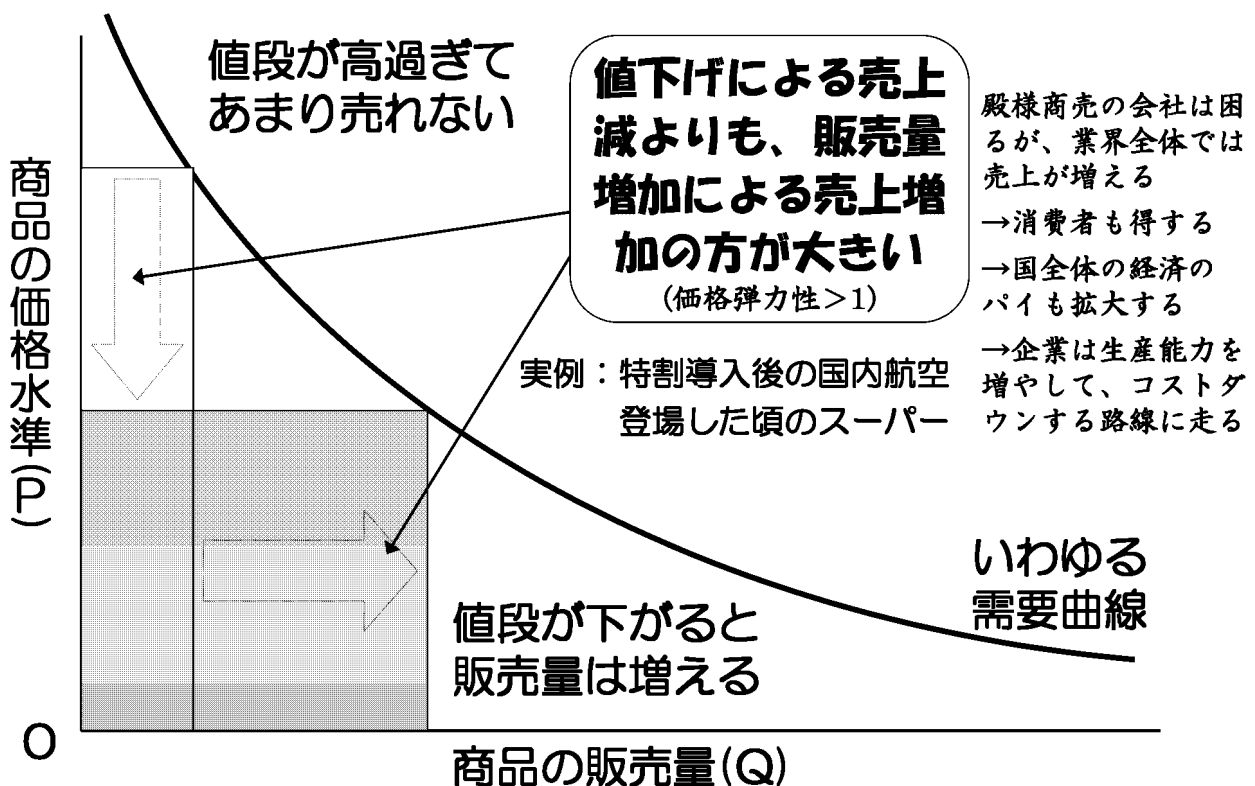


人件費を上げられる三重になる

- × 大量生産・低単価の商品を世界中から調達して廉価販売
- 当地独自の生活文化に支えられた、ここでしか作れない、ハイセンスで、少量生産で、高単価の「地域ブランド商品」の流通促進・普及促進
- × 減り続ける現役世代や、財政窮乏の公共の財布を奪い合う商売
- 高齢者の貯蓄や、アジアで増える中上流層の所得を狙って、モノやサービスを売る商売への脱皮
- × 中高年退職で減る人件費を投資とR&Dに回し、国際競争に対処
- 中高年退職で減る人件費で若者の給与を上げ、女性を再雇用し、日本の内需を維持・高度化

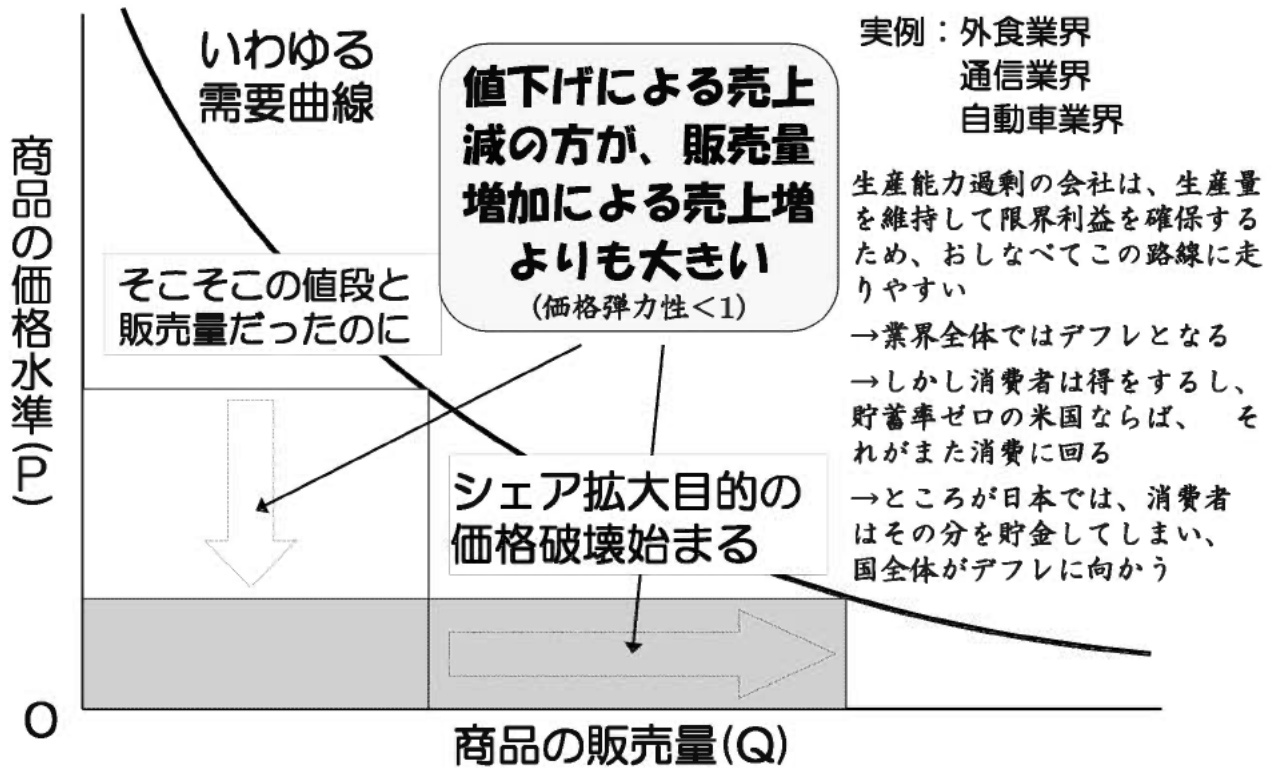
モノ大量生産特化型経済の限界①

— 「いい品をどんどん安く！」が経済を成長させた幸せな時代の成功体験 —



モノ大量生産特化型経済の限界②

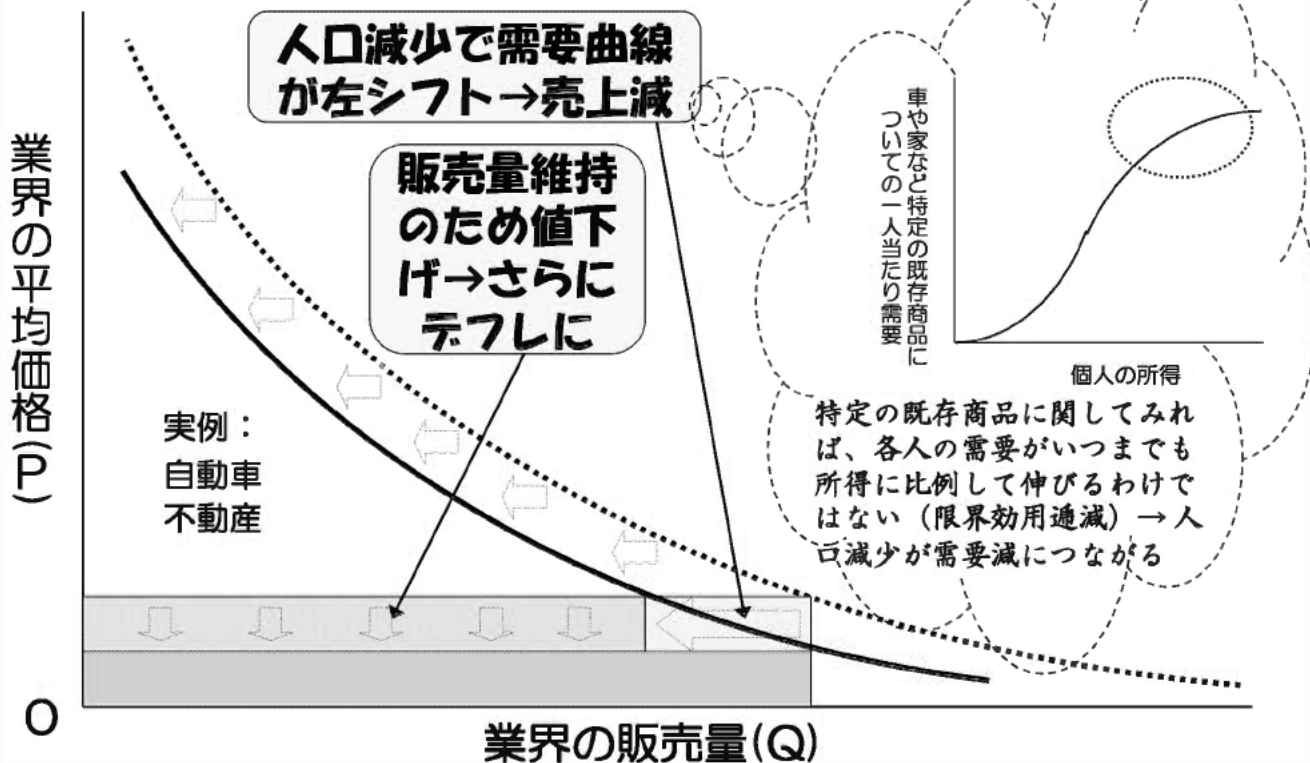
— 成功体験に溺れ、量と価格での勝負を続けていることの帰結 —



安売り路線の限界③

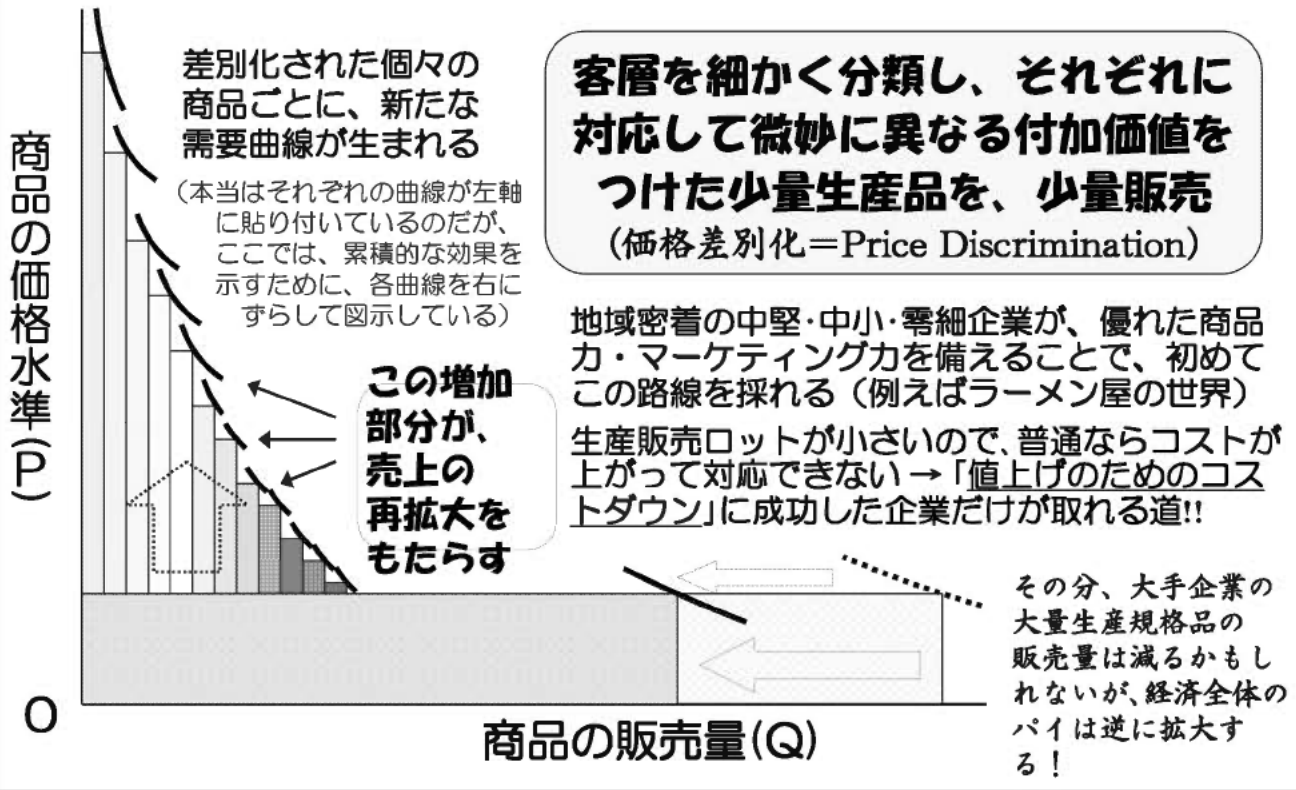
さらに襲う人口減少→需要減少の打撃

50



値下げ競争を脱するための革新

— 各産業を「ラーメン屋業界」の構造に近づけよう！



Segmentation & Targeting

Positioning

52

こっちの視点よりも客からの視点

セグメンテーション

ターゲティング

客を細分化して、狙いをつけることが大事

- 誰を相手に商売するのか、利益や経済効果が出る相手を絞り込め
(とにかく人数が増えればいいと、安手の団体を相手にしても効果は乏しい)
- 上客の基準は、高マージン(高単価ないし低コスト)、高リピート率、良い情報源
(利益につながらない低単価大量販売路線は、どこかで見直さねばならない)

ポジショニング

もっと大事なのが、客にとって私は何？という視点

- 狙った相手にしてみれば、当社も「たくさんある選択肢の中の一つ」
(当社に何の思い入れもない人の立場に立って考えてみなければならない)
- どういう相手がなぜ、敢えて当社を選ぶのか、明確につかんで売り出す！
(当社を選ぶことが相手にとって最も有利で必然、という状況を作り出そう)

元気な企業には必ずポジショニングがある！

「低価格」は本当に価値なのか？⁵³ 本質は実は価格ではなく「言い訳」

■ 貯蓄過剰の日本と、貯蓄過少の米国との違い

米国では「Value (価値)」とは安いこと、「Saving (貯金)」は安物買いのこと
←→ 日本では価格自体は価値ではない / 貯金は貯金であって消費ではない

■ 100円ショップは安さを売っているのか？

100円ショップに行く人は、必要なものを安く買いたいから行っているのか？
←→ 「たった100円」と言い訳しつつムダ使いをする快感こそ魅力ではないか？
←→ 100円ショップが売っているのは、商品という名の「言い訳」ではないか？

■ 「欲しいモノはあるが金がない」人向けの商売

「良い品をどんどん安く」路線が最適 (だがこの路線の実需は本当は多くない!!)

■ 「気持ちよくお金を使いたい」人向けの商売

周囲や自分に言い訳が立つ範囲で、気持ちよくお金を使いたい人は、本当は多い
価値が値段を上回っていると思えるなら、高いものを買う言い訳は立派に立つ
→ 消費者に「バカな買い物ではないという言い訳」を与えればモノは売れる！

「低価格」は本当に価値なのか？⁵⁴ 本質「低価格」は最悪のポジショニング「言い訳」

■ 客数が年々減少していく時代、 安さを売る商売に未来はない。

→ お客様が値段以外の「言い訳」
を持って選ぶ商品だけが残る

■ なぜそこに行き、それを買うのか、 客の目で「言い訳」を考えよ！

周囲や自分に言い訳が立つ範囲で、気持ちよくお金を使いたい人は、本当は多い
価値が値段を上回っていると思えるなら、高いものを買う言い訳は立派に立つ
→ 消費者に「バカな買い物ではないという言い訳」を与えればモノは売れる！

地域活性化の鍵：女性経営者増加⁵⁵

日本はモ/余り・カネ余りの高度消費社会 → 客はバブル期までとは別人種 → 欲求が高度化、抽象化、多様化

→ 自分自身が客としてのセンス・能力を磨いていない人間（豊かさを知らない人間）にこれからの経営はできない

ところが多いの地方では、客の気持ちに無関心な高齢の男性が、30年前のままの感覚でトップを取り続けている → そのために客が逃げ、経済の衰退が著しい

地域活性化のためにいま一番必要なのは、地域の様々な主導的立場から、その任にない人や団体を退場させ、新しい人材や団体に厳しい役割を与えて練成していくこと

必要なのは、性別年齢を問わない地域の人材力の総結集 → 結果として必ず、女性が地域づくりの前面に出てくる

経営者/団体トップ層へのご忠言

× 若い者は根性が足らん、景気が回復すれば乗り切れると信じる

←→ **景気回復(実は現役人口増加)が企業戦略の不在を糊塗してくれた時代は二度と来ない。**

根性ではなく理性、高度成長へのノスタルジーではなく未来に生き残っていく勇気が必要。

× 女は使えない、女はすぐ辞める、女の給料は低くていい、と信じる

←→ **女性を使えない、女性が辞めていく、女性にいい給料を払えない組織からつぶれていく。**

× 収入減を人件費カットと労働強化でしのぐ

←→ **値上げできる商品・サービスを開拓し、高い給料に見合う力のある部下を育て、賃上げで地域市場を、時短で地域の出生を拡大する。**

退職年齢に達した世代への期待⁵⁷

× まだまだ若い者に負けず、企業経営者としてばいばいと働く

←→ 働く若い女性の代わりに家事を引き受け、余った時間は心豊かに遊び、貯金を地域内できれいに使い切り、後の世代に雇用と文化と、老後はこう暮らすんだという手本を残す

× 地域社会のリーダーとして、生き生きと活動する

←→ 人に指図せず、権限闘争、路線闘争もせず、人目につかないところで黙々と世間さまのお役に立ち、一隅を照らす存在になる

× 世の中の根本の誤りを正し、日本社会を正しい方向に導く

←→ 口よいも手を動かして身近な人の役に立ち、地域と親族から愛され惜しまれる人となる

(付) 拙著への批判への再反論 ①リフレ論⁵⁸

批判：生産年齢人口減少でデフレが生じるというのは笑止であり、諸外国比較で簡単に否定できる

再反論：

- ① 日本で生じているのは貨幣現象としてのデフレではなく、人口減少にもかかわらず供給を減らさない企業行動がもたらした、主として現役世代を市場とする商品の値崩れである（とちゃんと書いてあるのに、読まずに批判するとは笑止！）
- ② この現象は、一人当たりGDPが高水準で、ウォンツの少ない高齢者が貯蓄を抱え込み、かつ高度に自動化された供給体制を構築している、日本のような特殊な国でしか観察されないだろう（いずれ韓国や台湾などが後を追ってくるだろうが）
- ③ 批判者は、貨幣現象としてのデフレが多年の金融緩和に抗しまだ続いていると断定する根拠を、説明すべきである
- ④ そもそも平均物価下落＝貨幣現象としてのデフレ、という単線的限定には、科学としての合理性があるのだろうか？

(付) 拙著への批判への再反論 ② 供給制約論

批判: 生産年齢人口減少は労働力を減少させ、供給を減らすので、需給バランスは保たれ、拙著の言うような値崩れは生じない

再反論:

- ① 産業革命初期にアダムスミスがそう仮定した（理論構築の前提に置いた）ことを、今世紀の日本でも不変・普遍の事実であるとみなす根拠は何か？
- ② 今世紀の石油エネルギーの普及以降、労働力とエネルギー制約は切り離されていることをどう考えるのか
- ③ メカトロニクスの進歩で、相当程度のレベルの手作業までもが自動化されていることをどう考えるのか
- ④ IT技術の進歩で、ホワイトカラー労働を含む情報処理が格段に効率化しているのをどう考えるのか
- ⑤ 理論構築の前提と事実を混同する議論は、科学と言えるか？

(付) 拙著への批判への再反論 ③ 成長会計論

批判: 全要素生産性を増加させれば、生産年齢人口減少→労働力減少のインパクトは打ち消すことができ、経済成長は継続する

再反論:

- ① 成長会計に言う全要素生産性(TFP)とは、資本でも労働力でもない残差(Residual)＝「その他要因」ということなので、成長会計論はトートロジーに過ぎない（結果的に経済が成長すればTFPが増えたと言え、成長しなければTFPの改善がなかったと言える）→ これでは科学的な命題とは言えない
- ② ところで、TFPをさらにブレークダウンした要素の一つに「消費の対時間生産性」（7講参照）がある（人口減少下では消費の対時間生産性＝国民1人当たり×1時間当たりの消費額を増やすしかない）→ そのような状況をもたらす特殊な「プロダクトイノベーション」は何か？を絞ることこそ重要（「技術革新」全般にかかる効果があるわけではない）