

1. ごあいさつ

今年も冬本番に入り、寒い日が続きますがいかがお過ごしでしょうか。株式会社アイリンクの照井清一です。

冬になるとのどの痛みや咳に悩まされています。そんなとき巷でエナジードリンクが流行っていると聞き飲んでみました。これが結構おいしかったので、最近はこちら一番気合を入れるときにエナジードリンク「レッドブル」を飲んでいます。薬局で売っている栄養ドリンクは、「疲れている」という気分になります。F1 やダンス、X ゲームのスポンサーもしている「レッドブル」は、「元気」というイメージです。栄養ドリンクに抵抗があった私はエナジードリンク派ですが、皆さんはどちらでしょうか。



2. 2050年の世界から今後の戦略を考える

「ジャパン・アズ・ナンバー1」といわれ、かつて世界から称賛された日本経済。しかし今やGDPで中国に抜かれ、かつての勢いもなく…。これから日本はどうなっていくのか。

2014年初頭、経済の専門家でもない私が大胆に予測しました。資料は未来の経済規模と人口動態予測です。これらのマクロ指標は高い確率で当たります。金融機関シティグループが2011年に行った予測では、2050年のGDPは右の表のようになります。

2050年日本はナイジェリアに抜かれる

GDPはその国が稼いだ付加価値の総和ですから、人口が多いほどGDPは多くなります。(というか人口が多い国はGDPが小さくないと豊かな暮らしができない。)

そこで2050年の人口の順位を見ますと、ナイジェリアやインドネシアの人口が大きく増加しています。さらに10位以下に、エチオピア、メキシコ、タンザニアなど1億人以上の国が続き、日本は、9700万人で世界17位です。しかし表1の一人当たりのGDPを比較すると、ナイジェリアやインド、フィリピンはまだ日本に及びません。

台頭する新興国に存在感が低下する日本

この結果から、

- ◆ 今後新興国の経済規模が拡大し、日本の国際的地位は相対的に低下する。
- ◆ 一方新興国は富の分配が不均衡な国が多く、多くの金持ちが生まれ、高額品が売れる可能性が高い。
- ◆ アジア、アフリカの国が経済力をつけ、市場規模が拡大し、市場としての魅力が増す。

表1 2050年のGDPと、国民一人当たりのGDP

GDP 10億米ドル 国民一人当たりのGDP 米ドル

	2010年		2030年		2050年		
	GDP	順位	GDP	順位	GDP	順位	一人当たりのGDP
中国	5860	2	57138	1	205321	1	158,549
インド	6453	9	24824	3	180490	2	106,673
アメリカ	14612	1	35739	2	83805	3	181,396
インドネシア	-	-	7299	7	45901	4	156,659
ナイジェリア	-	-	-	-	42437	5	108,813
ブラジル	1989	8	8780	5	33199	6	149,545
ロシア	-	-	7380	6	19697	7	156,325
日本	5465	3	9213	4	16394	8	169,010
フィリピン	-	-	-	-	14738	9	95,084
イギリス	2259	6	5819	9	13846	10	189,671

表2 2050年の各国の人口
単位 億人

	世界	93.06
1	インド	16.92
2	中国	12.96
3	アメリカ合衆国	4.03
4	ナイジェリア	3.90
5	インドネシア	2.93
6	パキスタン	2.75
7	ブラジル	2.23
8	バングラデシュ	1.94
9	フィリピン	1.55
10	コンゴ民主共和国	1.49
11	エチオピア	1.45
12	メキシコ	1.44
13	タンザニア	1.38
14	ロシア	1.26
15	エジプト	1.23
16	ベトナム	1.04
17	日本	0.97

- ◆ 豊富な人口を持ち、日本より安い労働力を提供する国が、続々とあらわれる。アジア各国の人件費は上昇しているが、それでも日本に追いつくことはない。

労働集約型製造業は、新興国にコストでは勝てない

この結果から、日本のモノづくり中小企業が考慮すべきことは、

- 日本に残るモノづくりは、新興国ではできない高付加価値品(素材、製品)だけとなる。すでに新興国と価格競争に陥っている製品は、革新的な技術や商品がないと勝てない。
- 新興国が大きな購買力を持ち、市場の主役になる。当面は普及品、低価格品の市場が大きい。今後高価格品の市場も拡大する。
- これに追従して自動車などの大手企業の海外移転は、ますます加速する。

ジャパンプレミアムブランドをつくれ!!

将来、インドネシアやナイジェリアの富裕層がグッチやシャネルを買い、自家用ヨットを所有するようになります。その時日本のモノづくりが生き残るには、彼らに高い価格に見合う商品やサービスを提供しなければなりません。その場合、高級ブランドを作り従来の一般向けブランドと差別化する必要があります。(例えばトヨタのレクサスみたいに。)中国製の廉価品と日本製の高級品が同じキヤ○ンでは顧客が高い価値を感じにくくなります。「**そういった付加価値の高い製品の部品を、高い技術の日本の中小企業が支える**」これが将来の日本の目指す姿ではないでしょうか。例えば、かつて僕たちが憧れたライカのカメラ、JBLのスピーカーのように…。

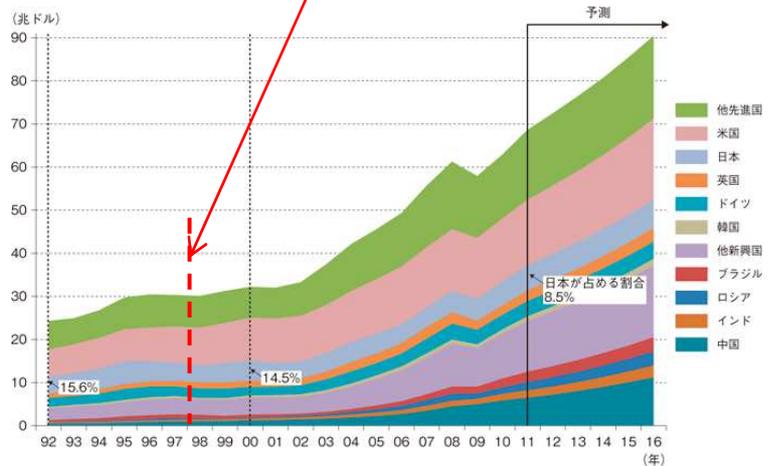
3. 消費税増税により景気は悪化する?

今回の消費税増税の影響はどうなるでしょうか。過去の消費税増税を振り返ってみます。

消費税 5%に増税、デフレ時代の始まり

1997年に橋本内閣は消費税を3%→5%に上げました。当時の日本はバブル崩壊の痛手から徐々に回復し、GDP成長率は1996年には、2.6%に回復しました。しかし消費税増税による駆け込み需要と、その反動による消費低迷により、1997年のGDP成長率は1.6%に低下、さらに1997年には、三洋証券、北海道拓殖銀行、そして山一証券が破たんしました。その結果、1998年にはGDP成長率は-2%に悪化、長いデフレ時代が始まりました。今でも当時の消費税増税が景気に冷や水を浴びせ、日本がデフレに陥ったと主張する方もいます。

アジア通貨危機(世界的に設備投資が縮小)



資料：経済産業省「通商白書2011」から中小企業庁作成
(注) IMF「World Economic Outlook, April 2011」から作成しており、2011年以降は推測値である。

図1 世界のGDPの変化

アジア通貨危機の影響

消費税増税後の1998年にアジア通貨危機が発生、タイ、韓国、インドネシアなどから一斉に資金が引き揚げられ、多くの国が対外債務不履行となりIMFの支援を受けました。その余波は日本の輸出企業も直撃、新興国向けの輸出が大幅に減少し業績が悪化しました。これが前回の消費税増税時に起きたことです。

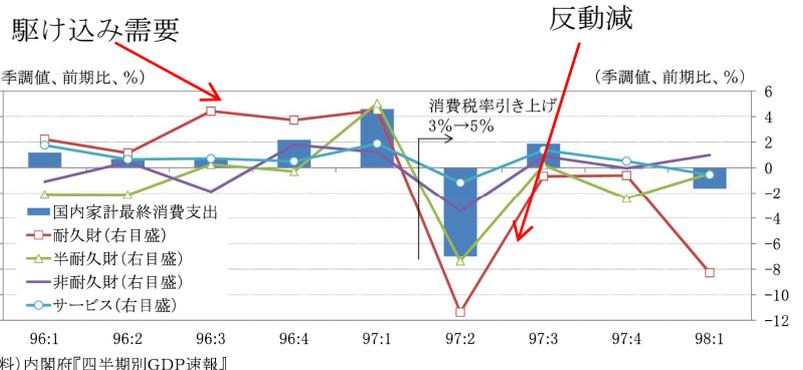


図2 1997年消費税増税時の駆け込み需要

1997年は多くの品物で駆け込み需要が発生

この時の駆け込み需要は、自動車、住宅をはじめとして幅広い耐久消費財で発生し、一時的にGDPが2%上昇しました。そして増税後は同程度の需要が落ち込みました。

今回はどうでしょうか。

前回ほど大きくないという説と、前回の1.5倍の説

前は物価の上昇局面だったため、早く買った方が得という消費者心理がありました。今はデフレのため、慌てて買っても消費税分のメリットしかありません。またテレビや自動車は、今まで補助金や減税で需要の先食いをしたため大きな駆け込み需要は生じないという説があります。その一方、日本経済研究センターは半耐久財、非耐久財は価格に敏感な低所得者層を中心に1997年の1.5倍の駆け込み需要を予測しています。

どちらが正解はわかりませんが、間違いなくいえるの

は駆け込み需要で売り上げが増加した分は、増税後に減少します。そのため増税後の売り上げ減少に備える必要があります。

怖いのは世界規模での景気の変動

現在世界の金融市場には、実体経済のおよそ100倍もの貨幣が運用され、様々な投資案件や金融商品になだれ込んでいます。その結果、投資目的の資金の急激な移動が、アジア通貨危機やギリシャ危機、あるいは穀物や原油価格の高騰を引き起こします。従って投資マネーの循環次第で今後の景気がどうなるかはわかりません。一方消費税増税により一時的に消費が低迷する日本は、風邪をひいて体力が低下したような状態になります。世界規模の景気の変動が起きれば、今まで以上に大きな影響を受けるかもしれません。グローバル化した今日、日本の景気は日本だけで決まるものではなくなっていますから。

4. 輸出企業は消費税を払っていない?

例えば、自動車メーカーが部品メーカーに払う部品の代金には消費税がかかります。自動車メーカーは、車を売った際に消費税を徴収し、部品メーカーに支払った分との差額を納税します。では車を輸出した場合はどうでしょうか。

この場合、メーカーが負担した部品代の**消費税を国が補填**しています。これが「輸出戻し税」といわれる制度です。その金額はトヨタ自動車で2665億円に達します。従って輸出している製品に使用している部品代金の消費税は、メーカーが払って然るべきものです。

5. 消費税の転嫁問題

消費税の転嫁は、小売りの現場における心理的価格の問題があります。例えば税が8%になると、税込み398円の商品が409円になり、今までより割高に感じます。そこで398円を維持するために、取引先に値引きを強要します。つまり消費税転嫁の問題は、転嫁できないのではなく、転嫁した結果、表示価格が高くなり売り上げが低下する恐れがあるため、値引きを強要することです。

国は「転嫁対策特別措置法」を制定し中小企業を保護

今回国は上記の法を制定し、また各地の商工会議所に消費税転嫁対策相談窓口を設置して不当な値引き要求への監視を強化しています。以下の資料や商工会議所で開催されるセミナーなどを受講して、「転嫁対策特別措置法」を理解しておくことをお勧めします。

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/pamflet/2013/131008syouhizei.pdf>

現実には無理な価格でも、「この価格で受けなければ他へ出す」といわれれば、受けざるを得ません。そのためには新たな取引先を開拓し、「**単価の合わない仕事は断る**」ことができれば一番です。そこで弊社では新規開拓に関する様々なサービスを提供しています。ご関心のある方は以下のサイトを参照してください。

http://ilink-corp.co.jp/?page_id=292

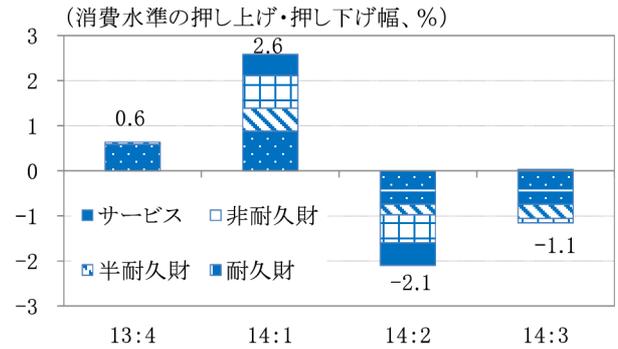


図3 今回の駆け込み需要の予測

表3 2005年の輸出戻し税

単位 億円

会社名	総売上高	内輸出売上高	輸出戻し税額
1 トヨタ自動車	101,918	65,125	2,665
2 日産自動車	38,955	29,294	1,266
3 本田技研工業	37,570	25,519	1,072
4 ソニー	31,795	22,574	1,152
5 松下電器産業	44,725	19,232	822

6. モノづくり温故知新 ～こんなにもすごい、先輩たちのもの造り～からくり儀右衛門

スケッチしただけでつくってしまった蒸気機関車

私が日本人はすごい、他の民族にはないモノづくりのDNAを持っていると思った話です。

「幕末にロシア船に日本人の一行が乗り込んできました。ロシア船に乗り込んだ日本人の一行は、そこにあった蒸気機関車の模型を熱心にスケッチしていきました。そして2年後、彼らは日本で蒸気機関車の模型を走らせていました。」満足な工作機械もないあの時代、スケッチしただけで作ってしまうとは、どんな人たちなのか…。

実はこの蒸気機関車の模型を製作したのが、「からくり義衛門」こと田中久重です。彼は幕末にからくり人形師として活躍し、他にも様々な発明を行い、日本のエジソンと呼ばれています。そして実は蒸気機関については、ロシア船に乗る前に蘭学書で研究していました。

田中久重は、1799年9月18日、福岡県久留米市のべっこう細工師の長男として生まれました。幼名は儀右衛門。幼い儀右衛門をひきつけてやまなかつたのが、当時流行していたからくりでした。当時からくり人形は庶民の娯楽として、祭などで大人気でした。祭礼での山車からくりだけでなく、小屋を立てて入場料を取って見せるからくり興行まであり、幕末には『機巧図彙』（からくりずい）という手本書も出版されていました。



田中久重

今でもまねができない究極のからくり人形

田中久重の作ったからくり人形は、今でもまねができないほど精巧なものでした。以下の動画に、田中久重作の『弓曳き童子』、「寿」「松」「竹」「梅」の4文字が書ける『文字書き人形』を見ることができます。

<https://www.youtube.com/watch?v=IS9zmqxFm2M>

この後、彼はからくり人形培った技術を生かして、日本の近代化に欠かせない様々な技術を次々に実用化していきます。(次号に続く)



田中久重作の弓曳き童子

7. ウッカリミス防止セミナーを開催します

人間のウッカリミスによる事故や不良は、時には企業に大きな損害を与えます。多品種少量生産が多い中小企業のモノづくりでは、ポカヨケや、ミス防止するシステム構築は容易でなく、多くの経営者が悩んでいます。一方人間の行動や認知特性から、ウッカリミス、すなわちヒューマンエラーの原因はわかってきました。従ってミスが起きないようにやり方にすれば、ミスを減らすことができます。このヒューマンエラーの原因と対策について弊社サイトで公開しています。 <http://www.humanerror.jp/>

実はヒューマンエラーに関する研修やセミナーの要望が多いため、この度3月に22日にセミナーを開催します。詳細は、右記のサイトをご参照ください。 <http://www.humanerror.jp/seminar1.html>

5. 編集後記

「日本のモノづくりは今後どうなるのか」という疑問に対し、統計データから36年後の世界を見てみました。驚いたのは、普段新聞や雑誌に出ていることと随分違っていたことです。マスコミの情報だけでなく、様々な情報を取るとともに自ら考えることが必要だと感じました。

今後とも皆様の役に立ち、読んで楽しいもの造りの情報を、4回/年のペースで発信していきます。不要な方はお手数ですが下記通信欄に、お名前又は社名と「不要」とご記入の上、FAXして頂くか、メールにて不要とお知らせください。他に技術・経営・イノベーションについて、アメブロ <http://ameblo.jp/se-terui> まぐまぐ <http://search.mag2.com/MagSearch.do?keyword=%E8%AA%AD%E3%82%93%E3%81%A7%E5%8A%B9%E3%81%8F&x=0&y=0> でも、情報発信しています。興味のある方はぜひご参照ください。最後まで読んで頂きありがとうございました。

通信欄

株式会社アイリンク 代表取締役 照井清一

住所 愛知県岡崎市宮地町馬場 17-1 TEL 0564-55-5661 FAX 0564-52-5364

Email: terui@ilink-corp.co.jp

URL: <http://www.ilink-corp.co.jp>

ブログ: <http://ameblo.jp/se-terui>

フェイスブック: <https://www.facebook.com/se.terui>

