

ユダヤ型よりもドバイ型へ

ぶぎん地域経済研究所 専務取締役／チーフエコノミスト 土田 浩

国の経済規模や成長率を図る指標として、今使われているのが「GDP（国内総生産）」。
かつては「GNP（国民総生産）」が使われていたと、ご記憶の方も多いと思う。

鎖国していた江戸時代であれば、国内＝国民なので問題にならない。しかし、国際化が進展する中で、日本人（正確には日本に1年以上居住する者）か否かよりも、日本国内という地理的基準でマクロ経済を計測する方が有用だとの考え方が広まった。そして、1990年代には世界各国が「GDP（国内総生産）」の概念に切り替えることとなった。

2000年代入り後、中国などアジア諸国の工業化が急速に進んだ。日本の大企業は、安い労働力と成長著しい市場を求めて、海外での事業活動を積極化し、多くの社員を海外に送り込んだ。一方で、日本国内の労働市場は閉鎖的な状態が続いた。

日本のGDP成長率に比べて、日本企業の株価上昇率が高いのも、海外で稼いだ利益の国内への還元が一因と考えられる。工業立国から投資立国へと言えば聞こえは悪くないが、果たして、国内に、雇用者所得も財・サービスの生産や設備投資も生み出さない経済構造に、明るい将来を見出せるのだろうか？

これに対する最も基礎的な方策は、人口の増加による国内市場の拡大である。言うまでもなく、日本人が子供をたくさん産み育てられれば理想的だ。だが、効果が現れるまでに長い年月が必要なうえ、日本社会の現状に鑑みると直ちに出生率が高まるとは考えにくい。

そこで求められるのが、日本で働きたいという外国人労働者や、日本人になりたいという移民の受け入れを積極化することである。もちろん、日本の文化や生活習慣を尊重して貰い、社会の分断が生じないように、多角的な視点から具体的な制度設計が必要だ。多くの日本人には心情的な抵抗感が強く、欧州の現状をみても困難を伴うことは確かだ。しかし、それでもなお、豊かで美しい日本を守るためには、避けて通れない道

のように思える。日本人がホームグラウンドを使用することで、海外の言語、法律、慣習というハンディを負わずに、ビジネスを広げられる訳である。

国内（国土）と国民との関係について、私は、ドバイ型とユダヤ型という両極端のモデルを使うことがある。

ドバイの外国人活用の大胆さは特筆に値する。ドバイを含むUAE（アラブ首長国連邦）の人口9百万人のうち、国民は僅か1百万人。残り8百万人は他国籍の働き手とその家族である。いわゆる労働者層に限らず、企業経営者・ビジネスマンや弁護士・医師などの高級専門職も、大半が外国人である。高報酬・高待遇のため、米国では海外就労地の人気ナンバーワンと言われる。世界一高いビル、世界一広いショッピングセンター、超高級ホテル群・邸宅地、世界的なスポーツ大会・競馬レースなどは、観光資源である以上に、世界中の高給取りの事業家・実務家を引き寄せるのが狙いだ。これは、石油依存からの脱却を図る壮大な成長戦略なのである（詳細は「ぶぎんレポート 2019年4月号」参照）。

一方で、2千年前にローマ帝国により国を滅ぼされたユダヤ民族。彼らは、祖国の地を捨てて欧州・中東に離散した（「ディアスポラ」）。勤勉で、同胞意識が強く、各地で商業や金融の担い手として活躍した。しかしながら、常によそ者として冷遇され、社会の動乱期や疫病の流行期には迫害の対象にされるなど、苦難の歴史を歩んだ。

平和と安全を前提に、グローバル化の恩恵を最大限に活用して、海外シフトを展開してきた日本企業。しかしながら、米中新冷戦とコロナ禍に直面して、そのリスクが顕在化している。

「自国ファースト」という言葉には悪いイメージがついてしまったが、日本人の間にも、国内を最大限に有効活用し活性化させるビジネスを、もう少し尊重するマインドが醸成されても良いのではないだろうか。