

政策に惑わされず、持続的な成長を目指して

本日、プレスリリースした TDB 景気動向調査 2012 年 4 月結果において、国内景気は回復力の弱さが浮き彫りとなったが、こうしたなかでも政策支援の恩恵を受けている地域や業界では目立った回復をみせている。

特に、自動車関連産業はタイの洪水被害からの挽回生産の拡大とエコカー補助金の復活効果によって生産・販売とも好調である。景気 DI は自動車関連製造業が含まれる「輸送用機械・器具製造」が 48.0、「自動車小売」が 46.7（前月は年度末需要も重なって 51.5）であり、他業種と比べて際立って高水準だ。

ただ、これらの業種では早くもエコカー補助金終了後の反動減を懸念する声が高まり始めている。

今回のエコカー補助金は 2011 年 12 月 20 日から 2013 年 1 月 31 日までの新車登録が対象となるが、予算は限られている。TDB 景気動向調査では「エコカー補助金は 8～9 月に終了を見込んでおり、その後は買い控えが起こる」との見解が企業から挙がっているが、消費者も生産・販売者も前回のエコカー補助金（2010 年 9 月 7 日に打ち切り）の駆け込みの動きとその後の反動を経験しているだけに、この 8～9 月終了という見込みすらさらに前倒しとなる可能性もある。

前回のエコカー補助金終了前後の景気 DI は、「輸送用機械・器具製造」が終了 2 カ月前にピーク（43.7）をつけ、「自動車小売」は終了前月にピーク（42.7）をつけた。その後は年末に底を打つまで「輸送用機械・器具製造」が約 10 ポイント、「自動車小売」が約 20 ポイント急落した。

そして、回復する余裕もなく東日本大震災が発生し、夏以降の円高進行、タイの洪水被害の影響拡大などにより低迷が続いてきた。

今回は震災後にも悪材料が重なったことから、景気 DI の改善ペースは前回は大きく上回っている。“山高ければ谷深し”というような反動は杞憂に過ぎないと思いたいが、実際、懸念される指標もある。

TDB 景気動向調査における生産・出荷量 DI と在庫 DI の状況をみると、前回、メーカーにおける在庫積み増しの力強い動きは 8 カ月間に及んだが、今回はすでに 8 カ月間に達している。震災などの影響も含んでいるため単純比較はできないものの、海外の経済情勢も先行き不透明なだけに、やや注意すべき動きである。

政策的な支援はあくまでも応急手当であり、それとともに経済を成長軌道に乗せる柱となる戦略をたてて実行し、効果を上げることが政府の重要な役割のはずだが、現時点でそれは期待できそうにない。

現状、円高や貿易、エネルギー政策など家計や企業の自助努力では解決困難な課題が山積みである。しかし、私も含めて個々ができるかぎりの成長戦略とリスク対応策を練って、小さくてもその力を結集させていくことで、震災からの復興や新たな成長の手応えをつかむこともできるのではないか。そう信じて前向きに取り組みたい。

(大和)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。

原発稼働ゼロにおける議論とは

2012年5月5日、北海道電力泊原発3号機が発電を停止し、日本は42年ぶりに稼働している原発がゼロとなった。史上初の原子力発電は1951年にアメリカで行われ、実用としては1954年のオブニスク原子力発電所(ソ連)で開始された。日本では、最初の発電が1963年に茨城県東海村の実験炉で行われ、1965年に東海発電所で発電開始、商業用原子炉のさきがけとなった。

現在、今夏の電力需要ピーク時における供給問題が議論されているが、議論がかみ合っているとは言いがたい状況である。論点をいくつか挙げてみると、第一に、今後のエネルギー政策をどう考えるかということである。2010年6月に閣議決定した「エネルギー基本計画」による2030年までに14基以上の原子力発電所を新增設し、原発輸出を推進するという方針はいままも続いており、原発事故から1年以上が経過した現在においても政府からは新たなエネルギー政策に対する方針が示されていない。

第二に、関西電力大飯原発3、4号機の再稼働問題である。再稼働問題は四国電力伊方原発3号機も控えている。現在の議論の方向は、原発を再稼働しなければ夏のピーク時に電力供給不足に陥る可能性があるため再稼働が必要だ、というものである。しかし、電力需要のピークを過ぎた秋になると再び原発を停止するのだろうか、という素朴な疑問が浮かぶ。

第三に、脱原発に対する議論である。発端は東日本大震災による福島第一原子力発電所事故であるが、宮城県にある女川原発では比較的安全に自動停止した。また、今回、定期点検で停止した泊原発は2009年に運転を開始した世界的にも最新型であるのに対して、福島第一原発は1971年という非常に旧型の原発施設である。原発技術も日進月歩を遂げており、これらを十把一絡げに考えていいのだろうか、という疑問が残る。

第四に、原子力技術は発電だけに使われている訳ではないということである。とりわけ、医療分野では重要な位置を占めている。原発を廃止した場合、日本から多くの原子力技術者が失われる懸念があり、医療水準の低下は避けられないとみられている。

第五に、安全と安心は異なるという議論である。いくら技術的に安全であっても、運用面での信頼がなければ安心できない、という心情は合理的であろう。しかし、両者がきちんと峻別されているかということ、心許ないところがある。

そのほかにも多くの論点があるが、議論が混迷している背景として、正確なデータと将来のエネルギー戦略が示されていないことが大きな要因になっていると思料する。帝国データバンクが2012年4月に実施した「2012年度の業績見通しに関する企業の意識調査」によると、企業の22.4%で夏季の電力不足が業績見通しを下振れさせる要因になると答えている。政府は「電力供給体制の安定化を切に望む」(骨材・石工品等製造、千葉県)といった意見が規模の大小を問わず発せられていることを経済界からの切実な声であると受け止め、今後のエネルギー戦略を早急に打ち出すべきである。

(撞球者)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。

リショアリングに先駆けて

アメリカでは生産拠点の国内回帰を表すリショアリング (reshoring) の動きがみられるという。ボストン・コンサルティング・グループの調べによると、輸送機器や家電、プラスチック・ゴム製品などは生産拠点の移転を検討すべきであるとしているが、この動きは一部にとどまるという見方もあり、先行き経済が見えない以上は企業も動き方を探っている状態である。ただ、中国国内の人件費高騰により中国が魅力ある国でなくなっていることや、ドル安が進行すればますます海外生産のメリットは減少する。原油価格の高騰により運輸コストの上昇が問題となってきたことに加え、開発部門と生産部門の意思疎通がより容易な国内にメリットを感じ始めているという。

また、先般の洪水により生産への影響の大きさを感じさせたタイにおいても、主要 6 地域における最低賃金が 4 月 1 日から上昇し、引き上げ前と比べ 40% 上昇したという。現地法人の反対やタイ中央銀行の制止を振り切って始めたというのだから、最低賃金の上昇に対するタイの政権与党の強い執念がうかがえる。

では、リショアリングの動きは日本ではどうだろうか。一部の被服関連や PC 関連でみられはじめており、アメリカに比べるとまだ動きは小さいが、富士ゼロックスが中国工場から日本・新潟工場に一部生産を移管するなど、具体的な報道もある。

また、発注先を国内に戻した例もある。百貨店の松屋が打ち出した新しいスーツは 3 万円台からのオーダーメイド。生地は欧州産で製造は国内の中小企業だ。中国の縫製工場ではロット数の大きい商品生産が好まれる傾向にあるため、多品種小ロットを求める日本向け製品には向かないという事情がある。そこで目を付けられたのが、日本の小規模な縫製工場だったのである。高品質かつ低価格なスーツとあって売り上げは 12 倍にもなり、好評を博している。

大手メーカーの工場が国内に戻れば従来取引があったところに再依頼が来たり、新規に工場周辺で下請け企業を探したりする可能性も高く、雇用の増大なども見込まれる。また、なにもリショアリングは大手やメーカーのみの話ではない。前述の松屋のように、販売・流通が海外工場での生産を打ち切って国内工場を探すこともある。

日本回帰のメリットを各社が見直しているなか、既存の国内企業においては、業界の動きをいち早く察知するところからリショアリングをめぐる動きは始まる。

(小夏)

求められる農業の活性化

総務省家計調査（2人以上の世帯）によると、2011年の食料への支出は87万2,802円（前年比1.4%減）となった。そのなかで、米が前年比4.1%減の2万7,428円、パンは同0.5%増の2万8,318円となり、パンの支出額が初めて米の支出額を上回った。また、コンビニやスーパーなどで販売している弁当への支出は同3.5%増の1万3,350円と過去最高を更新し、おにぎりなども含めた調理食品は同3.3%増の2万5,994円となった。共働き世帯の増加や世帯構成の変化を背景に、家庭で米を買って自宅で炊くことから、パンや弁当、調理済みの食品など手軽に食べられるものへのシフトしている様子が見えてくる。

米と密接にかかわっているのは農業だ。日本では人口減少や高齢化の進行による市場の縮小に加え、消費者のニーズは変化しており、日本の農業もそれに合わせて変革していかなくてはならない。赤字を補填するような補助金に頼るのではなく、さまざまな工夫により強化するべきだ。その工夫の一つに「6次産業化」がある。「6次産業化」とは、第1次産業である農業が農産物を生産するだけでなく、それを加工し販売する第2次産業、第3次産業まで視野に入れた事業展開をすることにより、農業者が多くの利益に関われる仕組みを作り、経営基盤を強化するというものだ。商品の付加価値を高めることで、ブランド化を図ることも可能で、農業の活性化と地元雇用などを通じて地域の活性化につながることを期待できる。

ただし、「6次産業化」は商品のブランド化やマーケティングなどのノウハウを持つ人材の確保や初期投資の費用負担などの課題がある。それらを後押しするために2011年3月に「六次産業化法」が施行された。事業活動に関する計画の認定を受ければ、低利の短期運転資金の貸付け、新商品開発・販路開拓等や加工・販売等施設整備に対する補助などの支援を受けられる。さらに全都道府県に「6次産業化」のプランナーが配置され、総合的なサポートを行う。

農林水産省は、6次産業の市場規模を現在の1兆円から5年後には3兆円、10年後には10兆円に拡大させる目標を掲げている。そのためには、農業に携わる人々の意欲を高め、価値を高めていくにはどうすればよいのか、官民ともに知恵を出し合うことが不可欠だ。また、農地利用の規制緩和など、民間企業がより参入しやすい環境整備も必要である。

日本での市場は人口減にともない縮小が見込まれるが、顧客は日本だけではない。世界人口は増加しており、世界人口が増加するのに比例して顧客は増えている。世界にも目を向け、積極的に進出するべきだ。国際競争力を高め、市場規模を拡大し、農業の活性化、地域活性化、ひいては日本の活性化につなげていきたい。

(撫子)