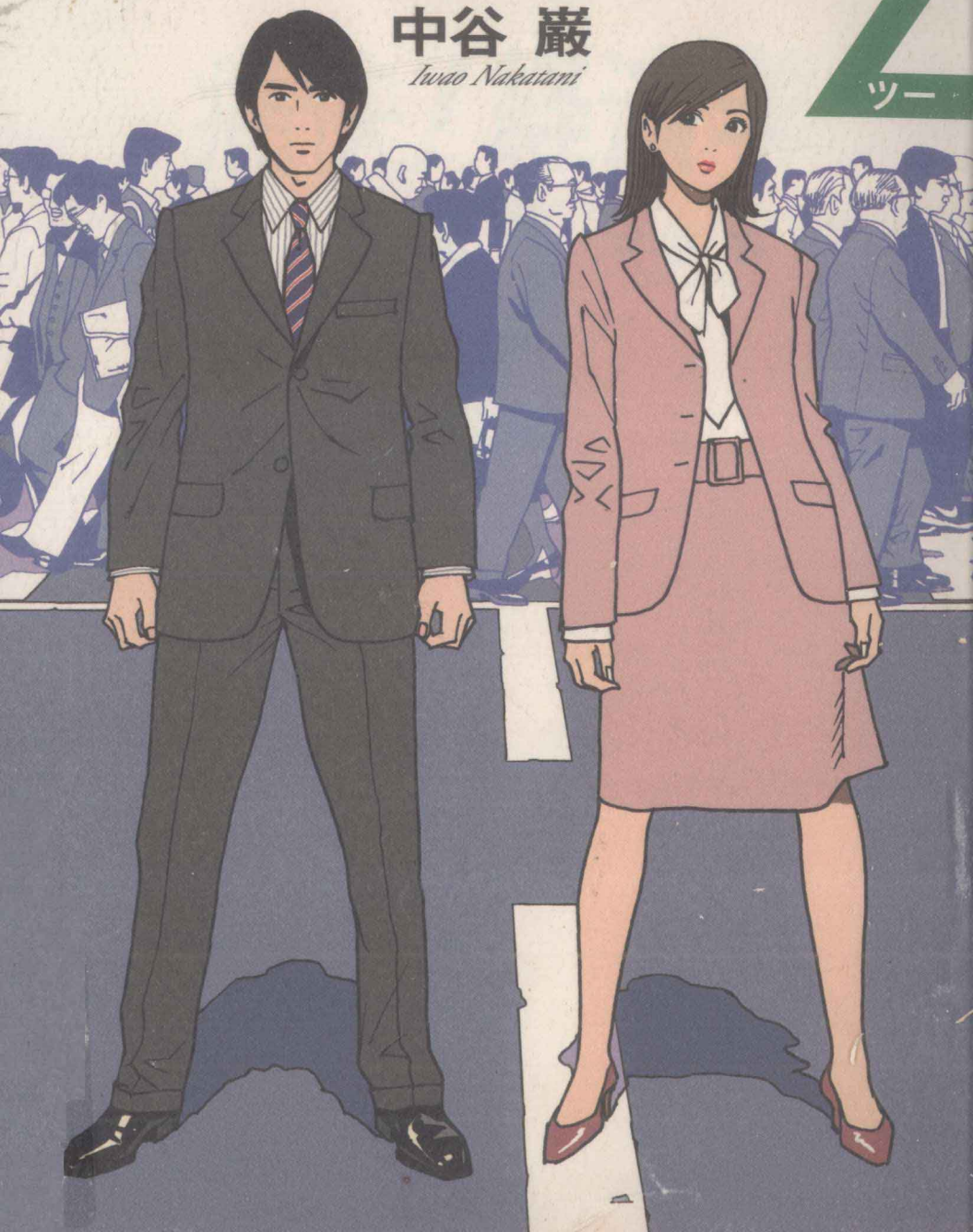


痛快! 経済学

中谷 巖

Iwao Nakatani

2
ツ



つう かい けい ざい がく ツー
痛快! 経済学 2

2004年11月30日 第1刷発行

著 者 なかたに いわお
中谷 巖
発行者 島地勝彦
発行所 株式会社 集英社インターナショナル
〒101-8050 東京都千代田区一ツ橋 2-5-10
電話 03-5211-2632 (出版部)
発売所 株式会社 集英社
〒101-8050 東京都千代田区一ツ橋 2-5-10
電話 03-3230-6393 (販売部)
電話 03-3230-6080 (制作部)
印刷所 凸版印刷株式会社
製本所 株式会社石毛製本所

定価はカバーに表示してあります。

© Iwao Nakatani Printed in Japan.

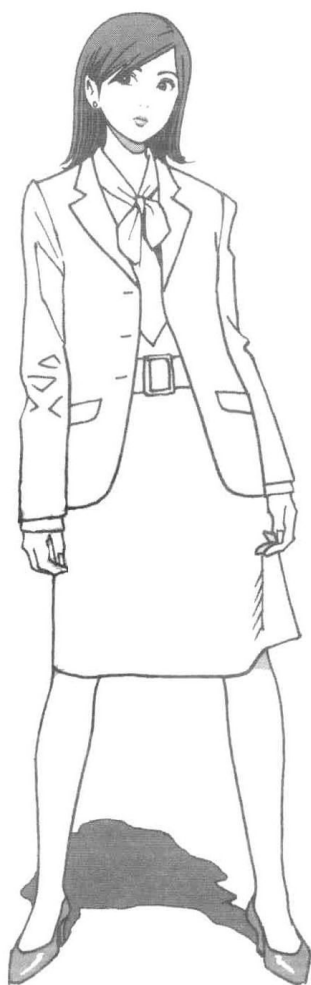
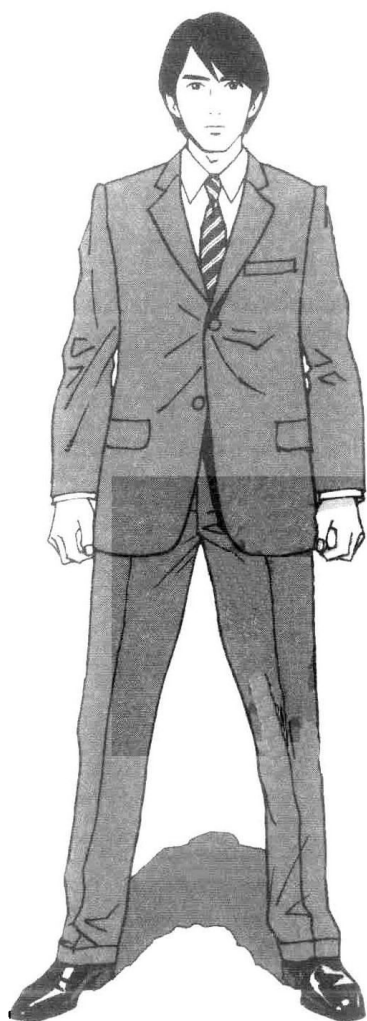
ISBN4-7976-7122-X C0033

本書の内容の一部または全部を無断で複写・複製することは、法律で認められた場合を除き、著作権の侵害となります。造本には十分に注意しておりますが、乱丁・落丁（本のページ順序の間違いや抜け落ち）の場合はお取り替えいたします。購入された書店名を明記して集英社制作部宛にお送り下さい。送料は集英社負担でお取り替え致します。但し、古書店で購入したものについてはお取り替え出来ません。

痛快 経済学

中谷 巖

Iwao Nakatani



『痛快！経済学2』

◎目次

タイタニック号の衝突を回避するために
(序に代えて)……6

第1章●マーケットの深い意味を知る……11

私たち自身に関わっている日本の難問／日本は立派な民主国家？
／商品に一票を投じる／十分に働いているマーケットとは？
／護送船団方式の「甘い罠」／マーケット不在でもよかった？
／自分で医者を選べないシステム／国民皆保険の大きな問題点
／医療現場の「ノー・インセンティブ」／それでは教育の現場
はどうか？／ツケを払うのは誰？

第2章●マーケットの力を「うまく」使う……43

「価格」は需要と供給が決める／マーケットにも限界はある／
高度な消費社会とは？／社会主義とロビンソン・クルーソー／
平等精神の行き着く先／「平等」かあるいは「効率」か／分配を
優先してきた日本経済／今後の中国経済は？

第3章●「情報の非対称性」で 世の中を見つめる……71

不幸は失敗のもと？／「情報の非対称性」という便利な言葉／マ
ーケットが失敗するとき／情報開示の深い意味／ブランド商品
とは何？／学歴社会もブランド信仰／情報の非対称性の裏にあ
るもの／「系列」システムが有効だった／アメリカの契約社会／
「信頼」も行き過ぎると……

第4章●どんな場合に

マーケットは失敗するか?.....101

マーケットに失敗はつきものだ／どこまでがマーケットの失敗なのか?／不完全な大人による不完全な民主主義／所有権の移転ができないとき／日本は夜警国家でいい?／「外部経済」という言葉を知る／独占禁止法はなぜ必要か／政府の三つの役割

第5章●「大きな政府」の失敗を正す.....121

なぜ、規制が撤廃されるようになったのか?／減反政策の社会的損失／それは「大恐慌」に始まった／政府の介入が必要になった理由／金融政策もコストがかかる／蘇るアダム・スミス／「小さな政府」の行方

第6章●IT革命の新経済学.....149

マーケットメカニズムの復習／IT革命はマーケットを劇的に変える／マス・マーケティングの問題／ワンツーワン・ビジネスへ／ITが可能にしたカスタマイゼーション／なぜ、カスタマイゼーションができるのか?／「兵站(へいたん)」という思想／「情報の非対称性」の重要性が低下した／個々の顧客が識別できるようになった

第7章●IT革命が変える私たちの生き方.....179

高度経済成長から平成不況まで／どうして昔は「うまく」いていたのか?／日本経済が背負った四重苦／「私は、これができます」／労働マーケットのモジュール化／「自発的失業」と「非自発的失業」／プロには高い付加価値がある／IT革命は生き方の選択を迫る／「第二の産業革命」

第8章●グローバル化と日本……205

EU統合は独仏間から始まった／大きな共同体を作ろうとする
試み／EU統合がなぜ壮大な実験なのか？／「FTA」の意味と
は？／日本がFTAに積極的でない本当の理由／「収穫逦増」が
もたらすもの／転換が必要な日本の農業政策／中国との競争
に勝てない？／対立を超えられるか？

第9章●貯蓄率の低下が日本を変える……227

日本人が貯蓄をしなくなる日／まずは、GDPから理解してお
こう／「付加価値」は分配される／「三面等価の法則」／貿易サ
ービス収支の算定式／不況期になぜ貿易黒字が増えたのか？
／景気と貿易黒字の関係／日本経済は、新しい局面に向かう

第10章●私たちはタイタニック号の デッキにいる……249

借金で首が回らなくなっている日本／プライマリーバランス
の回復／日本の「格付け」が落ちたとき／国債の価格が暴落す
る／日銀による国債の引き受け／ワイマール時代のドイツで
起きたこと／富裕層はすでに予感している？／面舵(おもかじ)
いっぱいか取舵(とりかじ)いっぱいか？／民主主義誕生まで
の大きな流れ／舵取りできる人はどこにいる？

装丁：江嶋 任（江嶋デザイン事務所）

写真：高橋 昇

本文カット：稲垣 裕子

タイタニック号の衝突を回避するために（序に代えて）

5年8ヵ月前に出版した『痛快！経済学』（集英社インターナショナル刊）は、当初の期待をはるかに上回る読者（集英社で文庫本化された分を含めると約50万人）の皆さんの手に取っていただきました。それほど多くの日本人が、基礎的な経済学の考え方を学ぼうとされているということは、私にとって大変な驚きであると同時に、無上の喜びでした。

オリジナル版『痛快！経済学』では、マーケットメカニズムとは何か、政府の基本的役割とは何か、といった基礎的な経済学の考え方を、経済学に接したことがない読者を対象にやさしく解き明かしました。その後、多くの読者から「財政危機や日本経済の将来など、日本が直面している具体的な問題を、『痛快！経済学』で展開した基礎理論をベースに、本格的に議論して欲しい」という声が寄せられました。大変ありがたいことであり、私としても、そのような声になんとかお応えしたいと考えてきたのです。

さらに、あとで述べるように、2010年ごろが日本経済にとって大きな歴史的転換点になる、そこをなんとか乗り切らないと日本は大混乱おちいに陥ると私は確信しているのですが、このことをどうにか読者の皆さんに知っていただきたいという思いも強くあったのです。

これらに対する暫定的な答えが、本書『痛快！経済学2』なのです。

実は、私はもう30年以上も日米の大学で経済学を教えてきたのですが、日本人に「マーケットメカニズムの本当の意味」を

正しく理解してもらうのは、並大抵のことではないと感じてきました。「競争原理」や「成果主義」といったマーケット特有の考え方は、日本人には観念的には理解できても、目の前に競争の敗者が始まると「かわいそうだ」という同情論にかすんでしまうのが普通です。だから、日本におけるマーケットの使い方は常に中途半端になりがちですし、小泉内閣で構造改革がなかなか進まないのもこのためなのです。

しかし、単純な「かわいそうだ」論だけではグローバルな競争には生き残れません。同時に、文化的伝統の異なる日本人が、アメリカ流のマーケット理論をそのままのかたちでは受け入れられないのは当然のことです。いったい、この矛盾をどう解決したらよいのでしょうか？

おそらく、日本人がマーケット理論とどう付き合っていくかという問題は、日本の将来を考える場合、最も本質的な問題の一つであると思われます。

本書『痛快！経済学2』には、この問題意識が底辺に流れています。

たとえば、「情報の非対称性」というキーワードで日本経済を分析すると、「日本型の経済システム」がマーケットの欠点を補うための巧妙な仕組みであったことが示されます（第3章）。ただし、グローバリゼーションの加速で日本型システムに新たな問題（たとえば、エレクトロニクス産業の競争力低下）が発生していて、それを克服するには、何が必要であるかもここで分析されています。

あるいは、IT革命が本格化すると、マーケットメカニズムがどう変化するのか（第6章）、また、IT革命が日本人の生き方に

いかなる変化をもたらすのか（第7章）という分析も試みました。

第8章では、最近注目を浴びているFTA（自由貿易協定）に対して、日本がどう対応すべきかについて述べました。

ところで、先に触れたように、私は2010年ごろが日本経済の大きな歴史的転換点になるだろうと予測しています。この節目をうまく乗り切れるかどうか、実は日本の将来を決める、と確信しているのですが、いずれにしても、日本の将来を担うべき若年層の方々には、ぜひとも第9章、第10章を熟読していただきたいと思います。日本人、とくに若年層がここで取り上げられるような問題を理解し、解決に向けて動き出さないと日本は「危ない」からなのです。

具体的に言いますと、いま三つの問題を私たちは抱えています。

①急速に進展する少子高齢化によって、日本の家計貯蓄率は2010年ごろにはゼロにまで落ち込むと予想されますが、これによって日本は、資本輸出国から資本輸入国へと歴史的転換を遂げます。この未曾有^{みそう}の経験が、日本社会に何をもたらすのか？（第9章）

②巨大な累積財政赤字を抱える日本経済をタイタニック号にたとえるなら、2010年ごろに氷山に激突（財政的に破綻^{はたん}）する可能性があります。どうすれば氷山への激突を回避できるのか？（第10章）

③今後、労働人口が急ピッチで減少を始めるため、2010年ごろには、かなりの外国人労働者を受け入れざるを得なくなることが予想されています。これまで同質社会に慣れっこになってき

た日本人が、どう外国人労働者と折り合いをつけていくことができるのか？（この問題はあまりにも複雑なので、本書では取り上げていません。将来の課題としたいと思います。）

本書は、危機的な状況にある日本経済の諸問題を、できる限り多くの方々に平易に伝え、問題意識を共有していただくことを大きな目的としています。したがって、学生やビジネスマン・OL・自営業の方はもちろんのこと、中高等学校の社会・公民科の先生方、高齢者の皆さん、主婦層といった多様な読者が本書の対象になると考えています。

このように、できるだけ多くの方々にお読みいただく必要上、本書の執筆に当たっては、初版『痛快！経済学』をお読みいただいた読者のみならず、読んでおられない初めての読者にも、十分議論が理解できるよう配慮をしたつもりです。そのため、基礎的な理論の復習も、意識的に随所に配してあります。

最後になりましたが、本書が成るに当たっては、集英社インターナショナル代表取締役の島地勝彦さん、同社取締役の中野和雄さん、同社出版部編集長の田村浩偉さんにひとかたならぬお世話になりました。この方々の熱意がなければ、多忙を極める私がこれほどタイミングよく本書を完成させることなどあり得なかったはずです。深く感謝したいと思います。

2004年10月吉日

中谷 巖



第1章

●マーケットの深い意味を知る

Market Mechanism VS. Democracy

マーケットメカニズム(市場原理)が健全に働くことで、私たちの生活はもっと豊かに、そして「やりがい」のある面白い社会になる——このことを、これまでの経済学は明らかにしてきました。ところが、現実の日本社会はいまだマーケットメカニズムに対する正しい理解が不足しているために、多くの分野で社会主義的な統制が残っていて、これが私たちの将来に暗い影を落としているのです。マーケットとは何か？ このことをもう一度しっかりと見つめ直しましょう。





●私たち自身に関わっている日本の難問

私たちが生活しているこの社会には、多くの問題が山積しています。

そして、やっかいなことに、日本社会が抱えるそれらの問題はどうか簡単に解決できそうもないと、私たちみんなが感じているのが実情です。

いちばん大切なはずの学校教育一つとっても、そうです。

学校教育は、日本の将来を担う立派な社会人を育てるために、本来しっかりとしたビジョン（理念）のもとで整備されるべきものです。しかし、国の教育方針は青写真が示されないまま、現実を追いかけるのに汲々とするだけで、右に左にと揺らぐばかりです。

また、公的機関の「民営化」も、声高に叫ばれた割にはなかなか進んでいません。

民営化とは、税金のむだ遣いをやめさせ、「やる気のない」組織を、民間企業と同じような競争に放り込み、社会全体を活性化させるためにとられた方法だったはずですが、ところが、おうおうにして民営化に反対する「抵抗勢力」に骨抜きにされがちで、まだまだ道のりは遠いと言わざるを得ません。

そのかわり、これまでは権威の象徴であった一流企業のモラル（社会的倫理）の失墜が、次々と明るみに出ています。消費者不在の隠ぺい工作や保身ぶりは、日本の伝統的な企業社会を問い直すきっかけとなっています。

でも、これらは、日本社会が抱えている難問という氷山のほんの一角に過ぎません。

そこで、私は読者の皆さんに聞きたいのです。

「私たちの社会がいま抱えているさまざまな問題の根っこ、つまり根本的な問題とは、いったい何なのでしょう？」

このことを考えてみたことがありますか、と。

私は、初めから答えを明かしておこうと思います。

実のところ、日本人には経済学（や民主主義）の基本的な考え方が十分身についていないこと——これがその答えです。

もう少し付け加えて言うなら、マーケットメカニズム（市場原理）に対する理解度、すなわちマーケット（市場）をいかに利用するかという知恵が、ほかの先進諸国に比べて決定的に欠如しているということです。これが日本の抱える根本的な問題点なのです。

●日本は立派な民主国家？

本書で経済学というものに初めて触れるという読者もおられるでしょうから、ここではまず、「マーケット」という言葉をかいつまんで説明してから、話をその先へ進めることにしましょう。

マーケットは「市場」と訳されるのが普通ですが、これは魚市場とかフリーマーケット（ノミの市）などのような目に見える「場」ではなく、抽象的な「場」のことです。

その「場」とは一言で言うと、物やサービスを買いたいという人々と、それらを売りたいと思う人々（または思惑）が出会う「場」を指しています。しかもその「場」は地球上のありと