蛻變的列島　目錄

總序　迎接二十一世紀的挑戰　趙耀東 …… IV
前言 …… VII
◆第I部　傳統路線的轉變◆
第一章　經濟大國→生活大國 …… 3
警鐘向二十世紀末的日本敲響　4
日本經濟發展對國際的影響　5
向高科技領域的急速擴展　6
政府宣示的計畫——擺脫經濟大國的形象　9
日本是「生活大國」嗎？　11

第Ⅰ部

傳統路線的轉變

第一章

經濟大國→生活大國

日本經濟，在國際上算是超群的，但也不能說真有那樣富強。這裡，把生活大國放在經濟規畫的支柱位置。但是政府的目標，並非是生活的「大國」。安全、安定、安心的日本，原本生活素質就比較好。因此應該推崇日本的自我同一性。

警鐘向二十世紀末的日本敲響

首先，我們以經濟計畫為焦點展開話題。日本經濟，在諸發達國家中，其發展最為順利。雖然有經濟不景氣的影響，但在諸如「經濟成長率」、「物價上漲」、「失業率」、「國際收支」等方面，均是發達國家中成績最好的。那麼，到了本世紀末，情形又如何呢？

在經濟方面，有四個問題值得注意。第一是「生產人口的減少」。二十年前，等候舉行成人儀式的人有二百五十萬，現在則是二百萬人，二十年後將僅剩一百一十萬人，這意味著勞動人口的銳減。可是另一方面，高齡者卻激增。九〇年代人口並未明顯減少，但到二〇一五年，每四人中就有一位是六十五歲以上的高齡者，這將給財政帶來負擔。

第二是「儲蓄率降低」。自從擺脫六〇年代的困境進入七〇年代，到現在的二十年中間，儲蓄率持續下降。生活富足了，為什麼儲蓄率卻反而下降了呢？這就是「勤儉儲蓄」的國民性發生了變化。可以說，日本的經濟是由「儲蓄」和「投資」構築而成的。那麼，今後

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

日本經濟走下坡的可能性是很大的。

第三，「市場的成熟化」。當經濟成長到一定水準，市場上擁有充足的耐用消費品，房屋、汽車趨於飽和，食品豐富充盈。年輕人對吃剩的東西毫不在意，多麼浪費。無論什麼，都已是「好了，夠了，已經夠了。」一旦出現這種情形，那市場的活力就要喪失了。

第四，「國際社會的制裁」。來自海外的對日本產業界的責難更強烈了。並且衆口一致地呼籲：擺脫殘酷的競爭、實現「共生共存」的格局。

國際社會的這種批評態度，會使日本經濟在今後的道路上不斷遇到困難。

日本經濟發展對國際的影響

用經濟大國這個詞稱呼日本已為世人所習慣了。日本的經濟是從大幅度拓展海外市場開始的。當然這就需要日本以各種的方式加強和海外各國交涉。因此這是日本的難題之一。

那麼，現在的日本經濟處於怎樣的水準呢？從GNP（國民生產總值）在世界經濟中所占比率來看：在九〇年，日本占百分之十三・二，美國占百分之二十四・一、EC（歐洲共同體）占百分之二十八・四。EC擁有人口三億五千萬人、美國是二億八千萬人，日本是一億二千萬人，那麼，平均GNP，依匯率換算成日圓，則日本居於首位。

日本奇蹟般地發展，特別是「神武景氣」（譯注：指五〇年代末至六〇年代的繁榮期）和「平成景氣」（譯注：指八〇年代末至九〇年代的繁榮期）期間所出現的高速成長，的確令人稱奇。

說起日本的經濟地位，在海外已有種對日本的懼怕心理，近來在歐洲就更為顯著。我每年都到德國的漢諾威去，蒐集該年度的資料。我注意到，歐洲共同體對日本的東西已逐漸懼怕起來了。有件事足以為證。經團連（譯注：是日本各部門、各行業的經濟團體的聯合組織，透過該組織實現彼此之聯絡，並就重大經濟政策向政府、國會表達自己的意見。該聯合會成立於一九四七年）的考察團赴歐考察，與歐洲共同體各國的經濟界人士舉行了懇談會，考察團回國後，所謂「共生論」、「生活大國論」等建議與警告，一時間甚囂塵上。這說明，在這方面確實存在著問題。

比如，瑞士的手錶。十幾年前，去瑞士是一定要買手錶的。送行時，總會有四、五位朋友或同事請求道：「拜託，請代買一隻手錶。」於是便「好的、好的」答應下來，並如約將錶買回。因海關免稅額僅三隻手錶，所以在當時，因手上藏著六隻手錶而被查獲的事也曾發生過。可是現在呢？瑞士錶已「落魄」得很了。

再看照相機，萊卡、康泰克斯，曾是我輩夢寐以求的照相機，可是現在，它們連影子也見不到了。機械工業是瑞士、德國的表率；船也是德國的名氣大。但是現在是日本已後來居上，控制了國際市場。

向高科技領域的急速擴展

我已注意到了這一動向，最近，也有這方面的例子。比如：著名的德國ＡＥＧ德律風

根和庫隆狄公司，在三、四年前瀕臨倒閉。德律風根得到賓士公司的幫助，而庫隆狄則一直不順利。

此後，舉世聞名的高科技企業荷蘭飛利浦公司，在九〇年出現三千六百億日圓赤字。還有ＡＣＬ是英國電腦製造業的龍頭，可是被日本的富士通購得百分之八十五的股份。法國是對日本最嚴厲的國家，防範的壁壘最嚴密、牢固。當然，不可能總是這樣一成不變的。我去法國時，當時的總理克列松說：「日本人是黃色的螞蟻。」這句話的意思顯然是指日本人一步步擠入了法國市場。

曾任日本經濟企畫廳長官的高原須美子在訪問歐洲共同體總部時說：「歐洲共同體以日本為對象，實行堡壘化、要塞化。」這是雙方爭執的最大焦點。高原須美子還明確指出：「歐洲共同體是為了對付日本才建立的。」日本已經是以經濟大國的姿態令人矚目地出現在國際社會之中。可是，這個經濟大國也陷入諸多問題的包圍之中。

另一方面，日本與美國的關係也有類似的情形。美國也背負了沉重的負擔。在越戰中的失敗，「為了海外利益而採取了各種行動，卻忽略了這些行動帶來的麻煩」，因而導致了國內經濟的惡化。

而日本，由於和美國簽訂了安保條約，因而節省了大筆軍費開支、轉而投入產業開發之中。所以從另一個角度來看，許多人都認為：「日本得到了一個大好處。」

下面的這種看法也是有一定道理的：「日本的軍費開支只占ＧＰＮ的百分之一，軍隊

不過二十萬至二十三萬人；如果我們擁有二百萬或三百萬的軍隊，那麼年輕力壯的人就要中斷工作，在郊外跑來跑去地進行軍事操練了。

在軍費上，美國高達五十兆日圓，製造了大量的軍艦和飛彈，毫無實用價值，就那樣擺著；這些東西一旦都用上，那無異就是世界末日了。但這又需要廢棄舊的、製造新的，反反覆覆沒完沒了。日本每年只有四兆多日圓的防衛費，與日本的經濟規模相比，這些錢是不算什麼的。那麼其餘的錢便都投入到提高生產能力上。這可是不得了的事。

日本在生產技術上，得趕上曾經是先進的美國，並且把以機械電子技術為基礎生產的新產品源源不斷地出口到世界各地。就產業競爭力來說，歐洲也好、美國也好，都顯然比不過日本。

日本在產業競爭力上能夠超越他國，基本原因是「集團主義的開發力」、「工廠製造技術高超」以及與「廣告宣傳系統和方式」相對應的「中小企業薄利多銷策略」。對日本產品，雖有來自他國的不滿和責難，但誰也不能否認日本產品品質好、價格低。

工作機械、鐘錶、ＯＡ機器、汽車、家用電器，無論哪一類都是物美價廉，因此才得以暢銷世界。然而，這只是我們一廂情願的想法，作為進口國的對方卻往往不這樣認為。這就是由於不同國家在價值觀上的差異而引起的問題。

問題首先出在美國。美國曾經占世界經濟規模的百分之四十，現在則只占百分之二十四。就像鮑爾・甘迺迪在《大國的興亡》一書中所說：美國在經濟實力達到強盛之時，當

然就會問鼎霸主的寶座。而現在美國的經濟正逐步衰退，而軍事力量又不能削減，這就出現了不平衡，也就引起了衰退。而且不論怎樣補救，美國仍在一路下滑。歐洲共同體也清清楚楚地看到了這個問題。所以，在本世紀最後的時間裡，他們不能聽任日本經濟以現在的路線迅速發展，這是毋庸置疑的。他們為日本提供的、可選擇的道路有三條——「擴大國際貢獻」、「致力於技術革新」、「拋棄成長取向型價值觀」。

政府宣示的計畫——擺脫經濟大國的形象

現在，許多人都感覺到：只有日本獨領風騷，這樣好嗎？從目前的情形來看，日本是過於側重產業活動了。作為對此的反省，最近忽然出現了做「生活大國」的論調。對於日本國內來說，這種言論可謂忠言逆耳。

必須提高生活的品質，使生活大國這一政策成為「五年經濟計畫」中最突出的部分。在計畫中，依據各種資料、製成了非常詳細的具體目標，以數字形式列出了實施方案。

其中核心內容有兩條，「以五年的薪資收入能夠購得自己的住宅」、「五年後將工作時間限定在每年一千八百小時之內」。

也就是說，這個計畫所實行的改革，目標之一就是要縮短工時。許多外國人都覺得難以理解，「日本的產業怎麼會那麼強呢？」其實，日本靠的是高昂的工作熱情、頑強拚搏的工作精神、超時的工作量。這些是海外諸國所望塵莫及的。因而也就被人批評為「有違人

道」。政府的計畫顯然也是參照這些意見而制定了縮短工時這一重要的內容的。

把日本汽車與美國、歐洲的汽車作一比較，在生產性、品質等方面，日本汽車具有明顯領先的優勢。因此日本汽車在美國、歐洲市場上構成威脅便成為一種事實。

到底問題出在那裡呢？在勞務方面，外國人所提出的批評有兩點。其一，依照統計數字，日本方面工作時間過長。但日本人覺得這本是企業經營者與工人之間協商的事，如今卻成為政府的課題而大加渲染，顯然並不恰當。

還有一點，據德國的一家報紙所載，在勞務薪資上，日本與歐洲並無明顯差距，如果再計入薪水以外的附加報酬，那日本方面反而低一些。歐美汽車製造企業中員工能夠享有充裕的帶薪休假和育兒休假，以及其他各種權益。就單位時間的收入看，日本與美國、德國相比還不算遜色。從整體勞務成本的水準相較，日本卻是低的。由此可知日本在薪水以外的權益也少了一些。

比如，在瑞典，享受育兒休假的人，還可以得到百分之九十的薪水，而日本則只有投保社會保險金所積存的那一點錢，這當然是很大的不同了。我在瑞典工業聯盟還聽到這樣一個事情：在一千名員工的公司中，每天工作的只有七百人，其餘三百人都在休假，而且是有薪水的休假。真是令人吃驚。

在上述背景之下，歐美人提出了對日本的批評。日本也接受了這一批評，並已開始在改善日本的勞動條件。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

日本是「生活大國」嗎？

我對確立「生活大國」這樣的目標是想提出反對意見的。誰能說清楚在生活上做「大國」是什麼含義？若是外國人聽到這個目標，一定會瞠目結舌：「生活上的超級大國？」「生活」的高低，不僅反映在數字上——像薪資、工作時間、現金之外的附加收入以及住宅面積之類，它更反映在看不見的「質」的方面。以這樣的觀點來看的話，那我認為，日本「生活的品質」是高的。生活的基本保障有三「安」，即「安全、安心、安定」，在這三方面，日本絕對是良好的。

在日本，婦女在夜裡可以一個人安全地行走，最近，即使到了深夜也還有婦女一個人在街上走。據日本駐海外人員的觀察，世界上的先進國家沒有一個能夠做到這一點。

在「安全」的水準上，日本最高，這當然是構成生活大國的充分條件之一。不管所謂生活大國是什麼樣及該有什麼，總之日本是一處「非常安全的天地」，這是毫無疑問的。

第二點是「安心」。首先，日本的養老有保障。各先進國家中，養老年金數額以日本為最高，開始支付年齡也以日本最低——女性五十六歲、男性六十五歲即可領取養老金了。未在公司任職的人則從六十歲起享有養老金。這樣優厚的福利在世界上是不多的。

在老人住院治療這一項上，日本最長，平均四十天左右。美國則僅七日，即使雷根總統這樣的人物，做治癌手術，也是一個星期就出院了。在這方面作為生活大國該是夠資格

吧。

第三點「安定」。日本是全面的終身雇用制，即使是在經濟不景氣的背景下，失業率也保持在百分之二以下。而美國、德國的失業率均是日本的三倍左右。這樣看來，說日本是「三安」國家應是無可厚非的。

日本對自我同一性的推崇

這派觀點的基本論點是：「日本只有保持自我同一性，才能證明自己的存在。」不同國家在傳統、文化、社會習慣等方面均不相同，那麼就應該是別人有別人的做法，而日本有日本的做法。的確，在日本的大都市裡，住宅是狹窄的，這正是由於體認到日本土地面積狹小而採取的合理做法。和美國相比，日本單位平原土地面積的國民生產總值，是美國的二十倍，所以日本的地價是美國的二十倍也是自然的事。因此，要求日本國內具有寬闊的居住面積是強人所難。

我們也聽說過，在美國的課長級人物家中作客，住宅是寬敞的，到了晚上，庭院裡竟還有狐狸出沒。在日本，即使是身為富豪的總經理的家也達不到。

好了，過於拘泥於有關土地問題的數字又能怎樣？重要的還是把生活的「質」提升上去，因此做些量的比較就夠了。

另一方面，日本以往已過於強調發展經濟，那麼，在本世紀的末期，使生活水準達到

全球最高這一目標，將取代發展經濟而成為頭等重要的國策，看來，日本國策的這個轉變，是勢在必行的。

可是，「生活大國」這個口號一經使用，馬上引起了海外的驚懼，政府趕忙在外國記者面前解釋：「生活大國一詞的含義，僅僅是『更高品質的生活』。」

至於大國論如何如何我們暫且不談，還是實實在在地把重點發展方向放在更富裕、更祥和上面吧。當然，這是與從經濟大國轉向生活大國這一國策調整在本世紀末期所產生的影響一致的。

再看看一生中的工作時間和自由時間，男性與女性就不相同。所謂自由時間是指扣除用於工作、就學、家務、上學、上班往返路程等時間之外，用於睡眠、吃飯、處理自身瑣事等方面的時間。據統計，這一時間，在一九九三年是十九萬六千個小時，到二〇〇〇年是二十萬小時左右。工作時間將從九三年的九萬七千小時減少到九萬一千小時。

由此可見，一天二十四個小時，每人到去世之前，用於工作的時間所占比率是很小的。人的一生中用於工作的僅有百分之十，如果認為這百分之十還嫌多的話，那也許是過於神經質了。

日本可以說基本上已實現了經濟大國，但因為許多人認為並未達到真正的富裕，因此產生了做生活大國的政府計畫。可是具體內容卻稍稍偏離了目標，應該把握方向，即確保成為「三安」國家。

第二章 超越國境→邊境壁壘

人員、物資、金錢、資訊跨越國境的交流日益增加。這是個超越國境的時代。可是，由於國際收支的不均衡加劇，便產生了EC（歐洲共同體）、NAFTA（北美自由貿易協定）的區域保護，邊境壁壘又使人們真確地意識到國境的存在。作為對策，我們應「著眼於在亞洲的發展」。

國境「消失」的進展

我想對超越國境化的動態做一番探討。所有的壁壘和防範都消失了還是怎樣？這是個困難的問題，不過嘗試提出我的回答。

從世界全局看，所謂超越國境化，即「無國境時代」的傾向已明確出現了，因此稱為超越國境時代。

如果把各國的經濟規模和跨國企業的經濟規模加以比較，將令人感到驚訝。如果按經濟規模的大小將國家和企業混排在一起，那麼前一百名中，竟有一半以上是跨國企業。可見跨國企業的經濟規模已超出了某一國家的局限。

這樣的企業，都是跨國經營的。而且呈逐步擴大和增加的趨勢，從這一現狀看，可以說原有的國境是朝著消失的方向進展。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com