



このシリーズは、スタートして今号で5年3カ月になります。30年続いた「平成」の時代も終わりが近づいてまいりました。この5年間の「経済の新語・流行語」を土台にした刊行物は以下のように発売されております。なお、このインターネットのシリーズは平成の時代が終わる来月(4月)号で一応終わることになります。ありがとうございました。

今後どうするかは、来月までよく考えます。

【発売の刊行物】

○表題：「平成史～経済の流行語・論点でたどる～」

○出版社 草思社 ○価格 1,836円（税込み）

○発売日：2019.2.末 ○本の長さ272ページ。

【まとめ方】

1. 原則として、マスメディアに登場する経済の新語と、しばしば使われるものを流行語として取り上げる。多少古くても、意味やそのニュアンスが少し変わったものも流行語として扱う。
2. 取り上げた項目は、内容によって右の11に分類して表示する。
(分類は18年4月から一部変更)
3. 取り上げ方は、まず最近の経済の動きの中から「代表的な新語・流行語」を取り上げ、次に、前月後半とその月前半の1カ月の「新語・流行語」複数を解説する。
4. このPDFファイルは、無料で、原則として、月に1回（15日前後）を目途に小生の本サイトで公開する。

政策関連・成長
財政・税制
エネルギー・環境
金融・証券
産業・雇用
食・農林漁業
社会保障
情報デジタル化
地域・人口
対外関係・国際
暮らし・経済全般

No.2019_3 目次

1. 今号のキーワード

- ①景気は既に後退期か? 1
- ②低い日本の労働生産性 1
- ③携帯値下げ問題 2
- ④止まらない人口の東京一極集中 3
- ⑤広がる新素材「CNF」の用途 4

2. 気になるワードの「ひとくち解説」

- [1] 「企業版ふるさと納税」の使い勝手改善 6
- [2] 「情報銀行」 6

1. 今号のキーワード

①景気は既に後退期か? ----- 《 成長 》

日本の景気は、19年1月末ごろには、低成長ながらも景気拡大が戦後最も長い6年2カ月に達した可能性が高いと言われていたが、内閣府が3月7日発表した1月の**景気動向指数**の速報値は、景気の現状を示す「一致指数」が前月より2.7ポイント下がり97.9となった。5年7カ月ぶりの低い水準で、悪化は3カ月連続である。このため、基調判断がこれまでの「足踏み」から「**下方への局面変化**」に引き下げられた。景気はすでに後退局面に入っている可能性が高いという。

景気動向指数というのは、景気の動きに敏感な指標を合わせた指数で、先行き、現状、過去の3種類がある。このうち現状を示す「一致指数」の判断は「改善」「足踏み」「局面変化」「悪化」「下げ止まり」の5段階があり、内閣府が毎月、基調判断を示す。今回、景気の動向が看板倒れになりそうな局面変化が起こったのは、なぜか。

最も大きな原因は、中国の景気減速だと言われている。中国は米国との貿易摩擦などを背景に成長が鈍化しており、半導体や産業機械を中心に、日本から中国への輸出は19年1月、前年から17%も落ち込んだ。半導体大手のルネサスエレクトロニクスは9月までに、国内の6工場の操業を約2カ月停止し、長期の需要低迷に備える方針を明らかにした。

ただ、景気の拡大が終わったという正式な判断は「山」を越えたとみられてから少なくとも1年ほど先までのデータも分析した上で内閣府の研究会が確定する。これまでも、2014年の消費税増税後、景気動向指数は「下方への局面変化」と4カ月間判断されたが、その後、景気回復は途切れていなかったと認定された例もある。

今回も10月に「消費税増税」が予定されている。菅官房長官をはじめとする閣僚や、財務省幹部は「景気後退を示す決定的なデータはない」といった強気の発言をしているが、一方で、毎月勤労統計の不正で政府統計全般への信頼が揺らいでいることもあり、野党が政府の経済政策運営をめぐる国会論議で、攻勢を強めるのではないとも言われている。
(各紙2019.3.8付)

②低い日本の労働生産性----- 《 成長 》

景気が良くなれば、経済成長も高まるが、投下した労働力の能率を上げること、つまり、生産性の向上も重要な要素である。ところが、日本では、労働生産性の水準は高まらず、米国の約3分の2に止まっており、主要7カ国(G7)の中では最下位だ。どこに問題がある

のだろうか。経済産業研究所副所長の森川正之氏は、次のように分析している。(日経「経済教室」19.3.5付)

労働生産性という指標には、機械設備など資本の多寡が強く影響するが、この点で主要先進国の間に大きな差はない。また、日本は労働時間が長いので、時間当たり生産性が低いという見方も根強いが、これもどどの生産性指標で見ても、国際的位置はほぼ変わらない。さらに最近問題になったような極端な長時間労働を別にすると、労働時間を短くするほど生産性が高まるという単純な関係ではない。

このほか、エピソードに基づく臆測も数多くある。「日本人はサービスがタダだと思っている」「日本は競争が激しすぎるから」「日本の企業経営が下手だから」等々。しかしいずれも根拠はあいまいだ。

一般に生産性向上の二大エンジンは、「技術革新」と「労働力の質向上」であり、今後もこれらが生産性向上の柱になるのは間違いない。しかし、日本の研究開発集約度は米国よりも高い。また、学力やスキルの国際比較調査から見て、日本の人的資本の質はトップレベルであり、これらで日米生産性ギャップを説明するのは難しい。

[結論]各国の所得水準の差を要因分解した研究の多くは、資源配分の効率性の違いが国全体の生産性に強く影響することを示している。この観点からは、日本では「優良企業のシェア拡大、非効率企業の撤退」という新陳代謝のダイナミズムが弱いことが比較的重要な要因かもしれない。グローバル競争の障壁、労働者・企業の地理的移動コスト、政府規制、既存中小企業の保護などがこの点に関係する。

例としては、企業の教育訓練投資は生産性への寄与が大きい。IT(情報技術)革命の経験に照らすと、AI(人工知能)など新しい汎用技術を利用するサービス産業で、教育訓練などの補完的な無形資産投資を充実することが今後の生産性向上にとって重要だ。

マイナス要因の例としては、過度な土地利用規制が人や企業の最適配置を阻害し、国全体の生産性を押し下げることがわかっていると述べている。

③携帯値下げ問題 ----- 《 情報デジタル化 》

政府は3月5日、携帯電話料金の引き下げに向けて、電気通信事業法の改正案を閣議決定した。日本の携帯料金は諸外国と比べ、高すぎるとされ、総務省がNTTドコモなど大手3社に働きかけていた。

その結果、端末代金の割引分を通信料金に上乗せしたセット料金を禁止し、端末と通信を切り離れた「分離プラン」の提供を義務化することになった。これまで、利用者を「2年縛り」や「4年縛り」などで囲い込み、解約を不当に妨げる契約によって、端末を頻りに買い替える人が恩恵を受ける一方で、同じ端末を長く使う人が本来より高い通信料を払う

よくなるという不公平を防ぐことにした。通信料と端末代の完全分離を義務付けることによって、通信料の引き下げを促すというのである。このほか、今回の法改正案には、契約期間中の解約金の見直しや、販売代理店の届け出制度を導入することも、盛り込まれている。

最大手の NTT ドコモは「今年 4～6 月に通信料金を 2～4 割値下げする」と発表済みである。「過去数年で米英独仏の携帯料金はかなり値下げが進んだ。それに比べると日本は割高と言われた。ドコモの動きに、市場全体が追随するかどうか注目したい」(日経社説 2019.3.7 付) という期待がある。

これに対し、KDDI は、「誰かが下げたら対応していく」とさらなる値下げを示唆している(高橋誠社長)。またソフトバンクも割安ブランド「ワイモバイルで 2020 年度前半に分離プランを導入し、通信料を 1～2 割引き下げる予定という」しかし、通信料は下がっても端末代は実質値上りするという見方が強い。特に高額な端末の販売は鈍りそうだ。ドコモの吉沢和弘社長は「お客から見たら端末代は高くなる。買い換え周期が長くなることも考えられる」としたうえで、客が買いやすい中価格帯の端末充実を検討しているという。(朝日 3.6 付ほか)

ところで、スペインのバルセロナで 2 月 25 日開かれた世界最大の携帯関連見本市「MWC19 バルセロナ」では、次世代の高速通信規格「5G」の速度を想定したスマホが登場したと伝えられる。例えば、スマホ出荷台数世界 3 位のファーウェイは、開くとタブレット、畳むとスマホになる折り畳み型を発表した。広げた時の画面の大きさは 8 インチある。5G の通信速度が現在の 4G より 100 倍速くなることを想定し、画面を広くとる発想で開発されたという。(日経 2.26 付)

④止まらない人口の東京一極集中----- 《 人口 》

毎年 3 月は、人口の移動が最も多く、全体の 2 割を占めるというが、最近目立つのは、人口の東京一極集中が止まらないことである。総務省が 1 月末に発表した 2018 年の住民基本台帳人口移動報告によると、転出入では、東京圏(1 都 3 県) の日本人は 13 万 5600 人の純増となった。増加は 23 年連続で、最近 5 年間では最大である。

しかも、残る 43 道府県すべてから東京圏に人口が流出しており、大阪府も愛知県も流出を引き留めることができていない。東京圏の転入者数から転出者数を引いた「転入超過数」をみると、最も多いのは大阪府で、東京圏転入者の約 1 割を占める。次いで愛知、兵庫と続き、1 千人以上の流出が 36 道府県に及んだ。大阪府から東京圏への流出は 5 年連続で 1 万人以上となっている。

現時点の公表データでは年齢別の内訳は分からないが、17 年時点でみると、人口移動の 6 割近くを 20 代が占めており、「若者の東京圏流出が深刻」(大阪府)とみる。大阪大学キャリアセンターによると、就職内定者の 6 割が東京都内に本社を置く大手メーカーや商社に

就職する傾向が強まっている。地元企業を含め業界研究を十分するよう助言しても「聞く耳を持たない」というのである。大阪府は、近畿や中四国を中心に東京都と愛知、沖縄を除く40道府県から大学入学生など計1万7千人以上を集めるが、その7割が卒業後などに東京圏に流出している。

愛知県にも、東京圏と京都、茨城を除く40道府県から、合計1万2千人以上が流入しているが、その割にあたる1万人弱が東京圏に流出した。東京圏を除く43道府県で他府県から各1千人以上の転入超過があるのは、大阪、愛知のほか福岡、宮城であるが、いずれも周囲から集めた人口の多くを東京圏に吸い上げられ、人口を留める求心力を欠いている。

情報通信や法務会計など平均所得の高いサービスが東京に集中している影響も大きいという見方がある。しかし、人口を留めるための産業を育成するには時間がかかり、20年に東京圏の転入超過をゼロとする政府の目標達成は難しそうである。

ただ、東京都心の不動産価格は高騰していることから、子育て世代に選ばれるのは、郊外の比較的割安なマンションだと言われている。例えば、2018年の年少人口転入超過数(0～14歳の日本人)が5年前の13年比で最も増えた市区町村は千葉県流山市だった。3.8倍の789人で、全国順位も42位から2位に急上昇している。「母になるなら、流山市」のキャッチフレーズで、共働きの子育て世帯の誘致を強めたのが効いたようだ。(日経19.2.25付)

⑤広がる新素材「CNF」の用途 ----- 《 産業 》

鉄より軽く、衝撃性や耐熱性にも優れているとされる新素材「CNF」の用途が車や建築素材だけでなく食品や化粧品など、さまざまな広い用途があることが分かってきた。「CNF」については、この欄の経済新語を土台にしてまとめた出版中の「平成史(P.248)」でも取り上げているが、直径3～4ナノメートル(ナ)は10億分の1)に細かく切断した木の繊維を高速で衝突させ、一体化させたもので、樹脂などの素材と組み合わせる。鉄よりも軽く、強度は5倍。

製紙の製造設備の一部が使えるため、製紙各社が開発を競っている。中でこの分野に強気の構想を抱いているのは経済産業省で、2030年には、CNF関連市場を1兆円規模に育てる構想を掲げる。そのためには、用途開発が不可欠であるが、どういう用途が考えられているのだろうか。今挙げられているものを例示する。

○CNF用途の本命とみられている**自動車**などの工業用；フィンランドの製紙大手、UPM キュンメネは、車のボディーをCNFで造ったコンセプトカーを発表済み。電動化が進む自動車は、軽量で耐熱性の高い素材が求められており、その点ではCNFは炭素繊維などに比べて熱を逃しやすい。

○**建築用**；生コンクリートをスムーズに流し込むための潤滑材向け。これまでは、生コンを建設現場で流し込む際に残留物がパイプ内に付着する悩みがあった。CNFを混ぜた潤

滑剤でパイプの内面を覆えば、残留物の除去時間を約 8 割減らすことができ、人手不足に悩む建築現場の効率化につながる。

○**食品**；植物で出来ているため、食べられる。そばや食パンなどに添加して食感を良くする用途も出てきた。18 年には CNF 入りのどら焼きも出てきた。

○**化粧品等**；ティッシュのほかに、CNF 入りの化粧水を発売(18 年末)

○**アパレル**；クッション材に CNF を採用したランニングシューズを発売(18 年)

(日経 2019.2.24 付)

2. 気になるワードの「ひとくち解説」

[1] 「企業版ふるさと納税」の使い勝手改善 ----- 《 税制・地域 》

地方自治体に寄付した企業の税負担を軽くする「企業版ふるさと納税」の運用について、政府は、19年度から見直し、使い勝手の改善を目指す。企業版のふるさと納税は、2016年度から19年度までの時限措置であるが、個人版のような返礼品もなく、寄付額は個人版の1%に満たない水準に低迷している。そこで制度の延長を視野に入れ、19年度以降はふるさと納税を前提とした事業以外に、地方創生事業として政府が認めたものや、自治体が将来に備えて資金を蓄える基金などに範囲を広げ、寄付しやすくする。ただ、どの程度の効果があるのかは不透明。(日経 19.3.12 付)

[2] 「情報銀行」 ----- 《 情報デジタル化 》

「情報銀行」と言っても、お金を扱う訳はない。個人のデータを集めて民間企業などに提供する事業者のことである。データは契約に基づいて収集・管理し、個人の指示やあらかじめ決めた条件で提供する。政府は、業界団体の日本 IT 団体連盟(東京)が一定の条件を満たす情報銀行を認定する制度にしたいようで、19年3月下旬にも最初の事例が出る見通しという。ただ、今ある個人情報保護法では、企業などが取得した個人情報を第3者に提供する場合は本人の同意を求めている。こうした個人の安心や信頼の確保が「情報銀行」の課題と言えそうだ。

【参考資料】

- ・ 貝塚啓明ほか編「金融実務大辞典」金融財政事情研究会 2000.9.19 発行
- ・ 総務省統計局編「日本の統計 2018 年版」日本統計協会 2018.3 発行
- ・ 「現代用語の基礎知識 2018」自由国民社 2019.1.1 発行
- ・ 「経済辞典第 4 版」有斐閣 2005.4.20 発行
- ・ 「経済新語辞典」日本経済新聞社 2007.9.20 発行
- ・ 日経、朝日、読売、毎日、宮崎日日(共同)を中心とする新聞各紙、NHK ニュース
- ・ 「金融経済統計月報 2019.2 月号」日銀調査統計局 発行
- ・ 下記公式サイト
(ウィキペディア、日銀、総務省統計局、NHK)