

失われた 30 年の要因と

パブリックリレーションズの役割

山越 厚志

正会員：Japan Public Relations Institute

〒225-0011 横浜市青葉区あざみ野 2-15-22

E-mail :ayay555@au.com

日本は、1990 年代初頭にバブル崩壊以降、ゼロ成長に象徴される「失われた 10 年」が「20 年」そして「30 年」と呼ばれる状況から未だ脱し切れていない。漸く、賃金上昇による需要拡大、さらには経済成長の実現への好循環が期待されているものの、財政赤字の拡大、少子高齢化による年金不足などの将来不安が好循環の妨げとなっている。日本が戦後の経済成長を成し遂げた要因は、アニマル・スピリットに基づく危機意識とその克服のための国際感覚にあり、それらを今日的に実現するためには、パブリックリレーションズを通じた多様なステークホルダーとコミュニケーションが重要な役割を果たす。

キーワード : 将来不安/アニマル・スピリット/国際感覚

1. 日本の戦後経済成長を可能ならしめたもの

第二次世界大戦後の日本は、戦争により人命及び設備を喪失し、1934 年－36 年期の 60%の生産規模からの復興を迫られた。飢餓や闇市がその象徴となっている。1950 年代まではまさに、現状認識のアニマル・スピリットとハングリー精神によって生き延びたと言って良からう。

1960 年代は成長の時代と言え、1 ドル 360 円の固定為替レート、国内炭を凌ぐ経済性をもった安価な原油の輸入、さらにはワーカホリック、過労死という言葉を生む就業姿勢による生産拡大、輸出拡大によって高度成長が達成された。まさに成長を目指すアニマル・スピリットがフルに発揮された。

1970 年代は危機の時代と言え、71 年のニクソンショックによって 1 ドル 360 円の固定レートは過去のものとなり、73 年、79 年の二度にわたる石油危機によって、石油価格が急騰した。日本人は、こうした危機を直視し、生産性の向上、さらには重化学工業から知識集約産業への産業構造転換によって、それを乗り越えた。まさに危機認識とその克服というアニマル・スピリットが

発揮された。

1980 年代は摩擦の時代と言え、70 年代の成果が自動車をはじめとする日本産業の国際競争力を高め、先進諸外国との貿易摩擦を生んだ。対米自動車輸出の自主規制や日米半導体協定の締結は、摩擦を緩和し生き残りを図る奇策であった。更に 1985 年のプラザ合意は円高というプレッシャーを与えたが、自動車産業に顕著であった対米投資にとっては追い風となった。しかし、投資は自動車に留まらず、有名な企業やビル、ホテル、ゴルフコース、さらにはハワイの住宅地までもが日本企業に買い占められる至って、投資摩擦が発生し、日本企業は「良き企業市民」となる必要が高まった。日本による米国財務省証券の所有が政治問題化したこともある。

日本は、まさにハングリー精神により 1950 年の戦後復興を成し遂げ、アニマル・スピリットを發揮して、1960 年代の高度経済成長を実現したと言って良い。さらに 1970 年代の危機克服、80 年代の摩擦対応においても、アニマル・スピリットがいかに発揮されたと言える。

敢えて言えば 1980 年代終わりからのバブル経済もアニマル・スピリットのなせるものと言

えないこともないが、問題は1990年代入ってからバブル崩壊後の対応である。

2. 失われた30年で何が失われたのか

1990年代初頭のバブル崩壊は、ニクソンショックや石油ショックのような外からのショックに対比して考えると、日本自らが発生させた内なるショックと言える。

過剰投資、過剰設備、過剰人員の三つの過剰を解消するリストラは、生き残りをかけたアニマル・スピリットの発揮と言えなくもないが、「失われた30年」という表現が示すようにポジティブな成果をあげたとは評価されていない。その間、財政赤字は拡大し、ゼロ成長、ゼロ賃上げを迫られたとしても、雇用は維持され、治安維持を含め社会の安定が保たれたことを評価することはできよう。

しかしその間、1976年に発足したAppleが紆余曲折を経ながらも成長し、1994年にAmazon、1998年にGoogle、2004年にはFacebook（現Meta）がスタートし、今やこうした企業を含むGAFAMが世界の経済成長をリードしていることを見ても、日本はかつての精彩を明らかに欠いている。

バブル崩壊後の「失われた30年」で失われたものは、ハングリー精神であり、戦後の経済復興、高度経済成長、貿易摩擦対応、円高対応、投資摩擦対応などにみられるアニマル・スピリットと言えまいか。

一時は自由主義世界第2位の経済規模を誇った日本、そして日本人にハングリー精神を求めるとは無理があるかも知れない。ただ、自由主義世界2位の経済規模を誇っても、住居の狭さに象徴されるように、「真の豊かさ」を確信するには至っていなかった。数字的な豊かさを実現したとしても、生活の豊かさ、さらには精神の豊かさを実現するために新たなハングリー精神を発揮すべきではなかったのか。

更に深刻とも言えるのは、バブル崩壊までは生きていたとみられる「国際化以外に日本の生きる道はない」と言った通念、あるいはDNAのようなものが大分薄れてきたと感じる点である。

例えば、日本企業において、リストラの過程で対外進出に慎重となり、果敢に営業展開するよ

り無駄を省き企業体質を強化することが優先され、そこで実績を上げた幹部、いわゆる国内派がトップに昇進する傾向が指摘される。子供の教育、親の介護、さらには配偶者の仕事と言った事情から、海外赴任を希望しない声が、一般企業はともかくかつては海外展開の花形であった総合商社においても多く聞かれるようになった。日本人学生の海外留学生の数も減っている。企業派遣の留学生も減っており、その背景には、国際化がある程度進んだこともあって、国際派になることの価値が低下していることに加えて海外赴任を忌避する条件も重なり、敢えて海外に出ることの魅力どころかリスクがより強く認識されているように見受けられる。

失われた30年で失われたものは、経済成長や賃金上昇といった表面的なものよりも、ハングリー精神、アニマル・スピリット、国際感覚という基本的な姿勢ではないかと考える。

3. アニマル・スピリット、ハングリー精神の意義

失われた30年で失われたものがハングリー精神、アニマル・スピリット、国際感覚であるとして、それを取り戻すにはどうしたら良いか。

ハングリー精神については、先述の通り、既にハングリーとは言えない国民に精神を求めるのは無理があるとも言える。しかし、本来、ハングリー精神は、欲しいものが手に入らない状況で生じるものであり、欲しいものがない、あるいは感じられない事には始まらないと言える。食べたいものが、実は体が欲しているものであることを考えると、ハングリー精神は、人間が生きていくためのアニマル・スピリットの一形態とも考えられる。

そうした観点から失われた30年を見直すと、日本の経済発展による生活水準の向上から来る充足感が、それまでのハングリー精神を弱めたことは事実であろう。

ただ、衣食住の中でも住については、日本の水準は他の先進国と比較して高いとは言えない。バブル期に起きた「一生働いても家が買えない」と言われるような状況が、金融引き締めを促しバブル崩壊の契機となり、その後状況はやや改善されたかもしれないが、買える家の広さや室については精神諸国に比して見劣りすると言わざるを得ない。

まず必要なことは、現状を的確に認識する必要がある。そのためには、様々な分野のリーダー、マルチステークホルダーズと交流し、様々な現場に足を運び、まさに種々多様な現実を直視するための情報収集に取り組むとともに、情報の重要性や意味合いかぎ分ける判断力が重要である。

適切な現状認識が行われ、取り組むべき課題が明確になった後は、あるべき姿の構築と、そこにたどり着くための処方箋の検討が必要となる。そのためにも、引き続きマルチステークホルダーズとの交流が必須になり、構想力が問われる。

対策の実現においては、官民間問わず関係者への働きかけ、ロビングが求められ、これもパブリックリレーションズの大事な柱の一つである。その際最も重要になるのは、相手を説得させ、動かすことのできるコミュニケーション能力であり、プレゼンテーション力、ディベート力が重要な要素となる。

さらにこうした取り組みの効果的にするためにも、対外発信の重要な役割を果たす。特に、日本人は、諸外国の人たちと比べ、対外発信の意識と能力が低いと見られている。その背景には、多くを語らないことを美德と考えがちな文化的要素もあるだろうが、この際それを打破して、良いことはもちろん悪いことについても適時、適切に対外発信していくことが益々重要になっている。国際意識、国際化の観点からは、諸外国への情報発信が十分とは言えず、フォーリン・プレスセンターのような団体の活動が期待されており、そこへの支援、協力も必要になっている。

パブリックリレーションズの意識を高め、活動を進めることによって、新たなハングリー精神を呼び覚まし、アニマル・スピリットによる危機意識と創意工夫によって諸課題に取り組むことが、失われた30年から超克するための必要条件と考えられる。その際、今日的な国際感覚を研ぎ澄まし、国際競争に立ち向かっていくことこそ、その重要なステップになると考える。

参考文献

- ・井之上 喬(2024),「パブリックリレーションズ 第3版」,日本評論社