

## ■今月のメッセージ(2011年1月)

日本銀行富山事務所長  
水上 誠一

明けましておめでとうございます。本年も日本銀行富山事務所ならびに知るぽると富山(富山県金融広報委員会～当事務所が事務局を担当)を宜しく申し上げます。

さて、丁度一年前の本欄で、「悲観的に考え楽天的に行動する」ことが大切ではないか、と書きましたが、当地の企業の皆様方は、厳しい経営判断を下し、先行きに慎重な姿勢を取りつつも、一方では、自社が蓄積した技術力を活かしながら「技術を守り雇用を守るために新事業に挑戦した」と明言される社長さんがいらっしゃるなど、堅実かつ果敢に攻める姿勢が印象的であり、大変心強く感じております。

今年も、景気の一服感からスタートし、短観でも先行き不安が色濃く出ている中で、「悲観的に考え楽天的に行動する」ことが引き続き大切だと感じます。

実質GDPの需要項目別動向を見ると気が付くことがあります。需要項目別動向とは、GDPの増減理由が、民間の需要なのか、国などの需要なのか、輸出入なのか、を分類して示したもので、2009年の7～9月から2010年の7～9月までの間、一貫してプラスなのは、「民間最終消費支出(＝個人消費)」と「輸出」だけなのです。言い換えれば、エコポイントなどの政策効果と新興国等の海外景気による輸出増が、日本経済の回復を支えてきたわけです。

エコポイントは確かに需要の急落を抑えましたが、購入の原資は貯蓄の取り崩しが最も多く、今年は家電の購入を減らすと言われており、需要の「創出」には至っていません。また、長年の課題である「輸出依存からの脱却」はどうなったのか。主要輸出先の米国が、これから5年間で自国の輸出を倍増する、と宣言している中、新興国だけが頼りでよいのでしょうか。

このように、悲観的に総括したうえで、日本の生き残る道は何なのか。一つだけ挙げるとすれば、「世界均一化という意味での」グローバル化に巻き込まれないこと、を挙げたいと思います。グローバル化で、世界経済が全体で破綻せずに機能していることは間違いありませんが、世界が均一化し自国のシステムや文化が破壊される、という負の面があります。

ディスカバー・ジャパン。国鉄のキャッチフレーズだったことを知っている人は老人ですが(笑)、今こそ日本人が自国のことを真面目に知れば、日本に生きる喜び・元気を取り戻せるはずです。所謂「日本ブーム」は日本っぽいことを楽しむだけで、アジアの国々でも商売できます。受け継がれ、新しく磨き上げられた本当の日本を再発見し、グローバルに紹介できれば、本当の日本好きを惹きつけ、是が非でも日本に来たくなるに違いありません(再発見には「女子」のパワーが役立ちます)。お手本はイタリアだと思います。文化を歴史上初めて商品にしたのはローマ人といわれ、今でも、フィアット、ジェラート、スカラ座、サッカーと、どの国にもあるものなのに、イタリアがオンリーワンのものは数えきれません。そして、イタリアに行って初めて凄さを実感できるものなのです。富山の伝統文化も実物を見ると凄い一言です。富山でしか体験できないもの、富山でしか造れないもの、を今年は追及し、この一年富山であることに徹底的にこだわってみましょう。ディスカバー・富山!