

増大が成長という構図の転換が次代を開拓する

東京大学名誉教授
つきお よし
月尾嘉男

成長の限界に直面する世界

スイスに拠点のある民間組織ローマクラブが一九七二年に『成長の限界』という提言を発表した。世界全体の人口、資源、環境、経済などの長期の動向を予測し、このまま人口が増加し、資源の消費も増大していけば、早晩、地球という有限の環境は破綻に直面し、現在の社会構造は維持できないという内容である。これまで疑問とされなかった人間社会がめざす成長という概念には根底に

問題があるという指摘である。

一時は世界を震撼させる効果があったが、それ以後も人口は増加の一途であり、各国とも経済成長をめざして努力している。環境問題だけは世界規模で解決しようという枠組みが成立したが、それさえも一部の勢力の陰謀であるというトランプ米大統領のような人物が登場している。しかし、生物の絶滅は加速し、食料生産や資源開発の限界も明白になり、大気温度の上昇は着実に進行している。量的成長という目標は確



実に破綻しつつある。

課題に挑戦する共用経済

この問題の解決には様々な方策の動員が必要であるが、最近、注目さ

れている手段が共有経済（シェアリング・エコノミー）である。公共交通手段が浸透している日本では普及していないが、欧米では通勤の往復に自家用車を数人で相乗りするカープールが隆盛で、アメリカでは通勤の一割程度がカープール利用になっている。自家用車を利用しない期間、他人に貸出すカーシェアリングも世界各地で開始され、日本にも登場している。

個人や企業の部屋を利用しないときに会議や宿泊に貸出すレンタルスペースも人気で、「エア・ビー・アンド・ビー」は登録されている部屋が世界で数百万室になり、年間利用者数は数千万人と世界最大の規模になっている。日本の「スペースマーケット」は、休日の料亭を宴会に利用でき、庭園のある民家を会議に利用できるサービスを提供している。利用していない駐車空間を時間単位で賃貸する「アキッパ」も日本に登場している。

若者の世代では、結婚式場での式服はレンタル衣装、ハンドバッグな

どの持物もレンタル小物が常識になり、切実な事情を背景にしたレンタル家族さえ登場している。新婚家庭の内部はレンタル家具とレンタル家庭電化製品、近場の移動はレンタルサイクル、遠出はレンタカーが普通になりつつある。さらに可能なかぎりモノを所有しないミニマルライフをめざす人々も登場し、そのような生活を主張する著書はベストセラーである。

起業機会を発見できる巨大転換

これらは既存の業界とは相克関係になる。レンタルスペースは旅館業界の強敵になり、カーシェアリングが拡大すれば自動車製造業にとっては売上げ減少になりかねない。国内で廃棄される食品は世界の食料援助の二倍に相当するが、これを回収して必要とする家庭や施設に配給するフードバンクサービスは食品業界にとって機会逸失になる。地球全体の成長の限界の回避には貢献するが、企業にとっては成長の限界に直面する。

しかし、この趨勢の拡大を阻止できない社会背景がある。第一は先進諸国の国民の意識が物的な贅沢より精神の余裕に移行したことであり、日本では後者を重視する国民が七割に接近している。それらの人々にとってモノは所有する対象ではなく、必要な時に使用できれば十分になってきた。その極限がミニマルライフである。第二はスマートフォン の普及により、細々とした無数の需要と供給を対応させる社会基盤が実現したことである。

増大が成長という図式は、ごく最近登場した構造である。数千年間の経済発展を調査した学者アンガス・マディソンは、一人当たりの経済規模が急増し始めたのは産業革命以後の過去二〇〇年程度の現象でしかないと指摘している。日本でも明治時代以前は量的には増大しない社会で質的に高度な文化を醸成してきた。来年には明治一五〇年になる時期に、社会の巨大な転換を見通せば、数多くの新規の起業の機会を発見できるはずである。