

## 若年層に可処分所得の極大化、 高齢層に資産運用の施策が必要

委員長 **林野 宏**

クレディセゾン  
取締役社長



1942年京都府生まれ。65年埼玉大学文理学部卒業後、西武百貨店入社。宇都宮店次長を経て、82年クレジット本部営業企画部長としてクレディセゾンに入社。83年取締役、85年常務取締役、95年専務取締役、99年代表取締役専務、2000年代表取締役社長に就任。97年経済同友会入会、2000年度より幹事、2005年度より副代表幹事。2001～2002年度政治委員会副委員長、2003年度一票の格差正推進委員会委員長、2003年度政治の将来ビジョンを考える委員会副委員長、2004年度人事制度改革委員会委員長、2005年度政治委員会委員長、2006年度金融・資本市場委員会委員長、2007年度消費活性化委員会委員長。

### 世界同時成長の時代 全く新しい考え方で議論を

21世紀に入り、世界経済は全く新しい段階に突入しました。世界のあらゆる地域で64億の人口が、同時に経済成長を始めています。歴史上経験したことのないこの状況の意味を、日本はあまり認識していないように思えます。新しい時代、状況を迎え、これまでとは異なったものの見方が必要です。

企業について言えば、国内で過当競争するよりも、高成長の海外での売上比率が高いほど優良企業だと言えます。そして、世界的成長を支える第2次産業の高度な技術やノウハウは、日本企業が持っているのですから、日本経済の見通しは明るいと思います。短期的に見れば、確かに格差の問題などはありませんが、中長期的には克服

されていくでしょう。収益を全てのステークホルダーに分配しようとする日本企業の伝統が復活しつつあり、世界の高成長によりもたらされた収益が、社会全体に再分配され始めているからです。

目先の事象にとらわれず、世界の動きをキャッチした議論の中から日本経済の活性化を考えなくてはなりません。

### 消費行動を刺激する施策は 世代別に細かく、多面的に

当委員会のテーマである「個人消費」は、GDPの6割弱を占める最大要素であり、その活性化は極めて大事な問題だと認識しています。米国の経済は約7割が個人消費ですが、消費が活発なのは、中・低所得層の子どもを持つ家庭と考えられます。ですから、日本も結婚して子どもがもてる経済的

副委員長（役職は10月2日現在）

- ・大江 匡  
（プランテックアソシエイツ 代表取締役）
- ・奥谷 禮子  
（ザ・アール 取締役社長）
- ・杉本 哲哉  
（マクロミル 取締役ファウンダー）
- ・富樫 直記  
（フューチャーファイナンシャルストラテジー  
取締役社長）
- ・新浪 剛史  
（ローソン 取締役社長CEO）

委員32名

（インタビューは9月20日に実施）

環境を整えることが大事で、そのために若年層の可処分所得の極大化を図る施策が必要だと考えます。高齢者層では、資産運用がポイントでしょう。世界規模で6%程度の成長が続いているわけで、国内にある1,550兆円の個人金融資産が海外マーケットで運用されるようになれば、消費行動に相当な刺激を与えられると思います。

また、日本の少子化・人口減少は短期的には解決しませんから、外国から消費を持ってくるという発想も大事です。観光、留学、就労といった形で外国人に来てもらうようにすべきで、そのために税制等を見直す必要もあるでしょう。

もう一点、「二極化」もポイントです。100円ショップでも高級ブランド店でも購買する個人の消費の二極化、地域・世代間の二極化なども考察しなければなりません。

提言の作成に当たっては、何か新しい基軸を打ち出し、インパクトのある、実行可能な提案をしたいと考えています。委員の方も真剣に取り組んでくださっていますので、皆さんの考えをうまく集約できればと思っています。