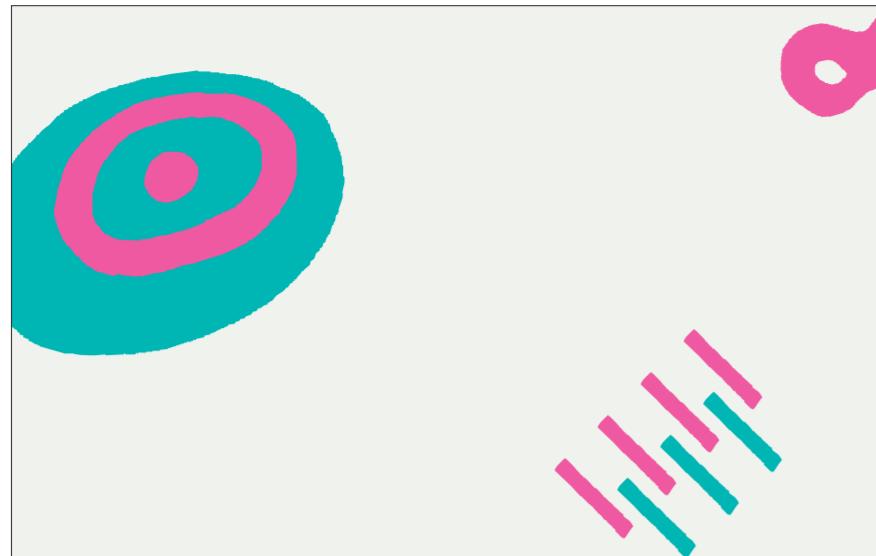


8
7
6
5
4
3
2
1
SMO
TOMATO





先進国人口の
ベジタリアン
比率は30%に

SCANNING MATERIALS

TOKYO 2018VER.

スキャニング・マテリアル TOKYO 2018版

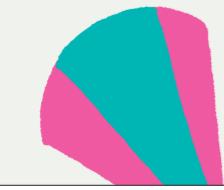
SMOでは、今、存在している種を元に、一見何も関係ない別の種を繋げて、

これまでの延長線上にないジャンプした未来を創造しています。

ときには、突拍子もなさすぎて「これはないでしょ」と一瞬頭をよぎるものもありますが、
いやいや、そういうものに限って、突然やってくる未来だったりします。

今回は、その中でも、読み物としても楽しい、

そして2018年から2028年のあいだに起こり得るかもしれないマテリアルを用意しました。



環境保護や動物愛護の観点から、ライブストックに対する厳格な規制が行われ、
肉や魚などの食品の価格が高騰するとともに、
それらを食べることの文化的伝統自体も衰退。
一方で、Plant Based Meatの技術は急速に進化し、本物の肉を上回る味覚となり、
先進国では健康、宗教、道德などの理由からではなく、
結果的に菜食主義者になるケースが増え、
その比率は30%を超えるまでに。

なかなかマッチングが難しい婚活市場にもピックデータの活用が進んでいる。
これまで熟練者の経験に頼っていたマッチングがピックデータや深層学習を
用いることで成婚率がアップしている。ちなみに、相手との相性はパーセン
テージで表されるが、相性が良いと判断される90%以上の数値が出現するの
は極めてまれ。そのためビジネスモデルが成り立たず導入を取りやめる
マッチング会社も増えている。



北陸が日本の
スタートアップの中に

冬には雪が積もって何もかもが閉ざされてしまうような環境。東京からは遠く、大空港もなく世界ともつながりにくい。そんな北陸にある福井県は日本で最も社長を輩出してきた地域。伝統産業や様々なメーカーを発展させてきた厳しい自然環境は、試行錯誤や強制発想を人に課す、イノベーションを創出しやすい環境でもあった。スタートアップの成功率を高めるのは、人為的な環境整備ではなく、自然がもたらす環境不備であることがわかり、北陸はベルリンやイスラエルとならぶ世界的にも有名なスタートアップの聖地に。



正解のない学問が
教育の中に

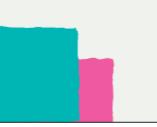
AIやARが進歩し、答えのある問いには、答える必要がないという考え方
が浸透。これにともない、文学、音楽などのアートが教育のコアとなり、
数学、歴史、科学は選択科目へ。

現代にAIとして蘇る歴史上の偉人たちが、
コミュニケーションとしてテレビやラジオで人気沸騰中。
彼らが今の時事ニュースやワールドショーやバットと
鋭く解説するのが話題となっている。

AI伊藤博文くん、
コメントーターとして
引っ越しぱりだこ



人類みんな
持ち物は
トランク1つだけ
Airbnbやコワーキングスペースは当たり前、シェアを前提とした移動しながら生活する人が増えていく。
行く先々で服は気候に合わせて、好きなものを借りればいい。暮らす空間は行く先々で自分の好みで借りればいい。移動のことも考え必要最低限の必需品さえ所有すればいいと考えてたら、みんないつのまにか今まで言うミニマリストになっていた。





ダークスカイ運動 広がる

LEDの普及により、世界の夜がどんどん明るくなるという光害が深刻化、夜行性動植物が絶滅の危機に瀕している。東京都は世界に率先し、毎日22時以降は業界を問わず完全消灯を義務化し、星空を見上げようというダークスカイ運動を推奨。ろうそくやLEDキャンドルで夜を過ごす人々が増え、都内でも天の川を肉眼で見られるほどに。天体望遠鏡の売れ行きだけは好調。

国内中学校と高校の多くが4学期制へ
少子化に対応するため、海外より学生をいかに誘致するか多くの学校の重要な課題となっているが、日本の学年は海外と異なっていることが障害となっている。そこで海外からの留学生をいつでも受け入れられるように、学年をより細かく刻み、年間を4学期制にする中学校、高校が続々と登場する。

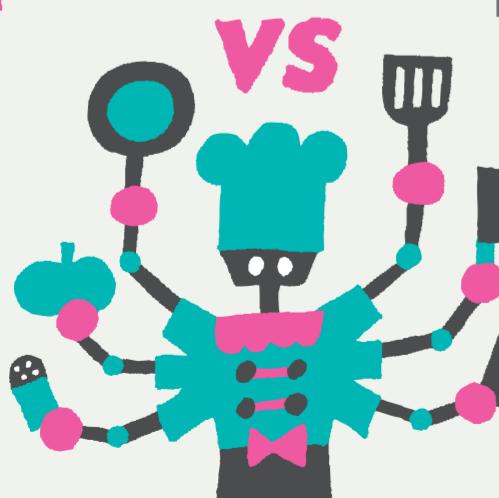
「Education Mobility」
に対応できず、
苦戦する学校が
出現

コワーキングの発達とテクノロジーの進歩により、国境も超えてあらゆる場所で仕事をする人がますます増える。そんなワーカーたちもいよいよ子育て世代に突入したが、それでも子供とともにあらゆる場所に自由に移動しながら仕事を続けたい。この「Education Mobility」というニーズに対応したグローバルネットワーク型学校が人気に。母校はなく、世界中に沢山の分校を持ち、日本の都会にある駅前英会話教室ながら、移動先の学校にいつでも自由に子供を通わせることができる。多くの仕事がロケーションフリーになる中、学校も「Education Mobility」のニーズが拡大。それに対応出来ない学校はディスラプトされる。

MBAはもう古い！ 有能な
経営者は美大のEEでお勉強

「料理の鉄人」が復活～ロボットvs人間へ

90年代の人気テレビ番組が「新・料理の鉄人」として復活。以前は人間の料理人同士の対決だったが、今度はロボットシェフと人間の料理人との対決となる。「新・料理の鉄人」シーズン1では、最新の技術とAIを生かしたロボットシェフ「シェフAI子」に人間が勝てるかどうかに注目が集まっている。一方、当番組の配信を反対する声も上がっている。中でも世界中の料理人組合は番組配信中止の署名を集めており、人間シェフの存在意義が問われる時代が来るようだ。番組プロデューサーによると企画のきっかけは90年代IBMが開発したスパコンDeep Blueと世界チェスチャンピオンの対決、そして2010年代のAIと人間の棋士とが戦う将棋の電腦戦だそうだ。一方、シェフAI子の開発者にその原点について聞くと、キッチン家電のIoT化だという。開発者はコーヒー愛好家であり、IoT化されたコーヒードリッパーに衝撃を受け、料理するロボティクスにその生涯を捧げ、すべてのノウハウを活かし番組のためにロボットシェフを開発したという。今後の展開に関しては、シェフAI子を製品化しシンガポールで流行している「シェフを家に呼ぶサービス」の大手企業と提携する計画。誰でも家庭でプロのシェフの料理を低価格で食べられるようになる。一方、外食企業では、SNSのデータなど活用し、顧客に合わせて普段慣れ親しんだ味を提供するAIキッチンシステムを開発。誰でも外家庭の味を楽しむことができるとしている。



トイレの 完全個室化



企業の優秀な幹部候補はアートスクールのExecutive Educationコースでアートな思考回路を鍛えるために勉強するのが当たり前になってきたことを受け、多くの美大が同様のコースを作った。出世したいならあなたも美大へ。

シェア前提の家作り

Airbnbや民泊は利用も提供も一般化している。またアマゾンインハウスドリバリーの運び込みで運び込まれる宅配も当たり前となり、セキュリティの心配をするよりも、新時代に対応したシェア前提の家作りが普及する。

政治家志向の輸入

ハーバードなどの有名ビジネススクールを卒業後、そのまま政界に進出する人が増えている米国の影響を受けてか、日本でも優秀な学生が政治家を志すケースが増えている。これまで官僚になることがエリートコースだったが、これにより官僚主導の政治が衰退を見せる。偉大なビジネスリーダーたちが複雑な社会問題に取り組み、成果をあげていることも影響していると思われる。

分身の術を使ってたら頭がおかしくなった



KAIZENとJITに加え、IKIGAIが海外MBAプログラムの必修理論へ

世界の様々な企業ランキングに日本企業がなかなかランクインしないため、日本の経営団体、経営・経済分野の教授陣、政府関係者たちが協議し、日本型「いい会社の基準」を定義し、IKIGAI500という新企業ランキングを作成。このランキングでは、企業がいかに全てのステークホルダー（社員、取引先、株主、顧客、地域、社会、国）にとってメリットとなる共通価値を見出すことを中心に据えた。そんななか、海外企業がバーバス（志と存在意義）主導型の経営にシフトしていることと重なり、日本のIKIGAI 500企業ランキングに注目が集まる。IKIGAIという言葉が、英語のバーバス（purpose）の概念とともに近いこともあり、海外の経営者にはとてもしっくりきたようで、多くのビジネスリーダーはFortune 500よりもIKIGAI 500の上位のランキングに入ることを目標設定している。海外のMBAのテキストでは、日本発の経営理論KAIZENとJITに加え、IKIGAIも定着しそうだ。

東京の離島に入々が押し寄せる！ ジャングルに出現した サステナブルな理想郷

起業家、研究者、学生たちがこぞって僻地の離島を目指している。東京の離島、かつての無人島、原生林が残るジャングルに生まれたサステナブルな村。そこではハイテクなスマートシティとは全く異なる、電気・水道・ガスなし、食料も住处も自給自足という原始的な生活が待っている。参加者たちは、ここで自ら「村づくり」を実践型教育プログラムから学ぶ。水道・電気などのインフラ整備、住居建築、エンジニアリング、農業、カリナリーアート、ヘルス・ウェルネス、メディアクラスなどから様々なクラスを自由に組み合わせられる。参加費用は、10週間のプログラムで700万円と高額だが、募集からわずか数時間で定員超え。その他、本物の自然の中で自給自足生活をトライアル体験ができるキャンプサイトやエインナーレなどのイベントも人気。また、村内にある20戸の戸建住居は、販売開始後すぐに完売。東京でのデジタルな都市生活に疲れた人々がジャングルの原始的な生活を気に入り、そのまま移住を決めているという。東京都の離島への関心が高まり、各島の地価は軒並み高騰している。

ポチっ 押すだけで 社会貢献



電力自由化に伴い、自家で使う電力をグリーンエネルギーに選択できるというアプリが人気。
環境問題に关心があるけど、何をしてよいか
わからない、時間もないという
若者を中心に利用が広がっている。
携帯アプリをボツっと
押すだけで、環境保全に
貢献しているという自己
満足を得られる。また、
同様に、フードロスなどを
扱う社会貢献アプリも
続々登場している。



「見えない東京」を可視化する

——編集者出身の佐渡島さんは、今までさまざまなモノやコトの価値を見出し、伝えてこられましたが、「東京」という都市についてはどのように捉えていますか？

佐渡島 なかなか難しい質問ですね。そもそも、東京は非常に繊細な都市。京都といえば誰もが瞬間に伝統的な街並みを連想するけど、東京に対するイメージは人によって違う。

——たしかに、一駅進むだけで空気がガラッと変わりますよね。

佐渡島 その繊細さが東京の強みでもあります、海外にアピールするとなると伝わりづらい。やはり明らかに他が真似できないことをウリにするべきです。僕は出版社でコンテンツを作ってきたこともあって、「東京はコンテンツを感じられる最たる場所」と言い切りたい。しかしながら、日本は今のところ中国や韓国に押され気味で、本当に勝てるんだろうか？という疑問が残る。「近未来的」というキーワードもあるけど、それなら上海の方が優勢じゃないかという気がするし。

——そうすると、東京にはどんなコンテンツがあればよいでしょうか。

佐渡島 新しく何か作るのではなく、既にある強みにきっかけを与えてやればいいのではないかと思います。少々、話は脱線しますが、今、

「ZOZOSUIT」が話題になっている。身体の寸法を瞬時に採寸できるボディースーツ。もはや、服が情報取れる時代なんです。今後、例えば、スポーツ選手の心拍数をリアルタイムでキャッチすることだって可能になるかもしれない。そしたら、ピッチャーやバッターの心拍数の変化によって、打つかも、打たれるかもと、観客は手に汗握って楽しむ観戦スタイルが実現するでしょう。それから、コンサートでのファンへの対応も変わるかもしれません。アーニア席の観客の心拍数は上がっているのに、スタンド席の観客の心拍数は下がっている。ならば、スタンド席を意識したパフォーマンスをやることで、会場全体を盛り上げる。

——観客は満足し、アーティストの好感度が上がる。言うことなしですね。

佐渡島 話まるところ、世の中は“見立て”によって激変するんです。だから、今、僕は「コルク」という会社の経営者として、“現実”にどんな見立てをかぶせたら面白くなるかを、日々、考えています。僕らがエージェント業務を引き受けているAR三兄弟のプロジェクトなんかはまさにそれ。僕が起業した2012年時点では、AR(拡張現実)は2030年代まで来ないと言っていた。それが、すでにビジネスシーンで活用されつつある。2020年代は確実にARの時代。ARの技術で東京の“らしさ”を可視化する。そうすれば、東京の当たり前だった概念が変わり、もともと

——なるほど。ところで、佐渡島さんのモチベーションの源は？やはり、楽しいとか面白いとか？

佐渡島 そうです。でも、ちゃんと楽しめている人は意外と少ない。海外を旅しても楽しみ方がよくわからないから、とりあえず世界遺産を訪れる。「世界遺産」というキャッチコピーに負けてしまうんですね。僕自身は、繊細な感動を貯めることのほうが大事だと思っていました。木漏れ日が綺麗だとか、道ですれ違った子供の笑顔が可愛かったとか、そんな些細なことでいい。面白いのが、同じものを目につくても、職業が違えば感動のポイントも異なるということ。帝国ホテルに行ったりして、建築家はデザインに、サービス業の人はホスピタリティに魅せられる。その感動を可視化するのがインターネット。糸井重里さんもおっしゃっていましたが、インターネットは“フラット”で、“リンク”かつ“シェア”できる。インターネットによって社会は透明化され、今まで一部の知識人にしか許されていなかったのが、誰もが平等に五感で得たことを発信できるようになった。

——やはり、キーワードは「可視化」ですか？

佐渡島 ええ。可視化こそが最も面白くて、人にアクションを起こさせる可能性を孕んでいる。人は他人にアドバイスされても変わらない。自分で気づいたら変わる。見えていなかった現実が目の前にさらされたときには心を動かされるんです。東京の裏側にどうやってインターネットのエンジニアリングを導入していくか。それこそが、これからの鍵を握るのは明白です。

——最後に、佐渡島さんのなりたい姿を教えてください。

佐渡島 死ぬときにいい人生だったと思えるようにしたい。そのためには純粹に楽しむ。インタラクティブな世の中においては、自分らしさを貫くことが重要で、それこそが僕が最も大切にしている考え方です。

佐渡島庸平（さどしま・ようへい）
株式会社コルク 代表取締役社長。1979年生まれ。東京大学文学部を卒業後、2002年に講談社に入社。週刊モーニング編集部にて、「バガボンド」（井上雄彦）、「ドラゴン桜」（三田紀房）、「働きマン」（安野モヨコ）、「宇宙兄弟」（小山宙哉）、「モダンタイムス」（伊坂幸太郎）、「16歳の教科書」などの編集を担当する。2012年に講談社を退社し、クリエイターのエージェント会社、コルクを創業。著名作家陣とエージェント契約を結び、作品編集、著作権管理、ファンコミュニティ形成・運営などを行う。現在、漫画作品では「オチビサン」「『鼻下長紳士回顧録』（安野モヨコ）」「『宇宙兄弟』（小山宙哉）」「『ドラゴン桜2』（三田紀房）」などの編集に携わっている。従来の出版流通の形の先にあるインターネット時代のエンターテイメントのモデル構築を目指している。



目指すべきは「楽しい日本」

堺屋さんは、近頃、『団塊の後三度目の日本』という本を上梓されました。この中で、今後、近い将来、東京そして日本が成り立たなくなる、と論じていらっしゃいますね。

堺屋・今、日本は「少子高齢化」という深刻な問題を抱えています。このまま人口減少が進めば、どんどん空き家が増える。地方ではすでにそうした現象が起こっています。そして、これから先は東京も例外ではなくなるでしょう。「オリンピック」というある種の成長促進剤が切れてしまえば、東京とて同じ道を辿らざるを得ないでしょう。

そもそも、人口減少を招いた根源は、一体、何でしょうか。

堺屋・すばり、官僚主導体制です。戦後、佐藤栄作内閣ぐらいまでは日本は政治主導体制にあり、ゆえに沖縄返還のような大胆なことが実現していました。しかし、その後、田中角栄首相が石油ショックで

人気失墜してからは、世の中が官僚主導で動いている。この官僚主導によって何が起きたか。第一に「東京一極集中」。第二に「流通の無言化」。つまり、おしゃべりをしながら買い物をする小売店ではなく、黙って買い物するコンビニや自動販売機を普及させていったのです。第三に「小住宅・持ち家主義」。中国では住宅を買える人は大きな家を買う、「買えない人は買えない」といったように厳然たる格差があります。ところが、日本は住宅ローンによってみんなが買えるような小さい家を作ったのです。そして、第四に「正社員至上主義」。親類とも近所とも付き合わず、勤め先にだけ忠実なサラリーマンの群を作りました。この結果、日本人のライフスタイルはすっかり“規格化”されてしまい、大学まで一直線に進学することが最良という風潮です。そして、したら、すぐ就職して正社員になるのが最良という風潮です。そして、働き始めたらまずは蓄財し、ある程度、貯まってから結婚、出産。きちんと順を踏むのです。でも、この筋書きはどうしたって女性の初産の年齢が上がってしまう。そうなると生まれる子供の数が限られる。これが人口減少に繋がっているんです。かといって、この官僚主導体制によって設計されたライフスタイルから人はそう簡単には抜け出せません。なにしろ、それに則って人生を送った方が、今の世の中、

そうやって日本人を規格化することが、戦後の日本経済を成長させるためには必要だった、と?

堺屋・ええ、確かに高度成長時代はそうでした。しかし、もういい加減、日本は根本的な価値観を改める時期に来ていますよ。

では、具体的にどうすればいいでしょうか?

堺屋・まずは何より政治が主導権を取り戻し、民意が反映できる世の中にすることです。しかし、現行の小選挙区制で議員が多様化しづらいため、難しい。選挙制度自体にメスを入れる必要があるでしょうね。

政治主導のほかには?

堺屋・地方自治の確立。官僚が主導した東京一極集中によって、多くの企業が東京に本社を置き、その結果、東京にばかり税金が納められているという現実があります。その上、人口減少で空き家が増えれば地方自治体の税収は減るばかり。これを放つてはおいてはいけません。どうすればいいか。やはり道州制を採用すべきです。現在の47都道府県は、明治4年に施行された廃藩置県で誕生したわけだけど、クルマ社会の現代においては、ひとつひとつの府県の区域が狭すぎますよ。憲法改正に関しては9条ばかりが俎上に載せられていますが、地方自治について語られている第8章のことも、もっと議論していかないと。

今は2020年に対する期待感でやり過ごしていますが、終わったら、一緒にショックに見舞われそうな予感がしますね。

堺屋・危険ですよ。私はね、日本は2020年以降、3度目のステージを迎えると考えているんです。1度目は明治維新で生まれた「強い日本」、2度目は戦後から高度経済成長やバブル期を経て現在に至る「豊かな日本」。そして、3度目の日本が目指すべきは「楽しい日本」。今の日本に欠けている“多様性”と“意外性”を持つことです。安全、安心、正確、清潔であることは日本の誇りであり、すばらしいとは思いますが、あまりに統制されすぎている。どこかに戦時中に似ているね。言ってみた内容よりも、みんなが同じことを言っているようで…。

「楽しい日本」にするにはどうしたらいいでしょうか?

堺屋・既存の日本のシステムを変えて、ベンチャーが起こる國づくりをしなければ。つまり冒險心と意外性に賭ける楽しみです。そして、ベンチャーは外国人を積極的に受け入れ、その際、外国人には不動産に投資していただけ。そうでないと日本に定着してくれませんから。もとと言えば、なるべく国籍を日本にして、お子さんを育てていただきたい。そうすれば人口減少問題も少しずつではありますか改善されてくるはずです。

子育て支援の制度を整備して、子供を産みやすい環境も作っていかないといけませんよね。

堺屋・もちろんそれもそうですが、だからといってすぐに“産めよ増やせよ”というわけにはいかないでしょう。よって、視点を変えるんです。人材育成のために、スイスのような全寮制の学校を作り、日本に対する愛郷心を持って、根付いてもらう。先ほど申し上げたベンチャーの例と同様に、日本と世界の国境をオープンにするんですよ。そうすることが「楽しい日本」に近づく有効な一步となるように思いますね。



東京のファッションは、
ストリートから
始まる。



ムスク系女子

2017年、大人の女性の新しい価値観があらわれました。それがムスク系！大人カワイイという価値観の、その次を担う価値観と言えます。特徴は①強セクシー、つまり強くてセクシー。セクシーというのは所謂ダイナミイトバディなセクシーではなく、(それこそムスクの匂いに代表されるような)立ち上る色気が漂うフェロモン系のセクシー。ある種日本の価値観ともいえます。ポイントは対異性ではない、という事！つまり「モテ」とか「愛され」といった媚びの要素が皆無！なのでムスク系女子はおおむねサバサバしている人が多い。それが自立、人としての強さを感じさせる。なので強セクシー。見た目の特徴でいうと②露出が多い。どうどうと出したデコルте、スリットの深いスカートなど、サバサバと大胆に肌を露出しています。そして③アクセサリーが何かとでかい&多い。露出が多い分、いやらしくならないため、またモードっぽさや強さをここで表現しています。大人カワイイ=なりたい自分(若いままのカワイイティエスト)を誇めず、頑張って可愛くあり続ける、という「目標に向かって努力を続ける型」だとしたら、ムスク系女子は、一旦年齢を重ねた今の自分を受け入れて、そのうえで似合うファッションやティエストを見つけて楽しむ。「こうあるべき自分」に固執するのではなく、日々変わりゆく自分自身を認めて、そこからその良さを新たに見つけ出す。「今の自分らしさを楽しむスタンス」とも言えます。ムスク系女子がこのタイミングでてきたというのも、ダイバーシティ(多様性)やフェミニズムのムーブメントと関連があるのかもしれないな、と思います。つまり「自分らしくある事、いろんな種類の美しさがあって、認めて行こう」という事の現れかなと。

シトウレイ
street style photographer/journalist

日本を代表するストリート・スタイル・フォトグラファー、ジャーナリスト。国内外のストリートスタイルを紹介するサイト STYLEfromTOKYO 主宰。毎シーズン、世界各国のコレクション取材を行い、独自の審美眼で綴られる言葉と写真が人気を博している。
ストリートスタイルの随一の目利きであり、「東京スタイル」の案内人。
また彼女自身のセンスもストリートフォトグラファーの権威「The Sartorialist」の著書で特集を組まれる等ファッショニエイコンとしても活躍中。ストリートスタイルからランウェイまでファッショントレンドに対する幅広い知識から企業のアドバイザー、商品プロデュース、ファッションセミナーなどジャンルを超えて活動の幅を広げている。



世代フアッショント・ポス

ファストファッション世代の次の世代が現れています。安く買ってワンシーズン着て終わり、という服との付き合い方をしていた一つ上の世代のその反動からか、10代後半から20代中ごろで感度の高いキッズ達は、値段の高さや、ブランドも納得がいかば買っていく、そんな機運が見えています。ハイメゾンというよりも、若手の注目ブランドだったり、クリエイターのものだったりで、かつてのように単純にトレンドだから、みんな持ってるから、有名ブランドだからという理由以外に、ブランドの背景だったり、その奥にあるカルチャーに共感して買っていく。服を買う時により「意味」を重要視していると言えます。また、エコだったり環境保全への関心の高さも彼らの特徴。服を買う側の意識が変わっていく中で、服を作る側の意識変化も、次の時代に必要になっていくのだと思います。



世界的にもミレニアルズ世代が注目をされています(ミレニアルズとは、1980~2000年初期に生まれた世代のことを指します)。勿論ここ東京でも例外ではなく。ドルチェ&ガッバーナが伊勢丹で行ったショーカーニバルは東京のミレニアルズ。ヴァレンティノのキャンペーンにも東京のミレニアルズがフューチャーされていました。街で撮らせてもらっている男の子や女の子をショーや広告で見るにつづけ、晴れがましいような面はゆいような気持ちになった一年でした。様々なメゾンやブランドがミレニアルズに注目しています。何故か？それは今、モードの世界(ハイブランドのクリエイション)は完全にストリートにひっぱられているから。ストリートから出たトレンドやティエストがモードの世界で次のシーズンに表現されている例をあげればきりがありません。そしてストリートの空気感をナチュラルボーンに身にまとっているのは、他でもないミレニアルズだから、といえます。

ミレニアルズ

自分にとって

“あるべき姿”を

追い続ける



「BRUTUS」「VOGUE」
元編集長
斎藤和弘

総集者。平凡社「太陽」総集部を経て
1996年からマガジンハウス「BRUTUS」
総集長。2001年にコンデナスト・パブリ
ケーションズ・ジャパンの代表取締役社長
に就任。「VOGUE」の総集長も兼務。2009
年末に退社し、フリー総集者・メディア開発
コンサルタントとして活動中。

— 斎藤さんにとって、2017年はどんな年でしたか？

斎藤 選層を前に父となり、現在は2人の幼い息子たちと暮らしているので、日々が子育てを中心で動いています。現役で仕事をしていたときほど社会と密接ではなくなっているのですが、幼児教育・保育の無償化をはじめ、政治には心をざわつかされる一年でした。私は1955年生まれで、イデオロギー体質を持つています。つまり、世界はこうあるべきだ、という観点でモノを考えるわけですね。そういう人間からすると、今の世の中の状態は、非常に気持ち悪い。

— 「気持ち悪い」とは具体的にどういうことですか？

斎藤 フェイクニュースが蔓延している。声高に叫んだ者が勝つ世界。理詰めで考えれば、それがおかしいかどうか明らかになるのに。恐らく思考を放棄する人が増えているんですね。だから、最近の映画もそう。みんなが笑えるモノ、みんなが泣けるモノを作ろうとする。

— “わかりやすさ”が前提になっていますよね。

斎藤 わかりやすいということに価値がありすぎて、リスクを取れない。やや話は違いますが、今や、あらゆる分野でリスクを取らなきゃいけない状況が生まれている。電気自動車が登場して、19世紀から築き上げられてきた自動車業界の勢力団は塗り替えられつつあるし、インターネット取引が増えたことによって銀行は規模縮小を余儀なくさせられているし。

— ガラガラボンが起こる。

斎藤 起こらざるを得ないでしょう。今まで当たり前だった根幹が揺らいでいるのだから。ロジカルから抜

け出す勇氣が必要です。

— 理性ではなく、本能を大切にするといったようことがありますか？

斎藤 個人的な話ですが、僕はマークティング本の類いを一切読まないんです。人によってニーズが違うのはわかっているし、僕が無垢だったらナルホドと思われるのかもしれないけど、少しでも商売したことがある人間にとって真新しいことは書かれていない。それよりは天命とか運とか、理屈では説明しきれないところにチャンスが転がっているような気がします。強調しておきたいのは、“脱ロジカル”というのは、そもそもロジカルがあつて初めて成り立つ、ということ。だから、まともに働いたことがない人が「働き方改革」を叫ぶのはナンセンス(苦笑)。

— 進まないと見ていますか？

斎藤 さつき、気持ち悪さについて話しましたが、なんでもかんでも日本はすごい、日本人はすごいって風潮についても、違和感を覚えますね。自分たちを自分たちで持ち上げる。それというのは、多分、実体が駄目だからだと思います。かつて、高度成長期の日本の勢いを描いた『ジャパン・アズ・ナンバーワン』って本がヒットしましたが、あの頃は、自分たちの至らないところをきちんと指摘できていた。そもそもその話、国民性は良い悪いかの二択で語られるべきではない、そのナショナリズム 자체、受け入れがたいところではありますか。

— 明るい話題がないですね(苦笑)。

斎藤 そうですねえ。だから子供たちの未来が心配で

Aーの時代になつて、それがいい方向に進めばいい

— 斎藤さんは、これからをどうやって生きていきますか？

斎藤 まだですね。

— 斎藤さんは、これからをどうやって生きてい

きますか？

斎藤 感わされず、ありのまま。生活がテクノロジーに支配されようとも、自分のあるべき姿を追い続ける。

— それだけですね。

高揚感なき景気拡大は続く田中頼三



景気過熱はこれから？

田中頼三（たなか・れいぞう）
エコノミスト。UCLA経済博士、IMF（国際通貨基金）、
大和証券を経て、大和総研常務理事、日本銀行政策
委員会審議委員。現在、立教大学講師。著書に「日本
経済図説」「世界経済図説」ほか。

東京はもっといい

東京の状況は若干異なります。日本の人口そのものも2008年から減少し始めていますが、東京への一極集中が続き、東京だけは人口が増加し続けています。まだ10年くらいは東京の人口は増え続けそうです。そうした下で、東京における就業者の数は全国平均を上回るペースで増加してきました。東京の実力経済成長率は、日本全体に比べて高い状態を続けるでしょう。人口の東京集中は経済活動の東京集中を反映したもので、企業にとって東京は立地条件がいいためです。経済学で「集積の経済」と言いますが、企業が集まることによるメリットがあります。特に、そのメリットが大きいのがIT関連、それに、金融、情報産業などです。それに、ほとんどの大企業の本社機能が東京に集中しています。便利だからです。

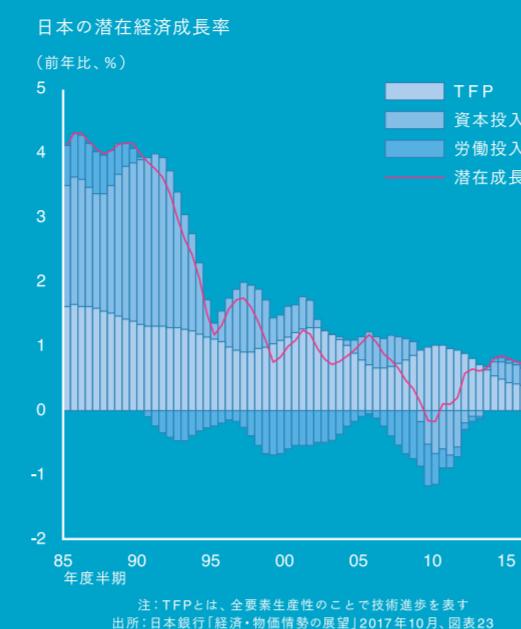
景気拡大が続いたことで、いよいよ労働市場がひっ迫してきました。では、賃金が上がり景気は過熱化し、インフレになっていくのでしょうか。確かに、非正規労働者の賃金は目立て上がってきましたし、正規社員の賃金にも影響が出始めています。ですが、これまでがそうであったように、全体としての賃金がなかなか上がらず、インフレにもならないのではないかでしょうか。近年、賃金が上がりず、物価あまり上がらないのは世界的な傾向です。日本を含む先進諸国において賃金が上がりにくい理由は何か？人それぞれ違うことを言うと思いますが、私は、中国を筆頭に発展途上国が改革開放政策によって世界貿易に本格的に参加するようになり、先進国の労働者も途上国の労働者と競争するようになったことが根本原因だと思います。そのため、企業は非正規社員を雇って労働コストを下げたり、省力化投資をしたりしてきたのだと思います。こうした影響もだんだん小さくなってきてはいますが、まだ続いているようです。こうした点を考えると、日本を含む先進国のインフレ率もなかなか高まらないでしょう。

心配なことはないの？

今年は、景気が成熟化してきていることから、若干成長率は下がるかもしれません、緩やかな景気拡大は続きそうです。別段景気の腰折れをもたらす国内要因は見当たません。その一方で、金融政策は2%のインフレになるまで金利を非常に低く維持し、大量の国債や株式を買い続ける緩和姿勢を続けています。また、財政政策も大幅な赤字を続ける緩和姿勢を続けています。金融政策も財政政策も不必要なくらい緩和的です。実体経済が好調で、経済政策が非常に緩和的なことから、企業収益は好調であり、株価も上昇しました。株価が高すぎるか否かは常に難しい問題ですが、歴史的な高値圏にあります。特に、アメリカの株価が相当高値圏にあることは確かで、その動向が日本の株価にも影響を与えると思います。もしアメリカの株価が大きく下がるようであれば、日本でも株安や円高などその影響が懸念されます。米朝軍事衝突を除けば、これが最大のリスクでしょう。

景気はほんとにいいの？

日本の景気はほんとにいいの、実感がない、と思っている人が多いようです。でも、ほんとうにいいのです。日本経済本来の実力実質経済成長率（経済学用語で言えば、潜在経済成長率）は現在年率1%を若干下回ると考えられますが、それとの対比で考えると、最近の2%近い成長率はかなりいいものだ、と言えるでしょう。実際の経済成長率は実力成長率から大きく離れられません。多くの人はこうした現実を理解していないのでしょうか。では、なぜこれほど日本の実力経済成長率は下がってしまったのでしょうか。最大の理由は、労働投入（労働者の数と労働時間）が減ってきたからです。日本の労働者の労働時間が減ってきた上に、1995年から日本の生産年齢人口（15～64歳）が減ってきてています。経済の成長は、資本投入、労働投入、それに生産性の伸びからもたらされます。資本投入と生産性の増加率は合わせて1%弱ですので、労働投入が増えなければ、実力経済成長率は1%を下回ることになります。しかし、これでも実力経済成長率は近年上がってきているのです。設備投資が増えることで、資本投入が増えてきましたし、2012年以降、より多くの女性や高齢者が働き始めたことで、生産年齢人口が減ってきている中で、実際の就業者数が若干ですが増えてきました。今後は、設備投資をさらに喚起し、もっと女性や高齢者の労働市場への参加を容易にし、規制緩和などを通じて生産性を引き上げることが必要です。これが、安倍内閣がやろうとしてきたことです。



ただの おいしいはなし

第二弾も、最近ロンドンからジュネーブへ移住したまきちゃんと

食に関するたわいもないことをおしゃべり。

今すぐ食べたい鍋料理の話、ヨーロッパでの食のトレンド、
フードロスについてお届け！



Maki & Mayuko



鍋料理



まゆこ ヨーロッパに鍋料理ってあるの？

まき うん。有名なのはチーズフォンデュでしょ。それからオリーブオイルを使ったオイルフォンデュ。チャイニーズフォンデュも人気だよ。

まゆこ チャイニーズフォンデュ！？

まき スライスした野菜や肉をブイヨンスープにくぐらせて、しゃぶしゃぶ風に味わうの。あと、面白かったのは、ロンドンの回転火鍋屋さん。

まゆこ なにそれ？

まき 要は回転寿司と同じ仕組みでね、鍋に入れる肉や野菜などの具材がボウルに入れられてぐるぐる回るの。ゲストは自分の好きなものを選んで、テーブルに設置してある鍋で食べるんだ。

まゆこ 東京帰ったら食べたい鍋料理ある？私は、毎年冬に必ず待ちに待つ

いる鍋がシャトーフードの酸菜鍋。収穫した白菜を壺で漬けて、発酵。

1月～3月しか食べられない限定品。

おいしくてヘルシーでやみつき。

まき 私は渋谷にある月世界の薬膳鍋が好き。人気のナポレオンフィッシュと同系で、その昔、豚鍋研究所っていうお店もやっていて、そこの中華風の味わいの豚鍋が仕事帰りの体にしみたなあ。



フードロス

まゆこ ところで、ロンドンではフードロス問題にどう取り組んでる？
まき シェアする動きは慣習化してるよね。例えばスーパーマーケットに寄付を募るボックスがあって、そこに保存食なんかを入れておくと、ホームレスや施設に配られる。気軽に参加できるのがいい。

まゆこ ヨーロッパは環境に配慮した取り組みが活発な気がする。
まき 良い例が、デンマークで始まった「TOO GOOD TO GO」。
廃棄寸前の、売れ残った料理を抱えているレストランをユーザーが探して、それを格安で買うことができるサービス。

まゆこ Uber Eatsのセカンドライン的なサービス、あったら良さそう！
日本も賞味期限が迫ったものや賞味期限を超えたものを再利用できる仕組みを考えていかなきゃね。

**ヘルスコンシャスなトレンド
ヴィーガン&オーガニック**

まゆこ ヘルシーフード事情はどんな感じ？
まき ジューススタンドはそこら中にあるね。あとはボキ弁。
まゆこ まぐろの漬け丼みたいな？
まき そう。それに生野菜やひまわりの種とかを入れちゃう。ロンドンの最新スポット「The Ned」はじめヨーロッパ中で目にする。

まゆこ 東京にもブームが上陸するかも！ そういうえば、まきちゃんと表参道にある「エイタブリッシュ」ってヴィーガンレストランに行ったよね。スパイス使いが上手で、肉ラバーの私も満足できた。ロンドンには流行りのヴィーガンレストランやカフェってある？
まき 日本から撤退した「Daylesford」。日替わりメニューが充実していて、量もイギリスサイズ。なおかつおいしい！
まゆこ ロンドンの「Daylesford」は確かに良かったなあ。じゃあ、オーガニック食品については？

まき スイスのスーパーには豊富に揃ってるよ。国自体が食品添加物に関してシビアに考えているから、普通の店でも安心して買えるかもしれない。

まゆこ 日本でもオーガニック食品を扱う店はもっと増えそう。スーパーというより、ジューススタンドが併設されているグロッサリーのような。それから「CITY SHOP」や「CITYSHOP noodle」のようなヴィーガン料理を扱うのデリカフェ系は相変わらず人気だね。
まき デリといえば、ロンドンだと「OTTOLENGHI」はおすすめ。
まゆこ あ、前に連れてもらったとこだ！ イスラエル風のデリってところが新鮮だった。イスラエル料理だったら、東京だと広尾に「タイム」って店があるなあ。イスラエル人のフレンドリーなおじさんがやっていておいしいんだよ。イスラエルのデリカフェみたいのは、今後、流行るかもしれないね！



SMO
smo-inc.com



Holland Hills Mori Tower RoP 905
11-1, Toranomon 5-chome, Minato-ku
Tokyo 105-0001, Japan
+81-3-3459-6708

〒105-0001
東京都港区虎ノ門5丁目11-1
オランダヒルズ森タワー RoP 905
03-3459-6708