



代々木ゼミナール 地理講師

宮路 秀作

前編：「地理の視点」を持てば経済がわかる！

◆経済を理解するための4つの「地理の視点」

源頼朝が鎌倉に幕府を開いた理由をご存じでしょうか。学校では「三方を山に囲まれ、目の前が海だから」と教えているようですが、肝心な点が抜けています。それは「海が遠浅」だということ。遠浅の海域には、船が入ってこられません。逆に深ければ、船は接岸できる。横浜と神戸が港町として発展してきたのは、そういう地理的な裏付けがあつてのことです。

地理の面白さは、地形、気候、資源、産業、人口、人種・民族といった要素を手がかりとして、国や地域の成り立ち、あるいは国・地域間の関係を読み解いていくところにあります。その意味では、現代世界を学ぶ科目であり、必然的に経済とも密接な関わりがあるといえます。

経済を理解するには、「自然」「スケール」「資源」「距離」という4つの「地理の視点」が不可欠です。それぞれのポイントを簡単に説明しましょう。

「自然」はそれぞれの地域に固有の土台であり、産業や技術は自然環境という土台に合わせて発展します。「スケール」は「事象を捉えるときの規模」のことで、たとえば「国内」というスケールと「世界」というスケールとでは、見えてくるものや考慮すべきことが違ってきます。「資源」は経済活動の源であり、どこに何がどれだけあるのかを知っておくことがビジネスにとっても重要です。「距離」には空間・時間・経済・感覚の4種類があり、「〇〇まで何キロ」という空間距離だけでなく、移動にかかる時間や費用、親近感なども重視されるでしょう。

経営においては、「どういう市場規模で勝負するか」「輸送手段をどうするか」といった判断を迫られることも多いだろうと思います。そのときに、それらを「地理の問題」として捉え、地理的な知識、統計、データを活用して考えることができれば、それまでとは発想の奥行きがかなり違ってくるはずで、地理は経営とも密接な関係にある、私はそう思います。

◆日本の資源は「人」である

ところで、地理的に見て日本はどういう国でしょうか。

特徴のひとつは「人口が多い」ということ。現在の人口は1億 2700 万人で、世界 11 位です。人口が多ければ内需だけで成長できるため、この点は日本の大きな「強み」といえます。しかも昔から教育水準が高かったため、早くから技術開発も進み、経済大国になれたのです。



もうひとつは「資源に乏しい」。これは「弱み」であり、外国から資源を買って輸送するので、モノの値段が高くなってしまいます。日本の製品が「高性能・高品質」といわれるのは、高くても売れるように「付加価値」を追い求めた結果ではないでしょうか。日本の高い技術力は、そういう状況のもとで育まれたものかもしれません。結局、日本の資源は「人」なのです。

そのことを理解していただくためにも、経営者の方にはぜひ「世界のなかで日本はどのような国か」という意識を持ってほしいですね。たとえば「アメリカは日本の 25 倍の広さ」といいますが、じつは日本の国土面積は 197 カ国（日本が承認している 195 カ国および日本と北朝鮮）中 61 番目の大きさであり、上位 3 分の 1 に入ります。つまり、相対的にはそれなりに大きい国なのです。世界を広く見渡す視点を持たないと、「絶対的な日本の特性」は見えてこないと思います。

日本の製品が「ガラパゴス化」したからといって、そののどこが悪いのでしょうか。「ガラパゴス化」とは「世界に 2 つとない製品」のことであり、高い技術力があつたからこそ生み出されたのです。にもかかわらず、経営者が「市場がグローバル化したから、ガラパゴス製品は売れない」と考えているのだとしたら、日本の資源である「人」を生かし切れていないということになってしまいます。

11 月にボジョレーヌーボー解禁で盛り上がるのは結構ですが、なぜ 9 月に「新米解禁」が世界中で喜ばれるような状況をつくろうとしないのか、不思議でなりません。中小企業の経営者の方にもぜひ、自分たちの仕事に誇りを持ち、「いいものを世界に広めていく」という発想で経営にあたっただけたらと思います。 <談>

取材・文 金田 修宏／撮影 阪巻 正志

著書のご案内

『経済は地理から学べ！』 <ダイヤモンド社／1620 円（税込）>

本情報の無断複写複製（コピー）は、特定の場合（許可をとった公知の事実）を除き著作権者・当社の権利侵害になります。本レポートは情報提供を唯一の目的としており、何らかの金融商品の取引勧誘を目的としたものではありません。意見・予測等は資料作成時点での判断で、今後予告なしに変更されることがあります。【三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング】