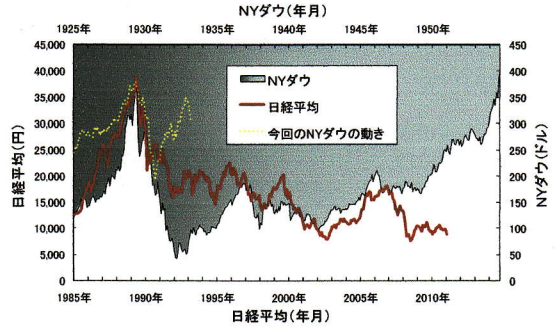


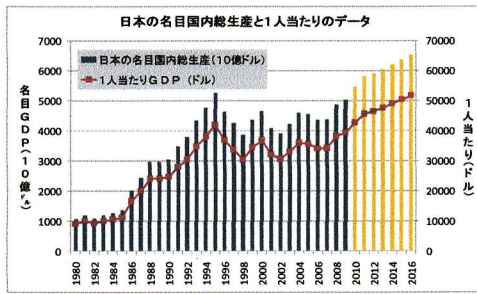
空白の20年と日本の株価

SRID
2011年9月26日
日本経済研究センター
主任研究員 前田昌孝

日本の失われた20年

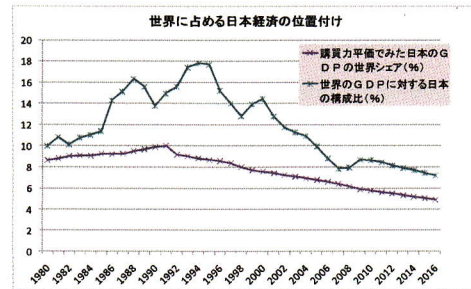


成長が止まった日本



(出所) 国際通貨基金「世界経済見通しデータベース」

日本の相対的地位は低下の一途



(出所) 国際通貨基金「世界経済見通しデータベース」

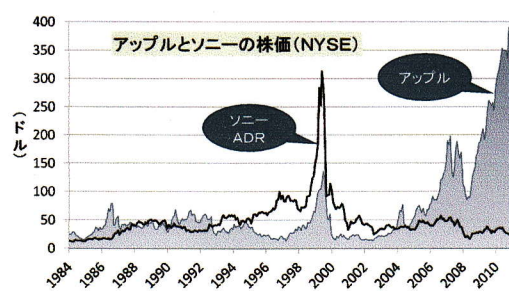
業種別、日本企業の地位

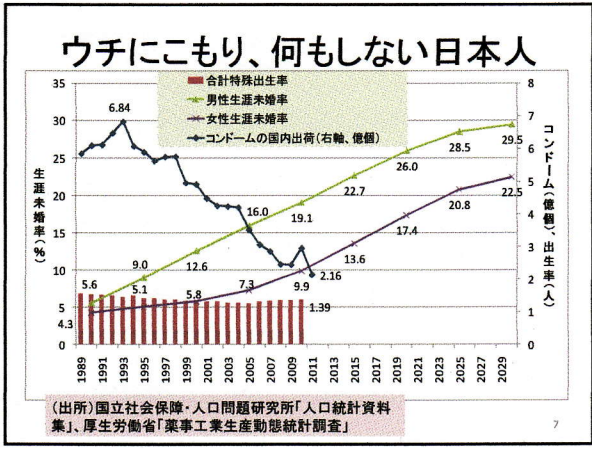
iShares Global Sector ETFs への組み入れ上位10銘柄(6月13日現在)

BHPビルトン(豪州)	7.87	スズレー	8.31	トヨタ自動車	4.58	エクソンモービル	14.07	HSBC	3.87
リオチン	5.02	プロクター&ギャン	7.29	マクドナルド	3.42	シェブロン	7.21	JPモルガン・チェ	3.40
BAF	4.24	コカコーラ	6.09	ワット・ディズニ	3.18	トタル	4.76	ウェルズファゴ	2.93
BHPビルトン(英国)	4.20	フリップモリス	4.78	アマゾン	2.97	BP	4.73	バークシャー・ハズ	2.74
アングロ・アフリカン	3.09	ペプシコ	4.36	コムキャスト	2.84	ロイヤル・ダッチ・シ	4.38	シタイグループ	2.41
クアール	2.82	ケルマート・スト	4.25	ダムラー	2.72	シュルヘルジュ	3.95	バンク・オブ・アメリ	2.41
デュポン	2.47	BAI	3.42	ホンダ	2.60	コココパップス	3.59	サンタフェ・ヘル	1.92
ボッシュ	2.23	クラフト・フーズ	2.37	ホーム・デポ	2.41	ロイヤル・ダッチ・シ	3.28	カナダ・ロイヤル銀行	1.72
フリーポート・マクモ	2.21	アルトリア・グルー	2.22	フォード・モーター	2.38	オキシデンタル・バ	2.92	コモンウェルス銀行	1.69
バーリック・ゴールド	2.21	ユニリーバ	2.18	LVMHモエヘネシー	1.83	BOグループ	2.55	BNPパリバ	1.62

(出所) iShares

どこをどう間違えたのか





高校生の意欲に関する調査

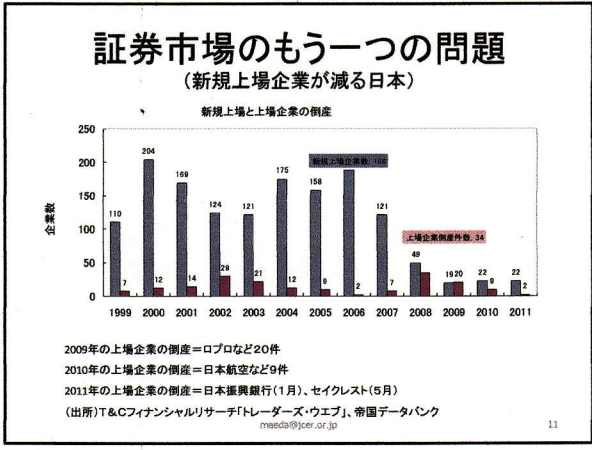
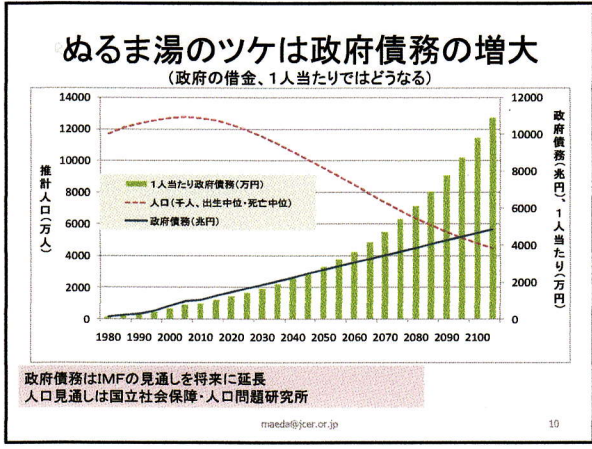
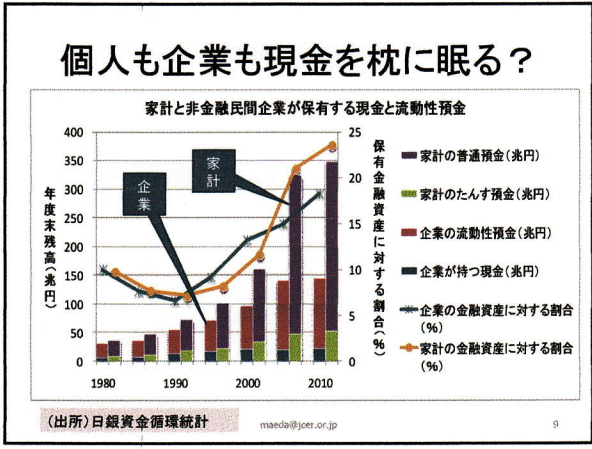
(日本青少年研究所2007年4月発表)

	日本	米国	中国	韓国
とても思う	21.2	9.4	17.2	15.2
まあ思う	40.1	29.0	32.0	35.1
あまり思う	29.6	34.1	36.3	37.8
全く思う	8.8	26.7	13.8	11.9
無回答	0.3	0.8	0.7	0.1

	日本	米国	中国	韓国
とても思う	42.9	13.8	17.8	21.6
まあ思う	37.9	33.0	23.4	40.2
あまり思う	14.9	34.7	37.5	27.4
全く思う	4.0	17.7	20.5	10.1
無回答	0.3	0.8	0.7	0.7

	日本	米国	中国	韓国
とても思う	14.2	27.8	37.0	31.7
まあ思う	19.2	32.6	34.8	40.2
あまり思う	38.1	23.0	18.4	21.8
全く思う	28.4	15.9	9.5	6.4
無回答	0.1	0.7	0.3	0.0

maeda@jcer.or.jp



上場のメリット・デメリット

メリット	デメリット
市場からの資金調達	受託責任の増加(法廷開示義務、適時開示義務など)
信用力・知名度の向上	各種法的リスクの増大(好ましくない株主の参入、株主代表訴訟の可能性、投機的取引の対象になる恐れ、買収占めによる経営権侵害の懸念)
優秀な人材の確保	各種費用の増大(監査費用、証券会社への助言費用、内部統制のコスト、IRの費用)
経営管理システム・内部統制組織の強化	公共的な存在となる(経営者の独断は許されない)
創業者利潤の確保	

長谷川博和「ベンチャー・マネジメント入門」(P223)

設立からたいてい年数がたっていないのに、上場するのは、まともな資金調達ができない(企業間信用が得られず、銀行融資も受けられない)からではないか、との見方すら出ている

maeda@jcer.or.jp

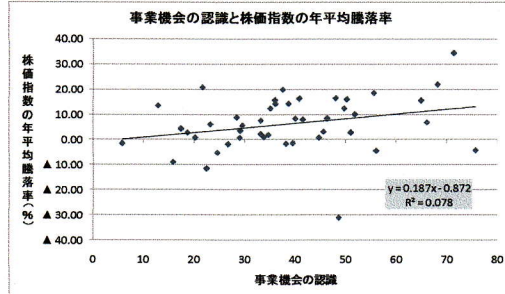
主な国の事業機会

主な国の事業機会の認識の度合い			
国・地域名	事業機会の認識	国・地域名	事業機会の認識
サウジアラビア	75.6	チュニジア	37.6
ペルー	71.4	中国	38.2
コロンビア	68.2	トルコ	38.1
スウェーデン	66.1	イスラエル	35.2
チリ	65	米国	34.8
メキシコ	55.6	フランス	33.9
パキスタン	51.9	スイス	33.9
フィンランド	51.1	ハンガリー	33.3
アルゼンチン	50.3	台湾	29.6
ノルウェー	49.8	英国	29.2
アイスランド	48.7	ドイツ	28.5
フィジー	48.1	イタリア	24.7
デンマーク	46.4	アイルランド	22.5
オーストラリア	45.7	ロシア	21.7
オランダ	44.8	ポルトガル	20.3
イラン	41.6	スペイン	18.8
南アフリカ	40.9	ルーマニア	17.5
マレーシア	40.1	ギリシャ	15.9
ベルギー	39.6	韓国	13
エジプト	38.6	日本	5.9

maeda@jcer.or.jp

13

事業機会の認識と株価



株価指数騰落率は2004年末から今年2月25日までの騰落率の年平均値

maeda@jcer.or.jp

14

東日本大震災の被害額の推計

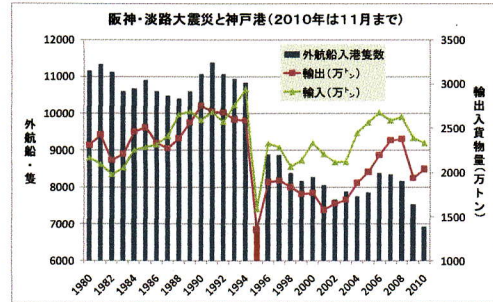
(内閣府、6月24日)

項目	被害額	阪神・淡路大震災 (国土庁)
建築物等(住宅・宅地、店舗・事務所、工場、機械等)	約1兆4000億円	約6兆3000億円
ライフライン施設(水道、ガス、電気、通信、放送施設)	約1兆3000億円	約6000億円
社会基盤施設(河川、道路、港湾、下水道、空港等)	約2兆2000億円	約2兆2000億円
農林水産関係(農地・農業用施設、林野、水産関係施設等)	約1兆9000億円	約5000億円
その他(文教施設、保健医療・福祉関係施設、廃棄物処理施設、その他公共施設等)	約1兆1000億円	
総計	約16兆9000億円	約9兆6000億円

maeda@jcer.or.jp

15

沈没か浮上、その差は何か

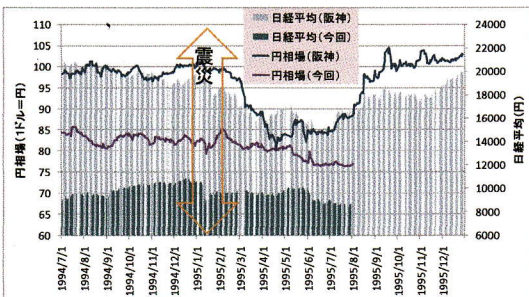


(出所)神戸市統計

maeda@jcer.or.jp

16

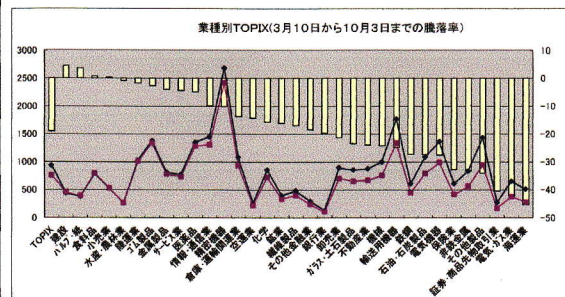
阪神・淡路大震災当時との比較



maeda@jcer.or.jp

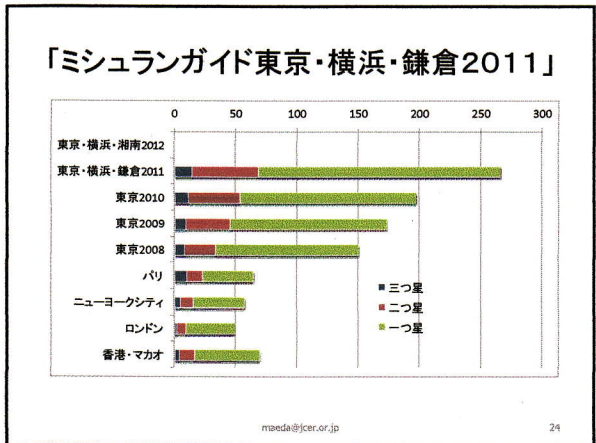
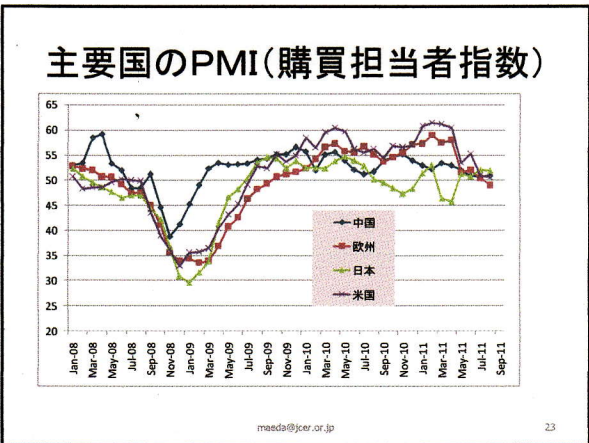
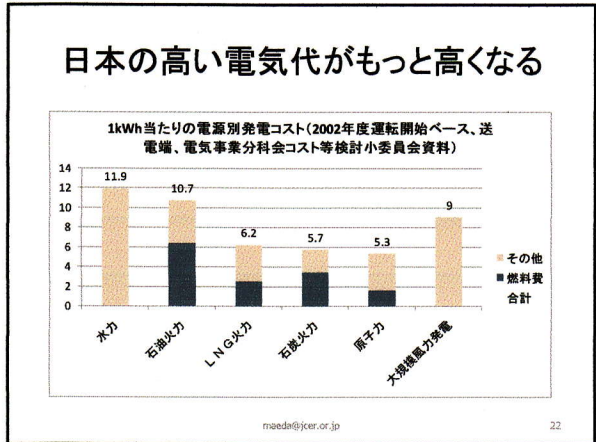
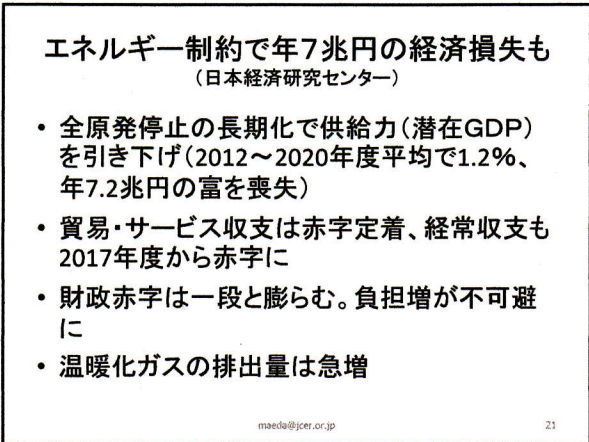
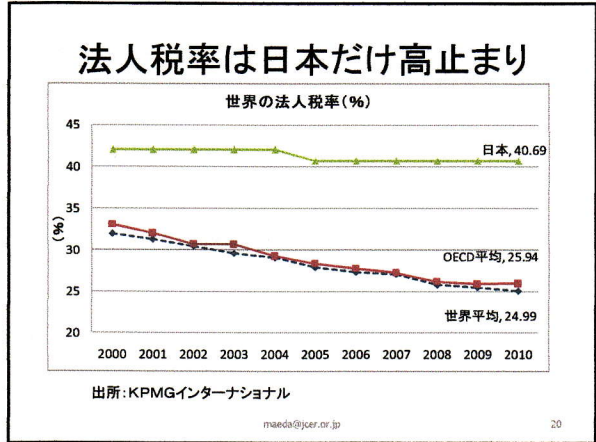
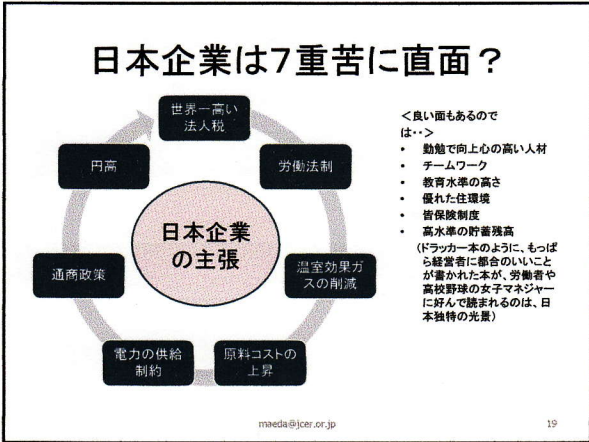
17

値下がりは電気ガスだけではない

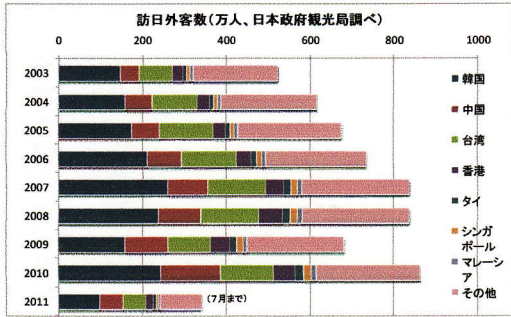


maeda@jcer.or.jp

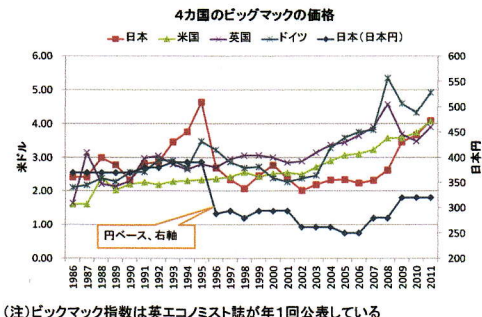
18



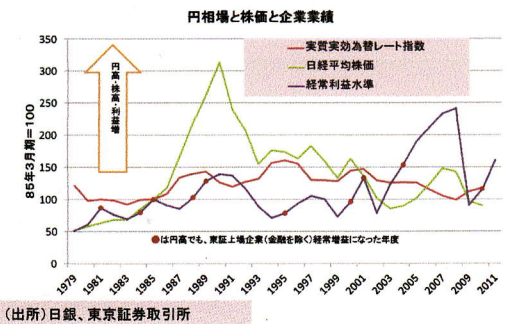
アジアの人々があこがれる日本



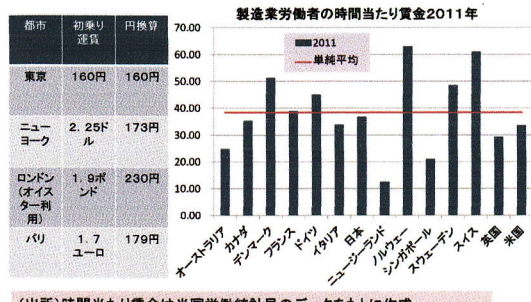
円高というけれども・・・



円高にも強い日本の上場企業



円売り介入で低賃金・低物価国にしたいのか (地下鉄の初乗りも日本は安い)



もっと自信を持ちましょう

最先端のものづくり

- 太陽光発電や風力発電ではバルクなものづくりは無理
- 日本でなければできないものだけが残る

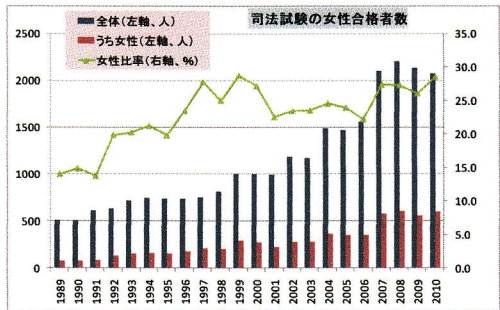
多様な産業の育成

- クールジャパン
- サービス業の質的向上
- 株主として「良い会社」を育てましょう

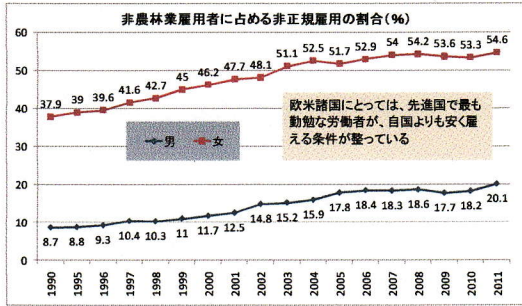
高齢者にやさしい社会

- 介護ロボット、痛くない医療、ユニバーサルデザイン
- 世界の富裕な高齢者に定住ビザは？

社会の担い手は男性から女性へ



柔軟性が増した日本社会

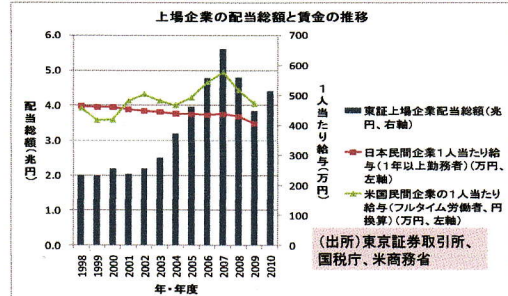


(出所)総務省「労働力調査」

maeda@jcer.or.jp

31

余剰資金を使わないのなら 賃上げと増配を

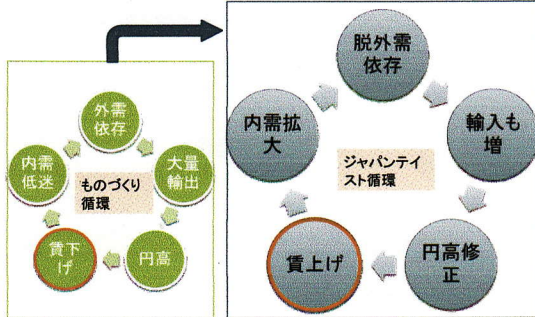


(出所)東京証券取引所、
国税庁、米商務省

maeda@jcer.or.jp

32

円高をカズくで止めるのではなく・・・



maeda@jcer.or.jp

33

来年に向けての日本経済と 株式相場のイメージ

企業業績は悪くない

- 内外で売上げが伸びる
- 損益分岐点比率は低下
- 2012年度に上場企業の経常利益は過去最高も

広がる日本見直し論

- 欧米では力強い景気回復が期待できない
- 資金増え、個人消費は好調
- 中国やブラジルなど高成長のひずみに悩む

株式市場は逆利回り革命?

- 持ち合い解消売りなどは一巡
- 「円高でも株高」のコンセンサス広がる?

maeda@jcer.or.jp

34

ブランド化では韓国が強烈追い上げ

- 日本と韓国の放送コンテンツ輸出額
2004年:日本=約7500万ドル 韓国=約7000万ドル
2009年:日本=約8000万ドル 韓国=約2億1000万ドル
- 韓国は1998年に金大中大統領が文化大統領宣言
- 99年に文化産業振興基本法制定(文化産業振興基金の設立)
- 2002年にオンラインデジタルコンテンツ産業発展法を制定(韓国ドラマは放映権料が日本の3分の1程度)
(いずれもみずほ総合研究所調べ)

maeda@jcer.or.jp

35

向上した韓国製品のイメージ

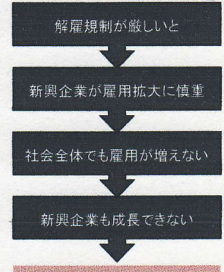
	高品質		かっこいい・センスがいい		勢いや活気を感じる	
	韓国製品	日本製品	韓国製品	日本製品	韓国製品	日本製品
ニューヨーク	12.4%	45.4%	12.9%	31.3%	29.7%	33.9%
フランクフルト	12.2%	20.4%	27.2%	32.0%	35.7%	35.5%
北京	17.5%	47.4%	35.7%	29.8%	37.9%	33.7%
バンコク	24.0%	48.4%	42.7%	42.5%	36.0%	38.4%
ジャカルタ	25.7%	54.4%	27.4%	40.1%	67.0%	36.2%
デリー	17.7%	70.3%	38.5%	21.9%	31.0%	14.2%
モスクワ	16.6%	73.6%	15.8%	29.0%	26.6%	27.6%
サンパウロ	8.6%	79.2%	8.2%	57.7%	52.5%	44.5%

(注)博報堂「GLOBAL HABIT 2000」

maeda@jcer.or.jp

36

起業社会をどう築くか ～ベンチャー活性化を日本経済の駆動力に～



日本はこのままでいいのか
グローバル・アントレプレナーシップ・モニター(GEM)より

- <今後に向けての提言>
- 創業初期のリスクマネーの調達のため、エンジェル税制を現行の所得控除方式から税額控除方式に変更し、投資金額の50%以上を所得税から差し引く。
 - 公的年金の長期運用資金の一定割合をベンチャー企業向け投資に充てるよう義務付け。
 - 慣例化しているベンチャーキャピタルの投資時の買戻条項を原則廃止するなど、柔軟な出口戦略の構築へ。
 - 起業家の再挑戦のため、「個人連帯保証」を「限定責任化」。
 - また、信用保証協会弁済率の引き下げによる金融機関の審査力の強化。

クールジャパンを推進

「感覚(「きれい」「かわいい」「きもちいい)」だそうです

世界があこがれる国

- 日本人の生活自体がかっこよくなければならない
- 多様な生き方が認められる
- ワーク・ライフバランス、高齢者や障害者にやさしい社会

優れたコンテンツ文化

- 音楽、ファッション、映画、演劇、文学、伝統芸能、料理、デザイン、街並み、自然、観光

オープンマインドで発信力がある

- 原発事故後の情報公開姿勢は最悪
- ソーシャル・メディアの活用
- 英語教育の強化

「日本物語」は日々の私たちの生活から

