

もっとやさしい 開発経済学

連載 最終回

グローバルゼーション——宇宙船地球号の別の顔

山形辰史・高橋和志

明治時代、地球の裏側にあるブラジルに、多くの日本人が移住しました。その頃は汽船で四五日かかったのですが、現在は飛行機で二日もあれば着いてしまいます。今では衛星放送のお陰でブラジルでも紅白歌合戦や相撲が放映されています。

世界は狭くなりました。チリ産のワインが日本に輸入されたり、南極の動物の腸からビニール袋が出てきたり、ドイツで廃棄されたTシャツがウガンダの市場に回ったりします。様々な物事が地球（globe）規模で進行することをグローバルゼーションと呼びます。交通・通信手段が発達するにつれ、人々の生活空間は自分の住まいの周辺からその外へ拡大しますが、その拡大の究極が「地球」だというわけです。

グローバルゼーションには、価値観が世界的に同一化する側面と、取引の可能性が世界的に拡大する側面の二つがあります。前者の側面については、多くの人々が懸念を表明しており、その懸念は十分配慮に値するものです。その一方で、後者の側面については、原則的に推進することが、国際社会で合意されています。

●グローバル競争の意義

取引の可能性が世界的に拡大する過程は、競争の世界的拡大の過程でもあります。競争は一般に忌み嫌われる傾向にありますが、その競争が世界的に拡大することが、なぜ国際社会で支持されているのでしょうか。それは競争が、その只中にいる人には大きな損失を被りうる死活問題であっても、その周囲にいる人には、概ね利益をもたらすからです。例を用いて説明しましょう。

あなたがカンボジア人で、路上でサトウキビ汁を売っていたとします。そこにタイの清涼飲料水メーカーがやってきて、缶入りのサトウキビ・ジュースを売り始めました。今まであなたからサトウキビ汁を買っていた消費者の何人かはあなたから買うのを止め、缶ジュースを買い始めるでしょう。また、あなたの下で働いていた労働者も、より条件のいい缶ジュース工場に流れてしまふかも知れません。それらを食い止めるためにあなたは、サトウキビ汁をより美味しくしたり、安くしたり、労働者への賃金を上げたりしなければなりません。これはあなたにとって大変な骨折りで、最悪の場合、廃業の憂き目に遭うかもしれません。

しかしこの時、競争をしているあなたと缶ジュース工場の周りにいる人々、つまり消費者と労働者はこの競争によって利益を得ています。そしてこの利益は、多くの消費者や労働者の間に薄く広がっているのに対して、（あなたがこの競争に負けたとしたら）損失はあなたに集中します。そこであなたの損失を、周囲の人々全体で補った、あるいはあなたが速やかに他のビジネスや職を得られるような仕組みがあれば、社会全体にとってこの競争がプラスの効果を持つことになるのです。

●新しいグローバルゼーション

交通通信手段の発達に伴い、かつて見られなかったような国際取引が現れました。第一はサービス貿易とよばれる取引で、とくに最近増えているのがアウト・ソーシングと呼ばれるものです。これにより、消費者に対するサービスが海外から提供されます。具体例は、先進国の消費者の電話相談を海外にいるオペレーターが受けるビジネスです。たとえばアメリカ人の消費者が夜中にかける電話相談がインドに転送され、昼夜が逆転し、昼に勤務しているインド人のオペレーターがそれを受けるといった形

態です。この他、先進国の病院でこれまで手書きで大量に作成されたカルテを、電子データに入力する作業を開発途上国の労働者が行うというビジネスも増えています。

第二に、物やサービスではなく、消費者が海外に移動して消費を行うという形態の取引も増えてきました。この形態の代表は観光ですが、最近増えているのは治療旅行 (medical tourism) です。これは開発途上国の病院が外国人向けに、難度の高い医療サービスを比較的安価に提供しているものです。タイやシンガポール、インドなどにおいて、現地の病院が、先進国の病院の協力を得つつ実施しています。開発途上国においては一般に、医療に関する規制が緩いこともこの流れを加速させているので、それに伴う人権侵害 (違法臓器売買など) が起きないようにすることが大きな課題です。

● 闘つべき相手は保護主義

「グローバル化の潮流を食い止めることはできない」というフレーズをしばしば耳にしますが、歴史を振り返ると、戦争や不景気が、各国の保護主義を促し、グローバル化を後退させてきました。とくにそれが顕著だったのは二回の世界大戦があった二〇世紀前半で、各国が関税を引き上げたり、ブロック化を進めた結果、世界貿易は停滞しました。

記憶に新しいのは、二〇〇七〜〇八年の食料価格の高騰とその後の世界経済不況から、多くの国が貿易制限を行ったり、非関税障壁を高めたことです。世界貿易機関 (WTO) によれば、二〇〇九年初めまでに

二三方国・地域が計八五件の保護貿易措置を取りました。たとえばインドやベトナムといった米輸出国が米輸出を制限したので、米を輸入している低所得国の貧困層には大きな打撃となりました。これは日本で江戸時代に起こったことと似ています。江戸三大飢饉のうち享保・天明の飢饉については凶作が全国的ではなく局地的でした。にも拘わらず、豊作であった藩が、自藩の食料需要を満たすことのみを考え、不作藩への米販売を禁止したことから、飢饉がさらに悪化しました。これはまさに保護主義そのもので、江戸時代に日本人が犯した全く同じ愚が、今世界的に繰り返されているのです。

また先進国が自国の斜陽産業を保護し、それが直接低所得国の損失につながることもあります。やり玉に挙げられているひとつの例は、アメリカの綿花生産に対する保護で、これは競争相手の西アフリカ諸国にとって大きな輸出障壁になっているといわれています。このように、グローバル化の対極にある保護主義こそ、我々が抗し、闘わなければならない相手なのです。

● 宇宙船地球号に国境はない

グローバル化に関しては、競争拡大の過程で敗者が大きな損失を被る一方、それによって利益を受ける人々は、その利

益が一人一人にとっては薄いため、反対の声の方が大きく響きます。また、狭小なナショナリズム (自国第一主義) から、かつて江戸時代の飢饉の際に豊作藩が行ったような保護主義を擁護する人々もいます。さらには今回は大きく取り上げなかった「価値観の世界的同一化」という側面からグローバル化に反対する人もいます。しかし、敗者に相応の補償を与え、価値観の同一化に留意しつつ、グローバル化を進めるべきです。

なぜならグローバル化は、世界の人々が国や藩ではなく、地球を故郷とする宇宙船地球号の発想に合致しているからです。地球上の人々が国境で分け隔てされることなく交流することは、原則的に誰もが賛成するにも拘わらず、現実には「地産地消」(地元で生産したものを地元で消費する) のように地元重視の発想もあります。簡単に海外に行くことができ、他国の情報が瞬時に得られるこの時代に、地球を「地元」と見なし、地産地消が「地球で生産し地球で消費する」を意味するようになって欲しいと思います。

(やまがた たつふみ/アジア経済研究所新領域研究センター・たかはし かつし/アジア経済研究所開発研究センター)

二年間ご愛読ありがとうございました。本連載のバックナンバーは <http://www.ride.go.jp/Japanese/Serial/Yasashi/index.html> でご覧いただけます。

次号から新たに「すぐに役立つ開発指標のはなし」が始まります。野上裕生が二年間腕をふるいます。ご期待ください。