

アフターコロナの時代に向けていま知恵を出し合うことが重要

ウイズコロナ、そしてアフターコロナの時代にはどのような新しい光景が眼前に現れるであろうか。今までの30年と比べてこれからの30年は大きく変化することは間違いない。

まず、価値観の変化が起こるだろう。モノから満足へ、人々は今までと同じようにモノを求める行動を減らし、精神的な満足へとその舵を切る可能性が大きい。生きている意味の探求である。この時に求められる価値はこれまでのハード的なものに対してソフト的なものとなる。そして、個々人の欲求に従ってそのソフト的な価値はアレンジされ提供される。すなわち、ワン・トゥー・ワン市場がそこに誕生する。

そして、このソフトな市場を支えるベースの一つとなるのがデジタル化社会である。このような社会が出現したとき、日本はどのように世界に伍していくのだろうか。あるいは、どのように世界のイニシャチブを取っていくのだろうか。

たとえ、モノの世界から形のないソフトの世界へと世界が変化したとしても、国力を表すのは貿易統計であることは間違いない。日本はその時、どのようにして食べていくか。ソフトな頭を結集して、ウイズコロナの時代に来るべきアフターコロナの時代に向けての30年の計を立てる必要がある。

日本経済新聞 2020.8.7

2020. 8. 7

春秋

ゲーテンベルクの活版印刷技術は教会による知識や情報の独占を崩し、ヨーロッパを近代へ導いた。ジョン・ケリー著「黒死病―ペストの中世史」(野中邦子訳)によれば、技術革新の背景には、ペストの流行があったのだ

という。人口減少が「発明の母」となった。

▼活版印刷が世に出る15世紀半ばまでの100年間に、欧州は少なくとも30〜40%の人口を失った。労働力の減少は賃金の高騰を招いた。それまでは1冊の本を数人がかりで筆写して作っていたが、労働集約型のやり方では利益が出ない。効率的に本を作りたいというニーズに応えたのが、活字を使う印刷方法だったわけだ。

▼当時の人口減少から生まれた発明は多い。鋤山開発は新式の水力ポンプによって、少人数で深くまで掘れるようになった。船は少ない乗組員で輸送効率を上げる大型化が進んだ。逆境をバネに新たな工夫が出てくる。コロナ禍で業績の落ち込みが激しい企業も、社会の変化をとらえたイノベーションをぜひ起こしてほしい。

▼はつきりしたのは日本のデジタル化が世界のなかで周回遅れなことだ。学校教育も診療も行政の仕事も、オンライン化を進めて便利にする必要がある。感染を防ぐ「非接触型」のサービスや個人の健康管理を後押しするビジネスも、需要はこれから増えると思われる。知恵の絞りどころだ。発明の母は、無数に転がっている。