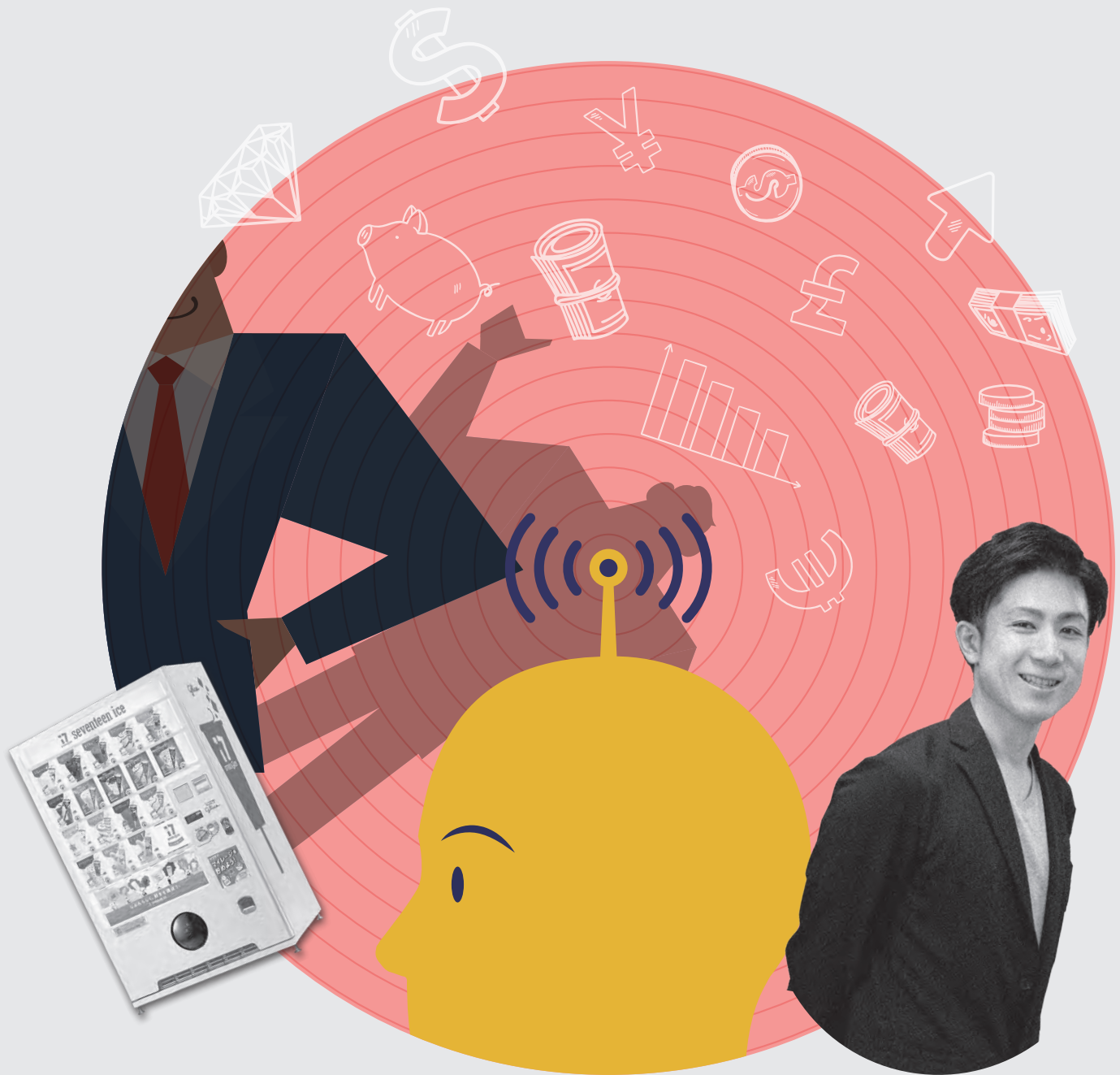


# terrace lab

March 2026 vol.2

## magazine



terrace-lab.com



その挑戦は、どこから生まれたのか。

# なぜ米国は、ここまでやるのか

text = 園田 悠子 / IFA (独立系金融アドバイザー)

2026年現在、その答えを紐解く鍵は、トランプ大統領の「宿命」にあります。2024年7月の暗殺未遂事件。あの時、耳をかすめる銃弾から奇跡的に救われた彼は、それを単なる幸運ではなく「全能の神の恩寵」であると確信したのです。「生かされた命のすべてを、神との約束である『アメリカ再興(MAGA)』に捧げる」この凄まじい使命感こそが、世界を塗り替え、「世界の富のすべてを米国に集中させる」という彼の冷徹な狙いを突き動かす原動力となっています。この「宿命」が支配する今、私たちの資産運用の常識も、完全に書き換えられました。

## 1. 圧倒的な「国防資本」と AI半導体の絶望的な格差

米国の国防予算はついに1.5兆ドル(約235兆円)に達しました。これは、現在行われている日本の衆議院選挙(2月8日投票)でも議論の的となっている、日本の国家予算(一般会計:約122兆円)のほぼ2倍という、驚愕の規模です。

- 米中AI格差の拡大:  
外交問題評議会(CFR)の最新報告によれば、米エヌビディアと中国・ファーウェイの能力差は現在で5倍、2027年後半には17倍にまで拡大すると予測されています。
- トランプ流の「実利」取引:  
政権はエヌビディアの最新チップ「H200」の対中輸出を容認する代わりに、「売上高の25%を米政府に納付させる」という異例の契約を突きつけました。技術的優位を保ちつつ、ライバルから莫大な「上納金」を徴収する。まさにビジネスマンとしての極致です。

## 2. 富を吸い寄せる「歴史的IPO」とAIによるハリウッドの再定義

トランプ政権の狙い通り、世界中の成長企業と知性は米国市場へと吸い寄せられています。かつては日本市場の象徴であったPayPay(ペイペイ)や、ソフトバンクグループ傘下のArm(アーム)。これらの企業が「米国上場」を選択し、成長の果実を米国市場にもたらしている事実、世界の富が米国に一本化されつつある現実を物語っています。

- 世界を揺るがす3大IPO:  
a. SpaceX(スペースX) / 時価総額1.5兆ドル規模での上場を目指しています。  
b. OpenAI / 評価額は1兆ドルに達すると見られます。



c. Anthropic(アンソロピック) / 3000億ドル超の評価額が囁かれています。

- Amazonによる「AI映画」の衝撃:  
Amazonは最新の映像生成AI「Nova Reel」を投入。テック資本がAIという武器を手に、伝統的なハリウッドを完全に再定義し始めています。

## 3. 歴史的転換点: ニューヨーク連銀による「レートチェック」の真実

そして今、為替市場で起きている「異変」に注目してください。1月23日、米財務省の要請を受け、ニューヨーク連銀が為替水準を尋ねる「レートチェック」を実施しました。通常、円買い介入は日本側が主導するものですが、今回は「米国側」が主導したという点が極めて異例なのです。

- 戦略的な「ドル安誘導」のシグナル:  
今回の動きは本質的な「円高」への回帰ではなく、米国の政策的なドル安誘導です。レートチェックは牽制のレベルであり、ベッセント財務長官がドル高によるインフレ再燃を警戒した結果のポーズと言えるでしょう。
- 「発行元」だけが持つ圧倒的な制圧力:  
資金の上限がある日本と違い、ドルの発行元である米国が動けば、市場への供給力は他国の追随を許しません。この圧倒的な資金背景が、「160円」を日米共同の「絶対防衛ライン」へと変質させたのです。
- 運用を開始する絶好のタイミング:  
現在、日本では衆院選(2月8日投票)の真っ只中。与野党から財政拡張や減税といった「バラマキ」公約が相次ぎ、市場は財政悪化を懸念しています。しかし、ドル安の副作用は「インフレ再燃」です。長期的な「円弱・ドル強」の構造が変わらない前提に立てば、この一時的な調整局面は、むしろドル資産の運用を開始する絶好のタイミングとも捉えられますね。

## 4. コモディティ「トリプル・ブル」の到来: 金・銀・銅

トランプ政権下のインフレ懸念とAI革命は、コモディティ市場をかつてない「熱狂」へと誘っています。

- 金(ゴールド)1オンス=5,000ドル:  
法外な債務拡大と地政学リスクを背景に、中央銀行の買いが止まりません。
- 銀(シルバー)100ドルの突破:  
太陽光パネルやEVに不可欠な銀は、深刻な供給不足から、金以上の爆発力を見せています。
- 銅(カッパー)1.2万ドル超の衝撃:  
「ドクター・カッパー」と呼ばれる銅も、歴史的な高値を更新。AI電力網のアップグレードという「逃げられない需要」が価格を強力に下支えしています。

## 結論: 資産運用を成功させるために ~ 神の誓いより強く、政権より重いもの

激動する情勢を語ってきましたが、最後にもう一つの、そして最も大切な真実を皆さんに共有します。「投資の神様」ウォーレン・バフェット氏は、一度も政権について語ったことはありません。なぜなら、株式市場は政権を評価する場ではなく、個々の企

業経営を評価する場だからです。短期的には政策や金利が価格を揺らしますが、中長期で見れば、価値は必ず企業のファンダメンタルズ(基礎体力)に収束します。今世紀の25年間、日本でも森政権から始まり、現在の高市政権に至るまで、重点施策は移ろい続けました。しかし、その傍らで一貫して企業価値を高めてきたのは、トヨタ、ファストリ、キーエンス、日立、ソニー、中外製薬、任天堂、伊藤忠といった、自ら考え動く企業たちです。

彼らの飛躍は、政権の方針と特別な相関があったわけではありません。中長期の勝敗を決めるのは、いつの時代も、企業自らの「構想力」と「実践力」なのです。米国が世界最大の運用立国となった要因も、投資家が「政権ではなく、企業そのもの」にフォーカスする姿勢を貫いたことにあります。

資産運用立国を生き抜く私たちに必要なのは、時代の喧騒に惑わされず、この「本質」を透徹した視点で見極めることではないでしょうか。

# 最強のリーダー誕生にみる最弱の価値

text = 小越 建典



2026年2月8日、衆議院総選挙。自民党が結党以来最大の議席を獲得するという、ワンサイドゲームで終了しました。「高市か?高市以外か?」と突きつけ、大勝した総理は「強いリーダー」として、政策を推し進めていくのでしょう。

この変化の激しい時代には、即断即決で課題を解決してほしい。でも、リーダーの独断専行でモノゴトが進むことに不安もある。

世の中の空気感は、そんなところでしょうか。いずれにしても、高市総理のリーダーとしての決断、行動が、社会を大きく左右します。だからこそ、問いを立ててみたくなりました。

「リーダーって、強くなきゃだめなんだっけ?」

## 誰よりもみずぼらしいリーダー

身近なビジネスの世界を見渡せば、実に多様なタイプのリーダーが活躍しています。トップダウンで明確な方向性を示す牽引型、メンバーの意見を丁寧に聞く傾聴型、利害を調整しながら合意を形成する調整型。どれが優れているとは一概に言えず、状況によるものでしょうが、やはり力強く安定したリーダーを皆が求めているのでしょう。

しかし、ここで紹介するリーダー像は、そのどれとも違う弱々しいリーダーです。

マレーシア領ボルネオ島の熱帯雨林で、狩猟採集の生活を営むプナンという人々がいます。彼らの社会には、貧富の差も身分の別もありません。食糧もモノもすべて均等に分け合う、徹底した平等主義が貫かれています。

私たちが当たり前に入っている格差は、農耕が始まって以降に生まれたもの。これは、歴史の教科書にも書いてあることで、富の偏在や権力の強弱は、人間の本能でも宿命でもありません。

それでも、人が集まって暮らす以上は、リーダーは必要です。プナンをはじめ、多くの狩猟採集社会には「ビッグマン」と呼ばれるリーダーが存在します。

ビッグマンになるには、血統も、家柄も、能力すらも必要ありません。選挙で選ばれるわけでもありません。

誰よりも、平等主義を実践する人がビッグマンになるのです。ブナンでは、持っているモノ、お金、情報を、誰よりも気前よく他人に分けてしまう人が、尊敬され、ビッグマンになります。

だから、ビッグマンは集団の中で誰よりもみずばらしい格好をした、とてもカッコいいリーダーです。それでも、いやだからこそ、揉め事の仲裁や狩猟の判断において、その言葉はとても重んじられ、人々を導きます。

ただし、その立場はとても脆弱です。もし、ビッグマンが調子に乗って、少しでも尊大な態度をとったり、蓄財を始めたりすると、人々は何も言わず去っていきます。特に不満も告げるでも、反対勢力を募るでもなく、ただその場からいなくなり、別のビッグマンのもとで暮らし始めるのです。

## 本当の自由と民主とは？

ブナンの人たちが、そのように過度な支配を敏感に回避し、気ままに過ごせるのは、人口密度の極めて低い広大な森の中

で、点々と獲物を狙いながら、遊動的な狩猟採集生活を営んでいるからです。

もちろん、私たちはリーダーが気に食わないからといって、簡単に会社を辞めたり国籍を変えたりはできません。そのために利害の対立があり、血なまぐさい権力闘争があり、時に強力なリーダーを必要とします。

けれど、それは当たり前のことでしょうか？

考えてみれば、法律のように誰かが決めたルールに、多数決で従わねばならないというのは、いかにも不自由です。ブナンのように支配からの逃げ道が存在する状態は、とても大切なことのように思います。というか、それこそが本当の「自由と民主」ではないでしょうか。

目先の課題として、強いリーダーの存在はとても重要。でも、ブナンのように、強いリーダーを必要としない社会をつくることのほうが、より重要な21世紀のテーマではないか？ 今回の選挙結果と、色々な人の反応を見てそんなふうに感じました。日々のビジネスをとおして、新しい未来を模索したいと改めて感じた、大雪の選挙でした。

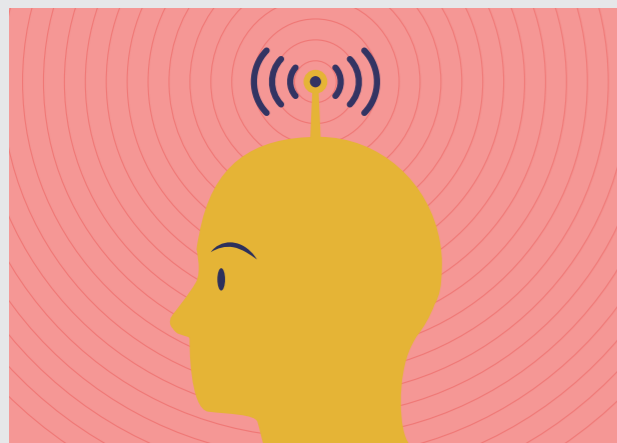
# グリコ営業に学ぶ 「相手を“受信モード”にする方法」

text = 小越 建典

「伝えたい話ほど、相手に聞いてもらえない」  
そんな切ない経験に、心当たりはないでしょうか？

ビジネスなら、練りに練ってよくできた提案なのに、なぜかプレゼンの場では相手に聞く気がない…私自身、そんな苦い思い出は一つや二つではありません。そんなときは「伝え方が悪かったのか」「内容で満足させられなかったのか」「インパクトが足りなかったのか」と、ぐるぐる考えてしまいますが…

問題の本質は伝え方や話の内容の、その少し手前にあるの



かもしれません。相手が「受信モード」になっておらず、そもそも聞く準備が整っていない、ということはないでしょうか。

今日紹介する「セブンティーンアイス」のエピソードは、そんな可能性に気づかせてくれます。

## セブンティーンアイスが増殖中

江崎グリコの「セブンティーンアイス」が、高校や大学、専門学校など学校内で急増していることをご存知でしょうか？

セブンティーンアイスは、1983年から続くロングセラー商品です。自動販売機専用のアイスクリームで、主にスイミングスクールやボウリング場などのレジャー施設に設置されてきましたが、長い間学校には広がっていませんでした。

それが2025年現在、現在の高校へのセブンティーンアイス設置数は、18年度の約2倍にまで増加したそうです。

## 生徒の自主性を育むアイス

急増の背景には、グリコさんの営業のがんばりがあるのですが、最初はほとんど門前払いだったそうです。

それも理解できますよね。そもそも勉強にアイスは必要ありませんし、包装の紙や棒などのゴミは出るし、アイス垂らして教室や廊下を汚す、などの懸念もありそうです。

でも、グリコさんはここを逆手に取りました。

生徒自身にマナーを守り、ルールを考えさせるためのツールとして、セブンティーンアイスを提案したのです。「学校内で食べる場合は食堂のみ可」「休憩時間にだけ使用できる」「専用のごみ箱に必ず分別して捨てる」といったルールを、生徒たち自身が作り、運用しています。「セブンティーンアイスマナー委員会」を立ち上げるなど、生徒の自主性を育むきっかけになったといいます。

グリコさんの社員たちも直接学校に足を運び、生徒会と価格や商品ラインアップを話し合ったり、啓発ポスターと一緒に作るなど積極的にサポートしているそうです。

## 一緒に課題を解決する存在

セブンティーンアイスは学校にとって、単なるアイスではなく、「教育の課題を解決するツール」になりました。江崎グリコの営業担当は「アイス売人」ではなく、「教育の課題と一緒に解決する人」です。

おそらく、味がおいしいとか、値段が手頃だとか、そんなことをアピールしても、学校の先生や担当者は、話を聞いてくれなかったでしょう。「17歳の若者向けの17種類のアイス」というコンセプトも、どれだけ高校生に人気なのかといったデータも、学校にはなんの関係もありません。

グリコさんは、先生や担当者の関心事である教育の文脈に、

アイスに乗せました。だからこそ、彼らは「受信モード」になり、営業の話聞く気になったのでしょう。

## 相対する関係から目的を共有する関係へ

モノを売ったり、主張を通そうとするとき、私たちは自然に相手と向き合ってしまうのかもしれない。正論やいいアイデアほど、「理解してもらおう」「説得しよう」としてしまいますよね。

そうではなく、まずは相手と同じ位置に立って、同じ方向を向くことが必要なのではないのでしょうか。グリコさんの営業は、「うちのアイス置いてください」と学校の人たちに相対してアピールすることを止め、「生徒の成長」という同じ方向を向いたのでしよう。



## GUTs アナザーストーリー >>> 近藤 宗俊さん

# 「確動力」とは？ その先にある世界と未来

T.Mariko

近藤さんが代表を務められる、SAKIGAKE JAPANは「地球規模での安全と繁栄を実現するビジネスを創出し、その力を活用して、持続可能な人類の未来を実現する」という理念を掲げ、防災・環境適応技術を世界に広げる“先駆け”となるべく、2023年よりスタートした会社です。  
本日はそんな日本における防災事業の先駆けを展開される近藤さんに「防災と日本。そして、世界とAI時代」をテーマに、お話を伺いました。

## 先駆者として、世界で求められる、日本の防災テクノロジーとレジリエンス

日本の防災に関する力は、本当にすごいと感じています。

私は大学で環境学を学んでいましたが、その頃から、「自分でできることは何か、社会にどう関わられるのか」を考え続けてきました。

その中で行き着いたのが、より人々の生活に近い場所で、実

際の反応を感じながら実現できる取り組みでした。その延長線上に、今の事業があります。

日本ではあまり意識されていませんが、防災は国際的に見ると、日本が長年リードしてきた珍しい分野です。

日本の防災テクノロジーや運用の考え方は、海外では高く評価されています。

実際、防災に関する国際規格の中には、日本人が関わって策定されたものも少なくありません。

# interview

世界各地を訪れ、SAKIGAKE JAPANの事業として活動する中で、日本が積み重ねてきた知恵や技術が、災害のあとに社会を立て直していく力として強く求められていることを実感しています。

## 日本における、これからの防災に求められる課題

私は、これからの防災分野においてまず必要とされていることは、「データ化」、「ネットワーク化」、「標準化」の3つだと思っています。

たとえば、備蓄されている物資の中身や保管場所が正しく把握されていない場合は、いざというときに活かすことはできません。また、広域災害が発生した際、防災対策が地域ごとに完結していると、横の連携がうまく機能しない場面が出てきます。

だからこそ、情報をきちんとデータとして整え、地域の枠を越えてつながるネットワークを持ち、平時から共通の前提で動ける状態を標準としてつくっておくことが重要になります。

防災を特別なものとして切り離すのではなく、日常の延長線上に置いておく。

その意識が、災害時の動きを大きく左右すると感じています。

## 世界との協力関係にみること

海外から学ぶことも多くあります。

たとえば台湾では、テクノロジーを活用して、災害時に「誰が、どこにいるのか」を把握できる仕組みが整えられています。こうした取り組みは、日本にとっても非常に参考になるものです。

日本が災害の経験を通じて培ってきた技術や考え方を世界に広めていくことは大切ですが、それは一方的に伝えることではありません。各国と協力しながら、お互いに学び合い、より良い形を探していく。

その姿勢が、これからの防災には欠かせないと感じています。

## 環境適応技術を世界に広げる

私たちは防災の分野に限らず、国や地域の環境に沿った技術提案にも取り組んでいます。

たとえばサウジアラビアは、突発的な自然災害は比較的少ない国ですが、気候や土地といった環境固有の課題を抱えています。そうした背景を踏まえ、防災という枠組みに閉じるのではなく、その土地で暮らす人々にとって、日常的に価値を持ち続ける技術を提案していくことを大切にしています。

状況によっては、他社の開発事業と連携しながら進めることもあります。目指しているのは「導入して終わり」ではなく、地域の中で使われ続ける形をつくることです。

## これからの、AI・テクノロジー時代に考えること

「何を実現したいのか」「どうありたいのか」。そうした思いや方向性がなければ、どれだけ高度な技術があっても、本当の意味で活かすことはできません。

だからこそ、人が一人ひとり、自分なりの軸やアイデンティティを持つことが、ますます重要になってくるのではないのでしょうか。

## 違和感を抱え続ける、という姿勢

だからといって、私は何かに対して強く主張や反論するタイプではありません。むしろ、日々の中でふと感じる小さな「違和感」を、大切にしています。

たとえば「防災は事業として難しい」と言われることがあります。そんなとき、その場で否定したり反論したりはしません。ただ心の中に、「本当にそうだろうか？」という引っかかりを残します。

その違和感をすぐに言葉にするのではなく、考え続け、行動を重ねていく。そしていつか、「そうじゃなかったでしょう」「実は、こんなやり方もある」と、結果で示していく。

そのプロセスを、私は大切にしてきました。

もう一つ、私が大切にしているのは、自分と違う意見を持つ人を決して否定しないということです。

考え方の違いを排除するのではなく、その背景や立場を尊重する姿勢こそが、新しい気づきや選択肢につながると感じています。

弊社が取り組んでいる「日本の防災を提案し広げる」という活動にも通じることで、日本人は、自分の意見を強く主張するのが苦手だと言われることがあります。けれど、否定ではなく肯定的にとらえてみると、日本人の「じっくり考える」「つつまじやか」といった性質は、とても良い面でもあります。

防災の現場においても、そうした「日本的」とされる特性から生まれる行動が、冷静な判断や協調的な対応につながり、結果として日本は「災害に強い国」、つまり高いレジリエンスを持つ社会だという評価を得てきたのだと思います。

尊重と肯定、そして逆から物事を見る視点。私は、こうした考え方を大切にしています。



国土交通省とベトナム農業環境省の共催「日越防災協働対話」へ出席・登壇 (2025年5月13日)



サウジアラビア政府公式招待・REBCMフォーラムへ出展 (2025年11月25日)

## 「確動力」という、アイデンティティ

私の父は公務員で、起業と直結するような家庭環境ではありませんでした。ただ、父からよく言われていたのが、「それは、自分にとって本当なのか。よく考えろ」という言葉です。

「〇〇さんが言っているから」とか、「一般的にはそう考えられているから」。そんな考えにとらわれず、流されず、「自分で、よく考える」ことが大切だと思っています。

この考え方は、今の私の行動の軸にもなっています。

それから、私が大切にしているのが、「確動力」という考え方です。

計画を立てるだけで終わらず、必ず動く。そこで見えた課題を受け止め、学び、修正し、また動く。

そうした積み重ねを通して、確実に前に進んでいく力。それが、私にとっての「確動力」です。

「私は、失敗したっていいと思っているんです」

この過程では、失敗と呼ばれる出来事に出会うこともあります。ただ、それが致命的になることは多くありません。むしろ、次に進むための材料になることがほとんどです。

注意を払いながらも、まずやってみる。失敗にとらわれず、やり続ける。

その積み重ねが、結果として大きな前進につながる。そう信じて、これまで歩んできました。

## 風化しない、「災害の過去（経験）と未来」に向き合う

被災された方々からは、「災害の記憶を風化させないでほしい」という声を多く伺います。

その声に向き合う一つの方法として、私たち社会全体が「災害のあった現場をどのように公開し、伝えていくのか」について、日本でもより深く考えていく必要があると感じています。

慎重さはもちろん大切ですが、過去の経験を未来につなげるために、向き合い続けることが重要だと思います。

東日本大震災から15年を迎える今。読者のみなさんに発信したいこと

防災を、特別なものとして構える必要はないと思っています。日常の中で、楽しみながら自然に備えていくことが、結果として

一番強い防災になります。非常時のためだけに用意したものが、いざというときに使えないこともあります。

だからこそ、日常と非常時を切り分けず、普段役に立っているものがそのまま非常時にも機能する。そうした考え方を「フェーズフリー防災」と呼びますが、まさにこれからの防災には、この視点が求められていると感じています。

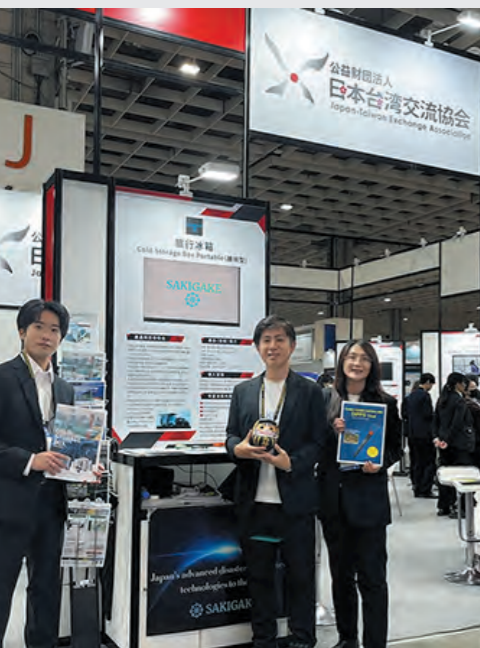
ぜひ、ご家族や身近な人たちと、日常の延長として防災について話し合い、備えていただけたらうれしいです。



近藤 宗俊

株式会社SAKIGAKE JAPAN 代表取締役 CEO。気候変動による災害リスクの高まりを背景に、防災を「コスト」ではなく「価値」として捉える社会の実現を目指す。防災・環境適応分野のビジネス創出に取り組み、日本の防災技術や知見を世界に広げることをミッションとして活動している。2023年に同社を設立。

terrace lab  
毎週木曜日に更新中!  
<https://www.terrace-lab.com/>



AIoT Taiwan 2025 日本パビリオンへ出展 (2025年10月23日)

# CHaT+

ちょっとプラス navi

制作現場の即戦力として、  
デザイン、DTP・編集・校正・WEB・ライティング領域で  
実務経験豊富な人材をご紹介します。  
デザイン提案、繁忙期の増員、品質強化、WEB強化など、  
課題に応じて柔軟に対応可能です。  
今回は即稼働可能な6名を厳選してご提案いたします。

## 01 デザイナー H.A.さん

- ◆ エディトリアルデザインに強い  
(InDesign / Illustrator / Photoshop)
- ◆ デザイン事務所での出版社案件経験多数あり。

## 02 デザイナー D.Y.さん

- ◆ SP (販促・広告、什器) 多数実績あり。
- ◆ エディトリアルやWEBなど幅広く対応。

## 03 DTPオペレーター S.M.さん

- ◆ 印刷会社、製版会社、出版社でのDTPオペレーターを経験。
- ◆ 現在需要の高いコミックス、電子コミックが得意。

## 04 WEBデザイナー C.Y.さん

- ◆ WEBデザインをメインに、印刷物やPowerPoint多数経験あり。
- ◆ お客様の課題解決型のデザイン提案が得意。

## 05 編集・校正 K.K.さん

- ◆ 出版社の編集部出身。撮影、構成、執筆業務を担当。
- ◆ 雑誌、書籍、テレビ局からの動画のテロップの校正、校閲対応。

## 06 企業広報ライター N.K.さん

- ◆ 企業・学校の広報、採用活動のライター・編集。
- ◆ 印刷会社、IT企業、学校法人などの実績があり、ディレクションも対応。

貴社の制作を支える体制づくりをサポートいたします。  
まずはお気軽にお問い合わせください。



### 編集後記

創刊号を手にとりくださった皆さま、想像以上の反響の声をいただきありがとうございます！先月は第40回中小企業活性化シンポジウムでPDF比較検査ソフト“BeforeAfterCV”を久しぶりに“店を出す”気分でリアル出展しました。会場で直接伺った声から、画面越しには見えない課題や新しいヒントがたくさん見つかりました。この縮刷版も店先で雑談するように気軽に手に取っていただき、感じたことやご意見をぜひお寄せください！

(てらすラボ編集部 H.K)



次号も  
おたのしみ！

