

わが国の将来の産業構造の展望について

～ 経済産業省『新産業創造戦略』(2004年)より～

国土交通省国土計画局
産業・エネルギーPT

7つの新産業分野と期待される波及効果

新産業創造戦略で取り上げる産業群

【抽出の4条件】

日本経済の将来の発展を支える戦略分野
国民ニーズが強く、内需主導の成長に貢献する分野
最終財から素材まで、大企業から中堅・中小まで、大都市から地方まで広範な広がりがあり、我が国の産業集積の強みが活かせる分野
市場メカニズムだけでは発展しにくい障壁や制約あり、官民一体の総合的政策展開が必要な分野

7分野ごとに、具体的な市場規模、目標年限を明示した政策のアクションプラン等を明示

【先端的新産業分野】

燃料電池

- 自動車や家庭用などで大きな市場が期待
- 環境対策の切り札
- 市場創出に向け耐久性・コスト面で課題

情報家電

- 日本が強い擦り合わせ産業
- たゆまぬ先端技術と市場を創出
- 垂直連携、技術開発、人材、知的財産保護に課題

ロボット

- 介護支援、災害対策、警備などを支援・代替したり、人に出来ないことをさせるニーズ
- 技術力に日本の強み
- 市場創出、技術開発、規制に課題

コンテンツ

- 情報家電ともに大きな成長が期待
- 日本のコンテンツの広がりが世界の文化や市場にも波及
- 流通、人材、資金調達などに課題

【市場ニーズの拡がりに対応する新産業分野】

健康福祉機器・サービス

- 健康な長寿社会の構築
- 高齢者の社会参加
- 財政負担少ない福祉
- 健康産業の国際展開
- 制度改革、IT化、バイオ技術等で課題

環境・エネルギー機器・サービス

- きれいな水、空気、土壌の回復
- 優れた環境・エネルギー技術による機器・サービスの開発
- 環境規制、技術開発、情報開示等の課題

ビジネス支援サービス

- 事業再編に伴う非コア業務分離、外注化
- ITを柱に新たなサービスが拡大
- 雇用吸収先としての期待
- 人材育成、品質・生産性に課題

【地域再生の産業分野】

地域を基盤とした先端産業

- 地域環境(産業クラスター)の創出
- 大学からの技術移転の進展
- 横のネットワーク化、産学連携、伝統と先端技術との融合、人材育成が課題

ものづくり産業の新事業展開

- 地域のものづくりの伝統・文化の潜在力
- 世界に誇る「高度部材産業集積」
- 横のネットワーク、製品化開発、販路開拓、資金調達に課題

地域サービス産業の革新

- 集客交流や健康などで、独自の魅力を持った付加価値高い事業の展開
- ブランド作り、外部企業との連携推進に課題

食品産業の高付加価値化

- 安全・安心な食品の提供と市場開拓
- トレイサビリティ、品質管理、ブランド化、効能に関する分析、技術開発と産学連携に課題

ニーズとシーズの擦り合わせ

「科学技術創造立国」を実現する革新技术(ナノテク、バイオ、IT、環境)

戦略7分野の市場拡大による生産額への波及効果(兆円)

	戦略7分野の市場規模	戦略7分野の市場が拡大することによる他産業への波及効果	合計
現在	207.1		207.1
2010年	296.8	27.1	323.9

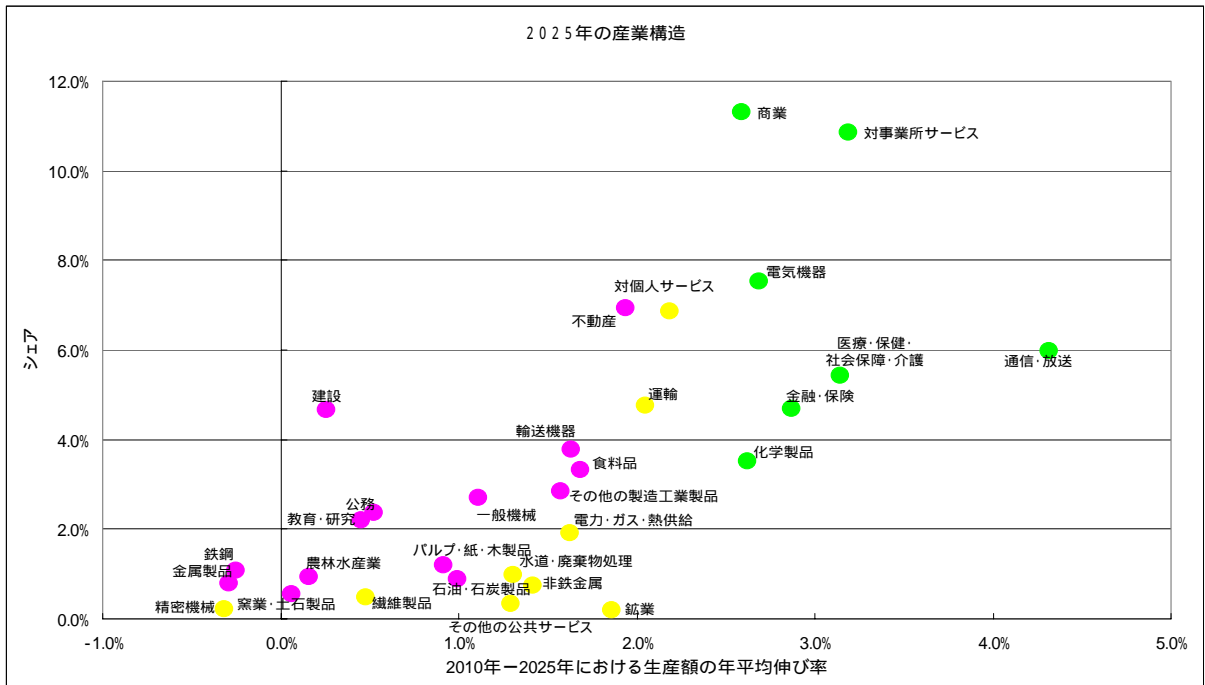
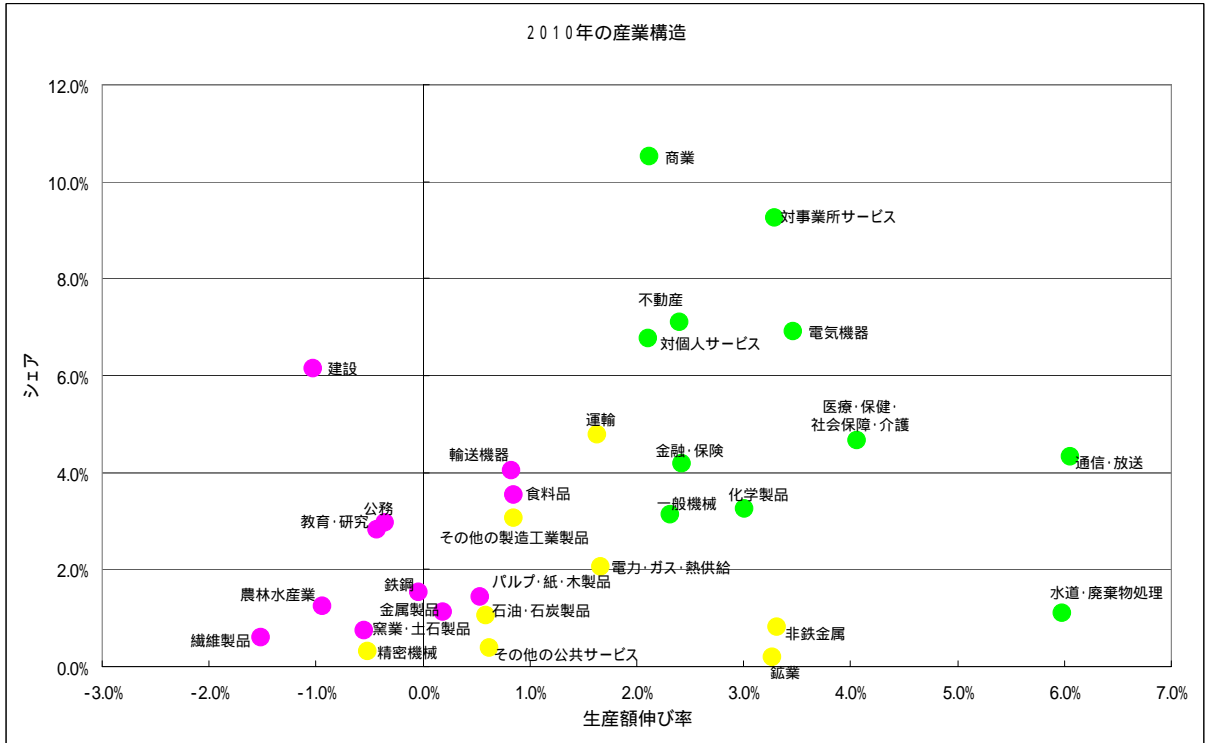
* 産業連関分析により試算

戦略7分野の市場規模とその波及効果の内訳

	現在	2010年
燃料電池	0.0	0.9
情報家電	10.6	17.5
ロボット	0.5	1.8
コンテンツ	11.3	16.5
健康・医療	55.7	74.8
環境	51.6	78.3
ビジネス支援	77.4	107.0
合計	207.1	296.8
波及効果		
食料品		0.3
パルプ・紙・木製品		1.2
化学製品		1.0
窯業・土石製品		0.6
鉄鋼		1.8
非鉄金属		0.8
金属製品		1.2
一般機械		0.3
電気機器		0.7
輸送機器		0.3
その他の製造工業製品		1.6
電力・ガス・熱供給		1.0
水道・廃棄物処理		0.4
商業		2.9
金融・保険		1.5
運輸		2.0
通信・放送		1.7
教育・研究		1.1
対事業所サービス		4.1
対個人サービス		0.5
合計		27.1

(単位:兆円)

2010年及び2025年における産業構造の予測



国内生産額の展望

	2000		2010			2025		
	生産額	シェア	生産額	シェア	年平均伸び率(生産額)	生産額	シェア	年平均伸び率(生産額)
農林水産業	15,719	1.6%	14,301	1.2%	-0.9%	14,653	0.9%	0.2%
鉱業	1,654	0.2%	2,283	0.2%	3.3%	3,009	0.2%	1.9%
食料品	37,614	3.9%	40,940	3.5%	0.9%	52,611	3.3%	1.7%
繊維製品	8,136	0.8%	6,985	0.6%	-1.5%	7,506	0.5%	0.5%
パルプ・紙・木製品	15,654	1.6%	16,510	1.4%	0.5%	18,930	1.2%	0.9%
化学製品	28,061	2.9%	37,726	3.3%	3.0%	55,620	3.5%	2.6%
石油・石炭製品	11,504	1.2%	12,195	1.1%	0.6%	14,141	0.9%	1.0%
窯業・土石製品	9,052	0.9%	8,563	0.7%	-0.6%	8,643	0.5%	0.1%
鉄鋼	17,897	1.9%	17,829	1.5%	0.0%	17,167	1.1%	-0.3%
非鉄金属	6,813	0.7%	9,432	0.8%	3.3%	11,647	0.7%	1.4%
金属製品	12,688	1.3%	12,923	1.1%	0.2%	12,373	0.8%	-0.3%
一般機械	28,807	3.0%	36,196	3.1%	2.3%	42,736	2.7%	1.1%
電気機器	56,825	5.9%	79,906	6.9%	3.5%	118,978	7.5%	2.7%
輸送機器	43,167	4.5%	46,889	4.0%	0.8%	59,764	3.8%	1.6%
精密機械	3,788	0.4%	3,598	0.3%	-0.5%	3,431	0.2%	-0.3%
その他の製造工業製品	32,668	3.4%	35,546	3.1%	0.8%	44,926	2.8%	1.6%
建設	78,727	8.2%	71,023	6.1%	-1.0%	73,849	4.7%	0.3%
電力・ガス・熱供給	20,221	2.1%	23,860	2.1%	1.7%	30,383	1.9%	1.6%
水道・廃棄物処理	7,077	0.7%	12,650	1.1%	6.0%	15,372	1.0%	1.3%
商業	98,809	10.3%	121,908	10.5%	2.1%	178,903	11.3%	2.6%
金融・保険	38,166	4.0%	48,474	4.2%	2.4%	74,128	4.7%	2.9%
不動産	64,737	6.7%	82,084	7.1%	2.4%	109,453	6.9%	1.9%
運輸	47,160	4.9%	55,424	4.8%	1.6%	75,156	4.8%	2.1%
通信・放送	27,781	2.9%	50,018	4.3%	6.1%	94,290	6.0%	4.3%
公務	35,691	3.7%	34,435	3.0%	-0.4%	37,258	2.4%	0.5%
教育・研究	34,011	3.5%	32,586	2.8%	-0.4%	34,874	2.2%	0.5%
医療・保健・社会保障・介護	36,243	3.8%	53,965	4.7%	4.1%	85,818	5.4%	3.1%
その他の公共サービス	4,172	0.4%	4,436	0.4%	0.6%	5,378	0.3%	1.3%
対事業所サービス	77,445	8.0%	107,020	9.2%	3.3%	171,454	10.8%	3.2%
対個人サービス	63,566	6.6%	78,282	6.8%	2.1%	108,283	6.9%	2.2%
内生部門計	963,850	100.0%	1,157,988	100.0%	1.9%	1,580,732	100.0%	2.1%

業種別就業者数の展望

	2000		2010		2025		年平均伸び率	
	就業者数(万人)	シェア	就業者数(万人)	シェア	就業者数(万人)	シェア	00-10	10-25
農林水産業	411	6.4%	253	4.0%	138	2.3%	-4.7	-4.0
鉱業	7	0.1%	9	0.1%	8	0.1%	1.9	-0.8
食料品	157	2.4%	163	2.6%	184	3.0%	0.4	0.8
繊維製品	80	1.2%	54	0.8%	30	0.5%	-3.9	-3.8
パルプ・紙・木製品	70	1.1%	55	0.9%	31	0.5%	-2.4	-3.7
化学製品	46	0.7%	50	0.8%	40	0.7%	0.8	-1.5
石油・石炭製品	3	0.1%	2	0.0%	1	0.0%	-3.9	-3.5
窯業・土石製品	49	0.8%	43	0.7%	34	0.6%	-1.3	-1.4
鉄鋼	33	0.5%	33	0.5%	31	0.5%	-0.1	-0.4
非鉄金属	13	0.2%	11	0.2%	6	0.1%	-1.5	-4.1
金属製品	100	1.5%	91	1.4%	62	1.0%	-1.0	-2.5
一般機械	134	2.1%	159	2.5%	160	2.6%	1.7	0.0
電気機器	190	2.9%	164	2.6%	98	1.6%	-1.5	-3.4
輸送機器	104	1.6%	99	1.5%	85	1.4%	-0.5	-1.0
精密機械	22	0.3%	17	0.3%	10	0.2%	-2.2	-3.5
その他の製造工業製品	210	3.3%	224	3.5%	265	4.4%	0.6	1.1
建設	662	10.2%	537	8.4%	409	6.7%	-2.1	-1.8
電力・ガス・熱供給	20	0.3%	20	0.3%	16	0.3%	-0.2	-1.4
水道・廃棄物処理	35	0.5%	63	1.0%	77	1.3%	6.0	1.3
商業	1166	18.0%	1134	17.8%	839	13.8%	-0.3	-2.0
金融・保険	194	3.0%	179	2.8%	110	1.8%	-0.8	-3.2
不動産	93	1.4%	108	1.7%	113	1.9%	1.5	0.3
運輸	336	5.2%	338	5.3%	340	5.6%	0.1	0.1
通信・放送	54	0.8%	30	0.5%	12	0.2%	-5.9	-5.9
公務	213	3.3%	114	1.8%	58	0.9%	-6.1	-4.4
教育・研究	422	6.5%	402	6.3%	424	7.0%	-0.5	0.3
医療・保健・社会保障・介護	461	7.1%	687	10.8%	1092	17.9%	4.1	3.1
サービス	1179	18.2%	1330	20.9%	1421	23.3%	1.2	0.4
産業計	6466	100%	6368	100%	6095	100%	-0.2	-0.3

第2章 新産業創出のためのアクションプログラム

・先端的新産業群

1. 燃料電池

早期実用化に向けて導入を加速化する。

・燃料電池自動車の普及に必要な不可欠な、水素ステーション等のインフラ整備を推進する。

・ニーズ対応新産業群

5. 健康・福祉・機器・サービス

医療、介護分野の外国人専門人材の受け入れを検討する。

将来的な医療・介護分野の専門人材の労働力不足を補う観点から、国境を超えた労働力の確保につき検討していく。

・地域再生の産業群

地域再生の主役は、地域の中核企業、中堅・中小企業、起業家、大学、地方自治体や地域活性化に取り組むNPO等である。それらが、緊密な連携をした上で、地域独自の資源や魅力を活かした地域戦略を作り、再生に取り組むことがまず重要である。

1. 先端的な新事業の成長(バイオ・医療、IT、ナノテク)

国と地方自治体の施策を擦り合わせる。

「産業クラスター計画」の手法・ノウハウを全国に普及させることにより、先端的事業から食品産業などに至るまで、地域の発意による“地域コミュニティ形成活動”に対する総合的な支援を行う。具体的には、各地域の活動母体に対する全国的なネットワーク形成の場への参加促進等を行う。さらに、各都道府県などが実施する「地域プラットフォーム事業」(地域の産業支援機関ネットワークを利用して、地域における新事業創出を行う事業)と産業クラスター計画との連携を一層強化する。

クラスター施策の連携を強化する。

「産業クラスター計画」と「知的クラスター創成事業」との連携強化を図る。具体的には、地域クラスター推進協議会や合同成果発表会を通じた新技術シーズと市場ニーズとのマッチング等を積極的に推進することにより、「知的クラスター創成事業」によって創出・育成された新技術シーズが着実に「産業クラスター計画」によって実用化されるよう促す。

国内外におけるクラスター同士の連携を図る。

各地域の産業クラスターと国内外の他の産業クラスターとの交流が活発に行われるよう、産業クラスター同士の交流機会の提供や情報提供を行う。

2. ものづくり産業の新事業展開

ものづくりの起業家育成の拠点(インキュベータ施設)を作る。

高度なものづくり技術を核として創業や新事業展開を行う研究開発型ベンチャー企業や第二創業型企業に対して、試作開発のためのラボや試作機器等を提供し、経営・資金・技術等の面で総合的な支援を行うための拠点の整備を推進する。また、経営面でのアドバイスなどを提供する専門家を育成するとともに、専門家間の交流ネットワークを強化する。

3. 地域サービス産業(集客交流、健康等)の革新

(1) 集客交流サービス

集客交流クラスターのモデル事業等を実施する。

地域コミュニティにおいて、自治体、商工業者、宿泊施設、交通機関、NPO、大学等の関係者が一体となって地域独自の魅力作り、新たな地域のブランド作り等に取り組む活動に対し、先行事例に関する情報提供、地域内・地域間の連携に対する支援などを行う。また、コミュニティビジネスに対する支援を行うとともに、こうした集客交流に専門的に取り組むコーディネータ等の人材育成を推進する。

産業を素材とする集客交流サービスを促進する。

産業文化財や生産活動そのものを地域の魅力と捉える集客交流については、産業観光としても極めて大きな可能性を有するうえ、アジア圏を中心に海外ビジネスからの関心も非常に高い。このため、先行事例に関する情報提供、地域の観光との連携、産業施設の観光施設としての開放等を促進する。

訪日外国人客に優しい受け入れ体制を整備する。

訪日外国人客の増加を促進するためには、国際的にみて遜色のない受け入れ体制を整備することが肝。このため、外国語標示・外国語案内板の整備、案内所の整備、海外クレジットカードに対応するATMの増設、クレジットカードの利用促進など、受け入れ体制の整備を図る。

ITを活用した集客交流情報の発信を促進する。

旅行者が計画の立案に当たって、インターネットによる効果的な情報収集ができるように、観光情報、地域色豊かな物産情報、コンベンション情報といった集客交流情報について、用語・内容など情報フォーマットの標準化、セキュリティの確保など、集客交流分野の情報化を促進する。

集客交流サービスに関する価格の低減を図る。

長期休暇・分散休暇の取得や交通機関における夜間料金の導入などのピークシフトを促進するとともに、予約システムや運行管理等についてITを活用した大胆な効率化を促進するなど、交通や宿泊コストの低減を図る。

(2) 健康サービス産業等

健康サービスクラスターを形成する。

地域における健康サービス産業のプラットフォームとなるように、保健・医療・福祉に加え、スポーツ、健康食品などを含めた幅広い分野が連携したクラスターの構築を支援する。また、地域における健康サービス産業の事業展開を支援するため、根拠に基づく健康づくり支援システム等の開発を行うとともに、サービスの品質を確保・向上させるための制度構築や人材育成を推進する。

環境ビジネスの拡大を図る。

各主体の連携による地域的な温暖化対応ビジネスの展開、環境コミュニティビジネスの推進、環境調和型製品の購入の促進など地域の特性を活かした環境ビジネスの拡大を図る。また、廃棄物処理業の民間委託、市民や企業による廃棄物収集システムの構築、地域固有の技術やインフラを活用したエコタウン事業の着実な推進等により、地域的な循環ビジネスの拡大を図る。

5. 地域再生の産業群に共通する重点政策

地域における産学官連携の強化

新事業展開に当たっては、大学が蓄積してきた知識の活用が非常に重要であることを踏まえ、大学からの技術移転や産学連携のシステムをさらに一層太く効率的にする。具体的には、TLOと大学知的財産本部との連携促進、大学が持つ技術・ノウハウ等を活用しながら起業家を育成する拠点の整備、産学官連携による技術開発の支援等を実施する。

また、地域の中堅・中小企業が有する潜在力を活かすため、優れた技術を持つ企業と、その技術を新たな形で活用できる販路や補完的な技術を持った企業や大学との間の連携を促進する。さらに、我が国が蓄積してきた伝統技術と端技術との融合を図る。

地域ブランドの形成・発信

地域ブランドの存在は、外部に地域の魅力を印象付けることで、需要、優秀な企業や人材、投資資金を惹き付け、更に地域力を高めるという効果を持つ。

地域コミュニティの協力によって、企業群が持つ高い技術力や信頼性をイメージさせる「地域ブランド」を作り上げ、対外的に発信してゆくことが重要である。

このため例えば、地域ブランドの保護強化、集客交流等の分野での地域の魅力の発掘と対外的な情報発信、電子タグ等を利用したトレーサビリティ(生産・履歴の追跡体制)の確立、食品等の海外市場開拓への支援を実施する。

第3章 重点施策

：横断的重点政策

1. 産業人材の育成

女性・高齢者・外国専門人材の活用を促進する。

・女性と高齢者の能力を一層活用できるよう、保育施設の整備など仕事と生活の両立支援や起業支援等を推進する。

・在留資格の明確化、IT技術者に係る資格の相互認証の拡大など、外国からの専門人材の受入れの円滑化を推進する。

11. 東アジアワイドでのEPA(経済連携)の実現をはじめとする戦略的な通商政策

東アジアワイドでのEPA(経済連携)の推進

・FTAを含めた経済連携の推進により、東アジアとのビジネス上の結びつきを制度化し、ヒト、モノ、カネ、サービス、情報のより円滑な流れを確固たるものにする。これにより、成長の著しい同地域における市場の確保、域内企業間の経営資源の最適配置による生産性・効率性の向上を実現し、我が国経済の活性化を図る。

・東アジア地域の経済連携をはかるため、貿易円滑化措置や投資、ビジネス環境を改善するための措置を推進する。

・東アジアに関しては、農産物等の自由化のみならず、労働者の受け入れ(「人の移動」)を相手国が求めているケースもあり、我が国としてはこれらの問題について国益全体を見据えて判断を行う必要がある。

対日直接投資の促進を通じ、海外の優れた経営手法、技術、人材等を日本に導入する。

・誘致体制の更なる充実を図るとともに、海外で日本の魅力をPRする。また、外国企業誘致に積極的な地域の誘致活動を支援する。更に、対日M&Aを円滑化するための法制・税制面の措置を検討・実施する。

12. 情報化

電子タグなどを活用しながら、企業や産業を超えた共通のIT事業基盤の確立を促進する。

・人と道路と車両を一体のシステムとして構築するITSについて、インターネットITS等の基盤技術の研究開発、D SRC 応用サービスの愛・地球博における実証実験の実施等により推進し、渋滞、交通事故、環境悪化等道路交通問題の解決を図る。また、このような新たな社会基盤を支える情報システムを、信頼性高く、効率よく構築するための手法を開発し、情報社会インフラの国際競争力強化を実現する。

ITに関する信頼性、安全性の一層の向上を強力に促進する。

・地震、災害などの影響による情報システムの信頼性を確保すべく、日本の天頂付近に位置する衛星を用いた通信システム(準天頂衛星システム)を整備する。

14. 原料資源等の安定供給確保

我が国産業活動の源である原料資源について、急激な市場変動への対応とともに、中長期的な安定供給の確保のための取組を強化する。

・中国等資源消費国に対して資源開発やリサイクルを慫慂するなど、アジアを始めとする諸外国との協力・連携を促進する。

：先端的新産業群

日本には世界的にみても希有な「高度部材産業集積」があり、例えば液晶ディスプレイ産業が日本、韓国、台湾に集中しているのは、同産業が、特殊素材合成などに優れた材料産業、精密微細加工に秀でた機能性部品産業など、日本のものづくり基盤産業に強く依存しているからである。今やいわば世界の工場となった東アジア製造業は、日本の高度な部品・材料産業集積を核に集積を形成しているといっても過言ではない。我が国がこうした高度部品・材料産業集積を形成していることが、ものづくりに不可欠な要素技術(精密微細加工や特殊素材合成など)のネットワーク化を通じた現場レベルでの迅速かつ高度な擦り合わせを可能としている。

川下(最終製品)、川中(材料・部品・装置)、川上(素材、原材料)の分厚い産業集積に育まれた擦り合わせのネットワークが新技術の素地となり、次代のイノベーションに向けた擦り合わせが次々に起こる。この「擦り合わせの連鎖」が日本の企業に新たな市場への高い対応力の維持を可能とさせる。将来の技術革新にとって素地となる重要な技術を国内に蓄積し、日本産業全体で集積の優位を互いに活用し合って持続的繁栄していくためには、バランスのとれた形で川上、川中、川下の各段階にプレイヤーが存在し、競争力を確保していくことが何よりも大切である。

上記の産業集積の背後には、技術課題に真摯に取り組む技術者・技能者、危機や環境変化をバネに挑戦する企業家精神、長期的な信用や評価を重視する産業文化がある。一見無理とも思えるような顧客からの要求にも必死に応える努力をするものづくりの姿勢は、いわば「秘伝のたれ」ともいふべき他に追従を許さない特異な技術の蓄積を産み、要素素材・部品・装置産業の強みの一因をなしている。こうした産業文化とこれを体現する人材を今後とも維持・確保することが大きな課題である。

また、先行者利益を獲得し、次世代に投下する資本力を蓄積していくことが重要であるが、最近の競争環境の変化のスピードに対応し、経営戦略上も、スピーディな意思決定と資源投入がますます死活的に重要となっている。明確なビジョンとリーダーシップに基づく大胆な経営改革を促進していくことが必須の課題である。

さらに、取引関係のメッシュ構造化の流れの中で、これまでの系列関係、資本関係や長期的な信用を評価する商慣行、雇用慣行や文化だけでは、営業秘密や技術情報を保護できない場合も考えられる。川下と川上との力関係の変化、川下(最終財)における熾烈な競争を考えれば、不正な技術流出が起らないよう、的確な知財戦略とノウハウ等の営業秘密や、技術情報の保護を行っていく必要がある。

近年、産業界では業務をコアとノンコアに峻別し、コア業務に係わる人材については、長期雇用慣行を維持し、人材教育投資を集中・強化するなどの動きがみられる。他方、こうした流れの結果、正規社員の枠組みに入らない人材が、若年層を中心にフリーターとして増加し、能力開発・向上の機会が得られないという状況を生み出している。人材投資のあり方や組織と個人との成果分配のあり方などに関しても多くの検討課題が残っている。

：ニーズ対応新産業群

今後、急激な高齢化が進行する中(既に、50歳以上人口は全人口のほぼ4割に達している。)、高齢化をいわばビジネスチャンスと捉え、家族を対象とした従来型のマーケティングから、金銭的にも時間的にも最も余裕のあるシニア世代を中心としたマーケティング戦略へ転換している例が見られる。また、元気な高齢者が、NPO等の担い手として、サービス分野で元気に生き甲斐をもって働いているビジネスも見られる。

地球温暖化、廃棄物問題や有害化学物質への対応など我が国を取り巻く環境・エネルギー制約は、省エネ製品や環境配慮製品の開発など我が国製造業の国際競争力の強化を促進するとともに、環境サービスなどの新たな市場を創り出している。

企業における事業再構築の進展などにより、企業の業務の一部をアウトソーシングにより受託する対事業所サービスが大きな発展の時期を迎えつつある。また、企業内の間接部門などを対事業所サービス会社として分離・独立させる動きも出ている。

少子高齢化の進行、環境問題、「安全・安心」への希求、企業における弛まぬ合理化努力の要請などの社会変化に伴い、市場・消費者のニーズが拡大していく分野は、主としてサービス産業であり、これは雇用吸収の大きな担い手ともなる。また、企業の事業再構築の努力に対応し、事業所向けサービス業も今後さらなる成長が見込まれる。

本来、品質やサービスの質に対する要求水準の高い需要家が我が国の国内市場には存在しているため、規制や慣行を見直し、競争を活発化させることで、サービスの質的向上が促され、競争力のあるサービスを提供する供給者が育っていくことが期待される。更に、競争力のあるビジネスモデルが確立できれば、成長するアジア市場へ輸出される可能性や、ITを活用したサービスの輸出の可能性が拡がり得る。

他方、サービス産業は、製造業と異なり、知的財産権により自社の競争優位を一定期間維持することが難しい。このため、常に顧客ニーズに対応したイノベーションをし続けることが大きな課題となっている。

このような観点から見た場合、もてなし(ホスピタリティ)、人材、システム(IT、フランチャイズ等)、ナレッジ・マネジメント(知識の共有)、こういった顧客をターゲットとするかという市場確定ノウハウ、企業理念の6つがサービス業の競争力の源泉となるうが、日本企業においては、特に、と が克服すべき課題となっている。

サービスは、モノと違って、消費者が事前に見本やサンプルでサービスの品質を確かめてから購入することが出来ない。こうした不利な条件から消費者を守るために、従来事業者に対する事前規制によって、一定以上のサービスの質の保証が行われてきた。しかし、このような事前規制が、逆に、事業者がいわば規制に安住することで必ずしもサービスの品質を追求しなくても儲かる構図を生み出し、顧客本位でサービスの品質を追求する革新が停滞しがちであった。したがって、サービス分野のビジネス革新を進めるため、規制・制度・慣行を見直し、もてなし(ホスピタリティ)の高品質化を追求することが必要である。併せてその前提となる事前規制に代替しうる事後評価システムの整備・普及が必要である。

また、製造業の大宗や金融といった業態が確立している分野では、自分のスキルアップが展望できるため、良質な人材の参入と定着が図られる一方で、新しい産業では業態が確立していないため、そのようなキャリアパスが描きにくく、成長に不可欠な良質な人材の確保が難しい面がある。サービス産業には業態の確立していない新しい産業が多いことから、サービステクノロジーの形式知化(マニュアルなどにより、ノウハウを他人に伝達できる形式に表すこと)・標準化・体系化(「サービス工学」化)を段階的に進めることにより人材のレベルアップを図ることが必要である。また、日本の良質な製品やサービスを効果的に売るマーケティング技術、コミュニケーション技術等に通じた人材育成の強化が必要である。さらに、従来、経営形態の選択の自由が認められてこなかった分野(例:医療福祉)においては、社会的に望ましいビジネスモデルを開発しながら、経営の専門家の手に委ねられていないために、社会的に期待されているサービスの規模の拡大を実現できずにいるケースも見られる。経営形態の選択の自由化等により経営の専門家の参入を促進し、経営能力の向上を図ることも必要であろう。

サービス業と製造業は、製造業における新たな機器・システムの開発が新たなサービス業の展開を可能とする一方で、事業所向けサービスの向上が製造業の間接部門の生産性向上に寄与する面もあるなど、相互補完の関係にあり、こうした好循環を形成していくことも課題である。

:地域再生の産業群

産業の海外移転、公共事業の縮小などから、地域経済の疲弊が進みつつある。中心市街地などの街のにぎわいが失われてしまっている地域もある。

他方、IT、医療等の先端事業、ものづくり産業から、サービス産業(観光・健康産業)や食品産業まで、新しい魅力ある地域的な事業が芽吹く動きもみられる。また、こうした新事業への挑戦を様々な形で支援しようとする地方自治体、大学やNPO組織などが増加している。こうした挑戦をする企業や国の地方行政部局、地方自治体、大学などの支援者が集まって、地域毎に特色を持つクラスターも生まれている。地域再生が成功するかどうかは、こうした動きが地域に根付くかどうかにかかっている。

また、地域コミュニティ単位で協働して、地域の技術力や商品力に対する評価を反映するブランド力を磨こうとする動きが活発化している。例えば、「サッポロバレー」「東大阪のものづくり」「もいちご(佐那河内村)」「福岡シリコンシーベルト」「沖縄県佐敷町の薬草の街づくり」などである。こうしたブランドの存在がその地域に需要、優秀な企業や人材、投資資金を惹き付け、更に地域力を高めるという好循環が出来つつある。

また、従来の縦の取引関係中心から、新事業や地域ブランドを育てるために、地域内の横の連携ネットワークを構築し、それを活用することが行われるようになってきている。この連携には、製品の分担開発、製造企業と販売企業の連携、医薬会社と製造企業の異業種連携、産学連携、農家・農協と市場との連携など極めて多様なタイプがある。

このような連携をベースに行われる知恵や人的ネットワークの共有、共同受注、技術と販路の結合、品質や生産方法の規格の統一、街づくりと新事業育成の連動など、具体的な協働(コラボレーション)が行われている。いずれも、ネット上での接触などよりも「顔の見える関係」を重視しており、時間距離が1時間程度以内の範囲での連携が多い。実際に、こうした連携に熱心な企業は、売上高の伸び率も高い。他方、従来型の下請け関係から脱皮出来ていない企業は苦しんでいる。地域再生を図るために大きな力となるのは、大学との連携である。産学連携を促進するための法令の整備や国立大学の法人化を契機として、大学の中には、技術移転、産学共同研究、特に起業家育成、社会人の専門教育などに力を入れ、地域との密着度を高めつつあるものもある。

これまでの成功事例から見れば、地域再生の成功の秘訣として、次の3点を挙げる事ができよう。

第一に、「顔の見えるネットワーク」の充実である。これは、個人間の信頼を醸成し、それに基づいて技術の擦り合わせ、経営資源の相互補完、事業化のスピードアップ、特産品のブランド化などを推し進めることにより、地域産業の競争力を高めることやNPOなども含めた地域社会の活力向上も期待できる。そして、ネットワークの活性を保つために、常に新しいメンバーや知識・アイデアが流入するオープンなものである必要がある。成功例を見ると、こうしたネットワークの形成のためには、コミュニティ・プロデューサーとも言うべきコーディネーター役となる人材の役割が大きい。成功例あるいは失敗例に学びながらこうした人材の育成を各地域で図っていく必要がある。また、国の地方行政部局の職員や自治体の職員も自ら外に出てコーディネーターとして活躍することが期待される。

第二に、地域の特色ある産業構造や伝統・文化に立脚した総合的な地域戦略を持つことである。過去よく見られたような、単に施設を整備したり、企業や大学を誘致するといったことだけでは、新産業の創出にはつながっていない。戦略には、専門人材の育成、商品の品質の統一と管理、共同研究プロジェクトの立ち上げ、起業家支援プログラムの設立、街の景観の保護など様々な要素が入りうる。どのような要素を組み合わせ戦略とするかは、既存の産業基盤や技術シーズ、産品需要地までの距離、地域の文化や伝統などを考慮し、地域に根ざしたものとする必要がある。

第三に、地域社会(コミュニティ)を基盤とした協働による新商品・サービスの開拓と地域ブランド作りである。ネットワークが張り巡らされた地域コミュニティを基盤としつつ、メンバー間で役割を分担しながら、地域戦略を現実のものとし、新商品やサービスの開拓や「地域ブランド」作りにつなげてゆく。「地域ブランド」作りに成功すれば、高い付加価値を実現しつつ、新たな需要を開拓することが可能となる他、地域の企業、生産者、住民が誇りを持つことが出来るようになる。それぞれの地域固有の資源を再発見し特色ある得意分野を活かすことで、自立型のビジネスを地域の関係者が一体となって行うことができる。成功が自信と誇りを生み、人材を地域に呼び戻し、高齢者も含め新たな雇用を生み出すことにつながる。

: 7つの新産業分野と重点政策

本新産業創造戦略においては、以下の4点を踏まえて、7つの新産業分野を抽出した。

日本経済の将来の発展を支える戦略分野であること

国民ニーズが強いもの、社会ニーズが強いもので、今後潜在需要を掘り起こせる分野であること

単に最終財・サービスとしての市場だけでなく、素材・材料加工・部品など川下から川上まで、大企業から中堅・中小企業まで、大都市から地方まで、広範な広がりがあり、我が国が持つ産業集積の強みを活かせる分野であること

市場メカニズムによる競争のダイナミズムだけでは発展しにくい障壁や制約も抱えており、成長の加速化と障害の除去のために、官民の一体的な取り組みを通じた政策の総合的展開が求められている分野であること

具体的には、先端的な新産業分野で、燃料電池、情報家電、ロボット、コンテンツ、社会ニーズの広がりに対応した新産業分野で、健康・福祉・機器・サービス、環境・エネルギー・機器・サービス、ビジネス支援サービスである。

これらの7分野について、単なる定性的方向を示すだけでなく、将来(2010年頃を目標)の具体的市場規模の展望を明らかにするとともに、これを実現するために必要な方策(アクションプログラム)を示した。

さらに、以上の7つの新産業分野における市場展望を実現するためには、各分野毎にプログラムの実現を図ると同時に、各分野に共通の横割りの重点政策課題に取り組む必要がある。概略を掲げれば、以下のとおりである。

ものづくり、サービスを問わず、技術を創造し、これを保護する

課題に真摯に取り組む人材、変化に果敢に挑む適応力のある人材の育成を図る

課題に真摯に取り組む企業文化や長期的な信用を大事にする商慣行、労働慣行など制度的基盤を強化する

変化に挑む人材・企業に資金が円滑に供給されるような環境整備を図る

変化に果敢に挑む人材・企業の創業、組織再編、海外を含めた最適生産体制の構築を円滑にするための制度的環境整備を図る

情報化などを通じて社会全体の効率性を高める

こうした政策課題に答える技術開発、人材育成、知的財産保護、産業金融、組織再編、創業・開業支援、標準化、情報化などの横断的産業政策を展開していく。そして、個別産業政策相互の連携、横断的な産業政策との連携、更にはそれらの統一的、戦略的な展開、いわば産業政策自身の擦り合わせを行う。

産業構造の中長期展望

これまで述べた政策努力を行い、新産業の創造を実現することで、我が国の産業構造は中長期的にどのように変貌していくのだろうか。

上記の戦略7分野である燃料電池、情報家電、ロボット、コンテンツ、健康・福祉・機器・サービス、環境・エネルギー・機器・サービス、ビジネス支援サービスの各分野は、広範な裾野産業に対する波及効果を示し、これらの相乗効果により我が国産業の成長、高付加価値化をもたらすことが期待される。産業連関分析を用いて、アクションプランの実施を通じた戦略7分野の市場規模の拡大とその波及効果を試算したところ、2010年において約300兆円の市場に成長する。これは、2010年の国内の生産額合計の約3割に相当し、現在の日本経済における製造業に匹敵する位置づけとなる。また、この間、戦略7分野は、年7%弱のペースで急激に成長し、日本経済を牽引していくことが見込まれる。

また、将来の産業構造を展望する上で最も大きな変化は、少子高齢化による人口構成・世帯構成の変化である。例えば、ファッションに対する関心の高い24歳以下の若年層において衣料費の消費支出に占めるウェイトが高い。また、子供の教育に費用のかかる40歳から50歳代前半のファミリー世代において教育費の消費支出に占めるウェイトが高い。教養娯楽費は、30歳代以下(特に20歳代)の若年層及び60歳以上の高齢者においてウェイトが高い。このように消費傾向にはライフステージに応じた大きな特徴があることから、年齢構造と消費構造の変化により今後伸びる産業と伸び悩む産業が生じる。

さらに、EPAの締結により物品、人、サービス、資本の域内移動がより自由になることで、関税の引き下げによる市場価格の変化や各産業の競争力に応じた生産量の変化等を通じて産業構造の高度化等の効果が期待される。

上記の要素を加味して、2025年まで実質1.5%以上の経済成長を達成するマクロ経済運営を前提として、産業連関表を用いて、2010年、2025年の我が国の産業構造の展望を試みると、電気機器、化学製品、医療・保健・社会保障・介護、対事業所サービスは全産業の平均よりも伸びる。輸送機械、食料品、運輸、商業、金融・保険、不動産、対個人サービスは全産業平均と同じ程度伸びる。鉄鋼、農林水産業、教育はほぼ横ばいとなる。

こうした産業構造の変化は、次のように評価できよう。

製造業は、先端産業の成長により引き続き日本経済を支えていく。グローバル競争の中で勝ち抜く製造業を一定規模に保持することができる。

サービス業、特に対事業所サービス、対個人サービス、医療・保健・社会保障・介護は、大きく成長し、雇用創造の場を提供する。

また、エネルギー多消費型の産業(鉄鋼、化学製品、窯業・土石製品、パルプ・紙・木製品)の合計の成長率は、全産業平均よりも低水準にとどまり、環境・エネルギー制約への対応を組み込んだ環境調和型の産業構造の姿となる。