

新産業創造戦略（Nレポート）について

経済産業省経済産業政策局産業再生課

萩原 崇弘

Outline of “New Strategy for a Sustainable and Competitive Industrial Structure” — “N Report”

Takahiro Hagiwara

Industrial Revitalization Division
Economic and Industrial Policy Bureau, METI

1. はじめに

経済産業省では、イノベーションが潜在需要を喚起し、これによる設備投資の促進と個人消費の拡大が、所得の向上と一層の需要増大を生むという、「イノベーションと需要の好循環」の形成を目指し、この数年間産業政策を展開してきた。こうした政策努力と民間企業の自律的な取組が相俟って、薄型 TV などのデジタル家電による潜在需要と設備投資に牽引され、ようやく経済に明るい兆しが見え始めてきた。今後、重要なことは、こうした「イノベーションと需要の好循環」の流れを確固たるものとして、中長期的にも安定した経済成長を実現していくことと認識していた（図1参照）。

こうした中、昨年11月の経済財政諮問会議の集中審議において、日本経済再生に資する新たな産業創造戦略の提言が期待されたことから、経済産業省において作業を進め、本年5月の経済財政諮問会議で発表したのがこの「新産業創造戦略」である。

〒100-8901 東京都千代田区霞が関1-3-1
TEL 03-3501-1560
FAX 03-3501-0229
E-mail: hagiwara-takahiro@meti.go.jp

その特徴は、統計数値のみに依らず、約300箇所、延べ700人以上との面談を行うなど、現場主義に徹し、問題点と解決策を抽出したところであり、戦略本文は示唆に富んだコメントにあふれている。今回は紙面の関係で一部の紹介に留めるが、本文全体を経済産業省のホームページで公開しているため、是非ご覧いただきたい。
(http://www.meti.go.jp/policy/economic_industrial/press/0005221/index.html)

2. 戦略策定のための現状認識（図2参照）

「新産業創造戦略」では、上記認識の下、①国際競争に勝ち抜くべき高付加価値形の先端産業群、②健康福祉や環境など社会ニーズの拡がりに対応した産業群、③地域再生に貢献する産業群という三つの視点から現状を分析した。

(1) 先端的新産業群

日本には世界的にも稀有な「高度部材産業集積」が形成されており、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）の現場レベルでの迅速かつ高度な擦り合わせ（「擦り合わせの連鎖」）が行われ、先端産業を

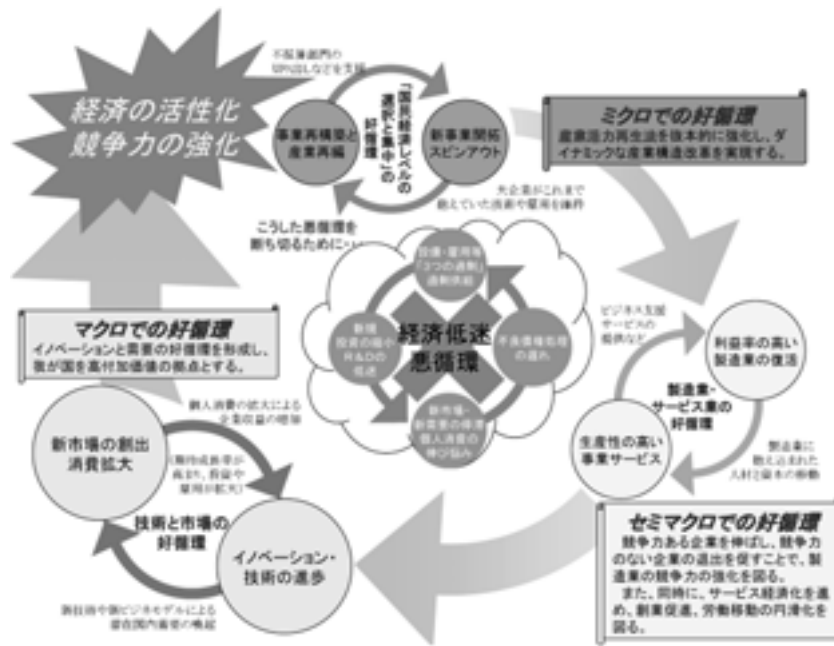


図1 産業再編・企業再編による経済活性化について

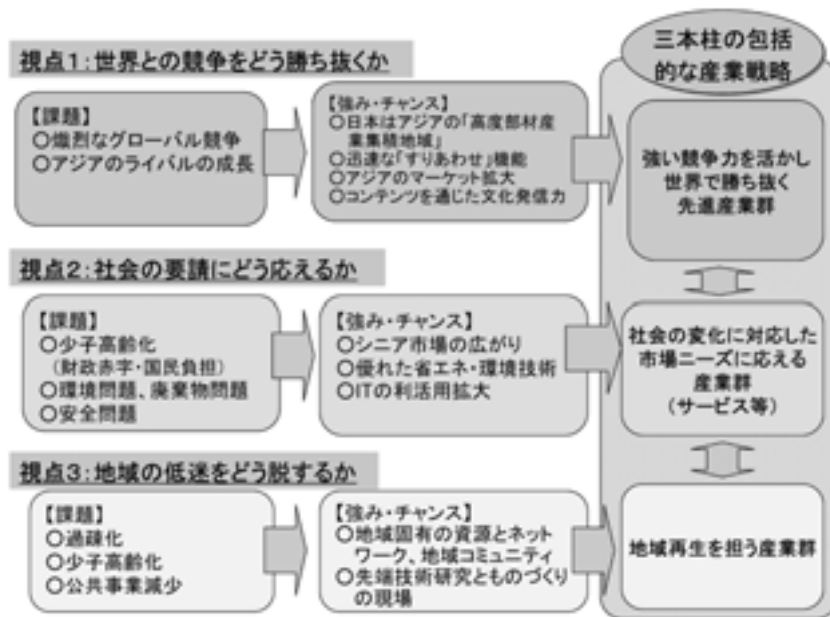


図2 三つの視点と三本柱の産業戦略

支えている。また、1990年代の厳しい経済環境の中、川下（最終製品）-川中（部品・材料）-

川上（原材料・素材）の各段階で厳しい競争が行われた結果、取引関係は従来の単純直列の下

請け構造から多面的に展開（「メッシュ構造化」）しており、中小企業同士が新たな形態で連携する事例も見られる。

これら産業においては、技術課題に真摯に取り組むものづくりの姿勢、危機や環境変化をバネにしたたかに挑戦する企業家精神などが我が国の強みである一方、雇用慣行の見直しや知財戦略の確立、技術流出の防止などが今後の課題となっている。

(2) ニーズ対応型新産業群

急激に進行する高齢化をビジネスチャンスと捉え、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、成功している例が見られるほか、我が国を取り巻く環境・エネルギー制約によって、省エネや環境配慮型の製品・サービスなどの新たな環境市場が創出されてきている。また、企業における事業再構築の進展などにより、その業務の一部アウトソーシングが本格化してきており、対事業所サービスは大きな発展段階を迎えつつある。こうした社会変化がニーズ対応型新産業のビジネスチャンスとなり得る一方で、サービス分野での規制の見直しや、もてなし（ホスピタリティ）の高品質化、良質なサービス人材の育成などが今後の課題となっている。

(3) 地域再生の産業群

全体として地域経済は疲弊が進みつつあり、中心市街地等の街のにぎわいが失われてしまっている地域もある一方で、一部地域では、新しい魅力ある地域的な事業が芽吹く動きも見られ、地方自治体、大学、NPO等が集まり、特色あるクラスターが形成されている。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のブランド力を磨こうとする動きが活発化しており、ブランドの存在が地域に製品への需要、優秀な企業・人材、投資資金を惹き付け、地位力を高める好循環が出来つつある。

他方で、各地域の潜在力は必ずしも最大限に発揮されておらず、各地域が持つ独自の地域資源的明確な認識、従来の下請け取引を超えた横

のネットワークの育成、優れた地方大学の研究成果などの産業分野での活用などが課題となっている。

3. 新産業創造戦略で取り上げる産業群 (図3参照)

前述の現状認識を踏まえて、先端的な新産業群として、「燃料電池」、「情報家電」、「ロボット」、「コンテンツ」を、市場ニーズの拡がりに対応する新産業分野として、「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」を抽出し、これら7分野毎に2010年の市場規模、それに向けたアクションプログラムを策定した。また、地域再生の産業群については、それを「地域を基盤とした先端産業」、「ものづくり産業の新事業展開」、「地域サービスの革新」、「食品産業の高付加価値化」の四つに類型化し、共通の成功の秘訣、重点政策を整理した。

(先端的な新産業群)

(1) 燃料電池

現時点での市場規模はほぼゼロであるが、2010年には、燃料電池自動車5万台、定置用燃料電池220万kw、市場規模約1兆円、2020年には、それぞれ500万台、1,000万kw、約8兆円と大きな成長が展望できる。燃料電池は、極めて裾野の広い業界構造を有しており、我が国が強みを発揮することができる産業といえる。この早期実用化のためには、先端分野から周辺機器までの開発や川上-川下間での十分な「擦り合わせ」を行って、コスト、耐久性などの課題解決が必要であり、各段階の関係企業が実用化に向け、一体となって取り組めるよう、新たな開発・導入シナリオの作成が必要である。

(2) 情報家電 (図4参照)

2003年時点での市場規模は、世界で約54兆円、日本で約10兆円に対して、2010年には、それぞれ約96兆円、約18兆円に拡がること



図3 新産業創造戦略（Nレポート）の骨格

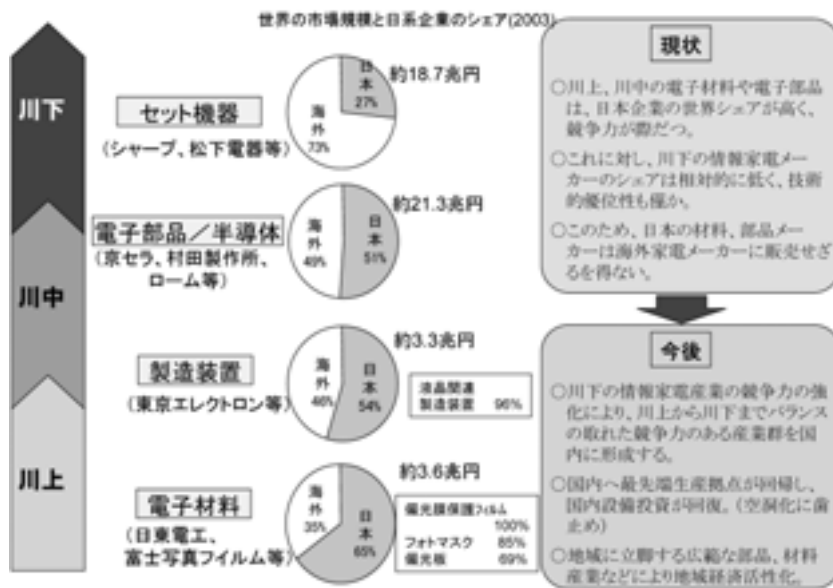


図4 具体例（情報家電）

を展望できる。この分野では、図4に示したとおり、とりわけ、川中（部品産業）から川上にかけて競争力を持つ企業群が存在しており、それらが「高度部材産業集積」を形成しており、

世界各国への材料、部品、製造装置の提供拠点となっている。一方、東アジアのセットメーカーは、日本の川中・川下産業との連携を活用しつつ、大胆かつ迅速な投資決定、経営戦略に

よって、急速な追い上げを見せており、高利益率の経営を展開している。今後、情報家電に必要な組み込みソフトの開発を担う高度な人材の育成や、事業化シナリオの共有による川上、川中、川下産業の垂直連携の維持・強化が必要である。

(3) ロボット

現在の市場規模は、産業用ロボットがその大半を占め、5,000億円規模で推移している。非産業用ロボットは、コスト、機能と技術の織り合いがつか明確な先行用途が定まっていない。今後、官公需も含めた先進ユーザーによる先行用途の開発や基盤的な要素技術の開発等を推進していく必要があるが、2010年には約1.8兆円、2025年には約6.2兆円といった市場の広がりを展望できる。

(4) コンテンツ

2001年時点での市場規模は、コンテンツ産業全体は約11兆円（うちデジタルコンテンツ1.9兆円）、海外輸出・ライセンス規模は約0.3兆円に対して、2010年には、それぞれ約15兆円（うちデジタルコンテンツ約6.3兆円）、約1.5兆円と拡大することを展望できる。今後、国際的に高い評価を得ている我が国コンテンツの国際展開を促進することなどが必要である。

(ニーズ対応型の新産業群)

(5) 健康・福祉・機器・サービス

今後、高齢化や国民の健康に対するニーズの拡大によって、大きな成長が見込まれ、また、雇用創出の担い手としても期待できる分野である。2002年時点での市場規模は約56兆円、雇用規模は約551万人に対し、2010年には、それぞれ約75兆円、約750万人に拡大することを展望できる。「元気シニア立国」を目指した、国民の多様な健康ニーズに応える健康サービス産業の育成や、我が国の優れた製造技術を活かした医療・福祉機器の開発・普及が必要である。

(6) 環境・エネルギー・機器・サービス

2001年時点での市場規模は約52兆円、雇用

規模は約144万人に対し、2010年には、それぞれ約78兆円、約191万人に拡大することを展望できる。我が国が直面する環境制約、エネルギー制約は、一面で新たな市場を創出しており、これに的確に対応した企業が競争力をつけている。今後、環境・エネルギー分野における鍵となる技術革新の加速化、国際ビジネス展開のための環境整備などを推進することが必要である。

(7) ビジネス支援サービス

2000年時点での市場規模は約76兆円、雇用規模は約627兆円に対し、2010年には、それぞれ107兆円、750万人に拡大することを展望できる。企業における事業再構築の進展などを背景に、業務の一部アウトソーシングが進み、対事業所サービスは大きな発展段階を迎えている。今後、ビジネス支援サービスに関する職種別スキル標準の整備などの人材育成強化や公的部門からの業務のアウトソーシングの推進が必要である。

(地域再生の産業群)

「地域を基盤とした先端産業」、「ものづくり産業の新事業展開」、「地域サービスの革新」、「食品産業の高付加価値化」において共通する成功の秘訣は、顔の見える信頼のネットワークの充実、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の立案、「創造的な地域社会（コミュニティ）」を基盤とした協働における新商品・サービス開拓と「地域ブランド作り」である。

特に、地域の特色を生かした、岐阜県飛騨高山の江戸情緒残る町並み作り、徳島県佐那河内（さなごうち）村の「ももいちご」や徳島県上勝町の「いろどり」（町ぐるみで、野山の花や枝葉を、料理に添えて季節感を演出する「つまもの」として事業化）などに見られるブランド戦略の成功事例は、地域再生に向けたベストプラクティスとして注目に値する。このため、コーディネーター人材を発掘・育成するとともに、地域における産学官連携を強化し、また、

地域における地域ブランドの形成・発信を支援していくこと等を重点政策として推進することが必要である。

4. 重点政策

本戦略では、前述の戦略七分野に関する重点政策、地域再生の産業群に関する重点政策に加え、戦略実現に必要な横断的な重点政策を整理した。具体的には、「1. 産業人材の育成」（製造現場の中核人材の強化や顕彰制度の充実など）、「2. 知的財産政策」（特許情報等の迅速な提供など）、「3. 営業秘密保護強化と技術流出防止の徹底」、「4. ブランドの確立とデザインの戦略的活用」、「5. 戦略的な市場ルールの整備」、「6. 標準化」、「7. 研究開発」（事業化を見据え研究開発の戦略七分野への重点化など）、「8. 創業・新事業展開」（中小・ベンチャー支援立法の抜本的な見直しなど）、「9. 産業金融機能強化」、「10. 事業再編・産業再生」、「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」、「12. 情報化」（電子タグの活用など）、「13. 規制改革」、「14. 原料資源等の安定供給確保」を政策項目に挙げている。

5. 産業構造の中長期展望

戦略七分野の市場規模とその波及効果は 2010 年には約 300 兆円に達すると試算される。また、少子高齢化による人口構成・世帯構成の変化などによって、消費構造は大きく影響を受ける（例えば、保険医療費は、60 歳以上の高齢者の増加に伴い増加するのに対し、衣料費は、消費牽引層である 24 歳以下の若年層人口の減少に伴い減少する。）。本戦略では、これら効果を考慮した上、戦略七分野のアクションプログラムの着実な実施など、政策努力を行って新産業の創造が実現された場合の 2010 年、2025

年の産業構造を試算した。

その結果、製造業は、引き続き、日本経済を支え、グローバル競争の中で勝ち抜く一定規模を確実に保持することができ、サービス業は、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は、その平均的な成長率は全産業平均よりも低水準に止まり、環境調和型の産業構造にシフトしていくことが試算された。

6. おわりに

本戦略のエッセンスの一つは、我が国の強みは、日頃の取引に見られる事業者間の迅速かつ濃密な連携や試行錯誤などのいわゆる「摺り合わせ」によるノウハウの蓄積、それから生まれる新たな独創的技術開発、ものづくりにあり、この強みを今一度見直すべきという指摘であったと理解している。消費を喚起するようなイノベーションは、どこから生まれてくるのか、製品やサービスの付加価値はどこが最も大きく貢献しているのか、ということ、製品開発、製造等（川上）から消費（川下）までもう一度虚心坦懐に見つめ直すことであるとも言えよう。そのためには、企業間、川上-川下の産業間、産学官間、各省庁間などが、有機的に連携することが必要である。また、本戦略の実現にあたって必要な制度面の取組みは、国としても全力で取り組む必要がある。

今後 20 年間、30 年を見通した時に、活力ある日本経済を実現するためには、我が国の特徴や強みを活かし、個々の企業の活力がマクロ経済全体を押し上げることにつながるよう、政府としても後押しすることが重要である。新産業創造戦略がその一助になるべく、今後、具体的に戦略をアクションプログラムに落とし込み、戦略そのものが実現に向けた取組みを強化する予定である。