

**産業構造審議会 新産業構造部会**  
**中間整理**  
～「やせ我慢」から「価値創造」への転換～

平成23年12月  
産業構造審議会  
新産業構造部会

**はじめに**

東日本大震災を契機としたエネルギー供給制約や急激な円高など新たな課題が発生する中で、産業の空洞化や国内雇用の喪失が懸念されている。また、中長期的には、人口減少や少子高齢化によって我が国の潜在成長力が低下し、かつてのような高成長の実現は困難となることも想定される。

こうした厳しい状況を乗り越え、少子高齢化社会に対応しつつ豊かな国民生活を将来にわたって維持するため、我が国が「何で稼ぎ、何で雇用するのか」を明らかにした上で、新たな産業を創出するための仕組み等について検討が必要となっている。

当部会では、こうした課題について本年10月から11月にかけて4回にわたり集中的に議論を行った。

以下は、これまでの議論を踏まえ、政策の方向性（考え方）と各項目における委員の指摘事項、今後の課題について中間的な整理を行ったものである。

**1 総論**

**(1) 「やせ我慢」の縮小均衡経済から「価値創造」による拡大均衡経済へ**

近年の日本経済は、企業の生み出す付加価値の低迷、雇用環境の悪化と労働所得の低下、将来不安の増大と勤労世帯の予備的貯蓄の増大、国内消費の低迷、デフレによる投資の低迷という、いわば縮小均衡が継続する「やせ我慢」の経済であった。こうした悪循環により、名目値で所得や売上が伸びないことが閉塞感の原因となっている。早期に縮小均衡シナリオから脱却し、付加価値の創出を通じた拡大均衡基調に転換することが日本経済に求められている。

このため、グローバル競争において、従来のアジア諸国等との低価格競争から脱却し、高付加価値競争へと転換する必要がある。これにより、新興国など拡大するグローバル需要を積極的に取り込み、海外収益の国内還流を促進する。同時に、国内潜在需要の大きい分野で新産業と雇用の創出を図り、内需拡大の好循環によってデフレを克服し、期待成長率の上昇を目指す。

このように、国内とアジア大の二つの「イノベーションと需要の好循環」により、「やせ

我慢」の縮小均衡経済から「価値創造」による拡大均衡経済への転換を図る。

## **(2) 厚みのある中間層「世帯」の回復による消費活性化**

今後、少子高齢化の中で経済の活力を維持するためには、男性・女性、若年層からシニア層まで、日本の「人的資本の総力戦」で付加価値を生み出していくことが不可欠である。また、高齢者や女性の就労促進により、ダブルインカムによる世帯全体の所得拡大を図り、厚みのある中間層「世帯」の回復による消費活性化につなげていくことが重要である。

こうした方向性は、サービス産業化といった産業構造の変化、年功賃金・働き方の多様化、就業と子育て・介護の両立に向けた社会環境といった各面での変革を伴うと考えられる。

## **(3) 「守り」の空洞化対策と適切なマクロ経済運営**

なお、現状の縮小均衡シナリオを放置した場合、①円高継続による素材型製造業を含めた根こそぎ空洞化や、②貯蓄投資バランス赤字化による国債の国内消化の限界などのリスクに直面する恐れがある。最悪の場合、フロー・ストック両面で国債消化余地が消失し、急激な日本売りを通じた長期金利上昇（債券安）や高インフレ、急激な円安を招くとともに、年金資産価値の急落、高失業率など国民生活に激しい痛みをもたらす恐れがある。

このため、当面、円安局面転換までの間をしのぐ、「守り」の空洞化対策と適切なマクロ経済運営が必須である。特に、短期的な公的負担増、ユーロ債務問題深刻化、原発停止による燃料輸入増に留意する必要がある。

具体的には、「守り」の空洞化対策として、円高対策や国内立地支援等について「数年単位」の対策として万全を期すとともに、法人実効税率の引き下げや経済連携の推進等、国内の事業環境の国際的なイコルフッティングを図る取組について、時間軸を明確にして実行する必要がある。加えて、デフレの克服、一方的な円高の是正、急激な円高への対応をはじめとする適切なマクロ経済運営が重要である。

## **(4) 「攻め」の空洞化対策**

当部会における議論の中で、「今起きていることは空洞化ではなく産業構造の転換である。1970年代の石油ショック時は重厚長大から軽薄短小への転換に成功した。今回も過度に悲観的にならず、日本の産業が更に強い国際競争力を持ち、新しい価値を創造していくことが重要。」との指摘があった。行き過ぎた円高による空洞化リスクに対しては的確に対応を取りつつも、中長期的には「攻め」の空洞化対策により国内に新産業分野を創出し、新たな付加価値を創造し拡大する日本経済へと転換していくことが求められている。

具体的な対策の方向としては、第一に、ヘルスケア産業（医療・介護・健康関連）、育児支援サービス、新たなエネルギー産業（蓄電池・節電サービス等）、クリエイティブ産業（農業・食品など地域資源）といった国内の潜在需要を掘り起こす産業分野を、中長期的な研究

開発（未来開拓研究）を始めとするイノベーションや規制改革、政策資源の集中投入によって開拓していくことが重要である。

第二に、グローバル・バリューチェーンの中で、為替変動に強く、海外の需要を取り込める高付加価値分野を支援していくことが重要である。例えばインフラや次世代自動車等のシステム（総合力）、ブランド力、高機能部素材等のニッチトップといった様々な高付加価値型事業に取り組む企業がグローバルに稼ぐ環境を支援していくことが重要である。

## （５）政策効果の試算

一定の仮定を置いて、「攻め」の空洞化対策によって潜在内需の掘り起こしや外需の取り込みに成功した場合の政策効果の試算を行った。

新産業創出による潜在内需の掘り起こしと外需の取り込みに成功した場合、我が国の実質GDP成長率は1.5%（2011年度から2020年度の平均、以下同じ）、一人当たり実質GDP・GNI成長率は1.8%、2.1%となり、失業率は4.6%まで低下すると予測される。

逆に、現状を放置して更に空洞化が進んだ場合には、実質GDP成長率が0.2%、一人当たり実質GDP・GNI成長率は0.6%、0.7%に悪化し、失業率は6.1%となると予測される。

この結果、「攻め」の空洞化対策の政策効果は、実質GDP成長率で約1.3ポイント程度、失業率で約1.5ポイント程度となると予測される。

## 2 潜在内需の掘り起こし

### （１）世帯所得の拡大と家計消費活性化

当部会では、潜在内需を掘り起こす鍵となる様々な考え方が委員より提示された。

例えば、「日本は人的資本を活用できていない。国内消費を活性化すれば、まだまだ大きなGDPを生み出せる。」「内需を掘り起こすには生活者の懐を暖める必要があり、雇用の質の確保が必要」「内需を拡大するための根本は将来不安の払拭。1世帯で少なくとも子ども2人を育てることのできる豊かな社会を作り、共働きによる世帯所得の拡大を家計消費の拡大につなげるべき。」「日本は新しい課題を解決するための付加価値型ビジネスを生み出していくべき。ヘルスケアやエネルギー産業は日本の課題となっている分野であり、これらの課題を世界に先駆けて解決できれば、海外展開も可能であり、外需という点からも重要。」等の指摘があった。

また、新産業創出に当たっては、「消費者重視の成長戦略が重要。経済政策の目的は国民の消費水準の拡大。既存の供給者保護ではなく、競争的な環境の中で、利用者の潜在ニーズに対応した新しいサービスの供給、そのための多様な主体の参入を促進することが必要」「成長分野を開拓するためには規制・制度に一步踏み込んで議論すべき。」として、イノベーシ

ョンを促す規制改革が重要、との指摘があった。

さらに、「新産業を生み出すことに光が当たっているが、伝統産業にも光を当てる必要がある。伝統産業を守ることが、次なるイノベーションにつながる」との指摘もあった。

以下、内需の広がりの可能性を持つ分野毎に委員からの指摘事項を記す。

## **(2) ヘルスケア**

まずヘルスケアについては、「消費者が今欲している新しい医療サービスとは、病気や老いによって発生する不自由さをやわらげて、快適な生活をいかに可能とするか、という多様なもの」だとして、従来の病院を中心とした供給だけでなく、病院と民間事業との連携等により新しいニーズへの対応が必要 との指摘があった。

また、「医療は社会の基礎、国を支える基幹産業、戦略産業である。医療は総合生活産業であり、医療のあり方が変われば国の経済は変わる。医療をツールとした海外進出はODAに代わる日本の支援の形になる。」として、医療がものづくり、情報通信、農業等の様々な分野と結びつくことで、大きな市場開拓と国際貢献につながる可能性が指摘された。

同時に、医薬品・医療機器の貿易赤字、日本発の最先端技術である再生医療を伸ばす環境の整備、健康管理など予防医療サービス拡大のための自己負担割合見直し等の課題についても指摘があった。

## **(3) 子育て支援・女性の両立支援**

次に、女性の就業促進のための子育て支援について、数多くの指摘があった。

「女性の就業率を上げることは少子化の秘策であり非常に重要。現状、第1子を生んだ女性の6割が仕事を辞めているが、そのうち3割が仕事を継続したくても保育所が見つからないため、致し方なく仕事を辞めている。」「出産や夫の転勤で就労を断念する女性は依然として多い。男性の牙城と言われる職種でも活躍できるよう、企業側でもライフステージに応じてワークライフバランスを取りながら働き続けられる環境を整備する必要だ。」として、女性の子育てと就労の両立の重要性について数多くの指摘があった。また、厚生年金の適用拡大やいわゆる130万円について、女性の就労促進と所得拡大の観点から見直すべきとの指摘があった。

子育てサービスについては、「これまでの保育サービスは競争がなく利用者の多様なニーズに沿った運営がなされてこなかった。資本力や優れた企画能力、雇用能力を持つ株式会社の参入を促進すべきである。」「新規参入の最大のネックは地方自治体の認可の裁量権。また、学校法人や社会福祉法人とのイコルフットィングの確保が必要。」といった子育てサービスに関する指摘もあった。

子育て支援は、それ自体雇用を生む産業であると同時に、女性の就業促進と世帯所得増加、消費活性化のパスを作る上で不可欠の分野との観点から、積極的な対応を検討していく必要性について様々な指摘がなされた。

#### **(4) 新しいエネルギー産業**

震災後のエネルギー供給制約の中で、再生可能エネルギーの促進や蓄電池産業の拡大、節電サービス事業の展開等、新しいエネルギー産業の創出が重要となっている。これについては、「新規参入が容易で競争的な環境を整備することで、ピーク時のエネルギー需要シフトを促す料金体系の提供など、新たな電力サービスの供給を促進すべき。」との指摘があった。

また、製造業サイドからは、「今後の製造業はハードウェアだけでは立ち行かない。例えば、太陽電池だけ作っていたら赤字。第2次産業である太陽電池の製造と第3次産業である発電サービスを組み合わせることで、新たな第5次産業としてバリューチェーンの中で付加価値の高いところを取っていく。」「電気自動車やプラグインHV等の普及は、家庭の蓄電能力の充実を意味している。スマートグリッドなど自律分散型ネットワークとの整備等、エネルギーインフラのあり方も考えていくべき。」との指摘があった。

#### **(5) まちづくり**

さらに、当部会の議論においては、地域・まちづくりについても様々な指摘があった。

「日本の住宅関連分野は、現在のような人を招けないような住宅では、市場が伸びない。まだまだ住宅関連分野に投資する余地はあり、今後50兆円の市場に拡大すべくクール・ジャパンの一環として、House Visionを検討中。」「都市では経済集積によって成長分野が生まれる。集積が起きることで市場が生まれ、新しいビジネスを提供する人が出てくる。」「地域社会の再活性化による雇用創出のため、コンパクトタウンやコンパクトシティを作り、商店街を戻し、70歳を過ぎても働ける環境を整備すべき。」「地方の耕作放棄地に農業法人の参入を促進し、水耕栽培など新しい技術農業を支援することで、高齢者や第2の人生の雇用の受け皿とすべき。」といった指摘があった。

こうしたまちづくりの観点からの検討は、高齢者向けの小型モビリティ等の普及の上でも必要との指摘もあった。

#### **(6) 高齢者消費の活性化**

今後増加する高齢者層や、40歳代となる第2次ベビーブーマーといった世代のボリュームゾーンに合わせて市場を開拓することが重要、との指摘があった。

また、高齢者消費活性化の上で重要な所得については、「高齢者の定年を延長するのではなく、50代後半から外に出て70歳前半から80歳になるまで地域農業や地域医療等で働くことのできる環境を整備すべき。」との指摘があった。

#### **(7) 流通・教育・農業**

その他、「震災を経て、小売や流通が合理的でないと感じた。全体の流通がどのような状況で、ストックがどの程度あるのか、在庫やサプライチェーンの情報を共有できるようなシステム作りが重要。」「職業人教育は一大産業であり、市場化することで成長の余地がある。」など、流通や教育分野で潜在内需の可能性が指摘された。

また、農業についても、「医療や農業にはもっとエレクトロニクスを導入できる。」「水耕栽培でカリウムの少ない野菜を作れば腎不全の患者にとって福音。牧畜によってアルツハイマーの発想を遅らせる効果あり。」など、ITの活用や他の分野との融合により新しい内需掘り起こしができるとの指摘があった。

## (8) ものづくり

「最終消費が伸び悩んでいる現状では、企業は国内投資を抑制せざるを得ない。国内市場が限度を超えて悲観的であるために、「本来なら出て行くべきでないもの」や「出て行く必要のないもの」まで海外移転を検討せざるを得ないのが現状であり、憂うべき事態である。まずは消費意欲を刺激する力強いメッセージと、それを裏付ける内需活性化策がなければ、足元の景気と雇用が確保されない。消費市場にインパクトを与えなければ、投資支援や規制緩和など供給サイドの支援策も効果が生まれないのではないか。」との指摘があった。

例えば、「国内の自動車の保有台数は7,500万台。代替需要は年間500～600万台あってもおかしくない。自動車取得税、重量税の廃止による税負担軽減や先進環境対応者に対するインセンティブ制度等により、国内消費市場にインパクトを与えていくことが必要。」との指摘があった。

### ◆施策の方向性

潜在内需を掘り起こす施策の方向性については、スライド資料の41ページから52ページを参照のこと。

## 3 グローバル需要の取り込み

### (1) 海外展開の基本的考え方

グローバル需要を取り込む重要性について様々な指摘がなされた。

「成長市場である新興国市場の獲得を目指すべき。国内にマザー機能を維持しつつ海外に積極的に展開すべき。」「日本に18ある『人口50万以上の都市』が中国では2025年までに340都市になる。」「中国やASEAN諸国だけでなく、インド、ブラジル、ロシア、トルコなどの市場獲得を目指すべき。」として、経済成長と都市化（グロースポイントの登場）が進む新興国市場を積極的に獲得していくべきとの考え方や、「海外のボリュームゾーンのニーズは日本で考えていてもよくわからない。自分たちが現地に足を運び現場を見て、

顧客や販売店の話を聞いて、人を雇っていく中で、初めて現地のニーズにマッチした製品やビジネスモデルを作っていける。積極的に海外に挑戦していく企業を支援すべき。」「日本の部品メーカーは下請けに留まっている。一方、グーグル、アマゾン等はITも活用しつつハードやソフトとサービスを組み合わせることでプラットフォームを作っている。部品メーカーもプラットフォームができれば、下請けから脱却し、世界に販売していくことができる。」といった具体的な海外展開の考え方、また「インドやブラジル、ロシアの顧客は資金が潤沢にはないが、今後大きな需要が見込まれるため、輸出保険を使えればビジネスが広がる」といった、貿易保険制度の整備の必要性も指摘された。

## (2) 高付加価値分野の海外展開（稼ぐ力）

特に、円高下において、従来のような他のアジア諸国との低価格競争に陥ることなく、バリューチェーンの中で高付加価値の分野で稼いでいく事業モデルの重要性、自社の強みを活かした戦略の重要性が多く指摘された。

例えば、「工作機械事業の売上は、製造が3分の1、緻密な制御システムが3分の1、納入後の保守サービスが3分の1。輸出型製造業の多くは製品以外の部分で付加価値を高めている。」「日本の強みは、人間関係のきめ細かさにある。製造業にしろサービス業にしろ顧客とのタッチポイントにおいて丁寧に対応する、相手をおもんぱかるところが最大の競争力。我が国企業が持つこうした天然資源を活用しながら事業経営を行っていくことが、稼ぐ力につながっていく。」「日本のものづくりの強さは、本部がいちいち指示しなくても、一人ひとりの技能と技術を活かしてチームとして解決していく。中小のサプライヤーを含めてこうした日本の力を結集すべき。」「日本は、技術とものづくりに集中してきたため、高付加価値化やブランド化に対する戦略が足りなかった。その部分は見直していく必要がある。」

「外需獲得には、大きな仕掛けが必要。例えばEUは、技術開発の出口を新興国市場獲得につなげることを意図しており、国際標準化という観点も含まれている。標準化によって多くの企業が参入しやすくなることで、コストを下げシステム化しやすくしている。我が国の政策も、必ず新興国市場への出口につなげるという発想で仕掛け作りをして欲しい。」「通貨の安定を図ることで、経済成長への悪影響を取り除くべき。」といった指摘があった。

## (3) クール・ジャパン

グローバル需要を取り込むフロンティアは、製造業以外にも広がっており、「生活にかかわる日本の価値観や美意識は、世界に発信し、輸出できる力がある。」「海外のアニメイベントに行くと、日本のアニメ、ゲーム、音楽、ファッションが全部集積している。これらは世界の若者自身がインターネットを通じて自発的に選んでいるもの。彼らが集まるコンベンションが欧米やアジアで一つのビジネスになっている。こうした日本のコンテンツのムーブメントは、日本の他の業態の方々が世界各国でビジネスを展開するときにもっと利用できるはず。」「日本側からコンテンツを売り込むのではなく、すべてを海外の人に見せて、どれが良

いか選んでもらうこと。まだまだ日本のコンテンツへのニーズは眠っている。」等、クール・ジャパンやクリエイティブ産業に関する分野で、海外に大きな需要があるにもかかわらず、日本人自身がそれに気付いていない、といった指摘が相次いだ。

#### **(4) 海外収益の国内還流**

最後に、海外で稼いだ収益が国内に還流することで日本経済が活性化することの重要性についての意見が出された。その際、「海外で頑張って稼ぎ、利益を日本に持って帰るときに、日本の法人税が突出して高いと、日本に再投資するインセンティブが弱くなる。」といった指摘があった。

#### **◆施策の方向性**

グローバル需要を取り込む施策の方向性については、スライド資料の68ページから89ページを参照のこと。

### **4 横断的な課題**

#### **(1) 中小企業の潜在力・底力の発揮**

厳しい内外環境の下、中小企業がその潜在力・底力を最大限に発揮し、本格的な海外展開を進めるとともに、技術力の強化・継承、創業・起業の促進が重要であるとの指摘がなされた。

海外展開については、「海外企業と競争を行っているような分野については、グローバル需要を獲得するために、中小企業も海外に進出することが必要。中小企業にとって海外展開のリスクは極めて高いため、政府の支援が重要。」等の指摘があった。

また、ものづくり技術の強化・継承や伝統技術の活用という観点から、「中小企業ものづくり企業では、技術職が一人前になるために10年かかるため、正規雇用で人材を育成することが必要。」「日本国内でしか生産できない高付加価値品については、ものづくり技術を守るためにも、ものづくり人材を育成することが重要。」との指摘がなされた。

同時に、「日本のものづくりの認定制度を世界に広めてほしい。」「MBAを取るなら米国、ものづくりを学ぶなら日本へとと言われるよう、認定制度を検討してはどうか。」等の指摘もあった。

さらに、創業・起業の促進の観点から、「ベンチャーが生まれるインフラ整備が必要。」との指摘がなされた。

#### **(2) 人材・雇用**



新産業の創出や産業構造の転換を図る上で、雇用政策や人材育成についての課題が数多く指摘された。「日本という国は人材を活かせていない。女性も教育して30歳代まで頑張っても育児で会社を離れざるを得ない。」「ライフステージにあった多様な働き方をどう実現するかが重要。長時間労働の是正、男性の家事や育児への参加、有給休暇の取得率向上などを実現するための環境整備が重要。」「グローバル人材、イノベティブ人材、クリエイティブ人材の確保が不可欠。」「今後はグローバルな市場に受ける商品を生み出す人材をどう作っていくかが重要。語学力はもちろん、異文化を受け入れるコミュニケーション力が重要。国をあげてフォローしていただきたい。」「初等教育の段階からどのような人材が必要か省庁を超えて考えていくべき。」「若年の雇用を確保する観点からは、高齢者にセカンドキャリアを促すことが重要。」といった指摘がなされるとともに、「高齢者は高いスキルを持っているが、うまくマッチングできていない。」「今後労働需給のミスマッチは広がる懸念が大きい。業種、職種、地域、性差を超えて労働の異動を支援する仕組みを整備すべき。」「人材の流動化を進めることを社会として許容する一方で、個人に安心感を与えていくことが重要。産業構造転換についていけない人材に対して成長分野にマッチングできる能力開発が重要。」「学び直しにより、社会人となった人材の能力を更に高めていくことや、労働移動に際して必要な教育を受けられる環境整備が必要。」等、新しい成長産業への円滑なシフトに向けた環境整備が重要、との指摘が数多くなされた。

また、雇用制度に関しては、「日本の雇用構造は大きく変わらなければならない。雇用形態の多様化、柔軟化が重要。」「日本では解雇だけでなく賃金すら下げられない。IT企業はそれなりの流動性がないと経営が難しい。自由度の高い海外の国との競争にどのように戦っていけるのか疑問。」「成長の成果を働く形態にかかわらず適正に配分していくことで、生活の底上げをはかり、内需の活性化につなげることが重要。有期契約労働者のニーズの1位は労働条件の改善である。厚生労働省が実施している事業者側のアンケートをみると、非正規労働者を使う理由で最も大きなものは労働コスト削減である。労働者と事業者の認識は、ある意味では今の非正規労働者の問題点を浮き彫りにしているところがある。「多様な」「柔軟な」「正社員」という言葉の使い方も再考すべき。」「サービス産業・間接部門の生産性を上げるには、労働時間ベースではなく、時間当たりの生産性で評価する仕組みとすることが必要」といった様々な指摘がなされた。

### **(3) 資金供給・資本市場**

「金融機関も個人もリスクの低い運用が合理的になってしまっている。VCの育成等の地道な環境整備が必要。」「海外のファンドとの組み合わせ等直接的な手法を活性化させるべき」「ベンチャー企業と大企業の提携などによって血の循環をよくするような方策があるのではないか。」等、成長分野へのリスクマネー供給の在り方について指摘がなされた。

また資本市場とコーポレート・ガバナンスについては、「みんな同じ日本人が経営し、横並び的で独創的な提案が否決される。みんな同じようなことをやり同じ製品が生まれる。こうした状況を変えるべき。」といった事業再編と収益性向上に関する指摘や、「グローバル展

開する企業にとって長期的で安定的な資金調達が重要。欧米に比べ、我が国のSRI投資の規模は小さいが、今後の発展を通じ、ガバナンス強化、ダイバーシティやワークライフバランスの推進につながる。」といった指摘、資本市場の透明性や信用の重要性に関する指摘もなされた。

## ◆施策の方向性

横断的施策な課題に対する方向性については、スライド資料の90ページから108ページを参照のこと。

## おわりに

### (1) 今後の検討方針

事務局は、当部会での上記のような指摘事項を踏まえつつ、予算・税制により対応が可能な項目については来年度予算案への反映を検討していく。また、制度改正が必要な項目については、関係省庁との調整等を含め、必要な対応を検討していく。

さらに、各項目で指摘された様々な課題のうち、例えば、次の点については引き続き検討を深めていくことが考えられる。

- ・付加価値を生み出す人材育成、働き方、教育制度のあり方
- ・世帯所得増につながる女性・高齢者の就労促進のあり方
- ・リスクマネー供給のあり方、収益力向上を後押しする資本市場のあり方
- ・将来不安を払拭する社会保障制度のあり方（持続可能性の確保、公的支援の範囲のあり方等）
- ・人口減少時代における地域活性化のあり方
- ・ヘルスケアやクリエイティブ等の分野における内外需開拓のあり方
- ・需要家の視点から見た新しいエネルギー・サービスのあり方
- ・グローバルな産業構造変化への対応のあり方（新興国のインフラ需要、産業財需要、新中間層の市場開拓 等）
- ・次世代ものづくり産業の活性化のあり方 等

今後、日本再生の基本戦略策定の動向も見つつ、本部会として、新しい産業構造構築のため必要な検討を続けていく。

### (2) 今後の進め方の留意点

なお、本部会では、今後の進め方の留意点として、①経済社会のビジョンの提示、②優先順位や行動目標の明確化、③関係省庁や関係者との連携の枠組みの3点が指摘された。

### ①経済社会ビジョンの提示

「国民や企業経営者に対し、我が国の経済社会が具体的にどのように変わっていくのか、今後の経済社会ビジョンを分かりやすく示すべき。」「例えば、「ダブル・インカム・ツー・キッズ」による「厚みのある中間層の拡大」といった国民への分かりやすいメッセージや、ロールモデルとなる成功事例の紹介が重要。」との指摘があった。

#### (2) 優先順位や行動目標の明確化

「今後の施策を平板に並べるのではなく、時間軸の中で優先順位を明確化すべき。その上で、分かりやすい行動目標を設定し、定期的に進捗状況をチェックし、必要に応じて追加施策を講じるという「PDCAサイクル」を構築すべき。」との指摘があった。

#### (3) 関係省庁や関係者との連携の枠組み

「省庁の垣根を越え、政府全体として取り組む体制を整備すべき。」「政府だけで出来ることは限定的であり、民間企業など政府以外の多様な主体が目標を共有し関与していくための仕組みを整備すべき。」との指摘があった。



産業構造審議会 新産業構造部会  
これまでの指摘項目

平成23年11月  
事務局

第1回から第4回にいただいた委員のご意見を、①潜在内需の掘り起こし、②外需の取り込み、③産業構造転換の円滑化、④その他の4項目に分類して整理した。

## 1. 潜在内需の掘り起こし

### (1) 総論

- 今起きていることは、空洞化ではなく産業構造の転換。悲観が先に立ちがちだが、できるだけ楽観的なビジョンが必要。70年代の石油ショック時は重厚長大から軽薄短小への転換に成功。これまで日本を支えてきた産業がさらに強い国際競争力を持ちながら、同時に新しい価値を創造していくことが重要。
- デフレの中で企業や家計がデフレンスになっており、膨大な資金が将来のリターンを生まない国債に回ってしまっている。潤沢な貯蓄がより将来に向かう仕組み作りが必要。
- 産業の再定義が必要。国内需要を喚起するためには、サービス産業も輸出できるような付加価値を付けていくことが必要。例えば、米国のテスラモーターは完成車を売るのではなくバッテリーのソフトウェアをライセンス。また、プラットフォームを作れば日本のすばらしいコンテンツを流通させることも可能。発想の大きな転換により、新しい産業を生むことが必要。
- 単品売りからバリューチェーン全体を踏まえたサービスとして新たな価値を創出することが重要であり、企業や業種の枠を越えた連携の推進を図ると同時に、阻害要因となる規制の緩和や企業法制の整備を行うべき。
- 現在の日本のように成熟ステージにある国では企業の勝ちパターンのバリエーションが大きくなる。「いかに稼ぐか」というのは一義的には個々の企業の命題であり、産業政策という切り口では捉えきれない。かつて流行った「垂直統合は良い悪い」「このビジネスモデルが重要」といった議論も、「目の粗いザル」のようなものであり、あまり意味がない。実際の企業の個々の経営や戦略の総体を見ていくことこそが重要である。
- 6重苦とか、空洞化が大変とか考えても仕方がない。どの国にもそれなりに困難はある。

日本だけが突出して苦しいというわけではない。往々にして人は自国の天気を気にして他国の天気は見ないもの。実際には、欧州にしろ米国にしろ先が見えない不安が覆っている。それに比べれば、日本は不確実性の点ではまだましな状況にあると言えるのではないか。少子高齢化という問題も、今からわかりきっているという意味では非常にわかりやすい問題。

- 日本の強みは、「人間のきめ細かさ」にあり。製造業にしろサービス産業にしろ、「顧客とのタッチポイントにおいて丁寧な対応を行う」「相手をおもんばかる」というところが最大の競争力。とくにサービス業ではそう。我が国の天然資源を活用しながら事業経営をおこなっていくことが、稼ぐ力につながっていく。
- 消費者重視の成長戦略が重要。経済政策の目的は国民の消費水準の拡大。既存の供給者の保護ではなく、競争的な環境の中で、利用者の潜在ニーズに応える新しいサービスの参入を促進することが必要。
- 今の日本は人口が減ることを悲観し、明るさが足りない。世界の人口が増える、市場が拡大すると前向きに考えることが必要。
- 現役世代が社会保障制度の持続可能性を懸念して消費を抑制する非ケインズ効果が2000年代に観察されており、社会保障改革は恒常的な消費改善にもつながる。
- 消費低迷やデフレスパイラルの原因は、社会保障費の抑制による将来不安の増大。
- アマゾン、グーグル、iTunes、SNSに共通しているのは、コンテンツを作らずプラットフォームに徹していること。日本でこうした分野を強くしていくためには、作らない人たちの強さと作っている人とのリレーションがポイント。
- 潜在内需を掘り起こす投資の拡大には、その市場が成長する明るい見通しの存在が前提。最終消費が伸び悩んでいる現状では、企業は国内投資を抑制せざるを得ない。消費意欲を刺激する力強いメッセージと、それを裏付ける内需活性化策が必要。日本は大きな内需を活用できていない。国内消費を活性化すれば、まだまだ大きなGDPを生み出せる。
- 中小企業は人材確保、グローバル化、事業継承など様々な課題に直面しているが、成長戦略により力強いメッセージを掲げ、明るい未来を目指すことが内需拡大にもつながる。
- 高齢者に対する福祉、医療、介護等のサービスは成長産業なので、これを大きくするには、製造業的に言うと良いものを安く大量に供給する仕組みづくりが必要。規制改革による参入障壁の撤廃や、労働集約的なところの生産性を上げることで、付加価値を上げていくこ

とが重要。

- 内需を拡大するための根本は将来不安の払拭。1世帯で少なくとも子ども2人を育てることのできる豊かな社会を作り、共働きによる世帯収入の拡大を家計消費拡大につなげるべき。
- 北陸では大家族が多く、祖父母が子どもの面倒を見て夫婦が共働きに出ることで、出生率も高く、豊かな生活を送っている。地域のニーズに応じた施策を展開し、女性や高齢者の消費が活性化する仕組みを検討すべき。
- 高齢化社会の中で、高齢者から女性、子ども、若者に政策資源を大胆に配分し直すとともに、高齢者が70歳になっても就労し生きがいを感じられる社会を整備すべき。
- 内需を掘り起こすには生活者の懐を暖める必要があり、雇用の質の確保が必要。医療・子育て・保育等の分野で、労働者の働きに見合った賃金が確保されるべきであり、スキルアップに応じた処遇の向上も必要。労働者の所得を増やし、個人消費を拡大させないと、本来の意味での内需の拡大につながらない。
- 時代に合わない規制の見直しや、新しい産業・雇用を生み出す効果のある規制改革を進めるべき。一方、国民の安全・健康や環境保全、公正労働基準の確保に関わる部分等、守るべき規制は守っていく必要がある。
- 3分野を成長分野としてあげているが、この分野を開拓するためには規制・制度を一步踏み込んで見直すべき。雇用の受け皿を増やすためには成長分野を育成する必要がある。枝野大臣も冒頭で、他省庁にも働きかけるとおっしゃられていた。是非リーダーシップを発揮してほしい。
- 新産業を生み出すことに光が当たっているが、伝統産業にも光を当てる必要があるのではないか。伝統工芸品は、種類は増えているが売上は減少している。職人の高齢化により、伝統的な技術、技能が失われる可能性がある。京都の医療機器や電子部品は、京都の地場産業の技術によって生み出された物であり、伝統産業を守ることが、次なる産業のイノベーションにつながることを認識すべき。
- 新興国で高成長を20年も続けている国の特徴として、まず国を開いている。世界経済にアクセスすることを重んじているが、それだけではなく、世界経済の構造変化に対応するように国内の制度改革を進めている。日本の多くの制度は、作った当時は経済・社会にマッチしていたかもしれないが、変化する世界経済や少子高齢化の元ではまったく時代にマッチしないものとなっており、それを変えていかねばならない。そこを突き詰めていく必

要がある。TPP・平成の開国、また社会保障の税の一体改革についても、変わっていく世界経済に合わせるかたちで国内の制度を変えていかねばならない。

- 新産業3分野の成長に必要なのは規制改革。積極的に働きかけて、税金を使わずに改革できるというメッセージを打ち出してほしい。
- アマゾンプラットフォーム上でユーザーが中心となって経済を動かしている。日本もこのようなソーシャルの力を活用すべき。
- 今ある国内の規制をグローバルスタンダードにあわせていくべき。これが政府の役割。
- ネットワークに関する考察をもっとしたほうが良い。世界はそこで動いている。流通のところからもネットワークに入るし、OSや検索エンジンからも入ってくる。ネットワークが世界を支配している。
- アメリカの音楽業界はYouTubeと組んで動画配信のプラットフォームサービスを生み出して欧州にも展開し始めている。コンテンツ業とネットワーク業とが組むことで新しいビジネスを作れる。日本でも、異業種同士のコラボレーションで新しいビジネスを作っていくことが重要なのではないか。

## (2) ヘルスケア

- 医療はコストではなく、社会の基礎、国を支える基幹産業、戦略産業である。医療は総合生活産業であり、そのあり方が変われば国の経済が変わる。医療を「生活産業」として伸ばす仕組みを整備すべき。また、医療をツールとした海外進出はODAに代わる日本の支援の形になる。
- 消費者が欲している新しい医療サービスは、病気や老いによって発生する不自由さを和らげて、快適な生活をいかに可能とするか、という多様なものであり、従来の病院を中心とした医療サービスの供給のみでは多様なニーズに対応できない。
- 再生医療では日本が最先端を進んでいるが、規制により実施が認められておらず、韓国や中国に追いつかれる可能性がある。再生医療を伸ばすための環境整備が必要。
- 医療の自己負担割合を引き上げることで、健康管理など予防医療の分野への新規参入を促進すべき。自己負担を拡大すれば、患者が医療の質をチェックするようになり、健康食品など周辺ビジネスが拡大する。



○ヘルスケア分野で女性を活用するため、薬剤師、看護師、栄養士、医師等の職場復帰トレーニングを行うべき。

### **(3) 子育て支援、女性の両立支援**

○日本は技術・人材をいかせていない。特に女性は育児で離職せざるをえない状況。

○女性の就業率を上げることは少子化の秘策であり非常に重要。現状、第1子を生んだ女性の6割が仕事を辞めているが、そのうち3割が仕事を継続したくても保育所が見つからないため、致し方なく仕事を辞めている。

○グローバル競争の中でこれからの成長を考えるとときには、我が国も、男性だけでなく、女性、若手からシニアまで全ての人的資本を含めた総力戦で考えるべき。

○女性に理解のある業種でしか女性の就労が進んでいない。出産や夫の転勤で就労を断念する女性は依然として多い。男性の牙城と言われる職種でも活躍できるよう、企業側でもライフステージに応じてワークライフバランスを取りながら働き続けられる環境を整備する必要。

○女性の雇用だが、製造業は比較的少ない。私は10数年前に大手の初の女性エンジニアとして働いていたが、まずは女性用のお手洗いが無いというところから始まった。製造業の女性は少ないが、女性だからできないということはない。

○女性の人的資本を高めることは、一人当たりの経済成長を押し上げることになるために非常に重要。しかし、優秀な女性が増えると、男性の賃金は下がってくることを覚悟しなければならない。だからこそダブルインカムが必要。

○これまで保育サービスは社会福祉法人が中心に運営しており、競争がないために利用者のニーズに沿った運営がなされてこなかった。資本力や優れた企画能力、雇用能力を持つ株式会社の参入を促進すべき。

○幼稚園を運営する学校法人や、保育園を運営する社会福祉法人の多くは零細事業者であり、少子化により経営が不安定化する可能性がある。資本力と経営力を持つ株式会社の参入によりこうした事業者の経営基盤を強化すべき。

○新規参入の最大のネックは地方自治体の認可の裁量権。地方自治体の裁量を制限することが重要。また、保育サービスを「普通の産業」にするためにも、学校法人や社会福祉法人と株式会社とのイコルフットィングの確保が必要。

- 都心部で3歳児を預ける場合、自治体の補助があり、年収が高い世帯でも月に2万円程度の保育料で済む。これでは安価すぎて、認可保育園ではなく民間が採算をとって参入することは難しい。月10～20万円もする認可外民間保育か、2万円の公的保育かという選択になり、公的保育を選ぶ。月5～6万円程度の多様な保育サービスのマーケットを作るには、部分的な公的支援の縮減も必要。
- 保育の最大の問題は、多様なサービスの重要性を理解してもらえないこと。保育事業サービスの多様性は、遅くまで働くことは母親として良くないなどという哲学によって排除されており、平日8時から18時などの画一的な保育、以外の受け皿がなかなか広がらない。しかし、仕事や子育てには予定外のトラブルもあり、多様な状況に対応する必要がある。新たな発想をもった事業者が進出し、色々なサービスを提供することを見せることで良さに気づいてもらうことが必要。
- 保育コストが40万円かかる中で、保育料が4万円では、医療と同様の待ち行列問題が発生している。それによってメリットを受けているのは、既存の守られた業界と、保育料4万円でサービスを利用している利用者。我々自身が既得権益者になっており、サプライサイドの改革が必要。
- サービスの質について意識が高く、第三者評価を受けているのは民間の保育園の方が多い。新規参入を促進するため、児童福祉法24条の「保育に欠ける」要件を撤廃し、働いていなくても保育サービスを受けられるようにすべき。また、行政による保育サービスの割り当てを止めるべき。さらに、全ての子どもの要保育度を算定し、利用者と保育所の直接契約とし、必要な人にバウチャーで保育料を提供していくべき。
- 企業が育児施設を作る際の税制メリットや規制緩和など、女性の雇用に取り組む企業を思い切って支援すべき。
- 待機児童数ゼロのためには官民格差の是正が必要。利用者選択を強化するため、施設への補助金ではなく利用者へのクーポン制度を導入すべき。
- 子育てについて、ある一定の年齢まで年収に応じた一部税控除を導入すべき。
- 厚生年金の適用拡大や130万円の壁を取り除くことについては、パート労働者や流通業界から反発がある。企業によって、人件費や社会保険料負担が重荷であることは理解できるが、日本全体でどういった人材を育てるのかという観点から考えて欲しい。女性が十分に能力を発揮し、見合った所得につなげる必要があるし、所得を補助的に稼ぐのではなく、女性が働くことで家計の所得が2倍になれば、サービスに対する需要も拡大する。

#### (4) 新しいエネルギー産業

- 日本は新しい課題を解決するための付加価値型ビジネスを生み出していくべき。ヘルスケアやエネルギー産業は日本の課題となっている分野であり、これらの課題を世界に先駆けて解決できれば、海外展開も可能であり、外需という観点からも重要。
- 今後の製造業は、ハードウェアだけでは立ちゆかない。例えば、太陽電池だけ作っていたら赤字。例えば、第2次産業である太陽電池の製造と、第3次産業である発電サービスを組み合わせることで、付加価値のバリューチェーンを取っていくことが重要。
- これまでの電力行政では、安定供給を大義名分に既存事業者が保護され、利用者の便益は優先されていなかった。新規参入が容易で競争的な環境を整備することで、ピーク時のエネルギー需要シフトを促す料金体系の提供など、新たな電力サービスの供給を促進すべき。

#### (5) まちづくり

- 環境に優しく、自然とつながっていて、美しく永く使える住宅を作る方向に日本の価値観を転換すべき。人口減少は住宅環境を改善していくチャンスである。市街地調整区域や用途規制など古い規制を捨てて、新しい制度の下で街作りをやり直すべき。
- 日本の住宅関連分野は、現在のような人を招けない住宅では、市場が伸びない。日本には世界一の個人貯蓄があり、住宅関連分野に投資する余地はある。現在25.6兆円の住宅関連市場を、50兆円市場に拡大すべく、住宅関連企業を集めて、House Visionを検討。
- 都市では経済集積によって成長分野が生まれる。集積が起きることで一定の市場が生まれ、新しいビジネスを提供する人が出てくる。都市の集積を阻害している容積率規制等を緩和すべき。
- 地域社会の再活性化による雇用創出のため、コンパクトタウンやコンパクトシティを作ることで、駅前シャッター街等を商店街に戻し、70歳を過ぎても働ける環境を整備するとともに、規模の経済により行政コストを下げ、充実した福祉サービスを提供すべき。
- 地方の耕作放棄地に農業法人の参入を促進し、水耕栽培など新しい技術農業を支援することで、高齢者や第2の人生の雇用の受け皿とすべき。

#### (6) 高齢者消費の活性化

- 世代間の資産移転を促進するため、祖父母から孫への贈与税を一定範囲で無税化すべき。
- 高齢者の定年を延長するのではなく、50代後半から外に出て70歳前半から80歳になるまで地域農業や地域医療等で働くことのできる環境を整備すべき。
- 介護では、民間サービスでも対応可能な部分に介護保険が適用されている。負担額の差が大きいため介護保険の範囲だけが使われ、それを超えるものは利用が増えない。公的支援の縮減は社会保障の縮小だと見なされてしまいがちだが、要介護度の低い者へのサービスは介護保険の対象としては縮小する代わりに民間マーケットを拡大するという方向性を示すことで、社会保障改革と新産業創出を一体的に進めるべき。
- 産業をシステム化することで、日本のピンチをチャンスに変える事が可能。高齢社会と地域づくりを専門にしているが、高齢者向けの電動カートが普及すれば、過疎地の高齢者が買い物に出ることで消費が活性化するし、カーシェアや安全点検、課金システム等の新たな産業が生まれる。ただし、高齢者にとって車の購入は経済負担が大きいため、税制優遇を行う必要もある。

## **(7) 流通・教育・農業**

- 震災を経て、小売や流通が合理的ではないと感じた。被災地でモノがなくなったことは理解できるが、被災地外でも水等がなくなった。全体の流通がどのような状況で、ストックがどの程度あるのか、といった情報が重要。震災の時にこういった情報の共有は重要だった。平時でも、飲食品の在庫が廃棄されているのを見て、もったいないと感じている。
- 成長産業でいうと、職業人教育の市場化が必要。現在、職業人教育は学校制度で行われることが多い。そういう場から一度離して、何らかの形の職業人教育を市場メカニズムで提供することができるのではないか。アメリカではビジネス教育が一大産業になっているが、日本では規制が多すぎる。アメリカのビジネススクールはレーティングがあって淘汰される。職業人教育をマーケット化することで成長の余地があると思う。
- 医療や農業にはもっとエレクトロニクスを導入できる。薬事法、農地法等の規制緩和が必要。
- 水耕栽培でカリウムの少ない野菜を作れば腎不全の患者にとって福音。牧畜によってアルツハイマーの発症を遅らせる効果有り。
- 先進国では、多くの国で農業そのものが高い生産性を持って有力な輸出産業になっている。

また、若者を惹きつける所得水準の高い産業になっている。我が国では農業は規制により生産性上昇が抑制されている分野。法人の農業所有や漁業権の取得に対する規制を撤廃し、集約化すべき。

## (8) ものづくり

- 最終消費が伸び悩んでいる現状では、企業は国内投資を抑制せざるを得ない。国内市場が限度を超えて悲観的であるために、「本来なら出て行くべきでないもの」や「出て行く必要のないもの」まで海外移転を検討せざるを得ないのが現状であり、憂うべき事態。
- まずは消費意欲を刺激する力強いメッセージと、それを裏付ける内需活性化策がなければ、足元の景気と雇用が確保されない。例えば、国内の自動車の保有台数は7,500万台あり、代替需要は年間500～600万台あってもおかしくない。自動車取得税、重量税の廃止による税負担の軽減や先進環境対応車に対するインセンティブ制度を実現することで、代替需要を喚起し、裾野の広い自動車産業ひいては日本経済の活性化につなげていただく。消費市場にインパクトを与えなければ、投資支援や規制緩和など供給サイドの支援策も効果が生まれないのではないかと。
- 次世代自動車や小型モビリティ等の新たな市場は、今後成長していくとの明るい見通しに基づき、各社が競って研究開発や設備投資に踏み切っている。こうした成長市場を阻害する規制は思い切って簡素化し、企業の創意工夫を最大限引き出す施策をお願いしたい。特に、電気自動車やプラグインハイブリッド自動車等の普及は、各家庭の蓄電能力の充実を意味する。スマートグリッドなど自律分散型ネットワーク網との一体的な配備など、エネルギーインフラのあり方から考えていくべき。
- 高齢者向けの小型モビリティ等の普及は、コンパクトシティなどまちづくりの観点から検討が必要となる。地域住民の生活ニーズに沿って、移動の導線をどのように設計し、公共交通機関とパーソナルモビリティをどのように融合させていくかが焦点。官と民、あるいは省庁の枠を超えた一体的な議論をお願いしたい。
- 日本の自動車産業は、円高で苦戦しているが、ものづくり技術を始め、先進技術の開発、技術の擦り合わせなど、日本はまだまだ強いものを持っていて気をはいていることを再認識して欲しい。

## 2. グローバル需要の取り込み

### (1) 総論

- 円高回避の議論ばかりでなく、円高のメリットを享受できる社会にしないといけない。企業の海外展開そのものは問題ではない。問題があるとすれば、新しい産業や企業が出現しないこと。超円安により、本来なら2000年代に海外に出ている企業が国内に残っている。海外の企業を買収するチャンスが訪れている。
- 企業のグローバル化は既に起きている。多くの企業が世界中に拠点を作り、取引を行っている。それ自体は世界で戦うために不可避であり、むしろ望ましいこと。しかし、国内市場が限度を超えて悲観的であるために、「本来なら出て行くべきでないもの」や「出て行く必要のないもの」まで海外移転を検討せざるを得ないのが現状であり、憂うべき事態である。
- 今後の検討課題を具体化していく際に、内需活性化に関する施策が手厚くなり、外需獲得に関する施策がやや手薄になりそうな可能性を懸念。1985年に円高になった際、内需主導型で経済を立て直そうとしてバブルになったが、現在は、成長している新興国があり、1980年代とは違う。新興国市場をどう獲得するかを考えなければならない。
- 日本は、技術とものづくりに集中してきたため、高付加価値化やブランド化に対する戦略が足りなかった。その部分は見直して強化していく必要がある。

## **(2) 高付加価値分野の海外展開**

- ボリュームゾーンのニーズは日本で考えていてもよくわからない。自分たちが現地に足を運び現場をみて、顧客や販売店の話を聞いて、人を雇っていく中で、はじめて現地のニーズにマッチした製品やビジネスモデルを作っていく。積極的に海外に挑戦していく企業を支援すべき。
- 震災でサプライチェーンの中の小さなメーカーの重要性が認知されたが、部品メーカーは下請けに留まっている。グーグル、アマゾン、フェイスブック等の勢いのある企業は、ハードやソフトとサービスを組み合わせることでプラットフォームを作っている。部品メーカーもプラットフォームが出来れば、下請けから脱却し、世界に販売していくことができる。
- 日本に18ある「人口50万以上の都市」が中国では2025年までに340になる。House Visionの技術、ノウハウを成長するアジア市場に輸出することで海外市場を獲得すべき。
- 海外のアニメイベントに行くと、日本のアニメ、ゲーム、音楽、ファッションが全部集積している。これらは日本から押しつけて売り込んだものではなく、各国の若者自身が、イ

インターネットを通して自発的に選んでいるもの。日本のアニメやファッションが好きな「オタク」が集まるコンベンションが、米国、欧州、アジアで一つのビジネスになっている。このような日本のコンテンツのムーブメントは、日本の他の業態の方々が世界各国でビジネスを展開する時に、もっと利用することができるはず。

○日本の音楽市場は、他国の市場に比べて、その縮小スピードが緩やかだったため、結果的に、アメリカとほぼ肩を並べる世界一の規模となっている。そのため、日本の音楽会社は、国内でビジネスをすることに注力しており、リスクが高い海外には、なかなか出て行こうとはしない。むしろ韓国など外国のアーティストが日本市場を狙って進出してきている。しかし日本の音楽のニーズは世界各地にある。例えば、由紀さおりさんが欧米で大人気になっている。こうした現象は、日本側から、このアーティストが人気になるのではと売り込んだものが、必ずしも売れているわけではなく、海外のユーザーが、自分たちの意思で選び取り、好きになり、支持してくれているのが実態であり、そこに強さがある。日本のコンテンツを海外の人にすべてを見せて、どれが良いか選んでもらえるようなかたちができるならば、眠っている日本のコンテンツへのニーズを掘り起こせるのではないか。

○アジア市場を考えているが、将来を考えればアフリカや中央アジアなどを考えるべき。このままでは最終的にアジアでも追い込まれて、日本の居場所がなくなるという恐怖感を持っている。

○自動車は日本と同じ品質のものを世界で作っている。我々の言うものづくりとは、開発からお客さんに届けるところまでがものづくり。今回の大震災後、ものづくりの底力をアピールしたが、ものづくりの強さは、本部がいちいち指示をしなくても、一人一人の技能と技術を生かして、チームとして解決していく。これは日本人が持っている基本的な強さ。この強さをベースに、日本の再生プランがあるべき。中小のサプライヤーを含めて日本の力を結集すればまだ間に合う。

○成長市場である新興国市場の獲得を目指すべき。国内にマザー機能を維持・強化しつつ、海外に積極的に展開すべき。

○中国やASEAN諸国だけでなく、インド、ブラジル、ロシア、トルコなどの市場獲得を目指すべき。

○当社の売上は、機械が3分の1、緻密な制御システムが3分の1、納入後の保守サービスなどが3分の1。輸出型製造業の多くは、製品以外の部分で付加価値を高めている。「製造業＝ものづくり」という考えは間違っている。定義付けを変える必要がある。

○国にお願いしたいのは、日本のものづくりの認定制度を世界に広めてほしい。例えば、日

本の技能検定を世界のライセンスにできるのではないか。

- 輸出保険をもっと小口でも使えるようにして欲しい。インドやブラジル、ロシアの顧客は資金が潤沢にはないが、今後大きな需要が見込まれるため、輸出保険を使えるとビジネスが広がる。
- 立地補助金の拡充は、長い目でみると資本収益性の低い企業を国内に残して潜在成長率を下げる恐れがあるので、緊急避難的な観点からしか容認されない。
- 外需獲得には、大きな仕掛けが必要。EUは、「第7次研究枠組み計画」という大きな枠組みがあり、先端技術の技術開発は、EUの中で西と東が連携し多国間で行っており、新興国の技術開発に寄与することも目的になっている。EUの技術開発の出口を新興国市場獲得につなげることを意図しており、国際標準化という観点も含まれている。標準化によって多くの企業が参入しやすくなることで、コストを下げシステム化しやすくしている。
- 5次産業化など、システム化して付加価値を高めていくと、価格が高くなり、新興国では売れなくなる。EU各国の政策は、現地価格をマーケティングし価格を下げる工夫をしながら新興国を攻めようとしている。我が国の政策も、必ず新興国市場への出口につなげるという発想で仕掛け作りをして欲しい。

## **(2) 国内への利益の還流**

- 海外で頑張っ稼ぎ、利益を日本に持って帰るときに、日本の法人税が突出して高いと、日本に再投資するインセンティブが弱くなる。

## **(3) 中小企業**

- 中小企業の海外進出を積極的に支援すべき。
- 海外企業と競争を行っているような分野については、グローバル需要を獲得するために、中小企業も海外に進出することが必要。中小企業にとって海外展開のリスクは極めて高いため、新興国進出について、政府の支援をお願いしたい。
- 中小企業保護策はやめるべき。中小企業が弱者だという認識が持たれ、若い優秀な人材が中小企業に向かわず、結局中小企業を苦しめている。
- 中小ものづくり企業では、技術職が一人前になるために10年かかるため、正規雇用で人材を育成することが必要。



- 日本国内でしか生産できない高付加価値品については、ものづくり技術を守るためにも、ものづくり人材を育成することが重要。MBAを学ぶならアメリカへと言われているが、「ものづくりを学ぶなら日本へ」と言われるよう、認定制度も含めて検討してはどうか。

### **3. 横断的な課題**

#### **(1) 人材・雇用**

- 産業構造転換の過程で雇用のミスマッチが生まれる。新しい産業分野へのシフトを円滑化するセーフティネットを国が考えていく必要がある。
- 日本は人材の質の高さではアドバンテージがあるが、若年層や非正規、女性、高齢者を活用し切れていない。育児・介護などのイベントが起きたときに会社を辞めるか悩まなくて済むことが必要。また、オランダのワッセナー合意のように、同一労働同一賃金を実現すべき。正規・非正規の二元論から脱却することが必要。
- 「生産性」の再定義が必要。サービス産業の生産性が低い理由は、日本人の働き方によるもの。特に間接部門の生産性が低いのは、長時間労働がよいとする誤った評価が原因。成果主義の徹底や新技術の導入により、時間当たりの生産性を上げていくべき。
- 日本は解雇だけでなく賃金すら下げられない。IT企業はそれなりの流動性がないと経営が難しい。他方アメリカはどんどん変えられる。そのような中で、日本企業がどのように戦っていけるのかが疑問。
- 日本という国は技術・人材を活かせてない。例えば、女性も教育して30代まで頑張ってくれたのに、育児で会社を離れざるを得ない。そういうところで日本は人材がうまく活用できていない。
- 外国人に日本のものづくり教育を行い、日本のものづくり基準を海外に広めることで、日本製品の需要が拡大し、海外市場の獲得につながる。
- 日本においてITによるイノベーションが進まない一因が労働法制。一定の条件の下である程度は従業員を減らすことも可能とすべき。日本でIT導入の効果が出ないのは、ITによって効率化をしたとしても雇用に柔軟な対応が難しいから。
- これまでの雇用の中核であった製造業は男性を中心にした終身雇用型であったが、成長分野である医療・介護分野は女性の雇用が伸びており、需給のミスマッチは質量ともに広が

る懸念が大きい。このため、業種、職種、地域、性差を超えて労働の移動を支援する仕組みを整備すべき。

○グローバル時代には、垂直型で上意下達で動く人材ではなく、水平型で企業横断的に動ける人材が必要。こうした人材には事業構想力、収益に結びつける力、リーダーシップが求められる。見立てる力、仕立てる力、動かす力に加えて、グローバルに展開していく力が必要。現状はそういった人材が足りない。産学官連携してこうした人材の育成に取り組むべき。

○人材の流動化を進めることを社会として許容する一方で、個人に安心感を与えていくことが重要。まず、産業構造転換について行けない世帯主世代人材に対して、成長分野にマッチングできる能力開発が必要。また、新産業や社会インフラで高齢者の雇用を作っていく必要。さらに、雇用の形態にかかわらず社会保障が整備され、同一労働同一賃金、キャリアチェンジを支える仕組みが必要。また、雇用の需給調整機能が重要。マッチングだけではなく、次の仕事につながっていく就業管理機能を高めるべき。

○人材育成が重要。産官学の連携の中でグローバル人材を育てるべき。例えば、学び直しにより、社会人となった人材の人材力をさらに高めていくことや、労働移動に際して必要な教育を受けられる環境整備が必要。

○正社員モデルの多様化については、ライフステージにあった多様な働き方をどう実現するかが重要。長時間労働の是正、男性の家事や育児への参加、有給休暇の取得率向上などを実現するための環境整備が重要。

○成長の成果を働く形態にかかわらず適正に配分していくことで、生活の底上げをはかり、内需の活性化につなげることが重要。人材育成への投資は、将来的な事業の発展や継続にもつながる。資料を見ると、有期契約労働者のニーズの1位は労働条件の改善である。厚生労働省が実施している事業者側のアンケートをみると、非正規労働者を使う理由で最も大きなものは労働コスト削減である。労働者と事業者の認識は、ある意味では今の非正規労働者の問題点を浮き彫りにしているところがある。「多様な」「柔軟な」「正社員」という言葉の使い方も再考すべき。

○世界で受け入れられるコンテンツを創るために重要なのはプロデューサー。ただし、次々とヒットコンテンツを生み出せる優れたプロデューサーとなる人材は、育てようと思っても育たない。そうした人材予備軍が自由に動ける環境を我々が作り、遊ばせながら育てることが重要。

○大学では産学連携が広まり、産業界を意識した講座も増えつつあるが、学生の大企業志向

が変わっていない。他方で、企業の採用体制に、大学生に留学を思いとどまらせる一因もあるようなので改善すべき。

- 初等教育を見れば、イノベーションを生み出す人材をつくるような教育になっているのか。教育は産業のためだけにすべきではないが、日本の将来のためにどのような人材が必要とされるのか、初等教育についても文部科学省だけでなく、経済産業省も含め、省庁を超えて密に議論すべき。
- 高齢者の定年を伸ばすことも議論されているが、若者の雇用を確保する観点からは、高齢者にセカンドキャリアを促すことが重要。セカンドキャリアを、ネガティブでなくポジティブに踏み出せるような支援が必要。
- 日本の教育は、ものづくり人材の生産性を上げることに資源を割きすぎてきた。これからの日本にとって必要な人材は何かという点から議論を始めるべき。
- グローバル人材を作ることは国家プロジェクト。また、イノベティブ人材、クリエイティブ人材も確保も不可欠。
- 日本の雇用構造は大きく変わらなければならない。雇用形態の柔軟化が重要。普通の企業が雇用構造を変えていける仕組みを作っていく必要がある。法体系、ベストプラクティスの普及等があるが、新しい雇用形態を実験できることも重要。
- 高齢者は高いスキルを持っており、企業もリテインしたいが、高齢者はフルタイムで働くことを希望しない人もいて、上手くマッチングしていない。女性の雇用についても、女性が働いていくためには、今の正社員・非正社員雇用だけではいけない。
- 今後はグローバルな市場に受ける商品を生み出す人材をどう作っていくかが重要。語学力はもちろん、異文化を受け入れるコミュニケーション力が重要。国をあげてフォローしていただきたい。
- ドイツのデュアルシステムのように、人材が産業を学べる仕組みづくりが必要。
- 海外に進出すると環境や文化など、日本では想像がつかないようなことがたくさんある。現地のニーズを吸い上げる時に重要なことは、生活習慣を理解していること。したがって、ローカルな人材を使いこなして仕事ができる人材を育てることが大事。

## (2) 資金

○政府の役割は、第一に企業が外貨を稼ぐことを助けること。財政政策や金融政策だけでなく、企業でいうベンチャーキャピタルからの投資にあたる直接金融的な手法によって資金を集め、政策を行うことを考えてはどうか。海外のファンドと特区を組み合わせるなどリターンがわかりやすいプランをつくるなどの方法があると思う。

○リスクマネー供給は、成長戦略に入っている重要な課題だが、「貯蓄から投資へ」と旗を振るだけでは足下の状況は改善しない。金融機関も個人も、この数年の投資で損失を被ったため、リスクの低い運用が合理的になってしまっている。年金基金も魅力的な資金だが、誰が年金を運用すべきか、失敗したときの責任の所在をどうするのか明確でない状況では、リスクをとることに国民は納得しにくい。まずは、中程度のリスク資金を中小の有望企業に流すために、ファンド・オブ・ファンズへの支援や、ベンチャーキャピタルの育成など、地道な環境整備が重要。

### **(3) ガバナンス**

○オリンパスの件はフィナンシャル・タイムズやウォール・ストリート・ジャーナルで一面で扱われている。海外の人たちからの、日本企業の信用が失墜している。これだけの先進国でありながら外国人が社長をしている企業がきわめて少ないため、外から見ているとブラックボックスに見える。意志決定の仕組みがわからない、横並び的で独創的な提案が否決される、誰かがやるとみんなやるので同じような製品が生まれる、こうした状況を変えることを考えるべき。

○オリンパスのような企業がクローズアップされることは、日本企業の信用失墜につながる。グローバル展開する企業にとって、長期的で安定的な資金調達が必要。欧米ではSRI（社会的責任投資）が注目され、ガバナンスへの対応を投資判断の目安にする動きが顕著。日本のSRI市場規模はきわめて小さいが、SRIを通じて長期的に企業価値を高めることが、真のグローバル化や、ダイバーシティ、ワークライフバランスに対する市場評価につながる。SRI市場発展のためには、情報開示のメルクマールの明確化し、産業界および投資家に啓蒙していくことが必要。

○オリンパスの件などで、日本の投資市場の評価が下がっている。コーポレート・ガバナンスをしっかりとしていくことが重要。

### **(4) ベンチャー**

○ベンチャーが生まれるインフラ整備が重要。日本の新興市場は機能していない。米国のNASDAQのように、赤字でも成長性の高いベンチャー企業を対象とした真の新興市場に作り直すことが必要。IT分野において米国等に互していくためには、人材の流動化が不

可欠。

- ベンチャー企業と大企業の提携などによって血の循環をよくするような方策があるのではないか。

## **(5) その他**

- 日本人はそんなに変わらない。毎年1000人近い新卒採用を行っているが、同じようなタイプの人間ばかり入社する。海外勤務を嫌がり、英語も話さない。一方で、新興国では全員が英語を話す。こういった日本人の気質は簡単には変わらないため、日本人にあった戦略を考える必要がある。日本人はグローバル化には向かない。女性もあまり働いていない変わった国である。本当にグローバルに戦いたいのであれば、外国人をもっと国内に受け入れるべきである。
- 日本に来る外国人に日本のファンになってもらい日本のブランドを高めていく観点から、最初のタッチポイントとなる入国審査官が、おもてなしの心で来日外国人に接するようトレーニングし、マニュアル化すべき。

## **4. その他**

### **(1) マクロ経済運営**

- 足元までの円高であれば、異常な事態だと思わないが、さらに円高が続いた場合はどうなるのか。高い成長を続けている新興国の通貨がドルに対して固定されているため、今の通貨制度の下では我々に大きな負荷がかかる。新興国の通貨政策のあり方を議論していく必要がある。中国は今のペースよりも鈍化するかもしれないが、7%程度の経済成長が10年続くと、中国のGDPは日本の2倍になる。そのときに、日本はどういった通貨政策を行うのか。
- ドイツと日本の為替レートを実質ベースで見ると、過去40年で日本は1.9倍となり、ドイツはむしろがっている。ドイツはは自国よりも経済ファンダメンタルズの悪い国を通貨同盟に入れることで、通貨高を回避している。ドイツの通貨政策に学んで、アジア通貨同盟という発想があってもよいかもしれない。

### **(2) 今後の進め方等**

- 今後の検討課題について、時間軸の中でプライオリティをつけていただきたい。また、従来から問題提起されているが解決に至っていないものについては、今後どう踏み込んでい

くかについて議論すべき。

○成長戦略についてメニューは出尽くしているが実行が待たれているものが多い。今後いかに個別の議論を進めていくかが重要。

○これまで「厚みのある中間層」や「ダブルインカム・ツーキッズ」という言葉が出てきたがこれはキャッチーで分かりやすい。このフレーズをメッセージとして強く打ち出せばコンセンサスを得やすくなるのではないか。

○如何に内容を具体化して実行していくか、に尽きる。政府の役割は非常に重要。課題は明らかなので、例えばある規制が問題なのであれば、具体的に、どこを、いつまでに、誰が変える必要があるのか、明らかにしなければならない。農林水産省、厚生労働省、環境省など、様々な省庁が関わるテーマも多いので、ぜひ省庁の枠を超えたオール政府として取り組んで欲しい。

○政府だけで出来ることは限定的。施策を推進する際には、様々な主体が関わって一緒に進めていくことが重要。政府以外の主体がどのように関わっていくのか、そういった仕組みについて、議論する必要があるのではないか。政策を推進していく体制として、多様な主体が関わっていく、コミットしていくような仕組みを作れたら良いと思う。

○本当に変化していくためには、税制に正面から取り組む必要があるが、税制はいろいろな意見が出てなかなか進まない。103万円の壁や130万円の壁の問題は10年以上前から議論されているが進まない。壁を取り払うことが、専業主婦の否定だと捉えられてしまうと、感情的な反発を惹起してしまう。そうではなく、今の若い人たちにどんな家庭を築いて欲しいのか、次の日本をつくっていくために望ましい税制は何なのかを議論すべき。

○これは誰を読み手として想定しているのか。一般の人がこれを読んだとしても共感してくれないのではないか。リクルートやユニクロ、ヤマト運輸等、長い期間持続的に成長してきた企業はビジョンを持っている。この中間整理から、どういう社会を目指し、どういう国つくっていくかが見えないと、一般の人の共感は呼ばない。社会が良くなると実感できるようなビジョンが必要。

○今回の中間取りまとめは、確かにまとまっているが、企業で中期計画などをまとめている立場で言えば、膨大なリストを作った後は、プライオリティを付けることが不可欠。多くても5～6の柱にしないとならない。そして、誰が見てもわかりやすい目標値を設定し、目標値を達成するために、関連する各部署に目標値を分散してコミットさせ、進捗状況をチェックする。うまくいかなければ、PDCAで管理し追加施策を取る。この部会での議論は多岐に渡るため、関係省庁にもコミットしてもらう必要がある。いずれにせよ、実行

力を期待したい。

- 政府が行う規制緩和・規制改革と、民間部門の課題、技術や製品は素晴らしいがそれを売るのが上手でない場合、これに国が関与すべきなのか、という問題がある。前者が規制改革、後者はビジョン行政ということだと思われる。政府が実際に行う改革と、民間に対して示すビジョンや成功例。実行段階でこれらを分けないと、目標の設定はできないだろう。
- 足下の課題から議論がスタートしているが、今後50年、100年後というスパンで見ると色々な課題があると思う。これらを見据えた上で何をしていくかという大きな課題を持つべき。まず課題と方針を共有すべき。20を超える地域で仕事をしているが、日本人全体としての能力平均値が高いと感じる。これらをどのようにいかして行くかを考えることが重要。
- 今後20年で成長していくアジアに対して日本はどのような貢献ができるかを考え明確に特定すべき。この事項について行政が必要なことを行っていくことが重要。どのような貢献ができるかを考えればアイデアも出ると思う。
- 経産省がビジョンをしっかりと掲げて、目標を設定し、国民に見える化して欲しい。一般国民に対して、国がこういったことを考えていることを示すことが、モチベーションや潜在需要の活性化につながっていく。
- これまで議論したことをどうやって政策にしていくか。今後の検討方針について項目例がいくつかあるが、今後これらを政策として実行していこうと考えると総花的に見える。測定可能な目標を入れ、プライオリティをしっかりとつけるなど、メリハリをつけることが重要。
- 重要なのは、私が見えていないことが皆さんには見えているかもしれない、私が見えていることが皆さんには見えていないかもしれない、ということ。そういったことが話し合われなかったと感じている。各自が持っている答えがすり合わせがされていない。9つの項目に対して具体例を示すことが重要。これを解決する具体的な策を論ずる場を設けて欲しいと思う。
- この中間整理を具体的な政策に近づけていくチャネルは3つしかない。1つめはカネ、2つめは制度・規制・税制への切り込み、3つめは世の中の動きを喚起できるか、である。規制緩和は10年やっても動かないものがあるが、動かないゆえに問題が大きくなり、動かざるを得なくなっているものもある。一例が社会保障番号である。
- 今回の報告書が、そういった改革の最後の一押しとなると良い。産業活性化や社会活性化

の突破口として制度を変えることで、蟻の一穴をあける。

- 目標設定の重要性が指摘されたが、目標はメッセージとして有用。そういう意味では、必ずしも数字である必要はないが、何らかの目標設定があると良い。また、世の中の動きを喚起するためには、ロールモデルや成功事例の紹介も重要。今回の中間整理においても、グローバル需要の取り込み、新中間層、ダブルインカム・ツーキッズといったメッセージが出された。国民一人一人の生活実感が変わると実感できるような事例やメッセージを打ち出していければと思う。