



特 集

基調講演：

「新成長戦略と関西経済の活性化」

近畿経済産業局 地域経済部長
国 吉 浩

本日はこのような機会をいただき、ありがとうございます。新成長戦略とそれを踏まえた関西地域での取り組みについてお話ししたいと思います。

■我が国経済と産業構造

「強い経済」「強い財政」「強い社会保障」の実現を目指し、今年6月に「新成長戦略」が取りまとめられました。あわせて経済産業省では「産業構造ビジョン2010」を策定しました。当然のことながら新成長戦略と産業構造ビジョンは同じ方向を目指しています。

新成長戦略は、2020年の目標設定として名目成長率3%、実質成長率2%を上回る成長、2011年度中には消費者物価上昇率をプラスに転じ、早期に失業率を3%台に低下させるとしています。具体的には7つの戦略分野と21の国家戦略プロジェクトをメインに置いています。7つの戦略分野は①グリーン・イノベーション②ライフ・イノベーション③アジア④観光・地域⑤科学・技術・情報通信⑥金融、そして追加的に⑦金融。これらによって新たな需要と雇用を目指し、環境（グリーン・イノベーション）で50兆円、健康（ライフ・イノベーション）で50兆円、アジアで12兆円、観光で11兆円の需要創造、それに伴う雇用創造を見込んでいます。

今の経済状況は円高とそれに伴う不安感がありますが、本日はもう少し中長期的に見た状況を話したいと思います。2004年から2010年までの実質GDPの寄与度を見ると、この中で大きく落ち込んだのがリーマンショックの影響で、現在までにそれが持ち直しつつあります。リーマンショックで落ち込んだ時期を見ると、外需の影響がほとんどといえます。金融の問題としてリーマンショックは、米国を中心として大きな影響がありました。当初、日本はそれほど影響を受けないだろうと見られていたのですが、結果的にいちばん影響があったのが日本であり、それは金融の直接的影響ではなく、外国の購買力が下がったことによって日本の経済がやられたのです。

その典型が自動車でした。自動車はアメリカ市場を中心に稼いでいたのですが、それが一気に落ち込んだわけです。外需に依存していたことによって日本経済は打撃を受けたわけですが、一方でリーマンショック後の立ち上がりを見てみると、伸びているのはやはり外需のおかげであり、輸出によって稼いでいるというのが日本の経済の構図だと言えます。

一方で日本の輸出依存度を見てみると、17.4%と諸外国と比べて決して高いわけではありません。もちろん内需拡大は重要なことですが、やはり輸出で稼いでいかなければならないというのが基本的な認識です。日本の食糧の大半は外国から入ってくるし、エネルギー資源の95%は外国に依存し、それを買うにも別のもので稼いでいかなければならないわけです。内需は引き続き拡大させていくものの、輸出というものをきちんととらえていく必要があります。

輸出の状況ですが、2005年当初時点をもとに100としたアジア向け、EU向け、アメリカ向けに分けたその後の変化を見ると、リーマンショックの時点で一気に落ちた後、アジア向けの回復が早かったのに対し、EU、アメリカ向けは回復が遅い。それはたぶん今後の中長期的な経済市場の傾向でもあり、アジアが輸出先としてどうしても重要になってくるし、アジアに注目しなければならないと思います。



講師 国吉 浩氏

将来のことを考えると、その他にも大きな問題があります。それは人口減少、少子高齢化の進行です。経済の勢いは人口によって得られている部分があって、日本の高度経済成長期を支えたのは人口が増え続けた時代だったからとも言えます。人口が減りつつあることは、経済のベースが非常に弱くなり、合わせて高齢化に対応した医療、介護などにも必要になってきました。労働力人口が減ってくることによる人口構成の変化というか、人口問題が大きな課題であります。

3つ目の問題として、エネルギーと環境問題があります。石油、石炭をはじめとする限られたエネルギー資源の奪い合いがあり、中国を含むアジア諸国が成長していく中で日本のエネルギー確保は難しい問題となってきます。今後の人口減少傾向からも日本のエネルギー消費は減ってくるわけで、そうすると市場発言力も弱まってくるということを、政策的にも考慮しなければならないと言えます。

いま日本はどんな地位にあるのでしょうか。一人当たり GDP は 2000 年で 3 位だったものが 2008 年には 23 位、世界の GDP に占めるシェアは 1990 年で 14.3% だったが、2008 年には 8.9% と低下。日本の経済的地位は残念ながら低下していると言えます。日本の産業構造を見ると、2001 年度から 2007 年度の経常利益の増え方は全産業で 25.2 兆円、うち 36% の 9.1 兆円がグローバル製造 4 業種、つまり輸送機械、電機、鉄鋼、一般機械で占めています。自動車ですが、2000 年から 2007 年の名目 GDP の伸び (13 兆円) のうち、自動車そのものを含む自動車関連の貢献が約半分 (6 兆円) を占めています。

もう 1 つ、日本の産業の強い部分と言われてきた電子機器・電機系統のリチウムイオン電池、DVD プレーヤー、DRAM メモリー、カーナビですが、当初は世界シェアのかなりを獲得していました。ところが世界市場が広がっていくのにともなって急激に下がり、カーナビは 2003 年に世界シェアの 100% を占めていたものが 2007 年には 20%。カーナビに限らず全てがそのような傾向になっています。日本は良い技術で良いものをつくり、世界に認められるようにやってきたのですが、現実問題として最初は一人勝ちしていても、その後一気に市場シェアを落としてしまっています。

もちろん、そうでない分野もあります。自動車は



摺り合わせ技術が重要で、それを維持することで行っています。また、デジタルカメラは一部をブラックボックス化し、他をオープンにする方法によってシェアを落としていません。世界市場が伸びても、自動車やデジタルカメラのようにシェアを維持している分野もあるのです。ただ、自動車については、電気自動車が普及してきて、デジタル化され各部品が規格化されてしまうと、摺り合わせ技術の強みがいつまで保てるのかという指摘もあります。

海外企業でうまくやっている例として挙げられるのが、インテルです。インテル・インサイドというものを売りにしており、自社ドメインを知財と、ブラックボックス化で保持し、それ以外の部分、インターフェースは徹底的に標準化を図って公開しています。それで何が起こったかといえば、台湾などアジア各国がインテルを中に入れて、PC 自体をどんどん安く作る。インターフェースがオープンになって、標準化されているから、自ら作るのではなく、安い労働力で作ってもらって、インサイドとして中に入っているものだけを高く売る。ほっておいてもアジアを中心として市場を広げてくれるので、インテルはどんどん儲かるわけです。また、ヨーロッパの携帯メーカーでは、端末部分はオープン・標準化し、基地局制御システムなどインフラ側をブラックボックス化し、重要な部分だけで稼いでいくという戦略をとっています。

かつては自前総合主義といって、全て自社でモノを作ったり、子会社や下請け会社によるピラミッド構造の中で作って、得意な摺り合わせ技術で日本は世界を席巻しているというのが 1970 年代でした。その後、デジタル、オープン、モジュールという話

が世界的に広がっていくと、日本は競争力で勝てなくなってきました。一方でアメリカはアジアとも一緒になって、うまく分業しながらビジネスシェアの奪還に成功したわけです。

こうしたことを認識したうえで新成長戦略として、21世紀の日本の復活に向けた21の国家戦略プロジェクトを掲げ、環境・エネルギー、健康（医療・介護）、アジア、観光立国・地域活性化、科学・技術・情報通信、雇用・人材などを中心にして、日本の成長を需要面、供給面の両方から押し上げていこうというのが政府の方針です。これも大きく見れば当たり前のことで、環境・エネルギーは世界の重要な問題、医療・介護は高齢化が進み人口が減っていく日本にとっては重要な問題、アジア市場との関係も重要な問題であり、それらをきちんとやっていこうというものです。ベースとなるのは、人と科学技術です。

産業構造ビジョン2010には、もう少し思想が明確に書かれています。産業構造の自動車依存に頼っていると今回のようなことが起こってしまうので、戦略5分野を強化して自動車一本に頼らないようにする。あわせて、システム売りや文化付加価値型の産業に置き換えていくことが重要だとしています。システム売りとは、例えば新幹線、原子力発電所、水ビジネスなどが入ってくると思われそうですが、個々の製品の良いものをつくれれば売れるといった考え方でなく、システム全体として売っていくという考え方です。環境エネルギー、少子高齢化は日本が直面している問題ですが、それらをまず自ら解決し、技術を使った課題解決産業を世界に売っていこうと考えています。戦略5分野として、インフラ関連・システム輸出、環境・エネルギー課題解決産業、文化産業（ファッション・コンテンツ等）、医療・介護・健康・子育てサービス、先端分野（ロボット・宇宙等）を中心に進めていこうとしています。

ただ急激な円高が大きな問題になっています。8月30日には経済対策の基本方針を政府で決定し、景気下振れリスクへの対応、新成長戦略の前倒しという2つの視点から、雇用、投資、消費、地域の防災対策、規制・制度改革の5つの柱を位置付けました。これを受けて追加的経済対策を行うことが決まりました。



■関西経済の活性化

中長期的な動きを踏まえて、関西の活性化策について触れたいと思います。関西経済の規模は全国規模の約2割程度と言われています。為替の影響で大きく変動するので、あくまで目安として理解すべきですが、2007年時点では7,000億ドル程度のGDPを持っており、オランダのGDPと同じ程度に相当します。関西の製造品出荷額構成を見ると、基礎素材型産業がそれなりのウエートを占めるとともに、生活関連型産業をはじめとする産業がバランスよくあるという状況です。また、アジアとの関係が非常に強く、アジアで伸びるためにもこれまでの強みを活かしていけると思います。もう1つは、パネルベイ、バッテリーベイと言われるように、環境・エネルギー関連投資が現在進んでいます。それは平成21年度「低炭素型雇用創出産業立地推進事業費補助金」採択企業の半分以上が、関西の企業で占めていることから分かります。

関西の特徴は、多数の大学と研究所が集積し、バランスのとれた産業構造があり、環境エネルギーをはじめとする産業の集積があり、文化の集積があります。これらを活かして「関西メガ・リージョン活性化構想」を関係の経済団体とともに取りまとめました。成長産業支援として、デザインと感性を活かしたものづくりの活性化とクリエイティブビジネスの新たな市場形成、世界屈指の創薬・医療機器拠点の形成と発信、次世代電子・エネルギー技術産業ナンバーワン戦略プロジェクト、これら3つを設定して様々な施策を展開しようとしています。また、低炭素社会の実現、アジアをにらんだ販路拡大のための基盤整備を進めることにしています。

メガ・リージョンとは、例えばシンガポールやシリコンバレーなどでできているような、ある一定の地域に強みのある産業の集積があって、世界の中でその存在感を示しているものです。関西をそのような地域にしようというのが「関西メガ・リージョン活性化構想」ですが、そのための具体的な取組を御紹介します。例えばデザインでは、関西のデザイン領域やコンテンツのスタイルなどを世界に示していこうとしています。バイオに関しても大阪、京都、神戸、滋賀には世界に誇る技術力や関係産業が集積しているため、これを活かし伸ばしていこうとしています。また、「次世代電子・エネルギー技術産業」ナンバーワン戦略プロジェクトとしては、いろいろなものの関係が深くなっているため、全体をうまくつなげ産業としての成長を支援していこうというものです。例えば情報家電ビジネスパートナーズという、「中小・ベンチャー企業や研究機関など」と「情報家電関連などの大手企業」とをうまくマッチングさせる仕組みを構築し、さらにそれを世界に展開していこうとしています。低炭素社会の実現としては、関西は技術的、産業的にも環境エネルギー関係の力

が強いため、都市・産業・環境モデルの構築を図っていこうとしています。とくに今はスマートグリッドが注目されており、「けいはんな」において実証試験を進めることにしています。航空機分野への参入等支援としては、関西の技術力のある中小企業の市場参入機会の創出、関西における航空機分野のサプライチェーンの強化等により国際競争力を高め、関西からの供給拡大を図ることにしています。環境・省エネビジネスのアジア展開としては、タイと先日協定を結んだように、「環境エネルギー・システム・アジア」といった概念のもとにやっていくということです。アジア展開の支援としては、海外展示会への出展をサポートしています。先ほど触れました追加的経済対策においても、中小企業の海外展開支援が大きな柱の1つとなっています。

以上が関西メガ・リージョン活性化構想の骨組みです。基本は関西経済の活性化と言っておりますが、志しは日本の関西ではなくて、これらの分野では関西が世界の中心となることを目指して、関係機関と協力しながら活動を展開していきたいと考えております。

