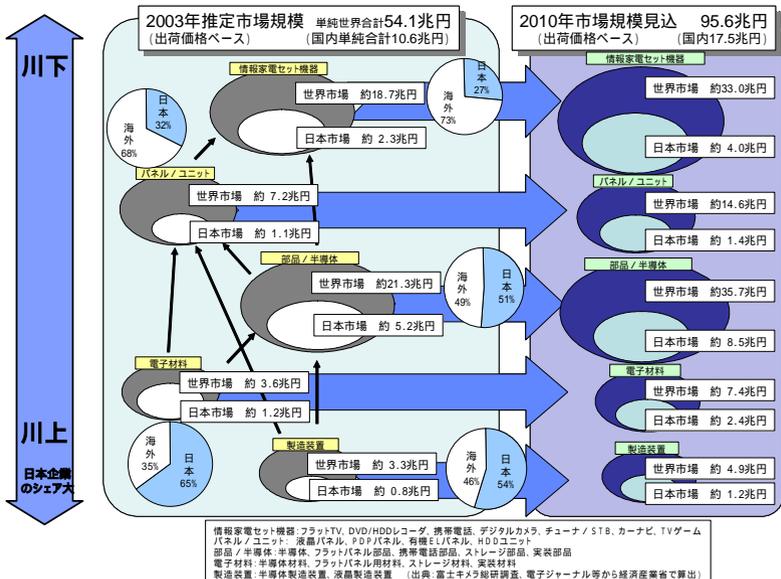


情報家電

(1) 今後の展望

	2003年の市場規模	2010年の市場規模(展望)
世界	約54兆円	約96兆円
日本	約10兆円	約18兆円
	(セット機器、パネル/ユニット、部品/半導体、電子材料、製造装置市場の単純合計)	



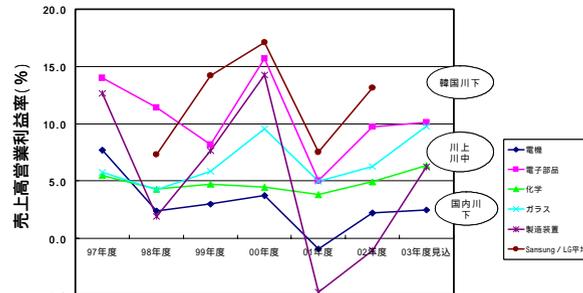
川上(素材産業)から川下(セット機器産業)まで関連産業が国内に広範囲に分布。きめ細かな「擦り合わせ」により、新たな製品・市場を次々創出。

とりわけ、川中(部品産業)から川上にかけての競争力が強く、「高度部品・材料産業集積」を形成。

東アジアのセット機器産業は、我が国の高度部材産業集積のメリットを活用し、大胆かつ迅速な投資決定により急速に追い上げ。さらに利益率の高い経営を展開。

情報家電関連産業の営業利益率の推移の日韓比較

川上産業(素材等)、川中産業(部品等)の方が、川下産業(家電)よりも、営業利益率が高い傾向が鮮明。しかしながら、韓国の主要家電産業の営業利益率は、さらに高い。



(出典) 富士キメラ総研調査(経済産業省委託)
 連結ベース。計算の対象となっている企業は以下の通り。
 ・電機: 日立製作所、東芝、ソニー、松下電器産業、NEC、富士通、三菱電機、シャープ
 ・電子部品: 京セラ、村田製作所、TDK、アルプス電気、ローム、日東電工、日本電産
 ・化学: 三井化学、積水化学、JSR、大日本印刷、凸版印刷、昭和電工、ナトコ
 ・ガラス: 旭硝子、日本電気硝子、日本板硝子、セントラル硝子
 ・製造装置: 東京エレクトロン、東京精密、横河電機、大日本スクリーン製造、アドバンテスト、遠谷工業、島田理化学工業

情報家電製品に対する機能要求の高まり、多種多様な機器との相互接続の必要性等から、組込ソフトウェアに対する要求が高度化・複雑化。また標準化の推進が必須。

(3) アクションプログラム

事業化シナリオ(ロードマップ)の共有による川上、川中、川下産業の垂直連携の維持・強化。

標準化課題の整理と国際標準化の主導権の確保。

組込ソフトの開発を担う高度な人材の育成。

利益率の改善、意志決定迅速化のため事業再編・再構築を促進。

ロボット

(1) 今後の展望

2003年の市場規模 約5,000億円	2010年の市場規模（展望） 約1.8兆円
	2025年の市場規模（展望） 約6.2兆円

(2) 現状と課題

産業用ロボットが現時点の市場規模の大半を占める。非産業用ロボットについては、一部の家庭用エンターテインメントロボットが商品化されているが、規模は限定的(全体の1~2%程度)。それ以外のロボットはデモ用や試作品のレベルであり、本格的な市場化時期も未定なケースが過半。

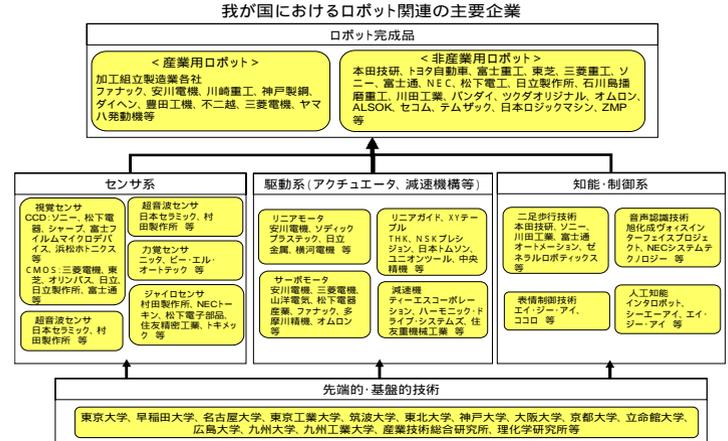
このように、コスト、機能と技術の折り合いがつかず、明確な先行用途が定まらず、手探りの状態であるのが現状。

デモンストレーション段階のロボットの事例



ロボットは、駆動装置、センサー技術、情報処理(知能)技術、ソフトウェア技術等の幅広い要素技術とともに、これらを一つのシステムとして統合する技術を要するが、我が国は二足歩行技術などを中心に、米欧などと世界のトップ集団を形成。

また、ロボットの構成要素となる部品・材料を製造できる部品産業、精密機械加工業は国内に広く分布しており、我が国の産業集積の強みを活かせる産業



最終的には、介護・医療や警備・保安、工場以外の産業用途など広範な用途・市場が期待されているが、本格的にロボットと人間が日常的に共存する社会が到来し、大規模な市場が現れるには、しばらく時間がかかるとの見方が一般的。

(3) アクションプログラム

先進ユーザによる先行用途の開発。特に、介護分野や防災分野など官公需による率先が期待できる分野について、先行モデル事業を展開する。

基盤的な要素技術や共通基盤的技術の開発の継続。
安全性の確保、PL法上の取扱、各種保険制度等の制度整備。

コンテンツ

(1) 今後の展望

	2001年市場規模	2010年市場規模(展望)
コンテンツ産業	約11兆円	約15兆円
(うちデジタルコンテンツ国内市場規模)	1.9兆円	約6.3兆円
海外輸出・ライセンス規模	約0.3兆円	約1.5兆円

(2) 現状と課題

世界のコンテンツ市場は約8241億ドル。成長率は、2006年予測6.5%。世界GDP成長率より高い水準で推移。

【2000年コンテンツ世界市場(単位:億ドル)】

領域	世界	米国	日本
映画	677	392	13(1,709億円)
ビデオ			32(4,151億円)
テレビ番組	1,073	370	231(2兆9,978億円)
テレビ配信サービス	1,519	681	22(2,924億円)
録音音楽	384	143	46(6,029億円)
カラオケ			70(9,085億円)
インターネット広告とアクセス料	402	199	39(5,091億円)
雑誌	837	358	110(1兆4,261億円)
書籍	853	301	75(9,706億円)
新聞	1,552	596	195(2兆5,343億円)
ラジオと屋外広告	478	245	(2,505億円)
テーマパーク、遊園地	178	96	36(4,730億円)
ビデオゲーム	288	64	32(4,131億円)
アーケードゲーム			43(5,600億円)
計	8,241	3,445	963(12兆5,246億円)

(浜野保樹「表現のビジネス」より作成)

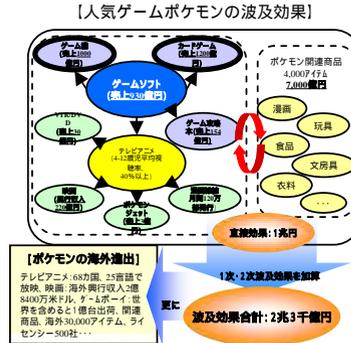
世界のテレビアニメ放送の6割は日本製、北野武監督「座頭市」のベネチア国際映画祭銀獅子賞受賞、宮崎駿監督「千と千尋の神隠し」の米国アカデミー賞受賞。

知的財産そのものであるコンテンツは、その戦略的活用により、他産業と比べ高い経済波及効果をもたらす。

【キャラクター人気ランキング】

1	クレヨンしんちゃん	74人
2	孫悟空	73人
3	ドラえもん	68人
4	名探偵コナン	57人
5	ちびまる子ちゃん	53人
6	ヌーピー	49人
7	ドナルドダック	43人
8	ミッキーマウス	39人
	ガーフィールド	39人
10	桜木花道	37人

調査対象: 中国3都市(北京・上海・広州)在住の20代以上の男女1000人
2001年12月サイバープレインズ社



<欧米でファン層定着>
ANIME = 日本製アニメーション
OTAKU = ANIMEファン

視聴率1位に
放送開始後
米国でブーム発生



(Macy's75周年イベントのピカチュウ・バルーン)

加えて、文化への理解、国家ブランド価値の向上などといった様々な効果を有するため、我が国の国際的地位向上にも大きく貢献。

産業構造上、既存の流通ルート(地上波放送、国内映画配給など)が寡占的傾向にあり、コンテンツそのものの価値を創り出す生産部門が、コンテンツを生産する事業者が、製作資金調達、マーケティングを含め流通事業者に依存しがちな構造にある。

このため、コンテンツ産業では、付加価値の多くを流通事業者が取得する構造にあり、コンテンツ自体の価値を創造する生産部門が必ずしも成果に応じたリターンを得られていない状況。

(3) アクションプログラム

コンテンツ産業の国際展開の促進等によりフロンティアを拡大。

デジタルシネマの普及促進。

流通事業者と制作事業者間の公正な取引環境の確立。

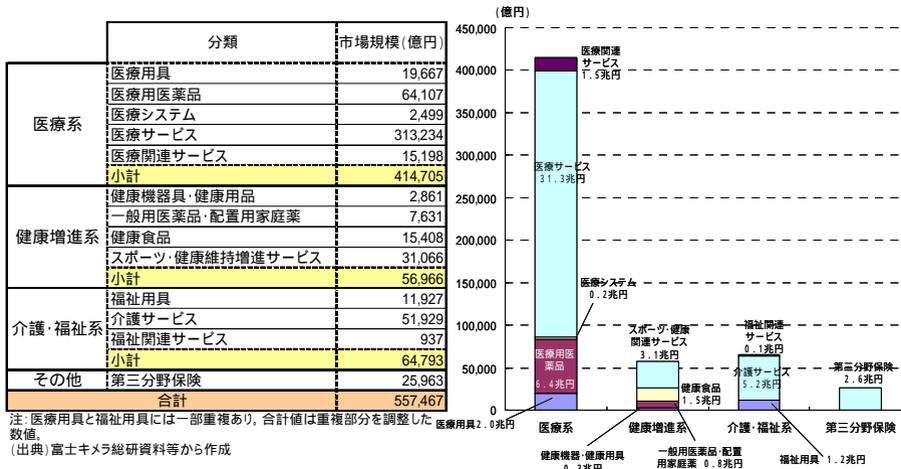
制作事業者による資金調達環境を整備。

健康・福祉・機器・サービス

(1) 今後の展望

2002年の市場・雇用規模 2010年の市場・雇用規模（展望）

市場規模	約 5.6 兆円	約 7.5 兆円
雇用規模	約 5.5 1 万人	約 7.5 0 万人



100億円の需要が発生した場合の雇用創出効果は、公共事業の994人に対して、医療は1,022人、介護は1,785人。地域再生の担い手としても期待。

バイオテクノロジーを基盤とした医療・介護が実現する時代が到来。

高性能の診断機器の導入は欧米に比して遅れ、先端治療機器は、ほぼ全面的に輸入に依存している状況。福祉機器は、中高齢者など誰もが使いやすい製品やサービスに対するニーズが増大。

将来的な労働力不足が予想される医療・介護分野の専門人材については、国境を越えた労働力の確保が課題。

(3) アクションプログラム

「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。

- 個人の選択、根拠に基づく健康づくり、予防重視、という視点に立脚、幅広い関連分野の連携による健康サービス産業の総合的な育成。

電子カルテの普及等、e-Japan重点計画の着実な実施。

バイオテクノロジーを活用したオーダーメイド医療や予防医療、再生医療の実現・普及。

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。

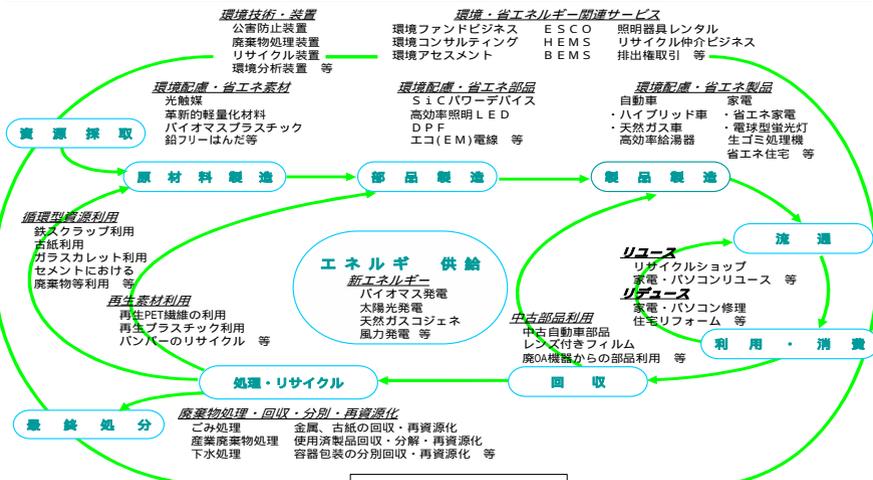
医療、介護分野の外国人専門人材の受け入れを検討。

(2) 現状と課題

国民の最大の関心事は健康。また、今後先進国で最も急激に進行する高齢化により、社会保障給付費が大きく増大すること、バイオテクノロジーを活用した医療の実用化などに伴い、産業チェーンの更なる拡大が期待される分野。

(1) 今後の展望

2001年の市場・雇用規模	2010年の市場・雇用規模(展望)
市場規模 約5.2兆円	約7.8兆円
雇用規模 約14.4万人	約19.1万人



(出典)三菱総研資料から作成

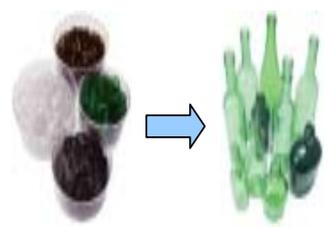
国際展開

(2) 現状と課題

我が国は、地球温暖化、廃棄物・リサイクル問題等の環境制約、エネルギー等の資源制約に直面。また、国際的にも、こうした制約は広がっており、これに的確に対応した企業が競争力を獲得。

環境・エネルギー市場は、リサイクルや環境保全、省エネや新エネ機器等に止まらず、原材料製造、部品製造、流通等のサプライチェーン全体にまで拡大。顧客や消費者のニーズに的確に応えることで、こうした市場は更に拡大する可能性。

環境・エネルギー市場の拡大を実現するため、技術開発の加速化、制度・基盤整備、国際展開の推進に取り組むことが必要。



ガラス瓶リサイクル



太陽光発電 (静岡県・富士宮場所)

風力発電所(北海道苫前町・苫前グリーンヒルwindパーク)

(3) アクションプログラム

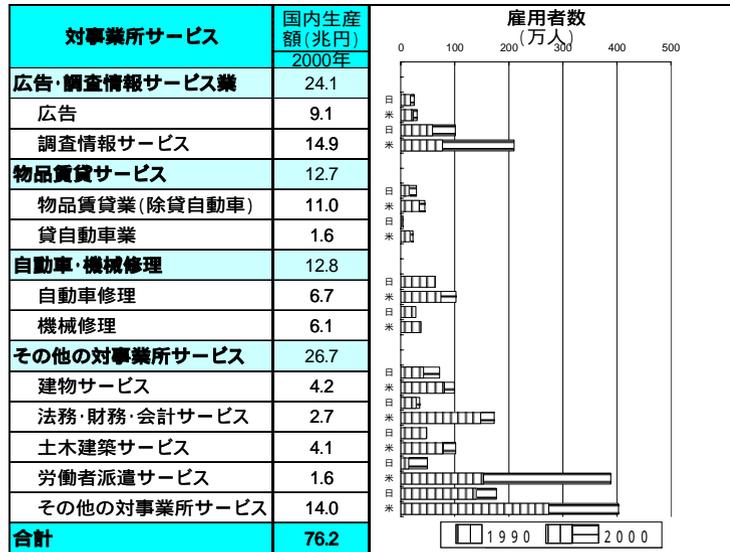
- 環境・エネルギー分野において鍵となる技術革新を加速化。
- 環境・エネルギー市場の創出・拡大のための環境整備。
- 国際的なビジネス展開・市場拡大のための環境整備。

ビジネス支援サービス

(1) 今後の展望

2000年の市場・雇用規模 2010年の市場・雇用規模（展望）

市場規模	約 7.6 兆円	約 10.7 兆円
雇用規模	約 6.27 万人	約 7.50 万人



(2) 現状と課題

ビジネス支援サービスは企業活動の及ぶ分野を広く包含。市場規模は90年の5.3兆円から00年には7.6兆円へと大きく拡大。米国では、情報サービス、法務・財務・会計サービス、人材派遣サービスにおける雇用の拡大が顕著であり、我が国においても今後の更なる成長を期待。

市場拡大の背景：

- 専門スキルを有し、スケールメリットを高め、低コスト化を実現した外部のビジネス支援サービスの活用が、有力な経営手段の一つに。特に、ITを核としたビジネス支援サービスの活用が活発化。
- 非中核事業部門を子会社として分離・独立させ、収益を稼ぎ出すアウトソーシング・サービス企業として自立させる例も出現。

ビジネス支援サービス機能の十分な活用、市場規模の加速的拡大のために、人材育成や規制・制度等のビジネス支援サービスの成長制約の克服が課題。

(3) アクションプログラム

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による人材育成の強化。

ビジネス支援サービスに関する基盤整備。

- 情報サービス等によるITを活用した外部委託の円滑化
- 法務・財務・会計等の専門サービスの基盤の整備
- デザイン業の活性化

公的部門からの外部委託の推進による、新たな市場の創出。

地域再生の産業群

先端的な新事業の成長
(バイオ・医療、IT産業等)

ものづくり産業の新事業展開

地域サービス産業の革新
(集客交流・健康産業等)

食品産業の高付加価値化

<競争力の源泉>

独自技術に基づく新規事業を速いスピードで展開することを可能とする環境

大学等からの最新技術・知識の移転、事業に必要な専門人材の獲得、迅速な企業間連携、リスクマネーの機動的な調達等

新事業の苗床となる大学・研究機関、関連産業、ビジネス支援の専門家の集積

<成長の障害>

産学連携のシステム整備の遅れ

横の連携ネットワークの弱さ

リスク・マネーや専門人材の供給などの起業家・新事業育成機能の不足

<競争力の源泉>

層の厚い独自の製造技術・技能の存在
(例えば特殊素材合成、超微細加工技術)

企業間の柔軟な連携による技術、人材、販路などの結合

大学との連携による新技術の導入や起業家育成

<新事業展開の障害>

従来型の固定的な下請関係への依存

新商品の販路開拓と資金調達の困難さ

地域外の潜在顧客からの認知度の低さ

<競争力の源泉>

独創的なアイデアやビジネス・モデルによる付加価値創造と地域ブランド化

集客交流産業については、観光施設、旅館、交通機関、商店街、大学等の協力による街づくり

健康産業については、医療機関、大学、自治体、健康食品産業、ボランティア間の連携

<革新の障害>

伝統、文化、祭り等の地域資源に対する認識不足

地域コミュニティの意思統一と協働の不足

地域ブランド確立に向けた意識の不足

<競争力の源泉>

地域ブランドの確立と大消費地への展開

高品質や安全性を保証する流通システム(トレーサビリティ)の構築

地域の観光業や健康サービス産業、街づくり活動との連帯

<高付加価値化の障害>

地域ブランドの未確立、ブランドの侵害

バイオ技術を持つ大学等との乖離

海外事業展開のノウハウや資金の不足

<共通した成功の秘訣>

顔の見える信頼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よる新商品・サービス開拓と「地域ブランド」作り

先端的な新事業の成長

<政策の方向性>

世界的な競争力を持つ新規事業をスピーディに展開しやすい事業環境を作る。

例えば、産業クラスターの創出、大学からの技術移転や産学連携システムの充実、横の信頼ネットワークの形成、伝統と先端技術との融合、産学連携のコーディネータ、高度な技術者や技術経営(MOT)人材の育成が課題。

(大阪大学発のバイオベンチャー)



大阪大学医学部助教授(当時)らにより開発された遺伝子治療用ベクター(遺伝子の運び手)を大量生産する技術を開発

(シリコンシーベルト福岡)



「シリコンシーベルト福岡」ではシステムLSIの高度な技術者を養成するために「システムLSIカレッジ」を開設

ものづくり産業の新事業展開

<政策の方向性>

地域のものづくり企業が蓄積してきた技術・ノウハウや地域の伝統・文化を活かしつつ、新分野の事業が次々と展開されるような環境を作る。

例えば、横の信頼ネットワークの形成、革新的技術を活かした製品化開発、販路開拓、資金調達、地域ブランドの発信、ものづくりを支える人材育成などに対する支援が課題。

(東葛テクノプラザ[千葉県柏市]における産学連携)



東大柏キャンパス横に立地する東葛テクノプラザでは、産学官の研究・交流会が盛ん

(東大阪ブランド)



東大阪ブランド推進機構の認定を受け、シンボルマーク(右上)を付与された、鮮明な視界を保てる革新的なゴーグル

地域サービス産業の革新 (集客交流、健康産業等)

<政策の方向性>

顧客本位でホスピタリティに溢れ、付加価値の高い事業が次々とおこるような地域コミュニティを創る。また、地域の魅力(事業集積、文化、伝統、景観等)を「地域ブランド」化して、発信してゆく。

例えば、コミュニティ内の信頼ネットワークの形成、産業観光の促進、外国人観光客の受け入れ体制の充実、地域コミュニティが協力して行うモデル的な事業の早期の展開が課題。

(飛騨高山の江戸情緒残る町並み)



江戸時代の町並みの保存と再生、朝市、祭り、外国語案内の充実による海外からの観光客誘致による賑わい

(小樽の運河地区)



ガラス工芸やオルゴールの体験型観光を展開、外国語の標記(写真では「中国語」)も充実

食品産業の高付加価値化

<政策の方向性>

地場の食材を利用して、付加価値が高く、消費者に対して安心・安全と健康を提供する新商品が次々と生まれるような環境を作る。地域コミュニティの協働が重要。

例えば、食品の魅力のアピールする地域ブランド作り、トレーサビリティ(生産・流通の履歴の追跡)の確立、大学等との連携による成分や効能の特定、海外市場の開拓、新技術の導入による高付加価値化が課題。

(ももいちご
[徳島県佐那河内(さなごうち)村])



地域コミュニティと市場が共同で開発し、栽培する実が大きくて甘い高級果

(いろどり[徳島県上勝町])



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

重点政策

「需要とイノベーションの好循環」の構造がさらに活性化するような仕組みを創り出すために必要な戦略7分野、地域再生の政策課題の重点政策を再度整理するとともに、その他の横断的な重点政策を整理すると次の通り。

：戦略7分野に関する重点政策

1. 燃料電池

新たな開発・導入シナリオに基づく研究開発の加速化
水素ステーションの整備等、早期実用化に向けた導入促進
実用化・商用化に必要な規制緩和の確実な実施
国際的な協力の枠組みの構築

2. 情報家電

事業化シナリオに基づく川上・川中・川下産業の垂直連携の強化、研究開発の重点化
標準化課題の整理と国際標準化の主導権の確保
組込ソフトの開発を担う高度な人材の育成
事業再編・再構築の促進

3. ロボット

官公需を含めた先進ユーザによる先行的モデル用途の開発
基盤的な要素技術や共通基盤的技術の開発
安全性の確保、PL法上の取扱、各種保険制度等の制度整備

4. コンテンツ

コンテンツ産業の国際展開の促進等によるフロンティア拡大
デジタルシネマの普及促進
流通事業者と制作事業者間の公正な取引環境の確立
制作事業者による資金調達環境の整備

5. 健康・福祉・機器・サービス

「元気シニア立国」を目指した、健康サービス産業の総合的育成
e-Japan重点計画を踏まえた電子カルテの普及など医療の情報化
バイオテクノロジーを活用したテイルメイド医療や予防医療、再生医療の実現・普及
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

6. 環境/エネルギー 機器・サービス

環境・エネルギー分野の技術革新の加速化
ルール整備、情報開示、政府調達などによる市場の創出・拡大
国際的なビジネス展開・市場拡大のための環境整備

7. ビジネス支援サービス

職種別スキル標準の整備などによる、人材育成の強化等
公的部門からの外部委託の推進による新たな市場の創出

：地域再生の重点政策

顔の見える信頼ネットワークの充実

- コーディネータ活動への支援や専門人材の育成

地域における産学官連携の強化

- 大学からの技術移転システム確立、大学との連携による起業家育成の拠点作り、産学官連携による技術開発への支援、伝統と先端技術との融合促進

地域ブランドの形成・発信

- 集客交流等の分野での地域の魅力発掘と情報発信、地域ブランドの保護強化、電子タグ等を利用した生産・履歴の追跡体制(トレーサビリティ)確立、食品等の海外市場開拓支援

：横断的重点政策

1. 産業人材の育成

製造業の競争力を支える製造現場の中核人材を強化する。このため、産学連携やベテラン人材の活用を支援するとともに、顕彰制度の充実等を図る。

サービス産業人材・IT人材・技術経営人材(MOT)などの育成を支援する。

企業内人材投資を促進する。

学校時代からのキャリア教育(ものづくり体験等)を推進する。

草の根 e-ラーニング・システムの導入、地域提案型プログラムの支援等により地域の人材育成を支援する。

中小企業の経営者等の人材育成の充実を図る。
女性・高齢者・外国専門人材の活用を促進する。

2. 知的財産政策

特許情報等の迅速な提供による研究開発効率の飛躍的向上を図る。

世界特許制度実現に向け国際協力を推進する。
地域再生を支える知財政策を推進する。

「知財デバイド」を解消する。

「個性競争」を促す知財政策を展開する。

企業による知的財産の戦略的活用のための環境を整備する。

3. 営業秘密保護強化と技術流出防止の徹底

大学・研究機関における営業秘密管理及び技術流出防止対策を強化する。

企業における営業秘密管理及び意図せざる技術流出防止を強化する。

4. ブランドの確立とデザインの戦略的活用

デザインに係る知的財産権の保護を強化する。

地域ブランド確立支援のための制度を整備する。
デザインの企画・開発を支援する。

日本ブランド確立に向け、国を挙げての国際的なPRを行う。

5. 戦略的な市場ルールの整備

競争力の強化に繋がる戦略的な市場ルール・体制を整備する。

裁判外紛争処理制度(ADR)の普及を図る。

6. 標準化

世界市場の創出・拡大を目指して、我が国が優位に立つ技術に係る国際標準の戦略的な獲得を推進する。

新たな社会ニーズに対応した規格の整備を通じ新製品の健全な普及を図る。

新JISマーク表示制度の活用を促進する。

7. 研究開発

事業化を見据えた研究開発・導入シナリオに基づき、戦略分野への重点化を図るとともに、規制改革、標準化等との関連施策と研究開発施策との一体的な取組(「研究開発プログラム」)を一層強化する。

中小・中堅企業の新たなチャレンジを支援し、我が国が誇る「高度部材産業集積」の強みを維持・強化する。

産学連携の更なる深化を図るとともに、研究開発型ベンチャーの成長支援を通じて、企業を支える技術革新システムの変革を進める。

8. 創業・新事業展開

中小企業による新しい企業間連携やブランド化を促進し、高付加価値化を支援する。

事業化に直結した支援を充実するとともに、果敢に創業・新事業展開に取り組む事業者に対する資金供給の円滑化を図る。

中小企業経営革新支援法、新事業創出促進法、中小創造法について、上記も踏まえて抜本的な見直しを行い、国民に使いやすく分かりやすい一体的な体系を構築する。

投資ファンド、企業支援NPO等の民間支援者との連携を強化し、地域において草の根的に活動する創業コミュニティの形成を促進する。

9. 産業金融機能強化

事業性を評価する新しい金融システムを実現する。

企業間での自立的な資金循環を促進する。
リスクマネーの供給拡大を促進する。

10. 事業再編・産業再生

経営資源の有効活用を図るための事業再編、産業再編を促進する。

企業組織制度を見直しを行うことにより、企業組織の選択肢の多様化、組織再編の迅速化、柔軟化を図る。

独禁法の企業結合規制のセーフハーバールールを明確化する。

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)を推進する。

WTO新ラウンド交渉において多角的な貿易自由化や通商ルールの整備等を推進する。

外国政府による不公正な貿易政策・措置等については、WTOの紛争解決手続の活用及び国内制度の適切な整備・運用を含め、積極的に対策を講じていく。

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。

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。

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。

先導的分野における戦略的な情報化を促進する。

ITを通じた経営革新を支援する。

独創的なITの技術シーズを積極的に利活用に結びつけていくため、企業の枠組みを超えて活躍するコミュニティを育成・支援する。

13. 規制改革

民間活力の最大限発揮に寄与する規制改革の迅速かつ確実な実現を図る。

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。

産業構造の中長期展望(1)

(1) 戦略7分野および関連産業の成長

戦略7分野は、それぞれ単体での市場拡大効果にとどまらず、広範な裾野産業への波及効果をもたらし、これらの相乗効果により我が国産業の成長、高付加価値化を促進する。

戦略7分野の市場拡大による生産額への波及効果

	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

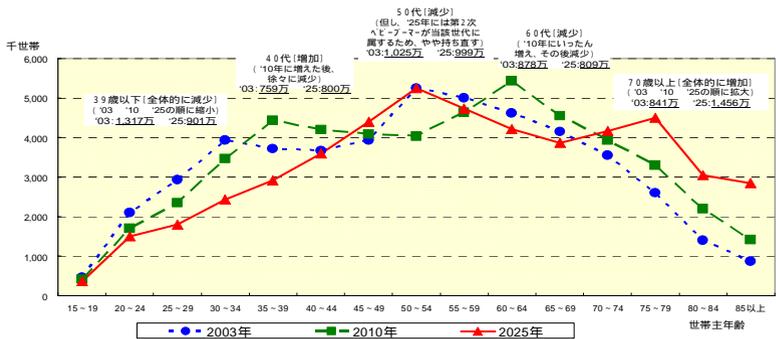
* 産業連関分析により試算 (兆円)

戦略7分野の市場規模の拡大とその波及効果は、2010年には約300兆円に達すると試算される。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の規模に匹敵する。

(2) 少子高齢化による消費構造の変化

今後、少子高齢化により人口構成・世帯構成は大きく変化する。具体的には、団塊の世代と団塊ジュニア世代という2つの山があり、2010年にかけて団塊世代の定年退職より高齢化が進行し、その後2025年にかけては、団塊ジュニアの高齢化に伴い少子化が健在化する。

少子高齢化による年齢別世帯数の将来動向

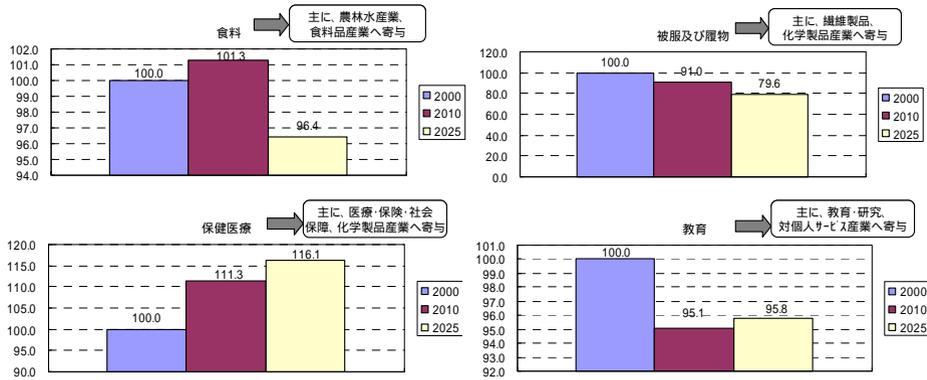


注: 世帯分布予測については国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」から引用。

消費傾向にはライフステージに応じて大きな特徴があり、さらにその傾向は時代とともに変化している。先述の人口構成・世帯構成の変化による効果とこれらのライフステージに応じた消費傾向の変化を考慮すると消費構造の将来展望は次のように試算される。

代表例

- 食費：2000年には、団塊の世代が、2025年には、団塊ジュニアの世代が、食費の消費支出に占めるウェイトが最も低い50歳代前半に当たるため2000年から2010年にかけて増加し、2010年から2025年にかけて反転し、減少する。
- 衣料費：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。
- 保健医療費：主な消費支出層である60歳以上の高齢者の増加に伴い、増加する。
- 教育費：2000年から2010年にかけて、団塊の世代が子育て期を終え、減少するが、2010年から2025年にかけて、団塊ジュニア世代が子育て期に入ることから反転して増加する。



産業構造の中長期展望(2)

(3) 東アジア地域の経済統合の進展

EPAの締結により、物品、人、サービス、資本が自由に域内を移動するようになることで、関税の引き下げによる市場価格の変化や各産業の生産性の向上、産業ごと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もたらされることが期待される。

先行研究*の分析を参考に、日本と韓国、メキシコ、ASEANとの間でEPAが締結された場合の効果を試算したところ、2010年時点においてGDPは約0.5%増加する結果となった。

*川崎研一(2003)「WTOとアジアにおける自由貿易地域の形成」(岩田一政編、シリーズ:現代経済研究21「日本の通商政策とWTO」第7章、日本経済新聞社)

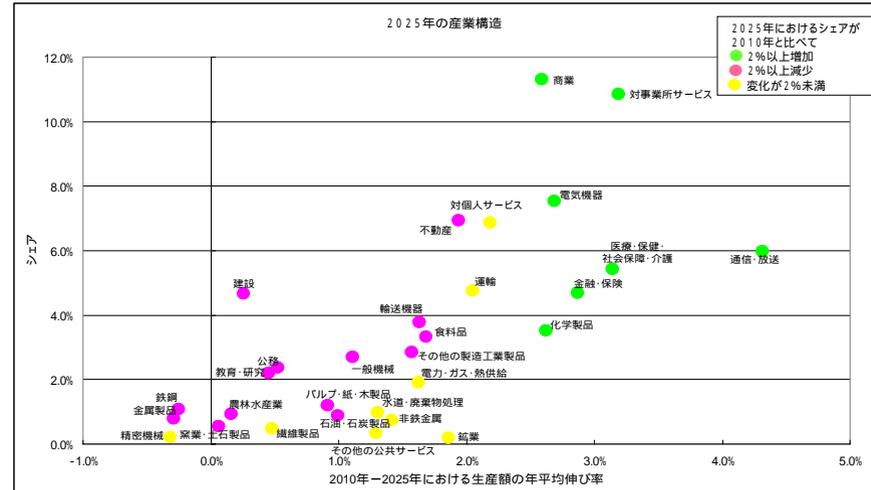
(4) 産業構造の将来展望

戦略7分野のアクションプランの着実な実施等の政策努力を行い、新産業の創造が実現した場合、少子高齢化による消費構造の変化やEPA締結の効果等を考慮すると以下のような産業構造が実現されると試算される。

一 製造業は、先端産業(電気機器、輸送機械)や素材産業(化学製品)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き製造業を一定規模確実に保持することができる。**

一 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。**

一 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になる。**



	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%
食品	37,614	3.9%	40,940	3.5%	0.9%	52,611	3.3%	1.7%
化学製品	8,136	0.8%	6,985	0.6%	-1.5%	7,506	0.5%	0.5%
繊維製品	15,654	1.6%	16,510	1.4%	0.5%	18,930	1.2%	0.9%
パルプ・紙・木製品	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%
輸送機械	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%	-1.3%
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%
内生産部門計	963,850	100.0%	1,157,988	100.0%	1.9%	1,580,732	100.0%	2.1%