

ものづくり国家戦略ビジョン

(経済産業省製造産業局長の私的懇談会「ものづくり政策懇談会」により11月24日とりまとめ)

ものづくり国家戦略ビジョンのポイント

- 3つの制約を克服する ~ 「資源制約」「環境制約」「人口制約」
- 「ものづくり」の再定義 ~ 従来の製造業 + デザイン・ソフトウェア・コンテンツ・サービス etc
- 地域との共生を図る ~ 地域企業の集積を活かした擦り合わせ
東アジアでのそれぞれの特性を活かした機能分業によるwin-win関係の構築

- (1) 日本のものでづくりの強みは文化・伝統に裏打ち。
「和をもって尊し」とするチームワーク力により、ものづくりの強い現場が形成。
自然と共生してきた伝統により、自然の恵みを「もったいない」として大切に使う省資源のものでづくりが発達。
江戸時代の大衆文化の中でものでづくりが発展し、現在に至るまで、一般の消費者がハイテク製品を使いこなす高度な大衆文化として継承。
- (2) 大量生産・大量廃棄型の製造業は限界。これからは、環境や労働への負荷をかけずに、消費者の満足を高めるものでづくりへ変革。
- (3) ものでづくりは、製造業だけではなく、デザイン、ソフトウェア、コンテンツなどの分野も包含。また、ものでづくりによって創られた「もの」を活用することで、サービスへの波及効果もある。こうした我が国製造業の生産性の根本にある「ものでづくり」の力を明確に意識し、これを経済産業全体に波及させることで、日本の産業競争力全体を向上。
- (4) グローバル化が進む中、将来を見据えて、成長著しい東アジア地域を生産拠点・消費市場・生産要素の供給源(人材・資本・知的資本)として捉え直し、国際的な機能分業を戦略的に行っていくことが重要。また、その中で競争力を持つために、各地域がローカルな特性・強みを強化し、世界に向けて発信していくべき。
- (5) ものでづくりはひとづくり。若い世代へ夢のあるものでづくりを継承すべき。