

世界で勝てるモノづくりとは —サイバーフィジカルの主導権カギに

東京大学大学院 経済学研究科教授・東京大学ものづくり経営研究センター長
藤本隆宏氏

失われた20年、あるいは30年と言われた平成の時代。民生電機・電子分野を中心に韓国や中国の企業が世界市場で躍進し、「モノづくり大国・ニッポン」の地位が危うくなってきたのではとの見方もある。方や米IT大手も自動運転などの分野で着々と足場を固めている。モノづくりをめぐる状況が急速に変化する中、日本の企業はどこを目指せばいいのか。モノづくり産業振興を目的に日刊工業新聞社が中心となって2007年に設立され、トヨタ自動車、日立製作所はじめ日本を代表する企業が参画するモノづくり日本会議（東京都中央区、TEL 03-5644-7608）が19年9月に都内で開催した「第1回モノづくり力徹底強化検討会」での東京大学大学院経済学研究科の藤本隆宏教授（東京大学ものづくり経営研究センター長）の講

演内容から、日本の製造業の勝ち筋を考えてみたい。（モノづくり日本会議実行委員会 藤元 正）

製造業衰退論は「空論」

冷戦終結後の平成の約30年間、一部のマスコミなどは「日本の製造業は駄目になった」「サービス化の時代には脱製造業だ」というような報道を繰り返してきた。しかし、それらは基本的な統計データも、現場の生産性向上の実態も、経済理論も原則もわかっていない粗雑な議論だった。こうした根拠のない気分的な悲観論は何も生まない空論である。

確かに日本のGDP（国内総生産）はこの30年間、500兆円前後で停滞した。また、90年の日本のGDPに占める製造業の割合は25%強だったのが、2000年代には20%前後に低下した。しかしその後はこの水準を維持し、17年には22%、約110兆円。ちなみに米国の製造業のGDP比率は10%強。G7（先進7カ国）で製造業がGDPの20%以上を占めるのはドイツと日本だけだ。日本の製造業は、成長はしなかったが衰退もしなかった。勝ったというにはほど遠いが、負けてはいない。個別に見れば元気の良い産業や企業もある。こうした単純な事実を、製造業衰退論は見落としている。



写真1 2019年9月に都内で開催した「第1回モノづくり力徹底強化検討会」