



次世代のMade in Japanをめざして

——ハイ・コンセプト時代における、日本のグローバル人材戦略

神戸大学 経済学部3年

おう すう ゆえん
汪 斯源さん

第1章 変わりゆく世界、 日本に課された課題

世界は変わった。グローバル化によって変化したのではない、グローバリゼーション自体が姿を変えたのだ。

その最も劇的なグローバル化の変化は2000年以降にあり、それは、世界の貿易財がモノからサービスに代替されたことであると私は思う。

広義のグローバリゼーションは、15世紀半ばごろの大航海時代にまでさかのぼる。ヨーロッパ諸国の、インド・アジア・アメリカ大陸への植民地運動から始まった。アフリカで収穫されるカカオをヨーロッパで加工するチョコレートが、グローバリゼーション初期の世界貿易の産物であったといえよう。1600年にイギリス東インド株式会社が設立されて以来、ヨーロッパの多くの多国籍企業が資本と労働力を求めて海外進出を行い、グローバル化に拍車を掛けた。そして1950年ごろから、各国際機関の設立や世界の地域統合によりグローバル化はさらなる進展を遂げる。

i. グローバリゼーションの進展：モノの自由移動からサービスの自由移動へ

しかし、2000年以降のグローバル化は前例のないものである。

従来、国際間の取引が可能で商品が、「箱に入れられるもの」とされてきた。茶葉は箱詰めできるため古くから貿易が可能であった。一方、サービスは「箱に入らない」ため、取引不可能とされた。20世紀後半から、関税撤廃や運送費の低下により、最終財の貿易に代わって中間財の産業内貿易が盛んになったものの、箱に詰めた「モノ」の貿易に変わりはない。

その事態を一変させたのが、2000年前後のITの飛躍的な発展であった。デジタル化された情報のパケットが、かつての箱の役割を果たし、サービスの自由移動を可能にした。アメリカのコールセンタービジネスや税務、経營業務委託などサービスのアウトソーシングは、まさにこの変化を物語っている。

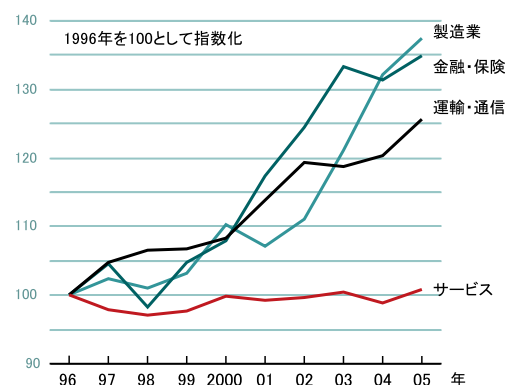
ii. アメリカのGoogle；日本のトヨタ

半世紀経て、アメリカを代表する企業がGMからGoogleに変わり、日本はSONYからトヨタへと変わった。2000年を機にアメリカ産業が第二次産業から第三次産業へと移行を遂げたのに対し、日本の基幹産業は依然として製造業にある。2002年、アメリカのGDPに占める製造業の割合が12.8%であるのに対し、日本は20.0%となっている。

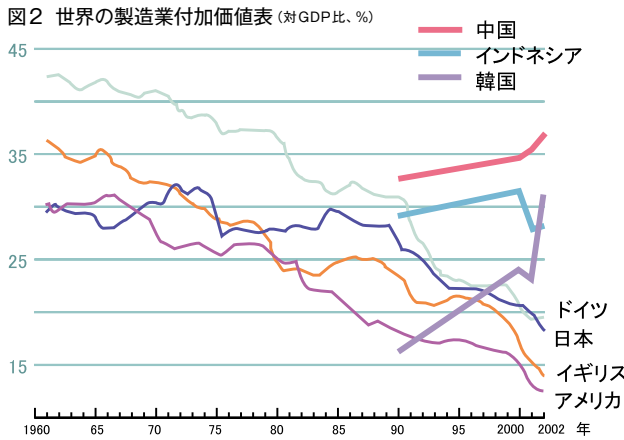
1892年に豆電球の製造から始まったGeneral Electricが現在金融や医療事業などの第3セクターの事業に移行していることから、多くの多国籍企業は製造業以外の分野でのグローバル戦略を展開していることが分かる。

日本の産業別労働生産性のグラフ(図1)から、サービス業の生産性向上が低迷していることがうかがえる。

図1 日本の産業別労働生産性



「なぜ、サービスの生産性は上昇しにくいのか」より筆者作成



World Bank: World Development Indicators 2000-2006
 「工業化が進む中国・脱工業化を目指すべき日本」より筆者作成

日本の産業界はこのようなサービス産業への移行に乗り遅れているといえるだろう。その一方、製造業の生産性が堅調に上昇していることから、日本は今後も以前同様「製造業」に特化していくことが望ましいといえるだろう。

しかし、新たなグローバル化を迎えた世界経済のテーマが、もはや金融、ITなどを代表とするサービス産業にある現状は回避できない。各国の製造業付加価値表の推移(図2)からもうかがえるように、先進国のGDPにおける製造業の付加価値は減少する傍ら、新

興工業国では増加する一方である。

このように、多くの先進国が、第二次産業から第三次産業への移行を遂げ、「世界工場」の地位が途上国に代替されていく中で、工業製品の付加価値が低下し続ける事態はもはやブレーキがかからないだろう。

そんな中、日本の製造業は、基幹産業としていかに国際競争力を維持していくべきなのか。

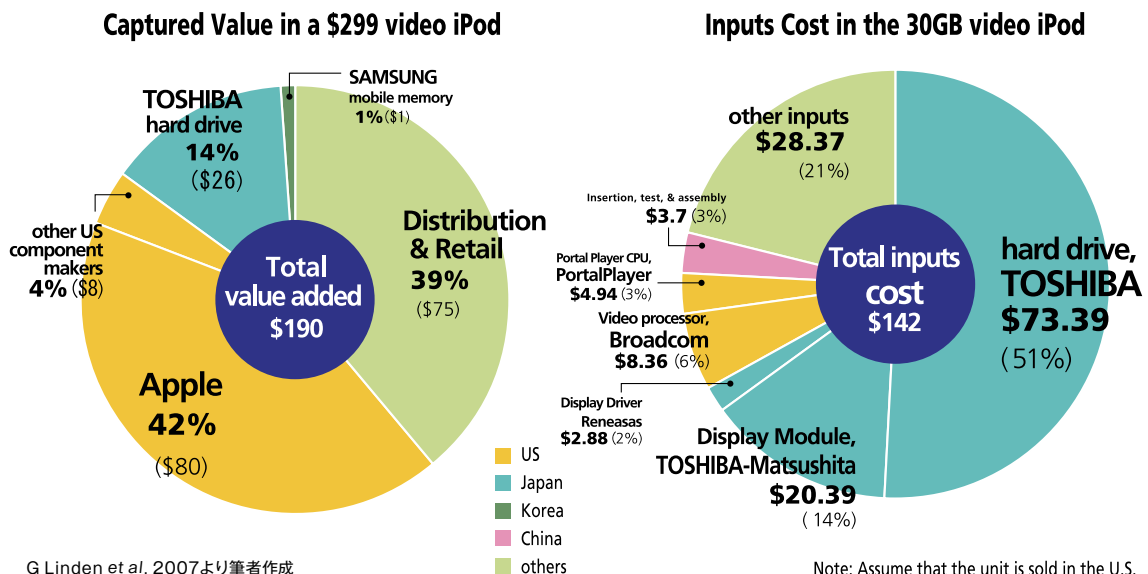
iii. 情報化社会からコンセプト社会へ

日本の工業製品は低付加価値の罠に陥ったとよく言われる。確かに、世界経済の垂直型分業(通称フラグメンテーション)により、各生産工程がその比較優位を持つ国や地域に特化され、工業製品の大幅なコストダウンが可能になった。しかし、日本製品は価格競争力を有しないことから、低価格競争力路線は当然妥当ではない。

コモディティ生産から脱却し、新たな高付加価値財の生産に移行すべきである。

カリフォルニア大学の研究者によって実施されたApple, 30GB iPodの付加価値の配分についての興味

図3 iPod付加価値表



G Linden et al, 2007より筆者作成

深い研究をここで紹介しよう。彼らの研究結果によると、TOSHIBAやPanasonicなどの日本企業によって生産されるハードドライブやディスプレイなどのハードウェア部品は、全体のコストの65%を占めるのにもかかわらず、付加価値は全体の15%に及ばない(図3)。それに対し、商品開発やプログラム設計などのソフト面を担当したAppleをはじめとするアメリカ企業が吸収する付加価値はiPod全体の約50%に及ぶ。

Appleの製品であるから当然な結果ともいえるが、コンセプトやデザインの革新が、付加価値の高い商品やサービスを生み出すことは間違いない。「第三の波」の情報化社会を経て、世界には早くも「第四の波:コンセプトチュアル社会」が押し寄せている。機能主義を超えたデザイン主義の時代において、日本が今後も「ものづくり」一筋の製造業を極めていくためには、コモディティ生産からの脱却が必要である。品質向上、コスト削減、納期短縮といった量的改善以上に、本質的な概念の革命になる新商品の開発が求められるであろう。

新しい付加価値の高いMade in Japan.

日本に必要なのは、間違いなくイノベーションである。

第2章

日本の未来の処方箋： グローバル人材の育成

確かに、日本の製造業を活性化させるにはイノベーションが必要である。しかし、従来同様の技術開発の重視やITの普及だけでは達成できない。

グローバルな人材の活用を実現の鍵があると私は思う。私が考える処方箋は、人材の国際化をはじめとする教育制度の見直しから始める抜本的な改革案である。

閉鎖的な日本の大学の改革から始まり、世界から有能な人材を誘致し、教育研究におけるグローバルスタンダードの導入を推進し、そして将来的に企業風土や日本の経営Corporate governanceの変革へと波及するこ

とが期待されるだろう。

人材の国際化はそれ自体が目的ではなく、長期的視野におけるイノベーション戦略の一環としてとらえるべきである。世界に開かれた人材市場で、次世代のグローバルなヴィジョンを持つ多様な人材がイノベーターとなり、将来日本の産業界を担っていくことだろう。世界と共に競争し、共に成長する、ここに日本の「ものづくり」産業の未来があるはずだ。

i. 大学の扉を開き、世界に通用する日本の大学へ

まず最初に、以下の二つの柱から日本の大学の国際化戦略を提案したい。

1. 海外から有能な学者を受け入れ、大学の教員や研究者の国際化を図る
2. 教育制度や資格検定規格にインターナショナル・スタンダードを導入

日本の大学は教員の人口構成からみて極めて閉鎖的であるといえよう。私自身入学当初、大学教授の外国人の割合の低さに驚いた。外務省が公表する2006年度在留資格別新規外国人入国者統計からみても「教授」分野での入国者数は前年比3.7%減とかなり深刻な状況にある。

現在、日本の外国人研究者は、国内全研究者のうち1.4%、大学教員のうち3.5%にすぎないことは、国際的にかなり遅れている。大学の教員・研究者の国際化を直ちに実行すべきである。世界からの優秀な頭脳の受け入れは、一時的な情報技術者や研究者の確保にとどまらず、長期的視点に立った、大学の教育制度の改革につながるだろう。

大学入学のとき、もう一点驚いたことは、学問の殿堂である大学において、英語という共通言語があまりに浸透していないことだった。「言葉」は、大学教育の場においては無論、ビジネスの世界においても依然として大きなバリアーである。日本企業が税務、会計、市場調査などの業務を海外にオフショアできないのも、言葉が主要

の原因である。よって、英語教育の改善が学术界、産業界にもたらす効果は計り知れないだろう。

したがって、日本の大学には、教員の国際化以外にも、「通用語」としての英語の浸透をはじめとする、インターナショナル・スタンダードの導入が必要である。海外の大学との提携を積極的に進めたり、大学のカリキュラムや成績評価方式を国際比較して改善したりする必要がある。さらには、積極的に国際的なビジネススクールの設立、外国の大学との単位互換制度の導入なども検討すべきである。大学の扉を開いて海外の優秀な人材を呼び入れることにとどまらず、日本の学生にとっても海外留学や研究、研修がしやすい環境を整備していく必要がある。学問や人材を世界から吸収し、同時に世界へ発信するという双方向の交流、これが学术界における世界との「共生」モデルではないか。

ii. 教育投資の多元化

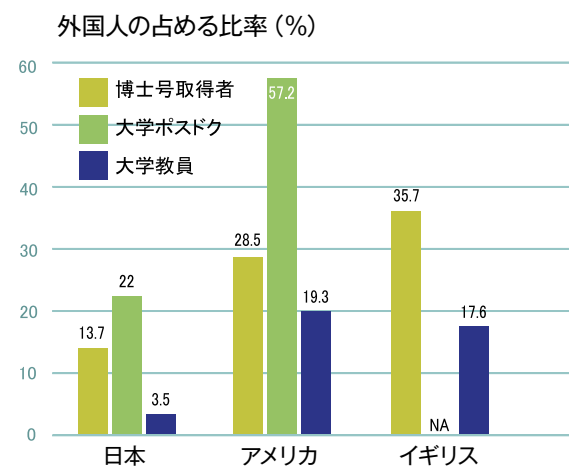
先進諸国と比較したとき、日本の教育事業への投資は多いとはいえない。

教育は国家戦略であり、またイノベーションのコア的要因でもあることから、今後さらなる教育投資額の拡大が必要である。また量的増加のみならず、質と効率性の向上が求められるであろう。しかし、国立大学の法

人化により国家予算は減少する一方である中、国家財政のみではまかなえない現状になっている。そんな中、NPOや民間企業をも巻き込んだ、教育投資の多元化が期待されるであろう。教育の投資は長期的かつ結果が見えにくいものであり、また社会奉仕的な性質からも民間企業を関与させるにはなんらかのインセンティブを要する。しかし、新グローバル時代において変革、革新を必要とする企業にとっても教育への投資はやがて企業へ還元されることからメリットを有するはずだ。人材戦略、グローバル展開戦略としての企業の教育投資、学生の起業支援への投資などと多目的である。企業による英語教育も考えられる。

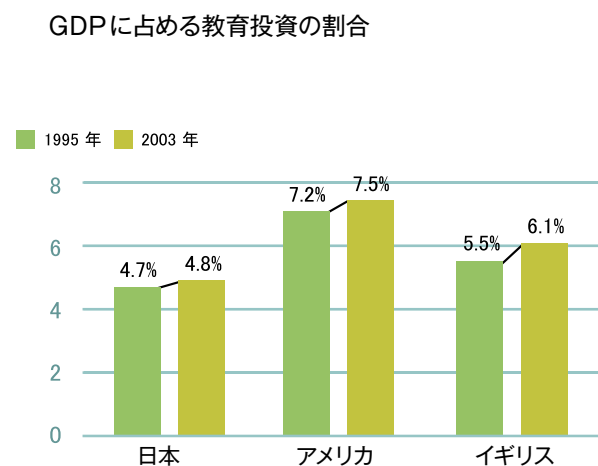
先ほど言及したように、学術分野においてのみならず、産業界にとっても「言葉」の習得がどれほど重要かは明らかである。NTTドコモがiモード開発の際、関与していた外資系コンサルティングのマッキンゼーと対立していた理由の一つとして、英語への不慣れがあることは否定できない。それも無理はない。2006年3月にJETROが実施した対日直接投資に関する外資系企業の意識調査では、日本市場の閉鎖性・特殊性について、19.3%の外資企業が「日本語社会」を指摘し、また、39.7%の外資企業が「語学堪能者の確保」の難しさを指摘した。「言葉のバリアー」が対日投資阻害要因として5位にラ

図4 大学研究者の国際比較



【外国人研究者日本定着促進プログラム】より筆者作成

図5 各国の教育への投資額のGDP比



雑誌「週刊東洋経済」より筆者作成

ンクインしたのだ。ここから、世界経済の外部プレイヤーにとっての日本語社会に対する不満がうかがえる。

このような事態を改善させる教育投資には、民間企業の協力が不可欠である。

iii. グローバル戦略としての産学連携

さらに、最終ステージとして企業と大学との連携によるグローバル戦略が挙げられる。

産学連携は、国立大学の法人化がスタートした10年ほど前から唱えられてきた。「知の創造拠点」である大学と、産業界の提携はイノベーションの創出につながると当初から期待されてきた。しかし、10年たった今、産学連携で大きな成果が得られたとはいえず、大学と企業のコーディネートが難しく表面化する一方である。

今後必要とされる大学と産業界の連携は、理工系の研究開発分野における連携だけでなく、学生の起業支援など、さまざまな分野での協力が考えられる。現在アメリカを代表する、Apple、Microsoft、Google、そしてYouTube(現在Google傘下にある)などの企業は全て当時大学を中退した学生によって設立されたベンチャー企業であった。新時代において、イノベーターとしての大学生のポテンシャルは十分期待できる。

日本では、古代からそれほど企業家精神(entrepreneurship)が評価されなかった文化があることから、ここで、企業が先頭に立って指導していくのはどうだろう。ビジネスマインドとクリエイティビティを持つ大学生のポテンシャルを発掘していく必要があると私は考える。

こうして、抜本的な教育国際化から始まる諸改革は、将来的に次世代のグローバル感覚の人材養成につながり、グローバルな視点のイノベーションを創出するであろう。そして、近い将来日本の「ものづくり」産業に変革をもたらす、「情報化社会」から「コンセプトチュアル社会」へと移行する中、最終的にグローバル・ターゲットのMade in Japanの出現を期待したい。

参考文献

- ・『フラット化する世界』 トーマス・フリードマン
- ・『資本開国論』 野口悠紀雄
- ・『ハイ・コンセプト』 Daniel H.Pink、大前研一訳
- ・The Global Competitiveness Report; Michael E.Porter
- ・World Bank: World Development Indicators 2000-2006 For GDP data; Manufacturing value added data
- ・IMF: Global Economic Outlook 2007; Ch.5 Globalization of Labor
- ・『対日直接投資に関する外資系企業の意識調査』 日本貿易振興機構 (Jetro2006)

インターネットリソース

- ・Who Captures Value in a Global Innovation System?The case of Apple's iPod, Greg Linden, Kenneth L. Kraemer, Jason Dedrick ; June 2007
- ・法務省入国管理局：在留資格(入国目的)別 外国人新規入国者数
- ・『外国人研究者日本定着促進プログラム』 文部科学省国際委員会 第三期国際委員会(第8回) 配付資料
- ・『なぜ、サービスの生産性は上昇しにくいのか』 第一生命経済研究所、熊野英生、2007年
- ・『週刊東洋経済』2007年7月28日号 日本と英国
- ・「工業化が進む中国・脱工業化を目指すべき日本」より 図2 製造業付加価値の対GDP比率の推移をもとに筆者作成
- ・『経済産業ジャーナル』 経済産業研究所
- ・「イノベーション25」首相官邸