

成長戦略の実効性向上に向けて

2012年5月21日

アセットマネジメント部

チーフ・マーケット・ストラテジスト 黒瀬浩一

Koichi.kurose@resonabank.co.jp

これまで経済産業省は、政権が変わるたびに経済の成長戦略を作成し直してきた。民主党政権以降では、「新成長戦略（2010/6）」、「日本再生戦略（2011/8）」、「日本再生の基本戦略（2011/12）」、などだ。今年半ばには直近の「日本再生の基本戦略」改訂版が出される見込みで、新エネルギー、人材育成、医療介護、コンテンツ、デザイン等の新産業が、1,000万人の雇用を生むとの試算を出す方向だ。

国家戦略室は5月10日に「新成長戦略（2010/6）」の成果を評価する報告書を出した（注1）。成績表のようにAからEで評価されているのだが、結果は芳しくない。上手く機能しない戦略にはすべからず盲点があるが、これは政府の成長戦略や企業の競争（経営）戦略にも当てはまる。企業の競争戦略については、楠木健著「ストーリーとしての競争戦略」という良書がある。著者は企業の競争戦略で決定的に重要な部分をキラーパスと呼ぶ。一見すると不合理なため真似されることはないものの、部分不合理を全体合理に導く戦略の核心だ。著者によると、キラーパスなきアクション・プランの羅列こそ、失敗する競争戦略の典型例だ。これまで政府が策定した成長戦略に実効性が伴わなかったのは、発展しそうな産業とその表層的なアクション・プランの羅列にとどまり、キラーパスが欠落しているからではないか。

企業の商品開発では、売手市場の時代はプロダクト・アウトが優位だった。しかし、豊かな時代の買手市場の時代になると、目線が生産者の都合から顧客ニーズへの対応へシフトして、「はじめに顧客ありき」を是とするマーケット・インに変わった。成長戦略にマーケット・インの考え方を取り入れるなら、それは「はじめに人材ありき」であり、まず産業発展を担う人材教育から出発することになるだろう。更にビジネスをし易くする環境作りの意味で規制改革、インフラ整備へとつながるはずだ。この教育、規制改革、インフラ整備の3つが、成長戦略のキラーパスだと考えてよいだろう。現に米国や欧州で策定される成長戦略では、この3つ、中でも特に教育が重視されている。

市場経済では、筋の悪い競争戦略しか作れない企業は淘汰される。同じ事は、我々のような機関投資家の投資戦略、そして国家の成長戦略にも当てはまるはずだ。成長こそが税収の源泉だ。国会での消費税率引上げの議論と並行して、成長戦略の実効性向上を盛り込んだ改訂版が出されることを期待したい。

以上

（注1）<http://www.npu.go.jp/policy/policy04/pdf/20120510/shiryo1.pdf>

- ・本資料は、お客様への情報提供を目的としたものであり、特定のお取引の勧誘を目的としたものではありません。
- ・本資料は、作成時点において信頼できるとされる各種データ等に基づいて作成されていますが、弊社はその正確性または完全性を保証するものではありません。
- ・また、本資料に記載された情報、意見および予想等は、弊社が本資料を作成した時点の判断を反映しており、今後の金融情勢、社会情勢等の変化により、予告なしに内容が変更されることがありますのであらかじめご了承ください。
- ・本資料に関わる一切の権利はリそな銀行に属し、その目的を問わず無断で引用または複製することを固くお断りします。