

財団法人 社会経済生産性本部 21 世紀社会ビジョン委員会報告書

信頼創造社会に向けて

～ 総合イノベーションパワーの発揮～ (要旨)

財団法人 社会経済生産性本部(会長 牛尾治朗)は、この度、『信頼創造社会に向けて～総合イノベーションパワーの発揮～』と題する報告書を取りまとめた。この報告書は、21 世紀社会ビジョン委員会(加藤寛委員長、加藤敏春主査)を設置して検討を進めてきたもので、わが国の経済社会を活性化し、新たな発展に結びつけるためには「信頼」が必要であるとして、2025 年を目途とする新しい日本の目標を「信頼創造社会」に置き、そのための具体的なアクションプランとして、総合生産性の指標開発に取り組むことを提示している。

この報告書は、日本が「モノ」や「カネ」中心の経済から、知識、信頼、環境などの無形資産を重視する新しい経済のパラダイムに入ったとの認識をまず示している。その上で、今後重視すべき指標として知力(知識生産性)、民力(社会生産性)、環境力(資源生産性・環境効率)の 3 つを総合した総合イノベーション力(総合生産性)の発揮を提案している。この社会ビジョンは、不確実性の高まる 21 世紀では、常に見直しを図っていくべき、動的な戦略課題として示しているところに特徴がある。

社会経済生産性本部では、今回の報告書を受けて、総合生産性をはじめ、それぞれの新しい生産性概念について、具体的な指標づくりに取り組む方針である。

報告書の構成

報告書は、次のような 3 部構成になっている。

- < 第 部 > 21 世紀日本の時代環境と諸課題・・・現状認識
- < 第 部 > 新しい日本の目標：信頼創造社会へ・・・社会像の提示
- < 第 部 > 信頼創造社会のためのアクションプラン
・・・目標実現のためのアクションプランの提案

< 第 部 >・・・現状認識

第 部では、21 世紀を迎えた日本の現状認識を示しており、それは「ポス

ト・カネ」のパラダイムチェンジにある。モノやカネに続く新しい経済の牽引力は、知識、信頼、環境、ブランド、社会的責任などの「無形資産」にあり、生産性を高めて新たな発展を目指すには、これら無形資産の価値を重視することが必要であると指摘。なかでも信頼は、社会を構成していく上で最も重要な無形資産であると強調している。 (p.3-30)

< 第 部 > … 21世紀の社会像の提示

続く第 部では、現状認識を踏まえて、2025 年を目途とした新しい日本の目標、つまり目指すべき社会像は「信頼創造社会」であるとの提示。

ここでは、間近に迫った人口減少をチャンスととらえ、国民生活の質の向上とゆとりの確保が可能になるとして、そのためには、女性や高齢者の力を活かすとともに、IT の活用による生活者革命や教育改革によって、総合的な国民の力(すなわち「総合イノベーション力」)を創造することが重要であるとしている。 (p.33-51)

< 第 部 > … 目標実現のためのアクションプランの提案

第 部では、信頼創造社会に向けた具体的なアクションプランの構想を、次の 4 つのキーワードで提案。つまり「知力」(知識生産性)、「民力」(社会生産性)、「環境力」(資源生産性・環境効率)とそれらを総合した「総合イノベーション力」(総合生産性)である。その指標づくりを今後の課題として提案している。アクションプランの概略は次のとおり。 (p.55-81)

信頼創造社会のためのアクションプラン

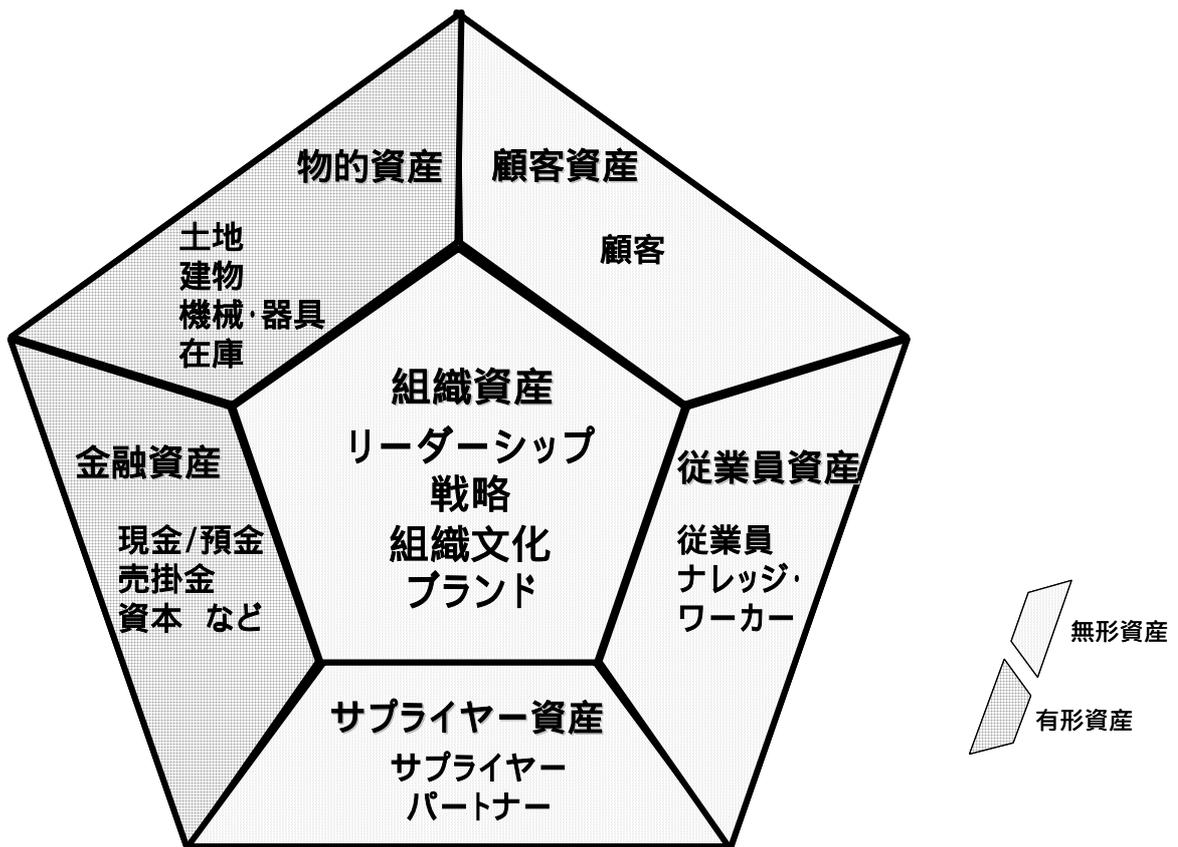
1. 知力(知識生産性)の向上

これまでの経済の中心は、物的資産や金融資産などの「有形資産」であり、生産性の向上に大きく寄与してきた。だが、90 年代を通じて、豊かさの中のデフレ経済により、これらが経済に占める割合が相対的に低下してきた。

いまや新しい価値を生み出す経済の重点は、「無形資産」に移ってきている。無形資産とは、社会レベルで見れば、広い意味での社会資本であり、人々の間の信頼や企業の社会的責任なども含まれる。これを企業のレベルで見れば、従業員、顧客、サプライヤー、組織などの資産であり、ブランド、特許権などの知的資産と、経営者の企画力、技術開発力、従業員のノウハウなどの人的資産を含んでいる(次頁図参照)。そこに体現された「知力」が重要になる。さらに、これら相互のネットワークも、従来のような「製品の連鎖」から「知識の連鎖」へと変

化する。知的資産の蓄積が決定的に重要になっているのである。この点、長期的な雇用慣行や取引関係を重視してきた日本的経営は近道にいとえる。新たな知的資産の蓄積の仕組みづくりが肝心なのである。

図表 21世紀の企業の新しい価値創造モデル(本文 p.26)



(資料)R.ポルトン、B.リバート、S.サメック『バリューダイナミクス』(アーサーアンダーセン訳)のものをもとに作成

このため、個人の知的能力の向上には、学校、大学・大学院、企業内大学(コーポレート・ユニバーシティ)などさまざまな主体が担い手となり、ネットワークを形成して、職業教育の推進を強化する必要がある。

他方、企業については、まず、一連の規制緩和や制度改革により、企業結合、企業分割、金融再編、産業再編など、いわば「組織革命」が起こっていることを認識する必要がある。ITによる組織形態の変化も今後ますます大きな影響を与えるであろう。日本企業は、そのハードウェア(組織構造)の改革から、ソフトウェア(社員の意識・行動や組織文化)の変革とその方法論が求められているのであ

る。

これらの組織革命に対応していくには、企業の知的交換能力を高める必要がある。その担い手となるのが、ナレッジ・イネーブラー（知識を実現可能にする人）と、それ以外のナレッジ・ワーカーであり、イネーブラーが中心になり、組織全体を変革する「場」を会社内の各セクションに構築する必要がある。

(p.56-65 および p.24-28.)

2. 民力(社会生産性)の向上

「民力」(社会生産性)では、社会の知的交換能力の向上が重要になる。そのためには社会における信頼の向上が重要であり、それが全要素生産性の向上につながるという研究もある。

1990年代は日本にとって、「失われた10年」ということが言われているが、知力や経済力についてはともかく、人々のもつ社会的な知的交換能力としての「民力」はむしろ向上したといえるのではないか。例えば、ボランティア・NPO、SOHO、ベンチャーなどの発展、女性や高齢者の社会参加の進展、これらの協働によるまちづくりなどが進んだ。

一方では、企業の相次ぐ不祥事により、企業の社会的責任や社会的価値があらためて問われるようになった。それにはコーポレート・ガバナンスのあり方も重要な視点となり、これによっても企業の社会的価値が評価されることになる。

他方では、市場の枠内での発想を超えて、企業や従業員の社会貢献活動の促進、企業・労働組合の地域社会やNPOとの関係強化のみならず、ワークシェアリング、未組織労働者の労働組合への参加など、新たなパートナーシップ構築の模索も行われている。

なかでもワークシェアリングについては、オランダの例が参考になる。そこから学ぶことができるのは、労働市場の問題にとどまらず、女性の社会参画を促進する雇用形態、自己実現促進型社会の雇用形態を追求するという基本的な考え方である。そのために、民主主義の補完として、まず政府、企業、労働組合による3者合意からはじめて、社会実験を行い、その成果を踏まえて立法により、国民一般に拡大するという方式をとることである。

同時に、IT(とくにブロードバンド)の普及と活用により、福祉、環境、安全、安心、健康などの社会的課題の解決にもつながる「生活者革命」が必要になる。わが国においても、地方分権改革の進展に合わせて、こうした試みが地域コミュニティでもなされる余地は大いにあると言える。

(p.65-70 および p.42-51)

3. 環境力(資源生産性・環境効率)

わが国は現在、生産・消費・廃棄という一方通行型経済から循環型経済へと転換していく途上にある。このための法律や制度が整備されつつあり、経済活動を構成する消費者、企業、政府が一体となってこれらの環境インフラを活用し、さらに整備していく必要がある。「環境力」がますます重要になるのである。

このような歩みをより強化するために検討しなければならないのは、「ファクターX」への対応である。ファクターXとは、次の式で表される。

$$\text{環境負荷} = \text{世界人口} \times \frac{\text{世界のGDP}}{\text{世界人口}} \times \frac{\text{環境負荷}}{\text{世界のGDP}}$$

この考え方によると、1990年を基準として、2050年には世界人口は約2倍になることが予想され、(世界のGDP/世界人口)は約5倍に増加する。そのため、環境負荷を1990年の水準に保つためには、(環境負荷/世界のGDP)を10分の1に削減し、ファクター10を実現する必要がある。さらに、環境負荷を1990年水準の2分の1に削減することを目標とするのがファクター20である。

環境問題は、技術的な問題だけではなく、われわれの価値観、制度的な問題でもある。科学的な知見がいかに深まろうとも、地球環境問題がどのような危害をもたらすのかを確度をもって予測することはできない。そこで、科学的知見が不十分であっても、環境への対策は早めに講じられてしかるべきだという「予防原則」を、制度として採用していくことを検討することも必要である。

(p.71-74 および p.29-30)

4. 総合イノベーション力(総合生産性)

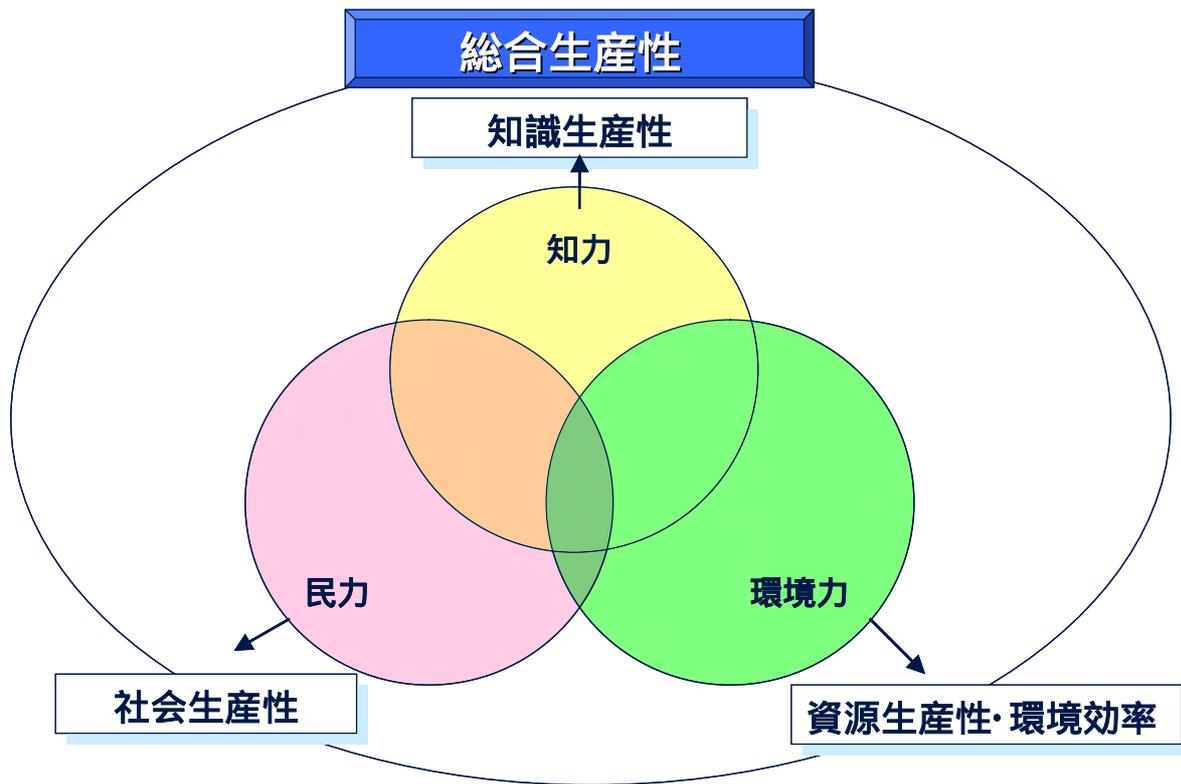
以上の「知力」「民力」「環境力」の三つを総合化させた「総合イノベーション力」(総合生産性)をコンセプトとして考え、これを指標化することを検討することが必要である(次頁図参照)。

「総合生産性」のコンセプトは、アウトプット・インプット比率の向上を目指す「効率性」だけを追求するものではなく、「価値創造装置」としての企業が顧客や生活者にとって最良のアウトカム(成果)と満足を生み出しているかを問題にするものであり、アウトカム・インプット比率の向上を目指すものである。

その際に忘れてならないのは、社会や企業の部分最適だけを追うものであってはならず、全体最適をも実現するものでなければならない。さらに、21世紀のパラダイムは、システム全体の「最適化」から、「最適化 + 総合化」を図っていくべきである。全要素生産性が、資本と労働以外の残差として定義されることを克服して、知識生産性、社会生産性、資源生産性・環境効率の3つの新しい生産性を総

合化(インテグラル)した「総合生産性」という概念を構築し、新しい運動として展開していくことが、今後の戦略課題である。(p.80-81 および p.42-43)

図表 3つの力による総合イノベーション力 (本文 p81)



(以上)