

# 創発 Mail Magazine

創発は‘インキュベーション’のプロ集団。-問題解決のための新しい戦略・進化-

当メールマガジンは、日本総研/創発戦略センターの研究者と名刺交換させていただいた方に配信させていただいています。>> [登録解除はこちら](#)

[日本総研/創発戦略センター](#) | [研究員紹介](#) | [セミナー・イベント](#) | [書籍](#) | [掲載情報](#) | [ESG Research Report](#) |

中国生まれの商品・サービスが世界的に注目されています。  
電気自動車やモビリティサービスはその代表事例かもしれません。  
今回の創発eyesは中国自動車業界を見続ける研究者からのエッセイをお届けします。

## 1. Ikuma Message

[・再生可能エネルギーの日本の具体的方向性](#)

## 2. 創発Eyes

[・北京モーターショーに見る中国自動車関連プレイヤーの優勝劣敗](#)

## 3. 連載\_シニア

[・第28回 放課後の子ども達とシニアの関わりの可能性](#)



創発戦略センター  
所長  
[井熊 均](#)

## IKUMA Message

### 再生可能エネルギーの日本の具体的方向性

先週、4年ぶりとなるエネルギー基本計画が発表されました。再生可能エネルギーが主力電源とされたことを評価する意見もありましたが、テレビでもコメントしたように、再生可能エネルギーが電力の中心となることは世界中の既定路線です。今求められているのは、それをどう実現するかです。日本ではまだ「再エネは高い」と思う人が少なくありませんが、世界中の多くの地域でそんな考え方は過去のものとなっています。世界の関心は、再エネの変動をどう吸収し、放置すると他電源の事業を破綻させてしまう協調性の低さをどのように克服するか、になっています。東日本大震災直後の混乱の中、不十分な検討で固定価格買取制度を立ち上げたこともあり、再エネ価格が国際レベルの二倍という状況から抜け出せない日本はまさに周回遅れです。

原子力発電についても、依存度比率をできるだけ下げると言いながらエネルギーの自立性を高めるとするなど、取り組み姿勢が決まっています。

今回のエネルギー基本計画を見ると、エネルギーを取り巻く多くの事象が指摘されており、膨大な議論が行われた経緯が伺えます。いくつかの不確定要素や日本の置かれた難しい状況を考えれば、現段階で具体的な方向性が決まっていないのはやむを得ないのかもしれませんが、問題はエネルギー市場が恐ろしいスピードで変わっていることです。3年後に次のエネルギー基本計画で具体的な方向性が決まった時、発送電事業やIoT、AIを使ったインフラ運営事業の国際的な勢力図が決まってしまうかもしれません。エネルギーはあらゆる活動の基盤ですから、再エネが主力電源となったエネルギーシステムを実現するための具体的な戦略が示されていないことが心配なのです。



創発戦略センター  
マネジャー  
程塚 正史

## 北京モーターショーに見る中国自動車関連プレイヤーの優勝劣敗

4月25日から5月4日にかけて、2018年の北京モーターショーが開催された。テーマは「自動車との新たなライフスタイル」（筆者訳。原文「定義汽車新生活」）とされ、中国国内はもちろん世界の主要自動車メーカーが出展した。

中国のモーターショーは、東京モーターショーと異なり一般公開日は家族連れが多く、比較的落ち着いた雰囲気だ。東京の場合はクルマ好きの男性が新型車や復刻車両に熱を上げたり、カラフルな衣装のコンパニオンの存在感が強かったりするのとは対照的に、中国の場合は自家用車購入を検討するための来場者やビジネス客の割合が多い。

世界の自動車業界は2010年代前半以降、自動運転など技術の進展やシェアサービスなどのニーズの拡大を受け、業界を挙げて「モノからサービスへの進化」を追及している。米欧や日本での変化と同様、あるいはそれ以上に、中国でも滴滴出行のようなシェア利用促進サービスやIT企業による新技術開発が一気呵成に進展してきている。

このようなここ数年の中国市場でのモビリティ関連サービスの急速な展開と比べると、北京モーターショーの展示内容もまた、会場の雰囲気と同様に全体としては「落ち着いたもの」だった。各社の出展内容はあくまでEVなど車両という「モノ」の展示にとどまり、新たなコンセプトの提示やそれに資する新技術の紹介は、市場での動きほど目を見張るものではなかった。

それは逆説的ながら、IT企業の存在感の大きさを思い知らされるものだった。というのは、中国の大手IT企業で、自動走行技術開発を主導したり、モビリティサービス事業者に出資したりするバイドゥやテンセントなどは、モーターショーに出展しなかった。そのためあくまで「モノ」の展示が大多数を占め、自動車を活用したサービス進化についての展示は一部にとどまるという状況になったといえる。

とはいえその中でも、今後の進化の予兆を感じさせるモノの展示もあった。大まかに言えば、中国完成車メーカーの中でも、新興企業にはサービス化を意識したコンセプト提示が多く、伝統的な国有大手はそうではないという傾向があったといえる。

先進企業の代表格としては、すでに大手の一角でもある吉利汽車が挙げられる。EVなど新エネルギー車の製造・販売でも先導的な役割を担う同社だが、モーターショーでは、販売後の顧客向けサービスにも注力する姿勢を見せた。それは、I o V (Internet of Vehicle) 技術を使い、購入後の顧客に向けて各種アプリケーションを提供することで車両の利用満足度を高めるという方針だ。トヨタの「Tコネクト」のような手厚いサービスではおそくないが、そのぶん手軽に使えそうな印象を受けた。

中堅の自動車メーカーである江淮汽車や力帆汽車の先進性も目立った。江淮汽車はEUの研究開発プロジェクト”Horizon 2020”による小型EVを展示し、外出促進サービスの可能性を提示した。力帆汽車はシェア利用向けの車両を展示するとともに、インフラ連携による街づくりサービスの可能性を示唆した。

新興の車両メーカーにも存在感があった。間もなく販売が始まるブランド名NIOの蔚来汽車を筆頭に、EX5をすでに販売している威馬汽車、ブランド名BYTONの拜騰汽車、ALWAYSの愛馳汽車などである。車両間通信による自動走行やアプリの追加ダウンロードによるサービスといった方向性を提示していた。このような企業にはIT企業大手が出資しており、今後、自動車販売にとどまらない収益源のあり方を検討していくと思われる。

2020年代に向けて自動車業界にはますます変化が迫られる。特に中国市場

は市場規模が大きだけでなく、新サービスへの利用者の受容度も高く、政府の支援もあるため、変化の先陣を切る可能性が高い。日本企業としても、中国企業との協業も含め事業機会を見定める必要がある。中国の完成車メーカーがおのおの、どのような対応方針をとっていくのか、より詳細に注目していきたい。



創発戦略センター  
マネジャー  
[岡元 真希子](#)

## 連載プログラム

## — シニア —

### 第28回 放課後の子ども達とシニアの関わりの可能性

#### 1. 「子ども達の放課後」の概観

現在、小学校低学年の授業時間数は年間850～950時間であり、給食などの時間も含めると年間約1,200時間を学校で過ごす。これに対して、放課後や夏休みなどの長期休暇に過ごす時間は、約1,600時間に上ると言われる。育ちざかりの子ども達にとって、放課後や休暇の時間の過ごし方は重要な意味を持つ。学習指導要領に基づくカリキュラム以外のスポーツや音楽・文化などの多様な体験をしたり、関心がある学習領域を掘り下げて学んだり、学級の枠を超えて異年齢と交流したりするなどの機会となり得る時間である。放課後に、自分の好きなこと・やりたいことを見つけたり、個性を伸ばしたりすることは、成長の大きな糧になると考えられる。

放課後を自宅以外で過ごす場合の主な居場所は、公的な受け皿と民間サービスとに大きく分けられる。前者は、放課後児童クラブ・放課後子供教室などであり、後者は従前からある習い事や学習塾、そして近年急増している「民間学童クラブ」と呼ばれるサービスである。ここでは公的な受け皿に焦点を当てて検討したい。

放課後児童クラブは、保護者が就労等により昼間家庭にいないことのできない小学生に、授業の終了後に遊びおよび生活の場を提供するものである。全国の市町村の9割以上が実施しており、拠点の数は約25,000カ所、約117万人の子どもが利用している（2017年5月時点、厚生労働省調べ ※1）。おやつを提供して夜6時以降まで子どもを預かり、週5日以上開設していることが一般的である。

一方、保護者の就労状況にかかわらず、放課後の居場所を提供するのが放課後子供教室であり、全国の約6割の市町村で実施され、約9,000カ所で実施されている。（2016年6月時点、文部科学省調べ ※2）。地域の人材の参画を得て、学習やスポーツ・文化活動等の機会を提供している。放課後子供教室の開催頻度は多様である。週5日以上は全体の約16%であり、週2～4日が約33%、週1回が約23%。週1回未満が約24%を占める（日本総研『総合的な放課後児童対策のあり方に関する調査研究』）。地域の実情に合わせて、多様な運営を行うことができるのが放課後子供教室であるといえる。

#### 2. 放課後拠点の担い手とシニアの社会参加ニーズ

放課後児童クラブは有給の職員が運営の主な担い手である場合が多いが、放課後子供教室はボランティアが活躍している。放課後児童クラブの運営に携わるボランティアの人数が平均では2.9人であるのに対し、放課後子供教室には平均33.7人のボランティアが携わっている（日本総研『総合的な放課後児童対策のあり方に関する調査研究』）。全国の約4割の自治体では放課後子供教室を実施していないが、その理由としては「コーディネーターや教育活動推進員等の人材確保が困難」が最も多く63.3%に上る（2016年6月時点、文部科学省調べ ※3）。地域住民のボランティアを確保できるかどうか放課後子供教室の設置を左右するとも考えられる。

この担い手として、シニアの活躍が期待できるのではないだろうか。現在仕事をしている高齢者の約4割が「働けるうちはいつまでも」働きたいと考えてお

り、「70歳くらいまで、もしくはそれ以上」との回答と合計すれば、約8割が高齢期にも高い就労意欲を持っている様子がうかがえる（内閣府『高齢者の日常生活に関する意識調査』（平成26年））。また、現在仕事をしていない高齢者のうち、65～74歳男性の約33%、75～84歳男性の28%、65～74歳女性の約10%、75～84歳女性の約5%が「今後働きたい」と回答している。高齢になっても就労意欲は衰えない。ただし就業頻度は、週数回・半日程度を希望する人が多い。（日本総研「シニアの暮らしに関するアンケート調査」（2018年3月））。

放課後子供教室の開催頻度も週数回以下の拠点多く、月に数回という拠点もある。放課後～午後5時程度の開催であることが多く、準備や片付けの時間を考えても、週数回・半日という高齢者のニーズにマッチする。地域によって運営形態は異なるが、無償のボランティア・有償ボランティア・非常勤職員として参加するなど、さまざまな「働き方」があり得る。

### 3. 放課後拠点の活動内容とシニアの活躍の可能性

活動内容は拠点により多種多様だが、放課後子供教室のなかには凧作りや紙飛行機作り、コマ回しやけん玉などの伝承遊び、囲碁・将棋、習字やいけばな、花や野菜を育てるなどの活動を実施している拠点が見られ、シニアの既存のスキルを活かせるプログラムが少なくない。また、下校の見守りやおやつづくりなど、プログラムの中身ではなく運営の面で関与してもらうことも考えられる。

社会的な活動（貢献活動）をしている高齢者は「新しい友人を得ることができた」、「地域に安心して生活するためのつながりができた」、「社会に貢献していることで充実感が得られている」、「健康維持や身だしなみにより留意するようになった」などのメリットを感じている（内閣府『平成29年度高齢社会白書』）。

放課後子供教室の運営にシニアが参加することで、子どもには興味・関心・意欲の向上や、社会性や協調性の醸成が、シニアには地域生活における安心感や社会貢献による充実感などの実現が図られよう。こうした双方のメリットを期待したい。

※1

[厚生労働省](#)

[平成29年（2017年） 放課後児童健全育成事業（放課後児童クラブ）の実施状況](#)

※2

[文部科学省・厚生労働省 放課後子ども総合プラン連携推進室](#)

[「放課後子ども総合プラン」の推進状況等について（平成29年1月23日） PDF](#)

※3

[文部科学省・厚生労働省 放課後子ども総合プラン連携推進室](#)

[「放課後子ども総合プラン」の推進状況等について（平成29年1月23日） PDF](#)

この連載のバックナンバーは[こちら](#)よりご覧いただけます。

## 株式会社日本総合研究所 創発戦略センター Mail Magazine（第2・第4火曜日配信）

このメールは創発戦略センターメールマガジンにご登録いただいた方、シンポジウム・セミナーなどにご参加いただきました方、また研究員と名刺交換した方に配信させていただいております。

【発行】株式会社日本総合研究所 創発戦略センター  
【編集】株式会社日本総合研究所 創発戦略センター編集部

〒141-0022 東京都品川区東五反田2丁目10番2号  
東五反田スクエア

TEL：03-6833-0900 FAX：03-5447-5695

<配信中止・配信先変更・配信形式変更>

<https://www.jri.co.jp/company/business/incubation/mailmagazine/privacy/>

※記事は執筆者の個人的見解であり、日本総研の公式見解を示すものではありません。  
**Copyright (C) 2018 The Japan Research Institute, Limited.**