

Title	日本のサービス産業
Sub Title	Service industry in Japan
Author	横山, 徹
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1974
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.67, No.10 (1974. 10) ,p.1043(227)- 1057(241)
JaLC DOI	10.14991/001.19741001-0227
Abstract	
Notes	伊東岱吉教授退任記念特集号 論説
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19741001-0227

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

システムとしての資本主義は終焉したものと考えてきた。もっともファシズムは、ポラニのいうように確かに一つの社会システムとして存在したことは否定できないにしても、それに移行したドイツや日本をしてイタリーが第二次大戦後は“管理された資本主義”へ戻っているということは、ファシズムが一つの社会システムという点からみて管理された資本主義や社会主義と同格には扱えないものとも考えられよう。とすればポラニも認めているように、ファシズムにはそのシステムの内にある「突発性」ないし一時性をどう評価するかが問われることになろう。またヒューズが指摘するように、1920年代の“再建金本位制”なるものは現実に機能する内容をもっていたとはいえない面が強く、第一次大戦によって実質的には解体していたともいえるように思われる。また第一次大戦前の強国がどれほど通貨安定=為替相場の維持を至上の条件として受けとめていたかについても疑問が残る。だがそれ

にしても第一次大戦前の帝国主義時代から第一次大戦に至るプロセスを資本主義の崩壊と考えてきた者にとって、いわゆる帝国主義研究が現代世界の位置づけにどう貢献するのかは、社会主義、ファシズム、“組織された資本主義”を包括したポラニの「保守の20年代」「革命の30年代」という歴史認識の開陳にふれた以上、早急に解答を迫られていると考えざるをえないのである。
[1974. 7. 13]

〔付記〕 筆者の怠慢から原稿が遅れ、編集にあたられた北原勇、植草益両氏に御迷惑をかけた。一言おわび申し上げる次第である。なお本稿については東京大学経済学部大学院博士課程の杉村芳美氏から有益なコメントを得た。ここに謝意を記しておきたい。

(日本大学経済学部講師)

注(24) E. レーデラー『大衆の国家——階級なき社会の脅威——』邦訳：青井和夫・岩城完了，東京創元社，1961年，34頁。

(25) J. R. T. Hughes, ibid., p. 227.

日本のサービス産業

横山 徹

はしがき

第1章 サービスの特性とサービス産業

第2章 わが国サービス産業の構造変化

——昭和30～40年代

(1) サービス産業の成長と衰退

(2) サービス産業の立地変化

(3) サービス産業の就業構造

第3章 サービス社会の諸側面

——昭和50年代を前にして

はしがき

わが国の経済において、サービス化はさまざまな局面で進行している。

マクロの産業別所得構成で、第3次産業はすでに45年に54%をこえているし、就業構造もすでに48%を3次産業が占めている。企業レベルでも、非製造業への多角化は極めて盛んである。また、企業の内部においてもコスト構成・労働力構成をみると、生産<販売<サービスという変化率の傾向がみられる。製品レベルでも同様に、製造コストより販売・広告・包装・デザインコストに重点が移りつつあり、換言すれば、機能的価値より情緒的価値の重視の傾向がみられる。これは消費者の欲求変化とも結びついており、家計支出内訳でもサービス関連支出は39%に達し、今後一層の増加が見込まれる。このように色々な局面で「サービス化」が進行してくると、日本経済の体質は次第に変貌をとげてゆくと考えられる。これが私達に如何なる影響をもたらすかは極めて重要な問題であろう。しかし翻ってみると、このような視角からのサービス経済に関する実証的研究は、大変少ないと言ってよい。余り

にも有名なコーリンクラークにしても、第3次産業自身の積極的な概念規定は行なわれず、「その他産業」としての消極的な意味づけしか行なわれなかった。したがって、現在為されるべきことは次の3点であろう。

- ① 財貨産業との関連・相違を明らかにすること
- ② 第3次産業自身の内在的運動法則を見出すこと
- ③ サービス化の国民経済への影響を分析すること

本稿は、わが国の昭和30～40年代のサービス産業の構造変化に焦点をあわせ、伊東岱吉先生の御教示のもとに、実証の中で、サービス経済の理論形成を志すものである。また、来たるべき昭和50年代のサービス経済のもつ基本的な問題点を、あわせて考えてみたいと思う。

第1章 サービスの特性とサービス産業

われわれの経済社会には、有形無形のさまざまな価値物が流通しており、このうち有形の価値物は財貨と呼ばれている。これに対し後者の無形の価値物は観光客を案内したり、人や財貨を輸送したり、情報を蒐集・調査したり、通信したりするなど、それ自体としては物財ではなく「移動」「情報の創造」「情報の伝達」といった機能と価値が認められるものである。このような無形の価値=用役を総称してサービスとすることができる。現実の事業においては財とサービスは結びついてはいるが、われわれが消費する客体それ自身の機能に注目する時には、両者は判然と分けられるべきものである。例えば運輸業は、貨車やトラックのような資本財(財貨)を使い、品物をどこからどこ迄いつ運搬するという指令(情報)のもとに、実際の運搬(サ

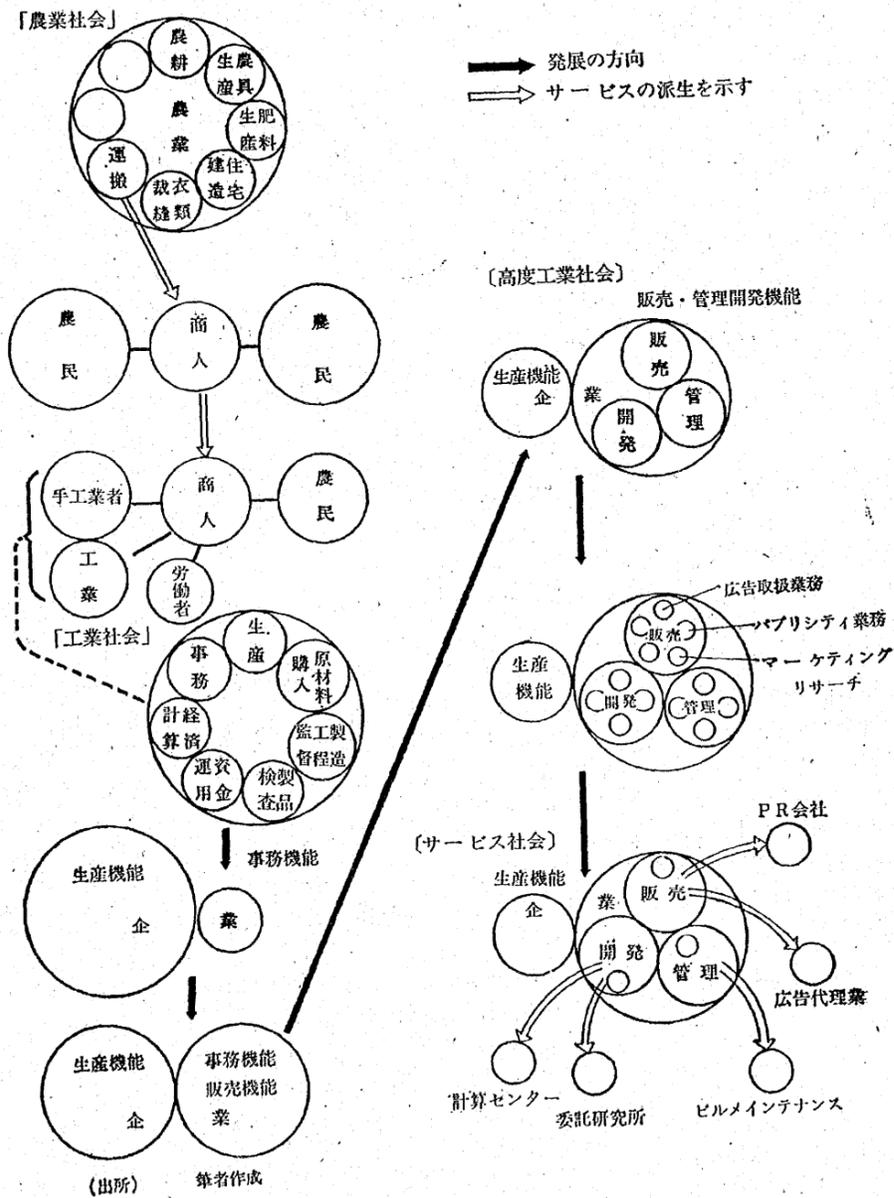
注(1) John M. Rathmell "What is meant by Services" Journal of Marketing Oct. 1966.

サービス)がなされる。この場合、運輸業の構成要因に物財は入っているが、運輸業において達成された価値は「物財の位置変換」というサービスである。逆に鉄鋼業は、鉄鉱石を調達し、鋼材を生産し、販売するが、ここで達成された価値は「有形財の価値自体」である。物資の調達や販売というサービスが介在しても、鉄鋼業自身は、財貨の生産である。これから考えれば、財貨は「物」であり、それ自身が目的であり、個人に

何らかの意味で「資産」としての意味あいをもつ。他方、サービスは「行為」であり、「手段的」であり、「支出」としての形態をとる。

また、歴史的にみても両者が未分離な状態から、生産工程の複雑化・欲求の多様化という経路を経て、財とサービスの分化が進行し、次第に財のかげにかくれていたサービスが前面に現れてくる。すなわち、サービスの自立化である。図1は原初的の営業のもっていた

図 1



種々のサービス機能が環境条件の変化のもとに成長し、分化し、独立化して行く様を表したものである。このように見てくれば、サービスの積極的意義が明らかになってくる。それぞれの社会における経営体は、当該期の市場の規模と競争状態に規定されつつ、その効率化を図ってきたわけである。この意味ではサービスは、決して不生産的労働ではない。ともするとサービスは直ちに不生産的とされるが、支配資本にとっては極めて生産的である事実を認めねばならない。——経済の発展段階が低い社会では、人間の物的生産条件を確保することが第一義的であり、したがって物財のもつ価値が重要視され、財貨産業のみが生産的な産業と見做される。例えば、農業社会では農産物＝食糧が生産物であり、工業は存在しても、その加工でしかないと見做される。一方、工業社会では工業物＝財貨が生産物であり、サービス業はその付随機能でしかないと考えられる。また、財貨についてもそれを使用することよりも所有することの方に価値が認められ易い。しかし高度に発達した工業社会においては、市場問題が重要となり、他方、人間欲求の多様化(一部は「つくりたい欲望」であるが)に牽引されて、次々と新しいサービスが生まれてくる。物財の価値は依然、重要ではあるが、価値基準がより高次の段階に移行することになる。財貨もそれ自身のもつ価値で測られるのではなく、財貨プラスサービスという形で測られるようになり、所有よりも使用に価値が認められるようになる。例えば耐久消費財のアフターサービスが前者の一例であり、設備・店舗等のリースが後者に該当する。このようにしてサービスの与える効用が人間欲求の大きな関心事となり、したがってまた、経済に及ぼす影響も避けて通ることを許されない問題となるのである。

以上、クロスセクションでもタイムシリーズでも、財貨サービスは密接でありながらも、峻別すべきものであると言えよう。

それでは、財貨と区別されるサービスの特性とは何であろうか。

まず第1に、サービスは財のように生産と消費が分離していないで、生産した時点で消費が同時に完結してしまう。換言すれば、需要がなければ供給は独立には成立しない。このことから、サービス産業の特質は必然的に、消費者立地となるわけである。この具体例

として典型的なのは流通(小売)サービスであろう。したがって、サービス業では、人口流動の現状と将来を的確に把握した立地戦略が極めて重要になる。レクリエーションサービスでは、ボウリング、医療サービスでは病院、住宅関連サービスではニュータウン開発等を考えれば背けるだろう。

第2にサービスは貯蔵することができない。財の場合は、生産——貯蔵(在庫)——消費という継起的な流れをもつものに対して、サービスはストック機能が一般にはない。したがって、その需要は非連続的であり、時間的な調節が事業としては重要な課題となる。例えばレクリエーションサービスは、その典型である。観光業などは最も好まれる自然景観の、最も好まれる季節に観光客が殺到する。この結果、ピークとボトムの差が大きくなる。したがって、施設の収容規模を適正な稼働率のもとに如何に決定するかが極めて重要となる。また、医療におけるアポイントメント制、教育における授業時間割も需要の流れを調節する機能をもつ。需要の不規則な流れを如何に処理するかで、生産性の大幅な相違が生じる。例えばアメリカの理髪業と美容院の対比で、後者はパートタイマーやセルフサービス方式の採用で需要の流れを円滑にしていたが、前者はそれをなしえず、しばしば技術変化が無駄な時間をふやすだけだったという分析が報告されている⁽²⁾。

第3にサービスの生産に際しては、人的資源に依存する度合いが強い。サービス業では人的労働のウェイトが高く、供給者側の技能の程度・知識の蓄積・熟練度というものが重要な意味をもつ。これは特に、医療のような領域では決定的である。サービス業では一般に高等教育を受けた就業者が他産業より多いし、特に医療では極めて高学歴といえる。また、教育や法律関係のサービスは、長年にわたる知識や経験を要する。このようなことは、経営的な面ではコスト構成上、人件費のウェイトが極めて高いということに現われる。したがって、サービス経営に際しては優秀な労働力を如何に確保するか、しかも、それを経営的な弾力性を損わない程度に如何に保つかが重要になる。

第4にサービスの生産性は、需要者側の知識・経験・協力といったものに依存するところが大きい。したがって、事業的には需要者の協力をうまく組織化し、サービス提供のプロセスを円滑ならしめるところにノウ

注(2) Jean Alexander Wilburn "A Contrast in Productivity Trends Within Personal Services: The Barberland Beauty Shop Industries" "Productivity Difference Within The Service Sector" Occasional Paper 102 NBER.

ハウがある。例えば前述の医療も患者の症状説明の良し悪しが診療効果に関係するし、特に典型的には教育であろう。教師の教育効果は生徒の熱心さ、協力度合いに大きく左右されることは証明を要すまい。また、今後レクリエーションサービスを中心に普及が予想される会員制なども、需要者の協力の組織化という側面をもっている。なお、生産性について付言すれば、サービス業の場合は、製造業の場合のように工場内での自立的な生産効率ではなく、消費者の効用——満足が大切になる。いわば、財生産は $\frac{\text{Output}}{\text{Input}}$ で Input を固定して、いかに Output を高めるかを追求するが、サービス業は逆に Output (一定質の) を固定して、いかに Input を少なく済ませるかを追求するのである。ここにも、需要なくして供給なしというサービスの特性が貫いている。例えば、教育サービスはその効果=生産性を教師1人当りの受持生徒数で測定できるであろうか? 問題は学習効果であって、単に、量的問題に還元することはできないのである。

第5に供給者と需要者の関係は、財生産の場合には Supplier-Customer の関係であるが、サービスの場合には Consultant-Client の色彩が濃い。何故なら、財生産の場合には「財そのもの」の機能や効用に Output が具体化しているのに対し、サービスではサービス行為が行なわれている「時間」に効用があるからである。したがって、消費者にとっての対価は、財の場合は Price であるが、サービスでは Charge、一種の時間拘束料ともいうべきものである。このような価格の性格であれば、その設定はサービス提供者と利用者双方の質・ランク及び後者の満足度に左右されて、極めて多様なものとなる。いわゆる御布施の理論が提唱される下地がここにあるわけである。

第6に財生産の場合は、供給者側のイニシアチブが大きく見込み大量生産が一般的であるのに対し、サービスは需要者側のイニシアチブが大きく、消費者の変転する多様な欲求に基づいて生産されている。これに規定されてサービス業は、一般に最終マーケットの種類が多く、生産ロットが小さい傾向にあり、供給者の規模も小さくなる。特に不動産業などは住宅が多品種で、生産要素も多様である点、典型的であろう。これは他の流通・運輸・医療・レクリエーションサービス

にも妥当することである。

第7に財生産は主として民間企業により営まれることが多く、サービスは政府・公共団体との関係が深い。財の本質は生産性向上を通ずる利益追求=価値増殖の体化・実現であって、使用価値は勿論存在するが、ウェイトは前者におかれている。これに対し、サービスは供給と需要の同時性及び時間チャージへの支払いという性格から、需要側のニーズが問題となり易い。また、その性質上、財生産を補完したり、エネルギー供給や労働力の再生産への貢献もみられ、国民経済の動脈となっている。したがって、Publicな運営が為されることになる。また、サービスは医療・教育・レクリエーション等のように人間の肉体的・精神的存在にかかわる面が大きく、この面からも公共性を要請される下地があると考えられる。

以上の如く、サービスの特質は、生産と消費の即時性・ストック機能の欠如・人的資源への依存・需要者の資質への依存・消費者の効用基準による価格設定・供給要素の多様性・公共的性格の7点である。

これから、サービス業の特性は生産時点において、消費者が完全にコミットしており、かつ時間的要素のウェイトが極めて大きいこと、その結果、財生産とは根本的に異なった生産性概念をもっていることに求められるであろう。

第2章 わが国サービス産業の構造変化 ——昭和30~40年代

1) サービス産業の成長と衰退

サービス産業の分析は、対事業所・対消費者・行政関連サービスといった需要先別の分類と、種々の便宜や情報・満足の提供といった生産要素 (=機能) に基づく分類を組みあわせると有用である。すなわち、各サービスはどのような需要先をもち、いかなる機能を果たしているかが位置づけられるのである。前者の需要先別分類はサービスの需要主体によって分類する方法であり、これは更に財の供給に関連しているかいないかで2つに分けている。つまり、対事業所サービスの物財関連サービスと非関連サービス、対消費者サービスの物財関連サービスと非関連サービスという具合で

注(3) この点は、江見康一氏の示唆に富む見解である。

(4) 分類に際しては、小浪充氏の見解を参考にさせて戴いた。同氏「経済発展とサービス産業」世界経済 1966年9月号。

ある。なお、公共関連サービスは行政サービスとして分類している。

後者の生産要素別分類は、説明の要がある。便宜の提供サービスは、特定目的の為の便宜を提供するもので、物財に関連したサービスと象徴 (シンボル) に関連したサービスに分けられる。前者は物財の運搬や貯蔵等の時間的空間的機能のサービスと、ユーザーの保有する物財を加工する機能 (=技術的便宜) のサービスとに分けられる。例えば卸売業と修理業がそれぞれの代表的な例である。後者もまた、自己の所有でない象徴・情報について、その伝達や場所を提供したりするサービスと、情報の加工・整理によって効用を生み出すサービスとに分けられる。すなわち、通信電話業や公認会計士サービスがそれぞれの代表例である。

以上の何らかの意味で便宜を提供するサービスに加えて、象徴を自ら生産するサービスがもう一つ考えられる。これは、知識情報を自ら生産したり、消費者に情緒的な満足を提供したりするもので、研究所と娯楽業がそれぞれの代表例である (具体的分類は、本稿の巻

末付表参照のこと)。すると、以前の需要先別分類とこの生産要素別分類をクロスさせることにより、各種のサービス業が位置づけられることになる。例えば、娯楽業などは、対消費者サービスの財非関連 (需要先別分類)、物財関連の技術的便宜の提供 (生産要素分類) となる。また、公認会計士事務所は対事業所サービスの財非関連、象徴関連の技術的便宜の提供となるわけである。

このような分類に基づき、昭和31年から40年迄のデータを中心にした分析を「総合研究」6で行なったが、今回は昭和35年から45年のデータを用いて分析する。対象となる業種は、日本標準産業分類の

- 大分類 G 卸売業・小売業
- " H 金融・保険業
- " I 不動産業
- " J 運輸通信業
- " K 電気・ガス・水道業
- " L サービス業
- " M 公務

の大分類 G から M 迄を包括し、具体的にはその3桁分

表1 サービス業の付加価値ベース成長・衰退順位——上位・下位 (単位%)

成長順位	業種	付加価値成長率	低成長順位	業種	付加価値成長率
1	公証人役場・司法司事所	82.4	158	貨物運送取扱業	-29.5
2	土木建築サービス業	43.5	157	電信・電話業	-23.3
3	その他の飲食店	37.0	156	広告業	-16.6
4	政治団体	35.7	155	歯科技工所	-8.8
5	農林水産業に対する政府金融機関	34.4	154	荷車等小売業	-6.8
6	燃料小売業	34.0	153	貨物軽車輻等運送業	-5.1
7	学術文化団体	32.8	152	下宿業	-2.0
8	婦人子供服小売業	32.7	151	代理商・仲立業	-1.8
9	社会教育その他の教育施設	30.1	150	集会場	3.0
10	他に分類されない非営利団体	29.8	149	映画製作・配給業	4.3
11	商品取引業	29.1	148	運送代理店	4.3
12	喫茶店	28.9	147	運送荷役業	5.5
13	競輪・競馬等の競走場	28.6	146	その他の運輸に付帯するサービス業	5.6
14	精神薄弱・身体障害者福祉事業	28.5	145	映画館	6.7
15	建売業・土地売買業	28.2	144	一般貨物自動車運送業	6.9
16	冷蔵倉庫業	27.8	143	運輸施設提供業	7.4
17	補助的金融業・金融付帯業	27.7	142	他に分類されないその他の個人サービス業	7.5
18	その他の不動産業	27.1	141	かじ業	7.9
19	保険サービス業	27.1	140	衣服裁縫修理業	8.1
20	各種食料品小売業	26.8	139	助産所	9.2

(出所) 筆者作成

(注) 35~45年の人件費ベースの成長率計算に基づく。全体で158業種。中位成長率は18.0%。

注(5) 人間への便宜の提供は、その肉体的存在が当該サービスの主たる問題である場合は、物財関連に含め、精神的存在が問題の場合は、象徴関連に含められる。例えば旅客運搬業は物財関連だが、観光という目的をもつ場合は象徴関連に属する。

(6) ただ、運輸通信業などはこの方式では問題がある。他のサービス産業においても、近來、物的設備、装置の導入が盛んとなり、生産性の高まる中で資本に帰属する付加価値部分がふえているので、注意する必要がある。

類でデータのひろえる158業種とする。このデータでは、サービス産業の成長率を算出する際の基礎として付加価値を想定した。付加価値とは本来、純利益、他人資本利子、人件費、租税公課などから成り立っているが、統計的限界から、人件費ベースで共通の成長率を算出した。サービス産業の場合は、ほぼ近似的に成長のあり方を反映するであろうと思われるからである。(6) 人件費ベースの成長率は、当該業種平均年間現金給与総額×当該業種従業者数をベースとし、35年から45年迄の倍率を年率換算して求めた。

さて付加価値ベースでの成長順位を端的にみて行こう。表1は158業種中の上位・下位の

20業種をのせたものである。上位で30位までを含めると、土木建築サービス・建売業、土地売買業・その他の不動産業・建物サービス業等の建築・不動産関連のサービス業が多い。また、飲食店・喫茶店・競輪、競馬等競走場及び競技団、その他の宿泊所・バー、キャバレー、ナイトクラブ等のレクリエーションサービスや、農村水産業金融機関・商品取引業・補助的金融業・保険サービス業等の金融保険関連のサービスも多く顔を出している。前回調査と異なる点は、政治団体・学術文化団体・他に分類されない非営利団体等の非営利団体が伸びていることと、社会教育や身障者福祉事業等の公共的なものが入っていることである。また、下位30位では、貨物運送取扱業・貨物軽車輻等運送業・運送代理店・運輸幹線業・一般貨物自動車運送業等、運輸関連サービスが圧倒的に多い。これは運輸面における省力化・合理化の進行を物語るもので、むしろ生産性の上昇とともに資本に帰属する付加価値部分は増大しているとみ方がよいだろう。また、かじ業・衣服裁縫修理業・助産所・洗濯業等、技工的な対個人サービスは停滞的である。なお、前回の分析では上位11位に入っていた広告業が156位に、18位だった下宿業が152位に、13位だった公共放送業が128位に転落しているのは、サービス業の不安定性を如実に物語っているように。

次に、分類別に成長クラス別の分布表を作成してみると図-2の如くなる（これは先程の成長率1~158位迄を4分位に上位から分けて成長・準成長・準低成長・低成長としたもの。すなわち、21.3%以上・21.2~18.1%・18.0~15.3%・15.2%以下である）。

需要先別分類では、やや消費者サービスの方が準成長も含め成長クラスへシフトする業種の割合が高く、対事業所サービスは成長クラスも多い反面、低成長の割合も高い。いわば両極型である。行政サービスは準低成長も含め、低成長クラスが60%と多い。しかしこれは、前回調査よりも低成長への偏りが少なくなってきた。ここでは、対消費者>対事業所>行政関連の傾向がみられる。また、財に関連しているかないかでは、対事業所サービスでは後者（非関連）が、対消費者サービスでは前者（関連）が成長クラスにシフトしている。30年代の成長を分析した前回調査では、対事業所>対消費者>行政関連であり、財非関連>財関連で一歩化されていた。今回の結果は次のような理由が考えられる。

① 昭和30年代は設備投資の急速な展開期であり、

生産能力が著しく増加するとともに企業間競争が激しくなり、これに即応したビジネスサービスの伸びる場面が拡大した。しかし40年代に設備投資の一巡、競争形態の変化とともに、ビジネスサービスにも成長と衰退の二極の様相が強くなった。

② 他方、対消費者サービスは経済成長率の鈍化にも拘らず、消費需要の堅調で一層成長していった。特に30年代は停滞的であった小売業が、飲食料品・家具什器・ファッションを中心に非常な伸びを示し、また、レクリエーションに関連した飲食マーケットが拡大してきた。

③ 行政関連サービスは、依然、低成長グループにシフトしているとはいえ、その度合いは30年代よりも小さくなってきている。これは40年代で次第に公共的なサービスが再検討されつつあることを示している。

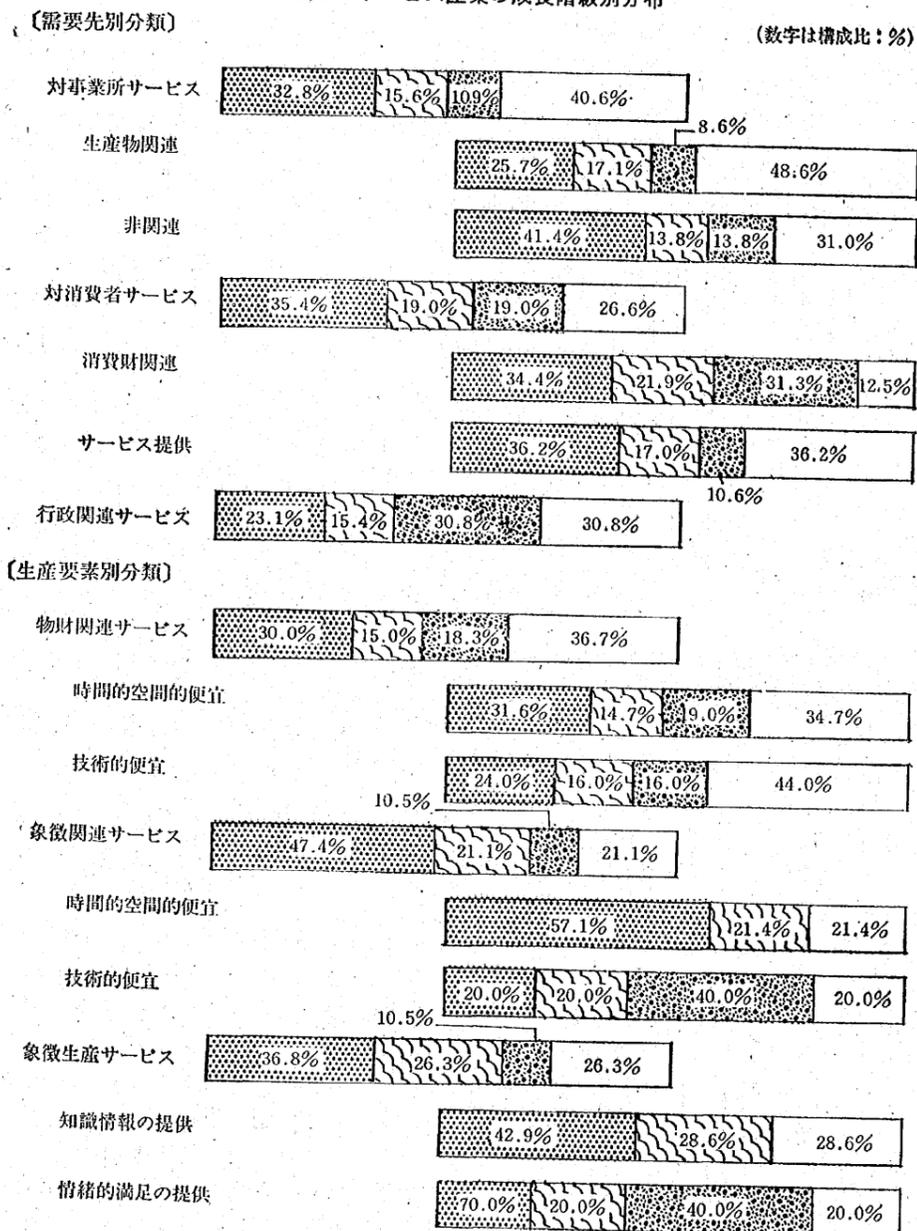
生産要素別分類では、象徴関連>象徴生産>物財関連サービスという順に、成長グループへの偏りが大きい。また、それぞれの内訳では、物財関連・象徴関連はいずれも、技術的便宜よりも時間的空間的便宜を提供するサービスの方が、成長グループへシフトしている。また、象徴生産サービスでは情緒的満足の提供よりも知識情報の提供の方が、成長グループへシフトしている。前回調査では、むしろ技術的便宜>時間的空間的便宜であり、情緒的満足の提供>知識情報提供であった点で異なっている。この理由としては、次の3点が考えられる。

① 30年代では小売業の伸びが相対的に小さかったが、40年代には前述のように急速に伸びていること（小売業は時間的空間的便宜の提供に属する）。また、金融保険関連サービスも上位にランクされるものが多い。40年代は、お金と高級財の流れに伴うサービスが、供給の制限され易い技術の提供サービスよりも、成長したのではないか。

② 象徴関連サービスについては、時間的空間的サービスに属する非営利団体や競輪競馬等競走場に代表されるレクリエーション施設の成長が大きかったことがある。事業所や個人への情報関連サービス=技術的便宜提供も伸びているが、それを平均的に上回っているというのは、情報ないレシポルに関連した「場」そのものの拡大が、40年代では極めて旺盛であったということの意味しよう。

③ 象徴生産サービスについては、従来、低成長にシフトしていた教育が成長傾向に転じたこと（教

図2 サービス産業の成長階級別分布



(出所) 筆者作成

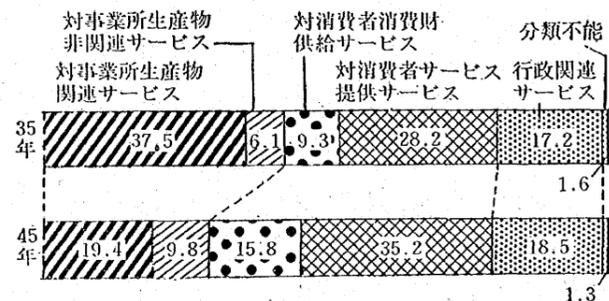
(注) 成長率21.3%以上の割合 準低成長業種 18.0~15.3%

準成長業種 21.2~18.1% 低成長業種 15.2%以下

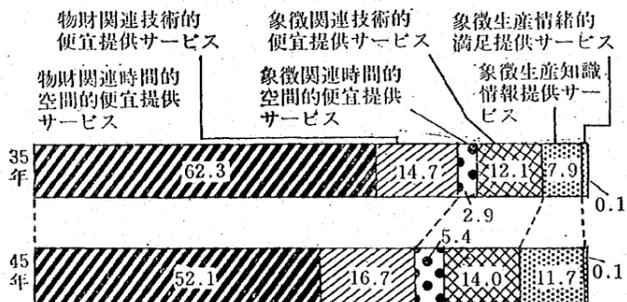
育は知識情報提供に属する)と、逆に情緒的満足の提供をあらわしている。昭和31年に1兆3525億円、41年に6兆4029億円であったサービス産業の規模が、45年には16兆2799億円と急速に拡大している。また、前回調査では対事業所サービスがウエイトを高め、行政関連サービスは低下していたのに、今回では対消費者サー

図3 サービス業分類別の付加価値構成比変化 (単位%)

(1) 需要先別分類での付加価値構成比の変化



(2) 生産要素別分類での付加価値構成比の変化



(出所) 筆者作成

ビスが著しく高まり、行政関連サービスも若干高まっている。この理由は前述したので再言しない。

生産要素別分類でみると、前回では物財関連サービスがウエイトを高め、象徴関連はもちあい、象徴生産は低下していたのに対して、逆に物財関連は低下し、象徴関連は上昇、象徴生産も上昇している。30年代は設備投資主導型の急速な経済成長期であり、第2次産業における生産増大を反映して、物財関連サービス(特に卸売・運輸)が中心となって比重を高めたものとみることができよう。これに対して40年代は民間設備投資の変化基調と、公共関連投資の増加・消費需要の一層の深化が、むしろ象徴関連や象徴生産サービスのウエイトを高める方向に作用したと思われる。両サービスは、公共的なものや消費者のレクリエーション・教育などに関するものが多いのである。また、企業活動の転型期での困難性が情報関連サービス(研究所・調査サービス・公認会計士等)の成長を促していると思われる。

今後、昭和50年代にかけては、公共投資と消費者の購買力及び余暇の増大の如何がサービス産業の成長の鍵を握るであろう。もし、これが順調に進めば、需要先別には対消費者サービスと行政関連サービスがウエ

イトを高めよう。また、生産要素別には、物財関連サービスの低下、象徴関連サービスと象徴生産サービスの上昇が進行しよう。いうならば、サービス産業は従来の対事業所・物財関連の体系から、対消費者(及び政府関連)の象徴に関連した体系へと変貌して行くものと考えられる。

2) サービス産業の立地変化

サービス産業は、一般的には消費者立地の性格をもっている。サービスは需要者側の要請が第一義であり、その生産と消費は同時に需要者の参加のもとに行なわれる。したがって、需要者がサービス購入に便利で、且つ、費用が最小となるような所に立地するサービス業者を選好する以上、サービス業は消費立地性をもつことになる。しかし、サービス産業の立地を具体的に分析していくとどうなるかは、まだ研究されていないといった方がよい。今回は特化係数という考え方で、サービス産業と都市との関係に焦点をあてて分析してみた。今、7大都市の全国他地域に対する

特化係数は

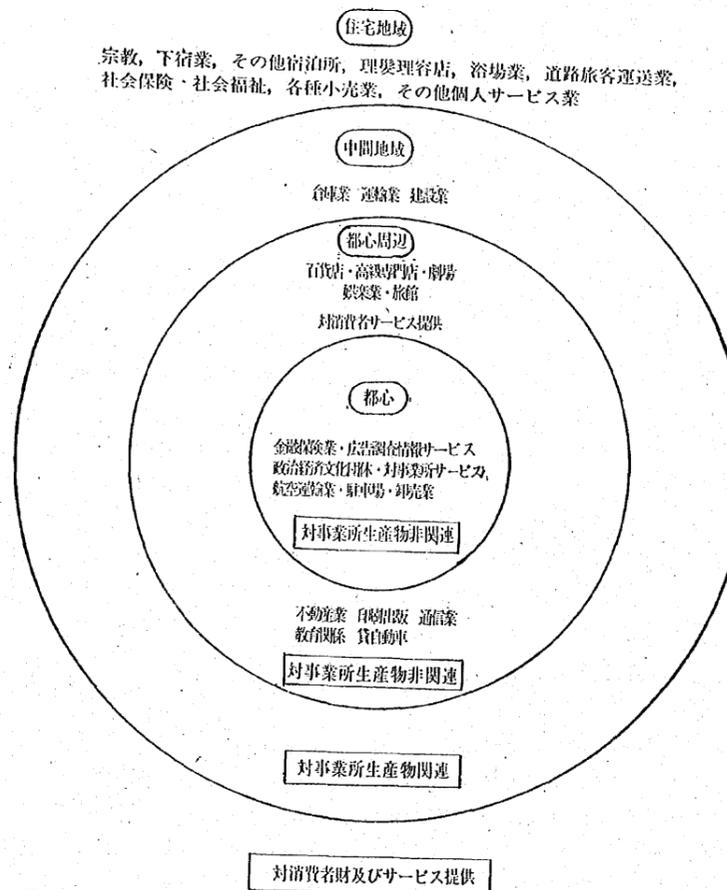
$$\text{特化係数} = \frac{7 \text{大都市 } i \text{ 業種 (事業所 or 従業員数)}}{7 \text{大都市 全業種合計}} \div \frac{\text{全国 } i \text{ 業種}}{\text{全国 全業種合計}}$$

となる。すなわち、1より大きければ全国におけるi業種の構成比率よりも7大都市におけるi業種の構成比率の方が高いケースになる。すなわち特化していることになる。1であれば平均的、1より小さければ平均より少ないことを意味する。

今、事業所統計を用いて従業者ベースでの特化係数を算出し、先程の分類と対応させてみると(紙面の都合で省略)全国大都市ベースでは、調査情報関連サービスが1番特化度合いが高く、次いで金融関連、都市型娯楽関連、政経文化団体関連、土木建築サービス関連、運輸卸売関連といったところが高い。逆に協同組合や福祉関連、行政関連、通信、対個人サービス、大衆娯楽関連、小売、飲食店等は低くなっている。すなわち、おおむね対事業所サービスは7大都市への特化度が高く、対消費者や行政関連サービスは低いということになる。また、どちらかという財に関連したサービスとしないサービスとでは、後の方がやや7大都市へ

日本のサービス産業

図4 都市型業種の立地



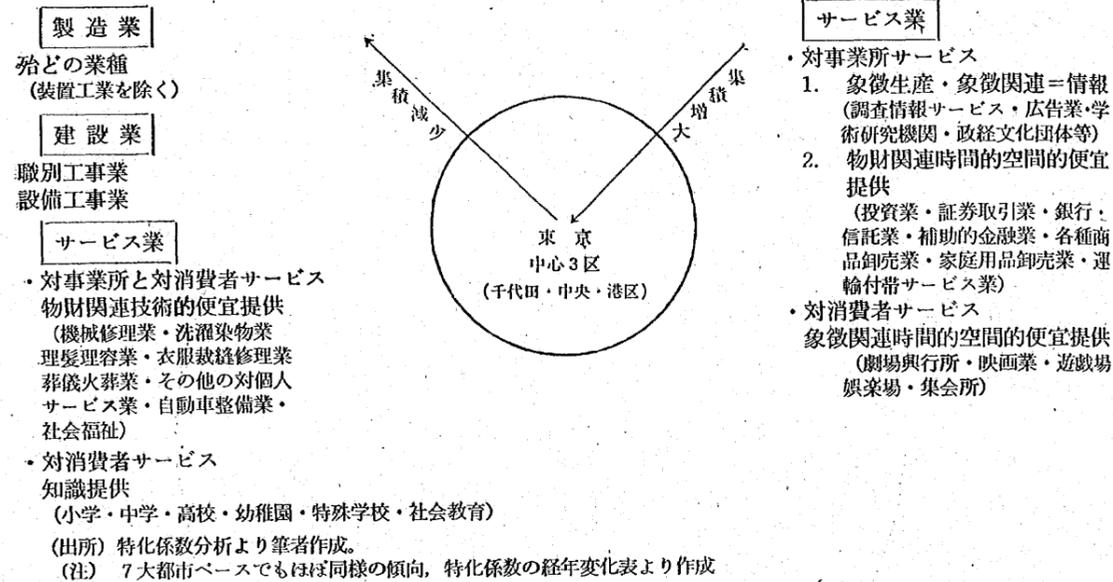
(出所) 特化係数分析より筆者作成

(注) □内は、事業の性格づけ——メインのもの。

の特化度が高目である。すなわち、事業所の集積はやはり都市部で顕著であり、ソフトなサービス=信用・金融や情報の流れに関連したサービスが多いわけである。東京中心3区ベースでは、やはり調査情報関連サービスが1番特化しており、次いで、政経文化団体、金融関連、運輸卸売関連、都市型娯楽関連、建築サービス関連、大衆娯楽関連、専門職能関連、対消費者サービスが続く。7大都市ベースに比べ、大衆娯楽関連が高い点、政経文化団体の順位が上位にある点で異なっている。また、象徴生産が異常に高い点は注意を要する。逆に低い方は、鉄道、通信、福祉、協同組合、対個人サービス、小売、飲食店、修理業等で、ほぼ7大都市ベースと等しい。これは、東京中心部が情報の生産や決定と、情緒的満足の提供に深くかかわっていることを如実に示していよう。

今、同様の分析に基づき都市型産業の分布を求めてみると、結果として図4の如くなる。都心部は事業所の集積が大きく、外部経済が最も働く地域で、人との接触や情報交換が最も重要である。ここには金融・情報・行政・対事業所サービス等が集中する。前述の分類では、対事業所の生産的非関連のサービスに該当する。都心周辺は、都心の中核管理機能を担うソフトな産業の関連補助産業が立地する。印刷出版・通信・教育関係・不動産等まで、対事業所の生産物非関連サービスに相当する。また、高級百貨店・専門店・劇場・娯楽業等、対消費者サービス提供も、この地域に立地しており、業務とレジャーが混合している。中間地域は、周辺と住宅地域の中間領域であり、倉庫業・運搬業等、対事業所の生産物関連サービスが多い。いわば物の動きに関連した地域である。住宅地域は、

図5 東京中心3区への各業種の集中・分散化傾向



日常生活に密着した財及びサービスを提供する業種が多い。

以上、クロスセクションで、サービス業の立地を分析してきたが、時系列ではどのように変化しているであろうか。これを特化係数の経年変化という形で分析してみよう(40-44年の分析)。

まず大分類業種でみると、7大都市ベースでも東京3区ベースでも、事業所特化係数と従業者特化係数でみて製造業と電気ガス水道業が特化係数を低め、サービスが高まっている点、共通している(建設業については7大都市ベースで従業者特化係数をとると高まり、東京では低下している)。特に、東京3区でのサービス業の上昇が顕著である。内訳を細かく見ていくと、東京3区ベースでは、広告・調査サービス・証券取引業・航空運輸業・劇場・事業所サービス等が特化係数を高めている反面、出版印刷・百貨店・飲食店・製造業関連等は低くなっていることがわかる。これを図示すると図-5の如くなる。サービス業のうち、情報・金融・卸売・レクリエーション関連のサービスは集積を高めている。すなわち、象徴生産や象徴関連の時間的・空間的便宜の提供サービスと、物財関連の時間的・空間的便宜の提供サービスが集中傾向にある。前者はサービス業の成長衰退分析では伸びた業種に属するが、後者は停滞業種である。逆に集積を低めているのは、製

造業と建設業、サービス業では修理業・対個人サービス・教育・福祉事業等である。すなわち、対事業所と対消費者の物財関連の技術的便宜の提供サービスと、対消費者の知識情報提供サービスが分散化傾向にある。前者は成長衰退分析ではやや停滞基調にあるが、後者は成長している。今後、50年代にかけてこのような傾向が顕著になるか否かについては、より詳細な分析を必要としよう。

3) サービス産業の就業構造とその変化

次に、サービス産業における就業形態を、規模との関係で分析してみよう。今、規模を1事業所当り平均従業員数でとって、前述の分類と対応させてみると(紙面の関係で省略)、概して、対事業所サービスの方が対消費者サービスより規模が大きく、行政関連サービスが最大であることがわかる。また、生産要素別分類では技術的便宜を図るサービスが小規模であることが推察される。この理由としては、需要単位の規模と公共性に規定されていると見てよいだろう。それでは、この規模と就業形態の関係はどうなっているであろうか。規模と従業上の地位別構成——雇用の割合をとったグラフを書いてみると、大規模になるに従い、雇用の割合が高くなっている。また、仕事の主従別で、仕事の従な者をとったグラフでは、ほぼ大規模になる

程、仕事に従な者の割合が減少する。これより、大規模になる程、雇業者と仕事が行なわれている者の割合が増すといいよう。また、業種をみると大規模サービスは情報・お金・人に関連したもの——象徴生産か時間的・空間的便宜の提供サービスが多い。逆に小規模なサービスは技術に関連したもの——技術的便宜の提供サービスが多くなる。また、領域でみると、大規模サービスは公共的なものがみられるようになり、小規模になる程、プライベートな需要にこたえるものが増すという傾向が見られる。さらに、この点をより細かくみてゆくと、対事業所サービスは雇用型で男が多く、対消費者サービスは自営・家族従業者、女性の割合が高い。行政サービスは、雇用型・男である。生産要素別分類では、象徴生産が雇用型で男が多い外は、混合型であるというべきであろう(職種上の活動領域はビジネス・公共・家庭という3つの空間に大別される。前2者は現行の体制の許では雇用型・男性の空間となる。また、生産要素分類は知識への関与の分類でもあるので、現行の教育システム下では象徴生産が男性型にソフトしよう)。

これをグラフ化すると、図-6のようになる。縦軸は雇用の割合、横軸は男性の割合を示しており、第I象限は雇用男性型、第II象限は雇用女性型、第III象限は自営家族・女性型、第IV象限は自営家族・男性型に該当する。雇用男性型は、情報・人・財の流れに関連したサービスが多く、いうならば「人-人間接媒介サービス」とでも名付けられる。雇用女性型は対人サービスが多く「人-人直接サービス」である。自営家族・女性型は、財の委託加工的サービスであり、自営家族・男性型も同様である。前述の分類との関係では、「人-人サービス」で情報・お金・人の流れに関連したサービスは成長し、「人-財サービス」は停滞乃至衰退傾向にあったといえよう。

次に、経年変化を昭和35年から44年ベースで分析すると、一口に言って、サービス業の規模はこの10年間に平均1.2倍となり、全体として雇業者・女性・仕事の従な者のウェイトが高まっている。サービス産業の米国における研究者であるフックスの指摘においても、

婦人労働の増大とパートタイマー化がサービス経済の労働市場における特性であるといわれる。わが国でも対人サービスの多様化・労働力不足の進展・主婦の家庭労働の軽減・核家族化等を契機に、今後この傾向は一層明瞭になるであろう。

第3章 サービス社会の諸側面
——昭和50年代を前にして

以上、昭和30-40年代のサービス産業の構造変化を分析してきたが、今後50年代にはその中でどのような問題が生じるのか——そしてどのような社会になって行くのかを覚書きではあるが纏めておきたい。

まず前者の問題点としては、次の4つが考えられよう。

- A. 労働力不足の深刻化
- B. 人件費の上昇とサービス価格上昇
- C. サービスの官民分担問題
- D. サービスの立地限界 (スペース不足)

Aの問題は、もはや古くて新しい問題に属するが、産業連関モデルも用いて就業構造予測を行なった結果、昭和60年には必要就業者数は6176.5万人と予測されるが、5628.6万人しか供給され得ず、548万人が不足すると考えられる。すなわち、全産業としては10%の不足率になり、産業別には1次産業は65%、3次産業は9%の不足率であるが、2次産業は1.4%の剰余を示す。これから食糧問題が重要な潜在的可能性がうかがわれる。3次産業を細かくみると、電気・ガス・水道業と商業は16-18%の剰余になるが、サービス業は37%、金融保険業は22%の不足を呈する。すなわち、後の2業種では一層の労働生産性の向上が望まれるが、前2者は相対的に剰余労働力がたぶつくということになる。

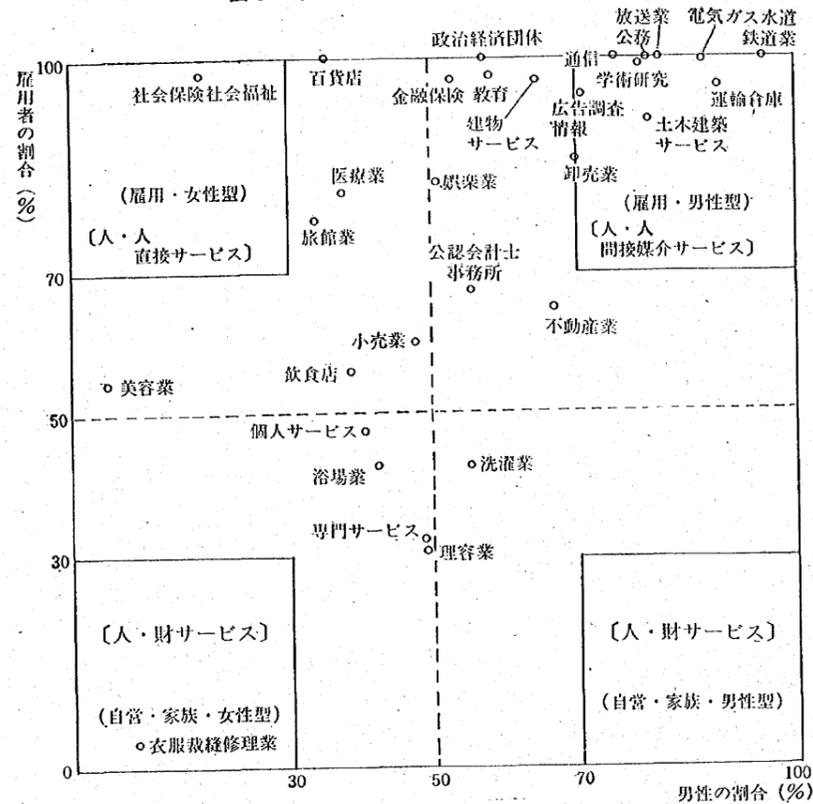
Bの問題は、すでに消費者物価を上廻るサービス料金の上昇がみられている事実(最近、前者は異常に上昇しているが)に注意したい。住宅関連料金とレジャー関連料金に留まらず、かなり安定傾向にあった医療費も

注(7) 62業種について分析している。35年はサービス産業の平均従業者数13.5人、44年は14.3人である。土木・建築、サービス業などは2.6倍の規模拡大を示している。

(8) V.R. Fuchs, The Growing Importance of the Service Industries, National Bureau of Economic Research, Occasional Paper No. 96, 1965.

(9) この点の本格的展開は今後を期したい。価値観の研究は特に重要であろう。(野村総合研究所自主研究レポート昭和45年「消費生活の価値観に関する調査」鈴木正隆・横山徹)

図6 サービス業の雇用タイプ



(出所) 45年「国勢調査報告」より筆者作成。

急速に上昇基調にある。これらは相対的に労働集約的な業種であり、生産性の向上が困難な領域である。一般にサービス産業は生産性上昇率が低いので、サービス料金の上昇問題は今後一層激化が予想される。また、前述した労働力不足は人件費の高騰を招き、経営の不安定性を増す方向に作用しよう。

Cの問題は、以前、医療サービスを研究して痛感したところである⁽¹⁰⁾。医療の場合、公共セクター優先の体制では(イギリスの National Health Service のように)、医療費上昇のチェック・医療機関毎の分業化・国民の平等な医療給付がもたらされる反面、医療サービスの配給制度化・医師のインセンティブ欠如がデメリットとなる。逆に民間型の体制(アメリカのような)では、患者にとって医療機関の一応の選択性、病院など医療

施設の効率化が図られ、医師のインセンティブも高まるが、医療が無計画になり、医療機関の断片的なあり方、医療の特殊階層への奉仕化がもたらされる。他のレクリエーションサービス・コミュニティデベロップメントという領域でも、同様な関連が見られるのである。したがって現実的には、公共部門と民間部門が如何に分業化しあうかが極めて重要になる。特に今後は、従来は私的な領域であった産業が次第に国民的な要請を帯びることから(例えばレクリエーション産業)、この境界線をいかに引くかがポイントになるであろう。

Dはスペースの問題がサービスの領域で最も強くなるということを意識している。工業は都市中心部からは抜け出しても、日本全体からいえばそれは太平洋ベルト地帯という大都市周辺部への外延的な拡大である。

注(10) 昭和48年に各国の医療・福祉制度とその問題点(米・英・西独・スウェーデン)を出張調査する機会を与えられたが、わが国での出版物や報告等は、やや理想化されているものが多いのではないと思われる。例えば、アメリカの老人コミュニティの素晴らしい青空と施設のもとでの、老人達の表情の暗さ・ヨーロッパの老人の自殺率の高さ、若者や中年に激増する欧米諸国の精神病患者・麻薬中毒等は決して体制の問題ではない。

また、産業のサービス化は就業者を一般的には、都市に集積させる傾向がある。この結果、住宅のスペースや環境問題は一層厳しくなる。そして大都市2時間圏内では緑は昭和60年には消滅するかもしれない。また、その時点での国民の余暇行動を受け入れる為には、ゴルフ場では全国宅地面積の40%にあたる面積増分が必要になり、ヨット・ハーバーでは現在の全港湾の1.5倍規模のバース延長が必要である。このように需要サイドではレジャー熱は加速化するが、供給が追いつかないという現象が顕著になる。それは、サービス産業の存立をスペースの面からもゆるがすことになる。

最後にサービス社会のもつ諸側面を、今迄の分析とあわせて纏めてみよう。サービス社会は、工業社会と対比してみると基本的には次のような性格付けができる。

(工業社会)	(サービス社会)
物財志向社会	象徴志向社会
「人・財」社会	「人・人」社会
効率社会	効用社会

工業社会においては、物財生産が中心であり、人と財との関与する社会である。したがって生産に際しては、自立的な工場生産体系の効率が重要である。これに対しサービス社会においては、シンボルや情報が志向され、人と人との関係が前面に出てくる。したがってサービスの生産に関しては、効率よりも消費者の効用=満足基準が重要となる。

この3点を一言にしていえば、供給側の要素から需要側の要素へのウェイト転換である。しかし、これがそのまま「消費者主権」を意味するであろうか? サービス社会の3つの側面もそれぞれが、相反する傾向をもっているのではないと思われる。

まず第1の「象徴志向社会」であるが、一面では物ごとの意味や生きがい、情報といったものが志向されて行く反面、選択の増大によるアイデンティティの喪失や、情報過多による最も必要な情報獲得の不可能化

がもたらされ易い。また、実態そのものよりもシンボルに振りまわされる社会であり、操作性が増大する。この結果、人々は直接的接触によって確認されずに、情報テクノロジーによる「抽象化された現実」によって「確認」することとなる。そこでは外的世界が抽象化されると同時に、人々自身もその一環・一要因として扱われることになる。私自身ではなく、抽象世界にはめこまれた「抽象的私」が問題とされる。ここに自己認識の懐疑という問題が頭をもたげてくると考えられる。

第2の「人・人社会」も、一面では人と人との協調が重要になるが、他面では極めて強い葛藤関係が生じてくる社会である。ポーズや仮想された人間関係が社会の各局面を覆う。社会は色々な価値観をもつ多くのサブグループに分かれ、それぞれの間の相互調整もなく抗争が常に起っている。そのグループ内ですら個人間の対立がグループを取捨できなくする。人々は社会的不安に脅かされ、しかもそれを解決する術をもたずに、絶えず欲求不満におちいることになる。そこでは協調でなく分裂が、開放でなく擬装が支配することになりはしまいか。

第3の「効用社会」においても、一面では消費者の欲望充足が追求されるが、反面ではインフレーションの進展や新しい格差の拡大を通じて、消費者問題が複雑化するおそれがある。平均所得は上昇するが、個人間の格差は増大し、心理的貧困感の問題が深刻化する。特にサービスの享受面と財や富のストック面でそれぞれ、一層大きな格差が拡大して行き、「持つ者」と「持たざる者」が明瞭なコントラストを形成して行くと考えられる。生活は益々便利になるが、最も大切なエネルギー・食料・水・空気等が次第に失われて行く社会でもある。

このようにサービス社会は順性発展の社会ではなく、極めてパラドキシカルな社会である。消費者=サービスの受け手は、確かに大切にされるが、その大切にされ方が問題なのである。上記3つの側面を通じて共通して言えることは、人間の心理的不安感の増大である。レクリエーション・教育・医療・福祉・パーソナルケア等、人間の心理的充足にかかわる領域が産業化する

注(11) Donald Michael "Individual: Enriched or Impoverished? Master or Servant?" "The Unprepared Society" (1968)

彼は ISR (Institute for Social Research) のプログラムディレクターで社会心理学者であるが、来るべき未来社会について極めて鋭い分析を行なっている。彼も又、自己認識の稀薄化が最大の問題となると述べている。

付表・サービス業の統合分類

	便 宜 の 提 供				象 徴 生 産	
	物 財 関 連		象 徴 関 連		知識情報提供	情緒的満足提供
	時間的空間的便宜	技術的便宜	時間的空間的便宜	技術的便宜		
対 産 物 関 連	農機器具卸売 鉱物金属材料卸売 化学製品卸売 道路貨物運送業 衣服身用品卸売 運輸業 家具建具什器卸売 医薬品化粧品卸売 繊維品卸売 建築材料卸売 その他の卸売 食料飲料卸売 貨物運送取扱業 冷蔵倉庫業 普通倉庫業 通運業 海運業 農畜産物水産物卸売 再生資源卸売 沿海運輸業 内港水運業 船舶賃貸業 水面木材倉庫業 運送代理店 運輸あっせん業 包装業 運輸施設提供業 その他運輸附帯サービス業 代理業 仲立業	機械修理業 その他の修理業 かつ 畜産	農林水産業等 協同組合 事業協同組合			
生 産 物 非 関 連	私営職業紹介所 損害保険業 証券業 商品取引業 銀行 中小企業 庶民住宅等特定目的金融業 銀行信託業 各種農林水産金融業 補助的金融業 附帯業 保険媒介代理業 保険サービス	建物サービス業 土木建築サービス業 運記簿耕復写業	経済団体 労働団体 政治団体	興信所 公認会計士事務所 会計監査特配業	広告業 会社 研究所 研究機関 大学 研究所 学術文化団体	
対 消 費 者	家庭用機械器具小売 食肉小売 その他飲食料品小売 燃料小売 家具 建具小売 各種食料品小売 百貨店 米穀類小売 金物産物小売 医薬品化粧品小売 菓子パン小売 野菜果実小売 自転車小売 書籍文房具小売 呉服服地寝具小売 その他に分類されない小売 酒調味料小売 鮮魚小売 その他織物衣服身用品小売 靴履物小売 陶器磁器小売 その他各種商品小売 洋服小売 婦人子供服小売 干物小売 各種飲食店 荷車等小売 その他什器小売 農耕用品小売 中古品小売 共済事業					
サ ー ビ ス の みの 提 供	駐車場 その他宿泊所 不動産業 下宿業 生命保険業 旅館 公衆浴場業 航空運輸業 物品預り貸貸業 私鉄 道路旅客運送業	表具業 自転車整備業 写真業 理容業 特殊学校 洗濯業 葬儀 一般診療所 その他の個人サービス業 歯科診療 衣服裁縫修理履物修理靴みがき 洗濯染物業 映画製作配給業 家具修理業 (廣術業 清掃業)	競輪競馬等競争場 運動場 競輪競馬等競技団 劇場興行所 映画館 集会所	弁護士弁理士事務所 公証人 教場司法書士事務所	幼稚園 出版印刷関連業 大学 高校 中学 小学 各派宗教各種学校	公共放送 民間放送 その他の娯楽業 興行団 映画サービス業
行 政 サ ー ビ ス	政府管掌保険	身体障害施設 児童福祉施設 保護施設 検疫所 保健所		地方公務員 国家公務員		
分 類 不 能			電信電話業 通信業 郵便業			

(出所) 筆者作成。

中で、まさに人間の心理的不安が昂まって行く傾向ころうか。そ、サービス社会の持つ象徴的な特徴とは言えないだ

(野村総合研究所)