

サービス産業の輝く未来に向けて

平成 1 5 年 4 月 2 2 日

サービス産業フォーラム

目次

はじめに	3
第一章 サービス経済化の現状	5
第一節 サービス経済化の進展	5
(1) サービス産業比率の増大	5
(2) 製造業の「サービス産業化」	5
第二節 サービス経済化の要因	5
(1) 基礎的ニーズの充足と新たなサービスニーズの高まり	5
(2) 国際分業の進展	6
(3) IT活用によるサービス産業の高度化	7
第二章 サービス経済化の中での経済発展の在り方	7
第一節 新しい経済発展パターンの構築の必要性	7
(1) 輸出主導での高度経済成長	7
(2) 内需主導型経済への転換に向けた取り組み	7
(3) 新たな経済発展パターンの構築の必要性	8
第二節 サービス経済化の中での経済発展	8
(1) サービス経済化は経済成長を低下させるという誤解	8
(2) 産業空洞化より深刻な知識、情報の空洞化	9
(3) サービス産業の成長の可能性	9
第三節 サービス産業の発展に向けての意識改革	10
(1) サービス産業の特徴	10
(2) サービス産業の発展に向けての意識改革	10
第三章 新たな社会経済システムの構築に向けた提言	11
提言1：競争の促進と規制改革	11
提言2：IT、サービステクノロジーの開発、活用	12
提言3：サービス産業の起業に適した制度の整備	13
提言4：柔軟な雇用、人材育成システムの整備	14
提言5：国際化の促進	15
第四章 経済再生に向けた重点サービス四分野	16

第一節	事業支援分野	16
第二節	人材育成分野	17
第三節	健康福祉分野	17
第四節	コンテンツ・レジャー分野	18
おわりに		20
図表集		21
委員名簿		37

はじめに

「ベルリンの壁の崩壊」によって、世界のパラダイムは大きく変化した。

世界の大半の国において、資本の論理、市場原理、利潤が、経済活動の動機付けとなった。冷戦の時代には、西側諸国においてすら、政治的な対ソ、対中封じ込めが市場経済のルールを超えることがあった。米、欧、日本を含む東南アジアに加えて、旧ソ連、東欧諸国と中国などが市場原理の国に加わった。さらにインターネットなどITの進展が一層世界市場の統合を促し、スピードを早める。

具体的な影響として二つのことを指摘することができる。第一には、世界のマネーはリスクという概念を伴いながら、「水が高いところから低きに流れる」ように、1ペーシスでも高い所に移動するようになった。ROE経営に代表されるものである。間接金融に依存し、長期的な安定性と発展を指向してきた我が国企業に、極めて大きな影響を与えた。収益を上げることができない企業には、世界のマネーは回ってこない。そのため、格付、株価等のみならず、雇用形態や賃金体系、さらには企業年金など、我が国の企業文化そのものが変革を迫られている。

第二には、中国、東欧などの労働力の参入である。これらの多くの国は、ある程度工業の基礎があり、かつ労働力が安い。製造業においては、これら諸国の企業が、単独であるか合併であるかは別として、軽工業、そして素材産業の一部、さらには加工組立産業の一部に現実参入し、成長している。第一の要因と併せ考えるならば、一本道ではないにせよ、その勢いは基本的には止まるまい。

このような認識の下で、我々は如何なるビジョンを持つべきか。そして、人、モノ、金という資源を、如何なる分野に投入すべきか。日本経済の発展の源をどう考えるべきか。我が国産業の付加価値をいづこに求めるべきか。そして、それに応じた社会経済システムは如何にあるべきか。このような問題意識がこのフォーラムの原点である。

脱工業化、サービス経済化という言葉が語られて30年以上が経過し、WTOでもサービス協定が成立した。産業の実態を直視すると、「製造業」と認識されている企業の中にも、卸機能や情報などサービスのウェイトが過半を超えているものも見受けられるし、サービス産業そのもののプレゼンスも数字の上では、着実に高まって来ている。これらの変化を背景にすれば、競争力を有し、付加価値を取れる製造業と雇用・生産などの面で約三分の二を占めるサービス産業が、バランスを保ちながら、車の両輪となって日本経済の牽引役となってゆくのが常識的であろう。しかし、それにしても、いまだに雇用、教育など全ての面で「製造業中心」過ぎないかという点が、我々の共通の思いである。従って、この報告書が世に訴えたいことは、

第1．サービス産業を我が国経済を担う重要な産業と位置づけるための意識改革

第2．規制改革とサービスの担い手としての人材の育成

が主要なポイントである。詰め切れなかった主な事項として、サービス産業の経営が典型的な製造業とどのような差異があるかという経営論、あるいはプロセスマネジメント論などがあるが、今後の課題としたい。国際競争力という視点で我が国のサービス産業を見ると、極めて重要な要素であろう。

この報告書は出発点である。時間的な制約もあり、積み残しの議論も多くあるこ

とは承知しているが、今回、このフォーラムに集った人々は、自らの経営の問題として、また、日本経済のために、サービス産業の健全な発展に貢献する強い意思を持っている。引き続きこのフォーラムを核として大きな問題提起を行っていきたい。

代表 飯田 亮

第一章 サービス経済化の現状

第一節 サービス経済化の進展

(1) サービス産業比率の増大

先進諸国の産業構造では、付加価値、雇用のいずれにおいても、製造業の比率が低下し、サービス産業の比率が上昇する、いわゆる「サービス経済化」が進展している。(図1-1、図1-2) 我が国もサービス経済化の例外ではない。

「サービス産業」は、第一次産業と第二次産業以外の「広義のサービス業」として第三次産業全体を指す場合と、第三次産業のうち小売業等に属さず「サービス業」として分類される医療や専門サービス業等の「狭義のサービス業」を指す場合がある。我が国においては、第三次産業(「広義のサービス業」)比率も「狭義のサービス業」比率も増加しており、2000年において、第三次産業比率は国内総生産構成比で64.3%、就業者構成比で64.7%、「狭義のサービス業」比率は国内総生産構成比で16.4%、就業者構成比で28.8%となっている。狭義のサービス業の就業者構成比は既に製造業の18.7%を上回っている。(図1-3) 90年代に特に生産額、就業者数、事業所数が増加したのは、保健衛生、医療、社会保険・社会福祉等の分野である。(図1-4)

しかしながら、我が国のサービス産業比率は欧米先進諸国と比較すると、まだ低い。(図1-5) 特に米国においては、1990年代に広義のサービス産業の雇用が約1,500万人増加したのに対し、我が国においては、その約4分の1の約410万人増加したに止まっている。(図1-6)

(2) 製造業の「サービス産業化」

先進国のサービス経済化は、経済全体の中でのサービス産業比率の上昇のみならず、伝統的に製造業に分類されている企業の付加価値の源泉の変化ももたらしめている。例えば、パソコン業界では、組立・加工より試作開発、販売、アフターサービスといった部門の方が高い収益が得られる「スマイル・カーブ」と呼ばれる現象が生じている。(図1-7) こうした中、統計上では製造業に分類される企業も経営資源の重点を開発、販売、ソリューション事業等に移しつつあり、いわば製造業の「サービス産業化」とも言える製造業におけるサービス部門の拡大が起きていると考えられる。中には国内にまったく組立・加工部門を持たないファブレス企業も増加している。(図1-8) また、製造業の購入財に占めるサービスの割合も増加している。(図1-9)

第二節 サービス経済化の要因

(1) 基礎的ニーズの充足と新たなサービスニーズの高まり

先進諸国において、サービス経済化が進展するもっとも基本的な理由は、所得水

準の上昇に伴う消費需要の質の変化である。

先進国では既に生活必需品のみならず家電製品、パソコン、自動車など基礎的な工業製品は一通り普及し、社会資本整備も相当進んでいる。これにより、物質的な欲求は一応充足され、より個別、多様なニーズを満たすためのサービスへの欲求が高まっている。(図1-10)

また、消費において、価格以外の要因を重視する消費者が増加しており、「多少値段が高くてもアフターサービスが充実している方がよい」と考える消費者が増えている。(図1-11)

さらに、我が国は、高齢化の進展など人口構成の変化、女性の労働力率の向上など、大きな社会変化に直面しており、医療、健康、育児、家事などの新たなニーズが創出されつつある。(図1-12) 加えて、自由時間の充実や治安・犯罪、環境に対する不安の解消などのニーズが拡大している。

この結果、所得弾力性を見ても、製品消費よりもサービス消費の弾力性の方が大きく、所得が増加すれば、スポーツ関連、教育関連、旅行関連などのサービス消費の比率が上昇する関係が観測される。(図1-13)

(2) 国際分業の進展

IT、輸送技術の飛躍的な進歩、貿易投資の自由化の進展による経済のグローバル化により、情報、資金、物、人、技術は、従来とは比較にならない速度で世界を移動するようになり、企業や工場は世界中の中で最適な地点に立地するようになった。

さらに冷戦終結後、従来の NIES に加え、中国をはじめとする社会主義経済体制を採用していた国が本格的に世界市場に参入し、工業力をつけてきたため、単純労働力に依存する製造業の生産ラインの海外移転が進展している。新たな工業製品も安価な輸入品の増加等により、常にコモディティ化(均一化)し、付加価値は急速に低下する傾向がある。この傾向は、今後も長期的に続いていくものと考えられる。

生産プロセスによって、付加価値を生み出すことが困難になる中で、先進国は容易に模倣することができない知識、情報によって差別化を図ることが不可欠になっている。

特に、消費者との接点においては、サービスをカスタマイズ(個別化)することで常に新たな付加価値を生み出すことが可能であり、今や消費の段階で新しい価値が創造される時代になっている。そこで、洗練された消費者情報を迅速に入手できる大消費地である先進国においてサービス産業が成長していくという国際分業が進んでおり、消費者ニーズに直接対応するサービスは付加価値を生み出す最大の源泉となっている。

そのため、製造業の中でも、企画、設計、デザイン、ロジスティック、マーケティング、金融、リスク管理などのサービス部門が重要性を増しており、製造業のこれらの機能を支援する質の高いサービス産業へのニーズも高まっている。

(3) I T活用によるサービス産業の高度化

サービスは主として人を介して提供されるということから、人が物理的に対応することができる範囲内では行えなかった。しかし、I Tを活用することにより物理的な距離を克服することが可能となり、膨大な人数を対象としたサービスの提供、事業の効率化、新たなビジネスモデルの創造が可能となるなど飛躍的に発展をしてきている。例えば、警備業では、I Tを活用することにより、警備員を効果的に配置するビジネスが生まれた。また、教育では、遠隔教育が受けられるようになってきた。

以上の環境変化により、かつてのように「安くて良い物を作れば売れる」時代ではなくなり、安価・良質な製品であっても消費者のニーズに適応しなければ商品として売れない時代になってきている。このため、多様化する消費者ニーズへの対応を進める消費者向けサービス業や製造業の中のサービス部門、事業支援サービス業の比率が高まるのは必然である。

第二章 サービス経済化の中での経済発展の在り方

第一節 新しい経済発展パターンの構築の必要性

(1) 輸出主導での高度経済成長

我が国の経済は、戦後の焼け野原から、短期間で効率的に経済成長を成し遂げた。

労働集約的な軽工業を輸出産業として外貨を獲得し、資本蓄積を進め、経済が成長するに依り、産業構造の中心を資本集約的な重化学工業、加工組立工業に変化させてきた。こうして我が国の製造業は比較的早くから国際競争にさらされ、優れた人材を吸収し、生産性を高め、競争力を獲得するに至った。

工場設備の固定費用が大きい装置産業では、規模が大きくなるほど単位当たりのコストが小さくなるので、輸出産業が規模を拡大し、国際競争力を獲得しやすいように金融、教育、公共投資、雇用等、多くの社会経済システムが規格大量生産に適したものとして確立された。二度のオイルショックを克服し、1989～1993年には我が国経済はIMDの国際競争力総合評価で一位となり、最高の競争力を持つに至った。「ジャパン・アズ・ナンバーワン」が注目されるなど、「日本型経営システム」に代表される我が国の社会経済システムは賞賛、憧憬の対象となった。

(2) 内需主導型経済への転換に向けた取り組み

輸出主導の経済成長が実現した裏で、巨額の貿易黒字を背景に先進各国との貿易摩擦が生じたことから、我が国は、「生活大国」をめざし、内需主導型の経済に転換を図ったが、従来の規格大量生産型の社会経済システムが抜本的に変革されることはなく、1990年代には、バブルが崩壊し、経済は長期停滞に入った。

政府も、景気の底割れを防ぐために、景気対策として公共事業を行い、需要不足を補い、社会的インフラの整備を進めたが、それだけでは持続的な成長への道筋を十分につけることはできなかった。今や我が国の公債発行残高はGDP比で約140%の規模にまで膨れ上がり、公共事業による需要追加も難しくなりつつある。

(3) 新たな経済発展パターンの構築の必要性

21世紀に入り、今やバブル崩壊から10年以上経ているが、今だに新たな成長に向けた展望が十分に開かれたとは言い難い。現在、デフレの克服が喫緊の課題となっており、マクロ経済安定のための取り組みが進められている。しかし、世界的に工業製品の設備過剰感、供給過剰感が高まる中で、途上国と同じような低付加価値品の大量生産を続けてもデフレ経済から脱却することは困難である。

新たな展望を切り開くためには、製造業のみを中心に経済発展を進めていけばよい時代は終焉し、サービス産業分野に新しい需要が創り出される可能性が大きい時代になったという情勢の変化を認識し、創意工夫や知恵が価値を生み出すサービス経済化の中での新たな経済発展のパターンを作り上げることが不可欠になっている。

第二節 サービス経済化の中での経済発展

(1) サービス経済化は経済成長を低下させるという誤解

サービス産業はローテクで労働集約的であるという印象が強いため、サービス経済化が進展すると、経済成長が低下するとの議論がある。また、サービス経済化は製造業が海外に移転する結果、低付加価値のサービス分野が拡大する「懸念すべき産業空洞化」だという議論もある。

しかし、製造業が「サービス産業化」する一方で、サービス産業においてもIT、サービステクノロジー、設備の果たす役割が大きくなり、従来のサービス産業のイメージでは捉えきれなくなってきた。今日においては、従来の枠組みにおけるサービス産業と製造業の固有の特性に基づく二元的な区分を維持する理由は乏しく、サービス産業だからローテクで労働集約的とは言えなくなっている。

また、「産業空洞化」の議論は我が国に限らず、サービス経済化が進展する先進国においては共通して生じてきた議論である。米国においても、「産業空洞化」の議論は早くも1960年代に生じ、1980年代前半に貿易赤字が急拡大したのを受けて、多くの通商摩擦につながった。しかしながら、1980年代後半頃から議論の中心は「産業空洞化論」から「国内経済システムの変革」に変化し、企業の柔軟な組織再編を後押ししたり、イノベーションを促進するための制度改革が重視されるようになった。

結果として、米国においては90年代を通じ、サービス経済化が進展する一方で、経済は好調を維持し、「産業空洞化」の議論を克服していった。

イギリスやドイツでも同様に「産業空洞化」に対し、「知識主導型経済」を実現するためのイノベーションの推進や労働市場改革の取り組みによって、経済成長を可能としてきた。

以上のように、経済成長を低下させずにサービス経済化を進めることは可能である。

さらに、付加価値の源泉が物から知識、情報に移るに従い、製造業の競争力の要素として、産業を支援するサービスの質とコストの重要性が高まっており、製造業が高コストで低付加価値のサービスを購入せざるを得なければ、不利な条件で競争しなければならない。サービス産業の成長は製造業の競争力を維持する上でも不可欠なのである。

(2) 産業空洞化より深刻な知識、情報の空洞化

付加価値の源泉が物から知識、情報に移るに伴い、各国の競争の対象も従来の通商（物の輸出）から情報に変化している。物を安く生産し、輸出する能力ではなく、人材、資本、技術を惹きつけ、情報を発信する能力が国の経済力を決定する時代になってきている。

有為な人材は能力を最大限発揮し、高く報いられるところに集まる。資本も技術も高い成長が見込まれ、高い金利、配当、報酬、ロイヤリティが受けられるところに集まる。

グローバル化の中で、空洞化を恐れるべき対象は工場設備、生産ラインよりもむしろ人材、資本、技術である。低付加価値分野を保護することにより、経済活力が停滞し、人材、資本、技術などが我が国に集まらず、流出することでもたらされる損失の方が単純労働の生産ラインが海外移転することによる損失よりも遙かに深刻である。

(3) サービス産業の成長の可能性

国際競争にさらされてきた製造業に比較して、サービス産業には政府の規制や民間における慣行によって実質的に競争が乏しかったため、まだまだ生産性が低く、成長の余地の大きい業種が多い。これは拡大するニーズに対応して、サービス産業がIT、サービステクノロジー、設備の活用を進めることで、ソフト、ハード両面におけるイノベーションを進めれば、産業として市場を拡大するフロンティアが大きいことを意味している。

国際的に見ても、他の先進諸国のサービス産業比率と比較すると、我が国経済に占めるサービス産業の比率は依然として小さく、さらに拡大する余地は大きい。

必然的なサービス経済化の流れに不安をもつのではなく、製造業、サービス産業を問わず、人材、資本を低付加価値分野から高付加価値分野に振り向けることで経済成長を実現していくべきである。

第三節 サービス産業の発展に向けての意識改革

(1) サービス産業の特徴

サービス産業には、共通して無形性（目に見えない）、生産即消費（貯蔵がきかない）という基本的特徴がある。また、我が国には伝統的にサービスは物を売る際に附属するものという感覚があり、市場で経済取引を行うことの難しさがあった。「福祉」、「文化」などと考えられ、営利を目的とする産業として捉えるべきではないと考えられてきた分野や、単なる「娯楽」として軽視されてきたものもあり、「産業としてのサービス業」に関心が向けられることが乏しかった。また、サービス産業は人材に依存する部分が大きいが、これまで、サービス産業はものづくり重視の風潮の中で、理工科系学生には縁遠い分野であるとも考えられてきた。

(2) サービス産業の発展に向けての意識改革

近年に至り、サービス経済化の進展に伴って、サービス産業に対する関心と評価が高まってきているが、サービス産業の経済に占める割合と今後の成長の可能性の大きさに比べると、関心と評価はいまだ低いと言わざるを得ない。我が国経済社会システムも主として製造業を念頭に置いて整備されてきている。産業が発展していくためには、その産業に従事する人、これに取り組もうとする人が自信と誇りを持つことが重要である。この観点から重要なことは、まず、サービス産業を我が国の経済発展を担う重要な産業と位置づける意識改革を行うことである。そのため、サービス産業と製造業とが車の両輪となって我が国経済を牽引していくという国民的コンセンサスを定着させ、それを踏まえ、社会経済システムを構築していくことが必要不可欠である。

これまで、産業界におけるサービス産業の発言は、製造業と比較すると小さく、また、多種多様な縦割りの個別産業毎に対応してきたことから、サービス産業全体として公共的な存在感が小さい。

今後はサービス産業界が政策的な課題を検討し、積極的に政策的提言を行っていくことが望まれる。同時にサービス産業界としても我が国経済社会の発展にとって必要不可欠な存在になるべく強い自覚を持って自己研鑽に努めるべきである。

第三章 新たな社会経済システムの構築に向けた提言

サービス産業が健全に発展するためには、前述の意識改革の上に立って、特に以下の提言に従って、新たな社会経済システムを構築していくことが必要である。

提言 1：競争の促進と規制改革

市場における競争を通じて、民間事業者の創意工夫によるイノベーションを促進させていくために、政府は、競争の促進を図るべきであり、そのための規制改革、競争政策を進めるべきである。

総合規制改革会議等で議論されてきているように、「官から民へ」の考え方を原則に、公的関与の強い事業分野「官製市場」の開放を進めるなど、以下の方針で民間が主体となって自由な競争の下で多様なサービスを提供していくべきである。

（事前規制から事後チェックへ）

目に見えないサービスを供給するサービス産業では、質を確保するために事前規制が行われることが多い。しかし、政府が事業者をあらかじめ選別するのではなく、情報を開示し、第三者が評価しつつ、事後チェックを行う方向に転換していくべきである。消費が多様化している今日においては、多様化したニーズに対応した多様なサービスが生み出されなければ、消費を拡大することはできない。市場で公正な競争が行われれば、消費者が自己責任で積極的に情報開示を行う事業者を選別することを通じて、淘汰が行われ、情報の非対称の問題は解消されていくのであり、事前規制によらなければ消費者保護が図られない分野は必ずしも広くない。消費者への情報提供手段である第三者評価については、例えば、医療機関の評価を行っている財団法人日本医療評価機構などによる取り組みが進められているが、業種に応じて情報公開を進め、適切な評価手法が確立されていくことに加え、民間で既に進められている第三者評価への取り組みがさらに広がっていくことが期待される。

（官民の競争条件格差の是正）

官製市場を中心に、運営主体の違いによって、保険、補助金、料金、許認可等の取扱の格差が存在する場合があるが、公的法人と民間企業間の競争条件がイコールフットイングとなるようにして、公平な競争を促すべきである。例えば、介護サービスについて公的法人が行う場合には補助を行っているが、株式会社が実施する場合と同様に補助を行うべきではない。

（株式会社参入、異業種兼業の容認）

個別業法により、事業ごとに規制が行われ、事業主体の制限もあることから、関連サービス業を兼業することが難しく、事業規模を拡大することも困難である場合が多い。株式会社参入の解禁や異業種との兼業の容認を積極的に進め、規模や範囲を拡大することによる多様なサービスの提供の可能性を広げるべきである。例えば、

保育園と幼稚園の一体的運営や教育分野における株式会社等の参入を一般的に認めることが必要である。

規制改革を進める手段としては、構造改革特区制度を活用し、特定地域において一つでも具体的実例を実現していくことも有効である。

さらに、政府規制以外でも、市場における優越的地位の濫用など、民間ベースで競争の競争阻害要因に対しては、独占禁止法の適用や下請取引の適正化を徹底すべきである。

他方で、企業経営者は、既成のビジネス、慣習にとらわれることなく、リスクをとって新たなビジネスに乗り出す勇気を持つことが何よりも重要である。経営者が新しい分野で成功実績を示すことを通じて市場全体のイノベーションを図ることができるのである。

提言 2：IT、サービステクノロジーの開発、活用

（ITの活用）

サービス産業がITを活用することで多くの者がサービス提供者として参入することが可能となり、また、新しいニーズに応えることが可能となった。医療分野等、これまでITがあまり活用されていなかった様々な分野においてITを活用できる領域はまだまだ広いと考えられる。今後、ますます多様化、複雑化する消費者ニーズ等に適応して、ITをうまく活用することにより新しいサービス産業が創造されていくことが期待される。

サービスの最大の価値は個別対応にあるので、サービスの個別性を害するような過度のIT化あるいはサービス内容のマニュアル化による標準化は適切ではない。しかしながら、IT化あるいはマニュアル化はサービスの質の向上につながる面があり、サービスの質を底上げすることで、個別対応をさらに充実させるという方向が重要と考える。

このようなIT活用は民間の創意工夫により進められていくことが基本であるが、既存の制度がIT化の障害になっていることが多く、政府は、規制等を迅速に見直していくべきである。

（サービステクノロジーの開発と活用）

IT以外にも、バイオ、ナノテク、環境等の技術の活用によるサービス産業発展の可能性は大きい。従来のようにサービス産業を固定的な労働集約産業と捉えるのではなく、今後は科学技術に加え、数学、統計等の手法を心理学、行動経済学、人間生活工学、マネジメントなどに活用したサービステクノロジーの研究と開発を深め、サービス産業を科学的に発展させていくための基盤を整備するべきである。

これまで、サービス関係の技術開発は、機器メーカーが主体となって実施してきた傾向があるが、今後は消費者との接点にあるサービス産業が消費者情報を機器メーカーにフィードバックするにとどまることなく、自ら技術開発を実施するという積極的姿勢に転換していくことが重要である。このため、今後はサービス産業に

においても技術革新の動向を意識し、ITや新技術の導入を進めていくとともに、サービス産業自らが積極的に技術開発に参画していくことが必要になっている。

ソフト面の独創性だけで斬新なサービスを生み出すのは容易ではないが、ハード面の技術開発だけでもニーズに応えた魅力的なサービスを生み出しにくい。ソフトとハードを融合させることにより、継続的にイノベーションを生み出すことが可能になるのである。

提言3：サービス産業の起業に適した制度の整備

（SOHO、フランチャイズ発展の基盤整備）

サービス産業は、多様なニーズに適応して生まれるので、従来の発想にない進取の気運に富んだベンチャー精神が最大限発揮される分野である。

IT活用によって、技術的にSOHO形態での起業が容易になっているが、マイクロビジネス協議会で行われているマッチング支援の強化、拡充などを通じ、その事業としての発展基盤を整備していくことが必要である。また、大きな市場を対象に均一高品質なサービスを提供していくためには、フランチャイズ・システムの活用は、比較的容易な起業手段であり、その健全な発展基盤の整備を進めていくことが必要である。別途行われているサービス・フランチャイズ研究会での検討が期待される。（図3-1、図3-2）

（コミュニティビジネスの促進）

新たな事業を興していくには、営利性が低くとも、生活者自らが主体的に関わることで個人の生き甲斐にもつながるNPO等によるコミュニティビジネスを振興していくことも重要である。コミュニティビジネスは、健康・医療・介護、子育て、環境保全・リサイクル、生涯学習、まちづくりなどサービス産業を中心として多岐にわたるが、いまだ胎動期にあるこうした取組を促進していくことが必要である。特にいわゆる団塊世代が退職時期を迎えつつある現在、この世代の経験や知識をコミュニティに生かすという発想が不可欠であり、例えば、モデル事業への支援を拡充していくことにより社会への参画を促進しなければならない。

（資金調達支援）

資金調達に関しては、サービス業は、土地や機械などの固定資産を有している場合が少ないため、土地などの担保を必要とする従来の間接金融だけでは対応が難しい面がある。特に、我が国の金融は担保主義で行われてきた歴史があるため、事業を評価する人材が不足しているとの指摘がある。

今後、新たなサービス産業の創出を促進していくためには、キャッシュフローなどに基づいた様々な資金調達の利用を促進していくとともに、サービス産業の事業評価を行う人材（目利き）の育成を進めていく必要がある。

提言 4：柔軟な雇用、人材育成システムの整備

（流動的で多様な雇用システムの構築）

従来から、サービス産業においては、パートタイム労働者、派遣労働者等の柔軟な雇用形態の活用が多いが、今日ではさらにITの活用により、SOHO、テレワーク等、職場の「場」を離れ、一層、専門性をもった「職」を中心にした勤務形態を採用する可能性が広がっている。（図3 - 3、図3 - 4）賃金は時間を拘束することへの対価ではなく、成果に対する対価であるという意識改革を進めていく必要がある。

また、少子高齢化の中で、従来のように新卒一括採用、年功序列、終身雇用の男性従業員を中心とした画一的な雇用システムでは、必要な人材を確保することは困難になっており、より人材の流動性を高めるシステムを採用していく必要がある。

さらに、サービス経済化の進展に伴い、知識や創造性の重要性が高まる中で、性別、年齢、障害の有無といった属性の持つ意義は薄れており、女性、高齢者、障害者が男性、若年、健常労働者より遙かに高い能力を有する場合も多い。IT、業務と能力をつなぐマッチング技術等を活用することや柔軟な雇用形態をとることで女性、高齢者、障害者等の能力を活用することは容易になってきている。

従来の固定的な雇用形態を前提にした発想から柔軟な雇用形態を前提にした発想に転換するとともに、性別、年齢、障害等の特定の属性だけを基準に一律に弱者と捉える発想も改め、ハンディキャップのある人材も「チャレンジド」と位置づけて社会的な自立を前提に対応していく必要がある。こうすることにより、より多くの人々の社会参画が可能となり、その力を経済社会が有効に活用することにより、経済社会の活性化が図られることになる。

このような柔軟な雇用形態を実現していくためには、労働関連規制が障害となっているケースもこれまではあったが、現在、裁量労働制の採用手続の緩和等を内容とする労働基準法、派遣期間の延長等を内容とする労働者派遣法の改正等の制度見直しが行われているところであり、改革の着実な実施が期待される。（図3 - 5）

労働関連法制以外に厚生年金制度、健康保険制度、障害者雇用制度等がいずれも正規雇用の勤務形態を前提とした制度となっているが、これらについても柔軟な雇用形態に合ったものに見直すことを検討すべきである。（図3 - 6、図3 - 7）

（サービス経済化に対応する人材育成）

サービス産業では、これまではそれぞれの専門分野の人材は体系的に育成されてきたが、マネジメント人材は体系的には育成されておらず、不足が指摘されている。また、従来、サービス産業は医療、福祉、文化、教育等の公益的側面が強調されてきたため、営利を罪悪視し、経営を無視して、芸術性、慈善性などに入り込む人材が多かった。いかに公益性を有する産業であっても、それが事業として成り立つためには、利益を上げ、外部から資金が入ってこなければならない。経営に携わる人物は特定分野の専門知識だけでなく、経営センスも備える必要がある。

例えば、技術成果を事業に結びつけるマネジメント人材については、既にいくつ

かの大学院でMOT (Management of Technology) コースを設け、育成の流れが作られつつあるが、サービスと関連の深い人文、芸術についても事業に結びつけられるマネジメント人材育成の流れを作ることが必要である。(図3-8)

創意工夫を生み出す教育に関しては、教育改革の中で様々な取り組みが見られるようにはなっている。しかし、サービス経済化の進展を踏まえて、十分に授業内容が見直されているとは言い難い。例えば、初等教育の現場では、いまだに農林水産業、工業を中心に我が国経済を記述し、サービス産業に対する認識と評価が低い例も見受けられる。(図3-9) サービス産業の中に様々な業種が存在し、それらの業種が社会の中で重要な役割を果たしていることを明確にする内容に改めていくことが必要である。サービス産業と製造業等が車の両輪となって発展することで初めて、我が国経済が全体として成長することが可能になるということを、子供たちが将来の進路として明確に意識できるようにすべきである。

また、高校レベルから、明確な問題意識をもった人材が、育成されるように、専門高等学校の充実、サービス産業の実態に即したコースの創設やカリキュラムの在り方を検討するべきである。

サービス産業においては、人材は価値を創造するビジネスクリエーターであり、「人材資産」として創造性ある人材を確保することは特に重要である。

提言5：国際化の促進

(国際展開の促進)

サービス産業の国際展開は、相手国との経済格差、言語、文化などの障壁があるため、製品の貿易のように単純には進まないが、グローバル化が進む中で我が国サービス産業もアジアを中心に国際展開をはじめている。我が国の厳しい消費者の要求により鍛えられたサービス産業は海外においても競争力を持ちうる。音楽、映画など文化との関わりが深いサービス産業は国際展開を進めることで各国との文化交流の進展、信頼関係の構築に貢献し、地域の安定と繁栄に寄与する側面がある。このような観点から、サービス産業が国内における発展と均衡する形でアジアをはじめ海外に展開していくことが望まれる。このため、例えば、海外の人材育成に対する支援策対象にサービス産業も広く取り入れることが必要である。また、進出先に過度の規制、知的財産侵害などの問題が存在する 경우가多く、WTO、EPAの交渉等を通じて、各国の制度整備に対する働きかけも行っていく必要がある。また、他の先進国の産業界等との連携も検討すべきである。

(対内直接投資の促進)

サービス産業の我が国への対内直接投資は増加しつつはあるものの、いまだ低水準であるため、我が国の投資先としての魅力を高めていくことが不可欠である。(図3-10) サービス産業の発展の上でも外資は、新たな経営資源の供給、競争の促進などの観点で役割は大きく、対日投資会議等の提言にあるように、政策的に対内直接投資を促進していく必要性がある。

また、規制によって、外国人の参入やサービス関連の海外製品の輸入が制限され

ているケースがあるが、サービス産業が長期的に発展していくためには、国際分業の利益を積極的に活用していくべきである。

第四章 経済再生に向けた重点サービス四分野

我が国経済が長期停滞する中で、需要、供給の両側面で新たな展望を切り開く道筋を創造する必要があるが、突破口となる産業を中心に経済全体に波及効果をもたらしていくことが強く期待されている。

サービス産業には多種多様な業種があるが、特に、経済の供給面の強化に資する事業支援、人材育成分野、経済の需要面を刺激する健康福祉、コンテンツ・レジャーの全四分野は経済、社会全体への波及効果が大きく、政策的対応の重点とすることが必要である。

第一節 事業支援分野

(IT、コンサルティング、人材派遣、セキュリティ、法務、財務、デザイン、広告、福利厚生、人事、給与代行等)

事業支援分野のサービスは、それ自体が産業として発展することが期待されるのみならず、委託する側の企業にとっても競争力の強化につながるという波及効果が期待される。

世界的に企業経営は、競争力を高めるためにROA(総資産利益率)を重視する方向に進んでおり、戦略的に外部資源を活用することによって資産を圧縮することで利益率を向上させるリストラクチャリングが経営手法として確立している。アウトソーシングの拡大もあって、米国における事業支援サービスの市場規模は92年からわずか7年間でほぼ倍増した。こうした動きが多くベンチャー企業を生み出す契機ともなった。(図4-1)

これに対して、我が国企業は、近年になって変化の兆しは見られるものの、依然として、間接部門のコストを企業内部に抱え込むのが一般的であり、アウトソーシング、コア業務への集中はいまだ十分に進んでいるとは言えない。(図4-2)

この結果、我が国では、法務、知的財産管理、金融技術等の専門分野の事業支援がいまだ産業として未成熟であると言える。

企業が内生していたノンコア事業をアウトソースすることで資本効率を高めるとともに、企業外部のサービスを戦略的に活用し、企業の弱みを補強し、強みを最大限発揮できる環境を創出していくことが必要である。

また、民間企業だけではなく、行政も財政支出を抑制しながら質の高いサービスの提供を実現するために、アウトソーシングを積極的に活用していく必要がある。(図4-3)このように官民が自らの事業の効率化のためにアウトソースを進めることにより、事業支援分野のサービス業も発展をし、両方相俟って経済活性化につながっていくと考えられる。

現在、企業等が外部委託を進める際には、まだまだ我が国特有の雇用慣行、商慣行やアウトソースの受け皿企業の経営規模等の問題が存在する。

そこで、政府としては、以下の政策をはじめ、幅広い政策を検討すべきである。

- ・アウトソースすべき業務内容や職能の明確化
- ・評価手法の確立
- ・成功事例の啓蒙普及
- ・行政事務のアウトソーシングについての計画的推進
- ・行政事務のアウトソーシングについての民間企業とのマッチング

第二節 人材育成分野

(専門大学院、資格専門学校、通信教育、保育等)

企業の競争力を強化する上では、事業支援産業の強化、組織面の強化以上に人間力の強化が不可欠である。(図4-4)

雇用の流動化の進展、企業の収益の悪化から、企業内研修費も削減されており、社会人の専門教育の重要性が高まっている。労働力の産業間の移動を円滑化させるためにも適切な職業訓練が不可欠である。(図4-5)

語学、IT、経理等の専門分野の知識習得に関するサービスニーズは拡大傾向にあり、加えてITを活用することにより教育サービスの飛躍的な発展が期待されている。

このため、公的教育に加えて、民間の人材育成産業が発展するために、産業のニーズに応じた適切なサービスが提供されるような環境を整備していくことが必要である。

そこで、政府としては、以下の政策をはじめ、幅広い政策を検討すべきである。

- ・産業界の人材ニーズの明確化
- ・スキル標準の策定やそれに基づいた教育カリキュラム・教材等の開発
- ・教育訓練の有効性・透明性を高める観点から、第三者評価機関・方法等の環境を整備
- ・e-learningの推進

第三節 健康福祉分野

(医療、介護、スポーツ等)

我が国社会においては、少子化と高齢化が急速に進展している。こうした人口構成の変化は、医療、介護等の社会保障負担の急激な増大を招きかねない。このため医療、介護分野における競争を通じた効率化が不可欠になっている。

また、産業として見れば、高齢化は新たなビジネスチャンスでもあり、健康・医療・介護も含めた健康福祉分野には、我が国の内需を牽引しうる極めて大きな潜在市場が存在している。

健康福祉分野は、90年代の米国において約330万人の新たな就業者を生むなど、最大の雇用の受け皿として機能しており、我が国においても今後の高齢化の進展に応じて、経済成長・雇用拡大の観点から重要性は増していくものと考えられる。健康、医療、介護分野は人体、生命に関わるものであることから規制が必要である

ことは当然であるが、消費者のニーズ、産業としての発展の可能性などを踏まえて規制の在り方を見直すとともに新サービス創出のためのモデルケース支援や情報提供の推進などを図っていくことが必要である。別途行われている健康サービス産業創造研究会での検討が期待される。

そこで、政府としては、以下の政策をはじめ、幅広い政策を検討すべきである。

- ・健康・医療・介護の連携強化による治療、リハビリ、健康増進の一貫プログラムの提供支援
- ・観光資源等を活かした地域健康サービス産業創出の支援
- ・患者の選択を通じた競争を促進するための規制改革等（情報開示の徹底、広告規制の緩和、第三者機関による治験実績評価を含めた評価の促進、医療機関経営への株式会社参入の解禁等）
- ・保険外診療と保険診療との併用
- ・保健医療分野における認証基盤の構築、電子カルテ、健診情報等のネットワーク転送、外部保存の実現
- ・診療報酬のオンライン化等を通じた保険者機能の強化及び医療の効率化
- ・ITの活用による障害者等の社会進出・参加のための環境整備
- ・先端技術を活用した医療福祉機器の高度化による早期診断・治療の基盤整備

第四節 コンテンツ・レジャー分野

（映画、音楽、放送、出版、興行、生涯学習、ゲーム、観光、スポーツ、テーマパーク等）

コンテンツ・レジャー分野の産業はハード機器等他産業の消費への波及効果が非常に大きい。例えば、95年家庭用ゲームとして発売されたポケットモンスターは、その後アニメ、キャラクター商品などに拡大し、推定売上規模は2兆円にも上っている。（図4-6）また、映画「ラブレター」のアジアでの上映により、ロケ地の小樽では観光客が1年で300万人も急増するなどの外部効果も見られる。（図4-7）

加えて、海外における我が国文化に対する理解を増進し、いわゆる「ソフト・パワー」として、外交面においてもプラスの効果をもたらすなど、「日本ブランド」価値の向上に大きく貢献している。

映画「千と千尋の神隠し」が、昨年のベルリン国際映画祭最高賞受賞に引き続き、本年米国アカデミー賞長編アニメ部門賞を受賞するなど、我が国のマンガ、アニメ、ゲームなどのポップカルチャーは、国際的に展開する産業として大きく発展する潜在性がある。

このようにコンテンツ産業は消費等への波及効果が大きく、潜在性があるにも関わらず、有為なクリエイターの海外逃避、プロデューサーの不足、アジアを中心とした知的所有権侵害問題、インターネットにおける不正コピー問題などに加えて、製作事業者の流通事業者への依存などの問題により、潜在性が発揮されていない。こうした観点から、我が国コンテンツ産業が積極的に海外に展開するための支援策について検討することを目的としたコンテンツ産業国際戦略研究会の役割が期待さ

れる。また、各種レジャーは消費全体への波及も大きく、観光立国を進める上でも地域においてスポーツ、映画、音楽、イベント、テーマパークなどと地場産業、地域住民とが有機的に連携して魅力ある街作りを進めていくことが必要である。

そこで、政府としては以下の政策をはじめ、幅広い政策を検討すべきである。

(コンテンツ流通ルートの多様化)

- ・ 海賊版対策の強化、東京国際映画祭等のイベント・見本市やジェトロの機能強化をはじめとしたコンテンツ産業の国際展開支援による海外市場の確立
- ・ 不正コピー対策等の技術的課題の克服やネット上でのコンテンツの二次利用に関する契約ルール及び公共セクター所有のコンテンツ利用ルールの確立などによるブロードバンド市場の立ち上げ
- ・ デジタルプロジェクターを活用し、映像上映ニーズのある者をマッチングさせることによる新しい地域映像上映ルートの整備

(コンテンツ制作機能の強化)

- ・ コンテンツの戦略的活用を実現するプロデューサー機能についてのコアプログラムの策定、クリエイターの技能に関するスキルスタンダードの設定など総合的な人材育成
- ・ 制作事業者と流通事業者の間の公正な競争環境確保を目指した積極的な競争政策の活用
- ・ コンテンツ制作事業者が自らリスクを取ってビジネスをすることを可能とするため、信託機能の活用など多様な資金調達手法の確立

(観光振興)

- ・ 観光地を題材としたコンテンツ制作支援によるコンテンツと観光との有機的連携による相乗効果の促進
- ・ 観光地作り、観光商品作りが促進される環境を確立するための規制制度・民間慣行の見直し

おわりに

サービスの主体は人である。サービス産業は、製造業と比べて人と人の接点が多いことから、その競争力は、価格と同程度の割合で、否、むしろ価格以上に人と人との信頼関係によって決まる。すなわち、サービスの提供において、料金以上の満足感を与え、消費者から信頼感を得て、二度三度と繰り返し利用してもらうことが企業としての発展につながる。信頼ほど築き上げるのが難しく、崩れやすいものもない。堅い信頼で結ばれた関係には、なにものにも代え難い強さがある。サービス産業の輝ける未来は信頼関係の構築に懸かっていることを強調しておきたい。

今回のフォーラムで最も印象的であったことは、これまではそれぞれ異なる業種の人であると認識していた関係者が、サービス産業の輝ける未来に向けてという大きな目的の下に一同に会し、サービス産業こそ重要だという意識改革の必要性、信頼関係の重要性、そしてサービス産業に携わることに自信と誇りを持つことについての共通認識が醸成されたことである。

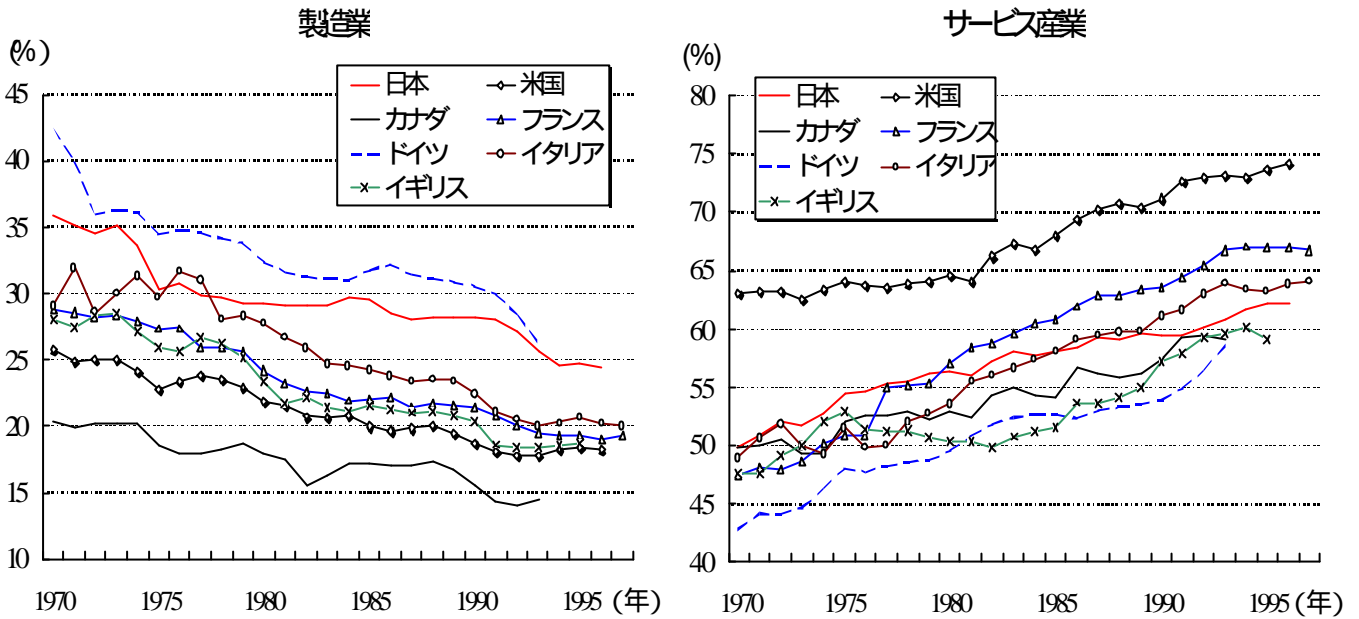
政府は勿論のこと、委員各位もそれぞれの分野においてこの提言の実現に努めることを期待する。

本フォーラムは、将来大きく飛躍するであろうサービス産業を支える関係者の集いとして節目節目に、必要な提言、助言を行っていくこととしたい。

図表集

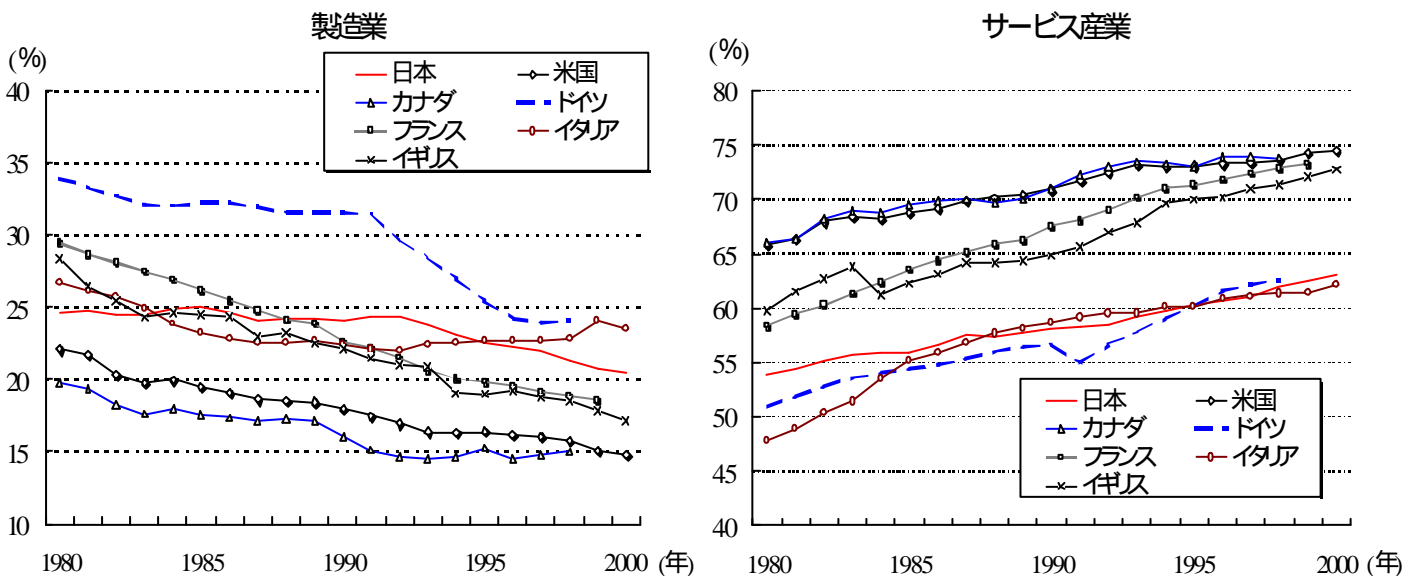
(サービス産業フォーラム報告書)

(図 1 - 1) 先進諸国の名目 GDP に占める製造業及びサービス産業の割合の推移



(出所) 通商白書 2002
 (備考) ドイツは、旧西ドイツのデータ
 (原資料) 国際連合「National Account Statistics」から作成。

(図 1 - 2) 先進諸国の雇用における製造業及びサービス産業の割合の推移



(出所) 通商白書 2002
 (備考) 1. ドイツは、1990年までは旧西ドイツ、1991年以降はドイツのデータ。
 2. フランスについては、被雇用者 (employee) のデータを使用。
 3. サービス産業は、「卸・小売 (レストラン、ホテルを含む)」、「運輸・通信」、「金融・保険・不動産」、「地域・社会・個人サービス」の合計。
 (原資料) 国際連合「National Account Statistics」から作成。

図 1 - 3)国内総生産、就業構成比較

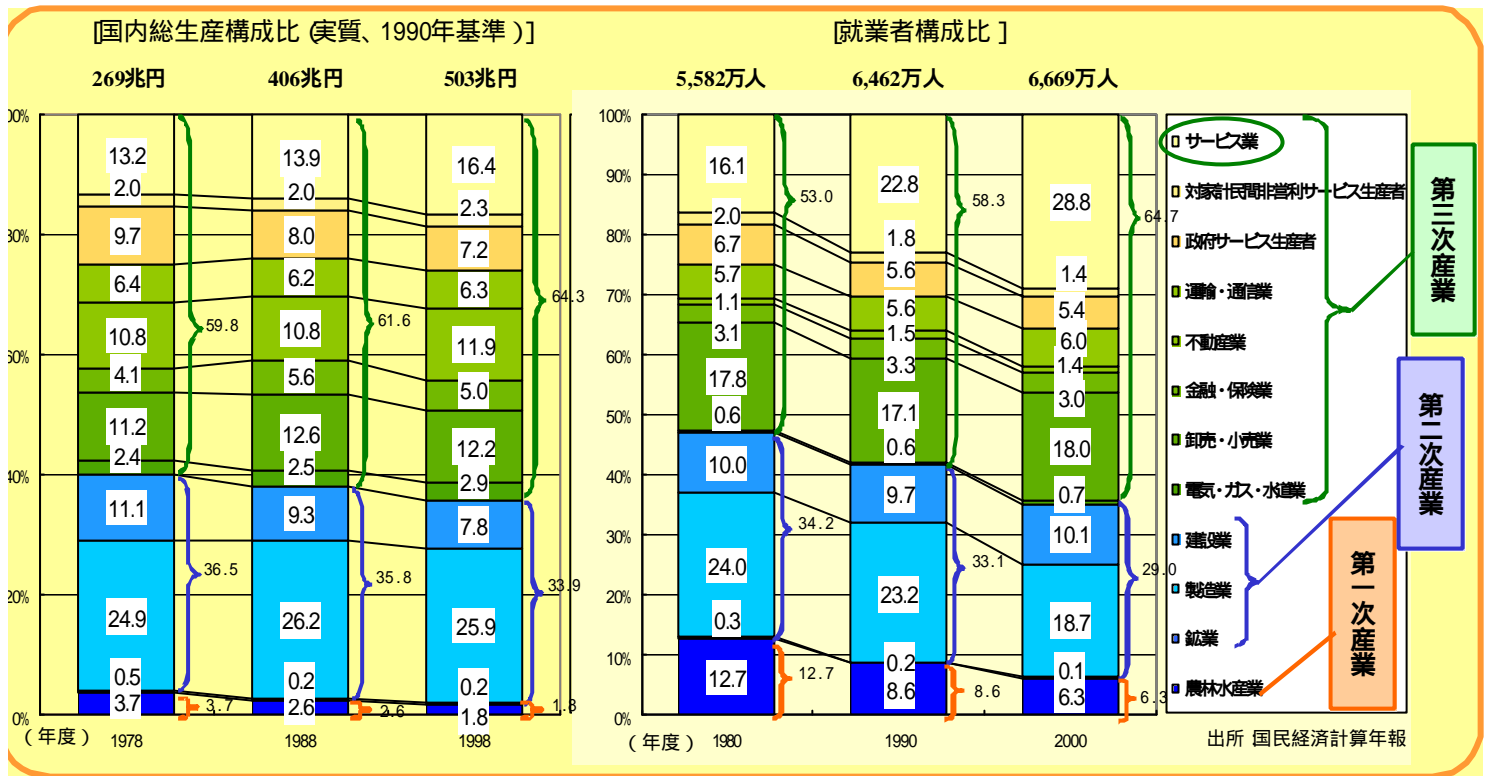
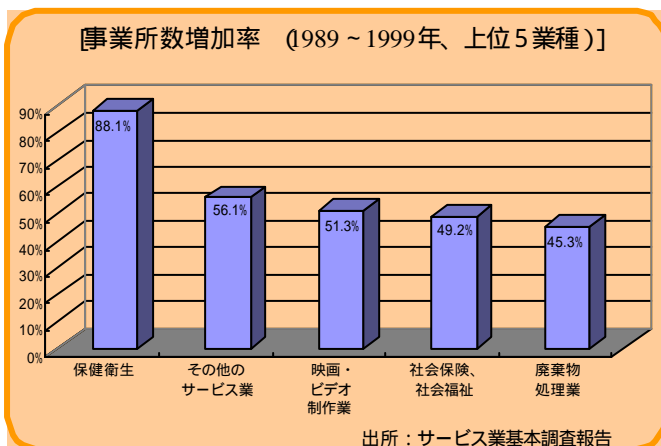
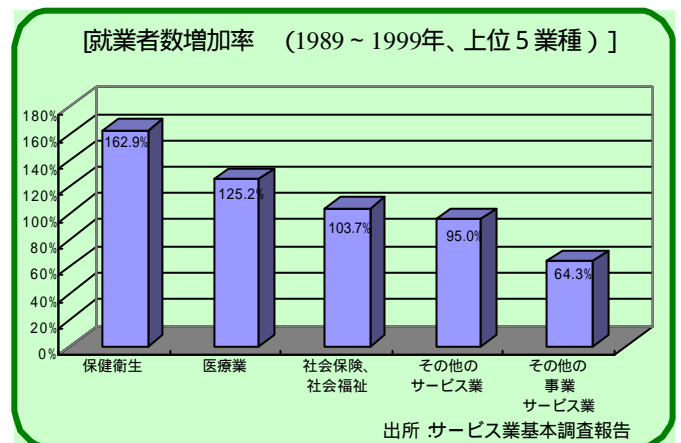
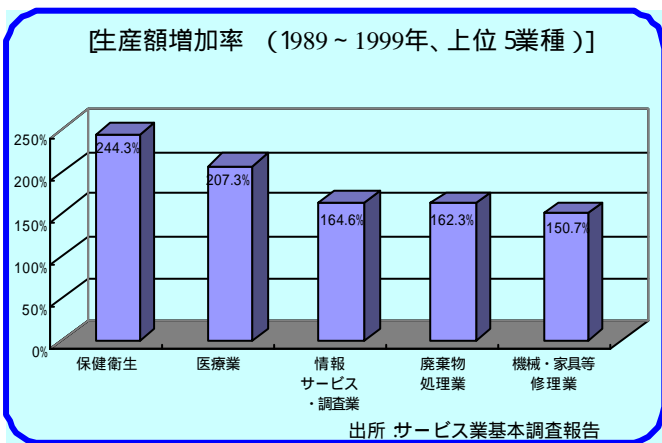


図 1 - 4) サービス業の中では、特に保健衛生、医療業、社会保険・社会福祉における成長が目立つ。



「各種指標増加率 (1989~1999年)」

事業名	生産額	就業者数	事業所数
洗濯・理容・浴場業	82.5%	18.7%	2.8%
駐車場業	96.0%	26.3%	3.1%
その他の生活関連サービス業(注1)	62.9%	35.5%	19.1%
旅館、その他の宿泊所	56.5%	18.2%	-13.6%
娯楽業(映画・ビデオ・制作業を除く)	80.6%	49.4%	17.3%
自動車整備業	45.5%	21.2%	11.3%
機械・家具等修理業	150.7%	52.6%	11.9%
物品賃貸業	81.6%	33.6%	12.6%
映画・ビデオ制作業	81.2%	44.0%	51.3%
放送業	63.6%	19.6%	0.7%
情報サービス・調査業	164.6%	42.3%	44.6%
広告業	42.0%	7.2%	-3.5%
専門サービス業	121.1%	44.3%	23.9%
その他の事業サービス業(注2)	133.2%	64.3%	42.2%
廃棄物処理業	162.3%	60.7%	45.3%
医療業	207.3%	125.2%	29.1%
保健衛生	244.3%	162.9%	88.1%
社会保険・社会福祉	135.8%	103.7%	49.2%
教育	44.1%	24.9%	36.6%
学術研究機関	-5.6%	33.3%	45.0%
宗教	66.0%	8.7%	2.3%
政治・経済・文化団体	57.0%	21.7%	11.6%
その他のサービス業(注3)	138.1%	95.0%	56.1%

注1: 写真業、物品預り業、冠婚葬祭業等
 注2: ビルメンテナンス、警備、人材派遣業等
 注3: 集会所、中央卸売市場等

出所 サービス業基本調査報告

対象: 日本標準産業分類のL分類中の中分類全てに該当する、従業員規模30人以上の事業所

図 1 - 5)日本の国内総生産に占める第三次産業比率と、全就業者に占める第三次産業比率は、欧米各国と比較すると、ともに比較的低い水準である。

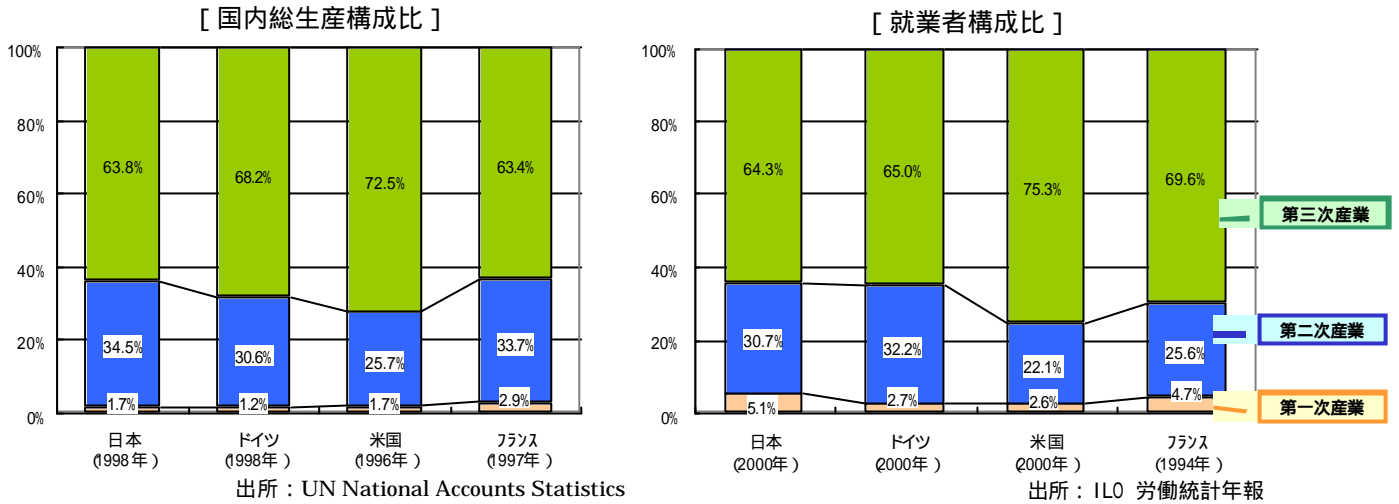
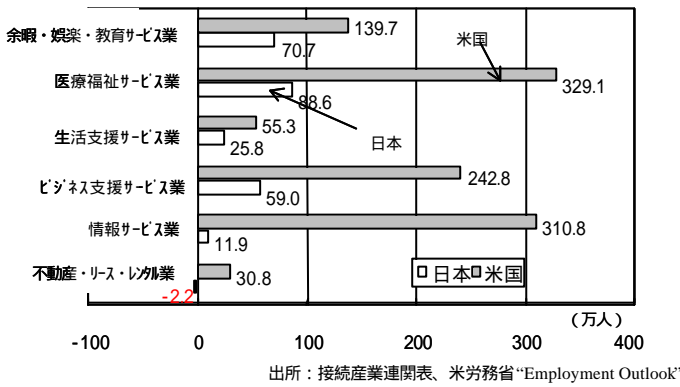


図 9 0年代におけるサービス産業内の就業人口変化の日米比較 (日本 :1990-2000, 米国 :1988-1998)



[各資料における産業分類の定義]

	National Accounts Statistics	労働統計年報
第一次産業	農林水産業	農林水産業、狩猟
第二次産業	鉱業 製造業 電気、ガス、水道業 建設業	鉱業、採石業 製造業 建設業
第三次産業	卸売、小売 運輸、通信 金融、保険、不動産 公務 サービス業 その他	電気、ガス、水道業 商業 運輸、倉庫、通信業 金融、保険、不動産 公務、サービス業 分類不能

図 1 - 6) 90年代に拡大した日米の就業構造格差

米国では、90年代にサービス分野で約1,485万人の雇用を生み出したが、我が国は約410万人止まり。

この日米間の格差は、医療福祉サービス業、情報関連サービス業、ビジネス支援サービス業における雇用の伸びの違いから発生。

[90年代における産業別就業人口変化の日米比較]

90年代の日本は、第1次・2次産業で約200万人の雇用減。サービスの伸びが力不足。

[9 0年代におけるサービス産業内の就業人口変化の日米比較]

日本でも医療福祉サービスが伸びているが、それでも米国の1/4以下。

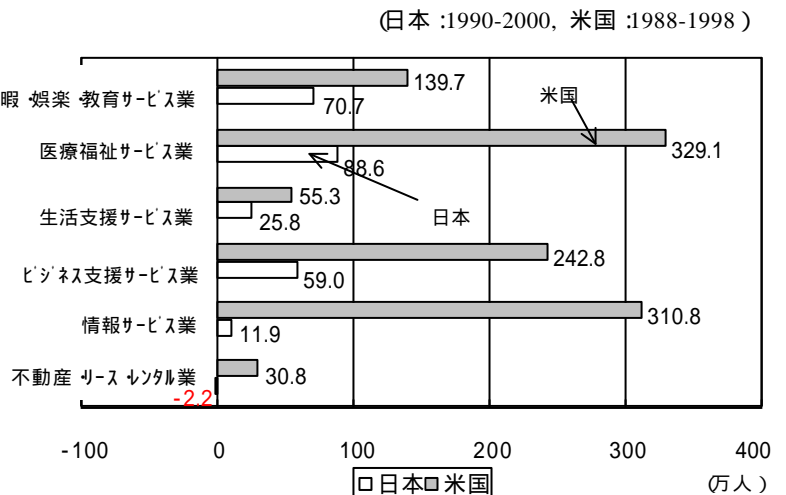
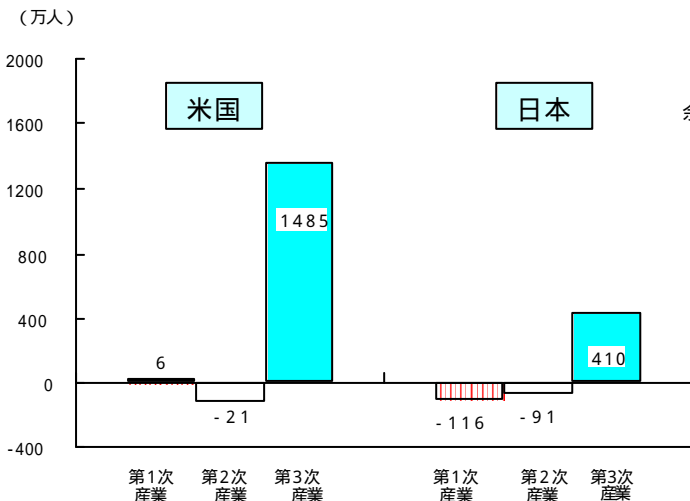
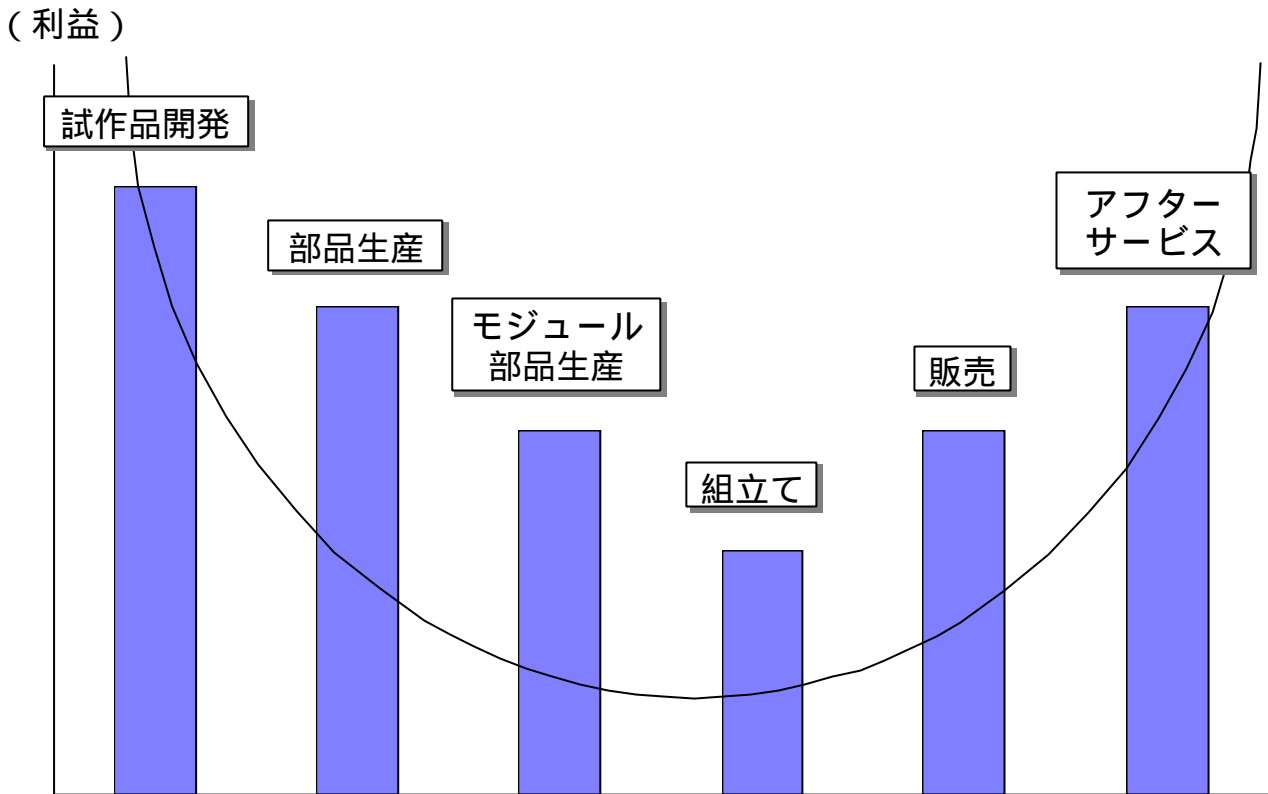


図 1 - 7)スマイル・カーブのイメージ (パソコン業界)



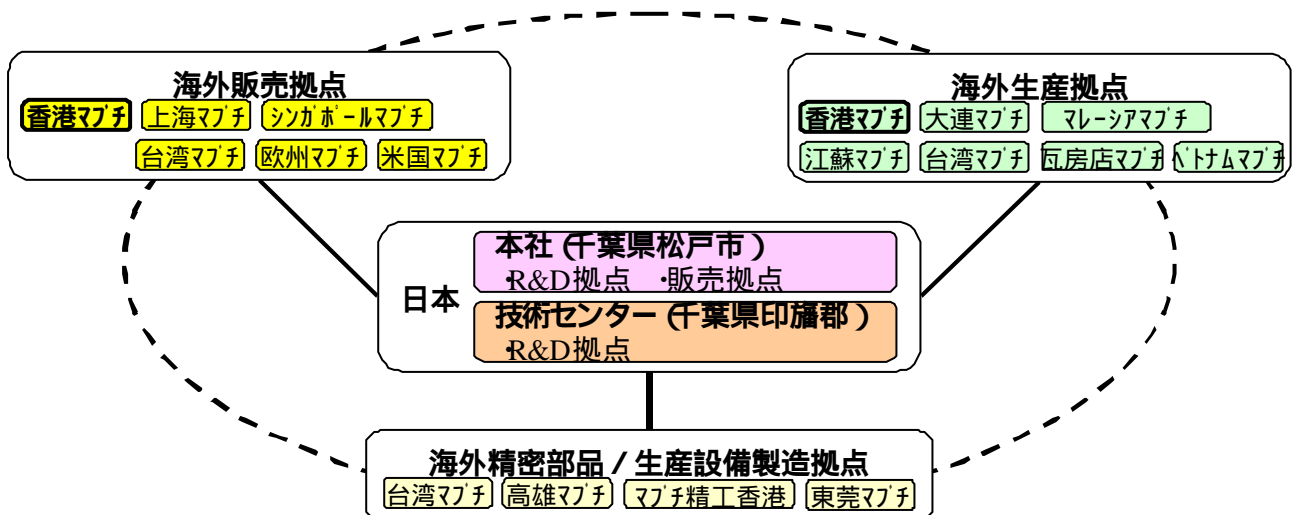
(出所) 通商白書 2002

(原資料) 経済産業研究所作成

図 1 - 8)国内に組立・加工部門を持たないファブレス企業の例

ファブレス化した大手小型モーターメーカーの例

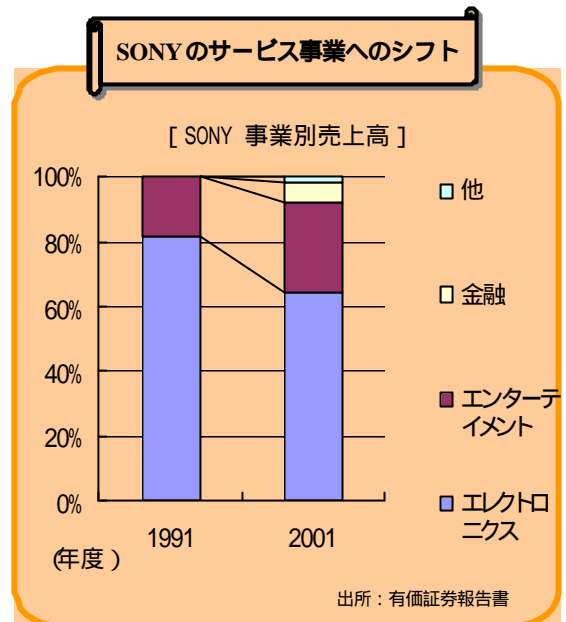
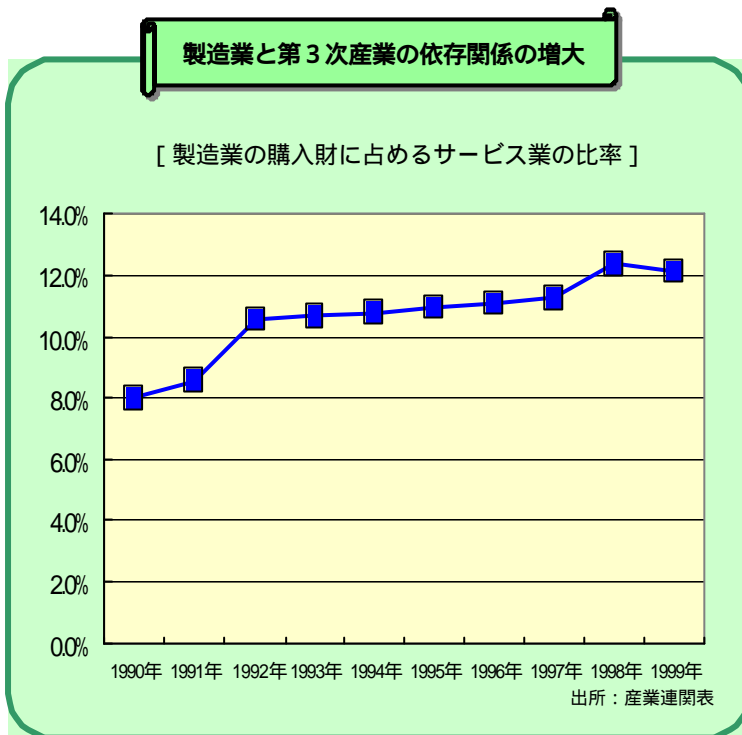
- 小形モーターで世界シェア 5割以上
- 国内に製造拠点なし。本社機能は、研究開発と販売のみ
- 中国を中心に、アジア10地域の生産拠点で全量生産
(香港(2)、台湾、大連、マレーシア、江蘇、瓦房店、ベトナム、東莞、高雄に拠点所有)
- 香港工場が海外拠点の中心



(図 1 - 9)

製造業の購入財に占めるサービス業の割合は増大してきており、製造業はサービス業への依存度を高めている。

事業多角化の中で、サービス事業へのシフトを行う製造業もみられる。



(図 1 - 10)家計の消費支出に占める割合

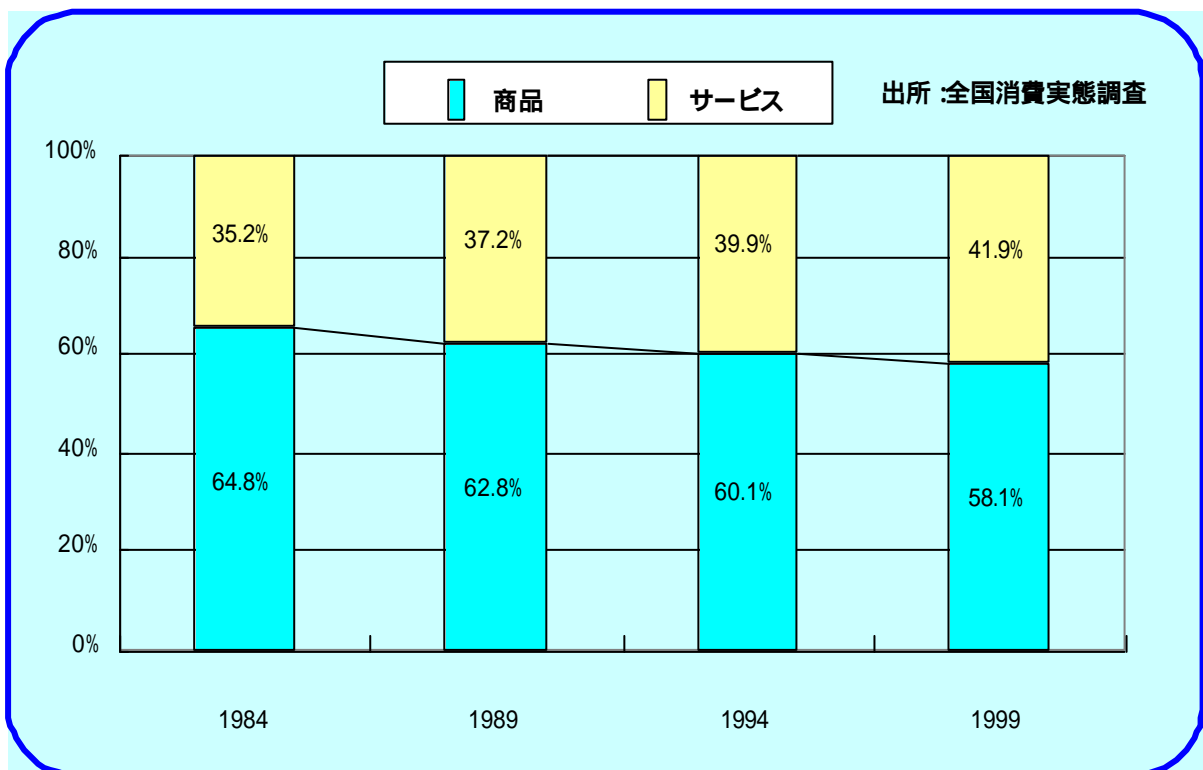
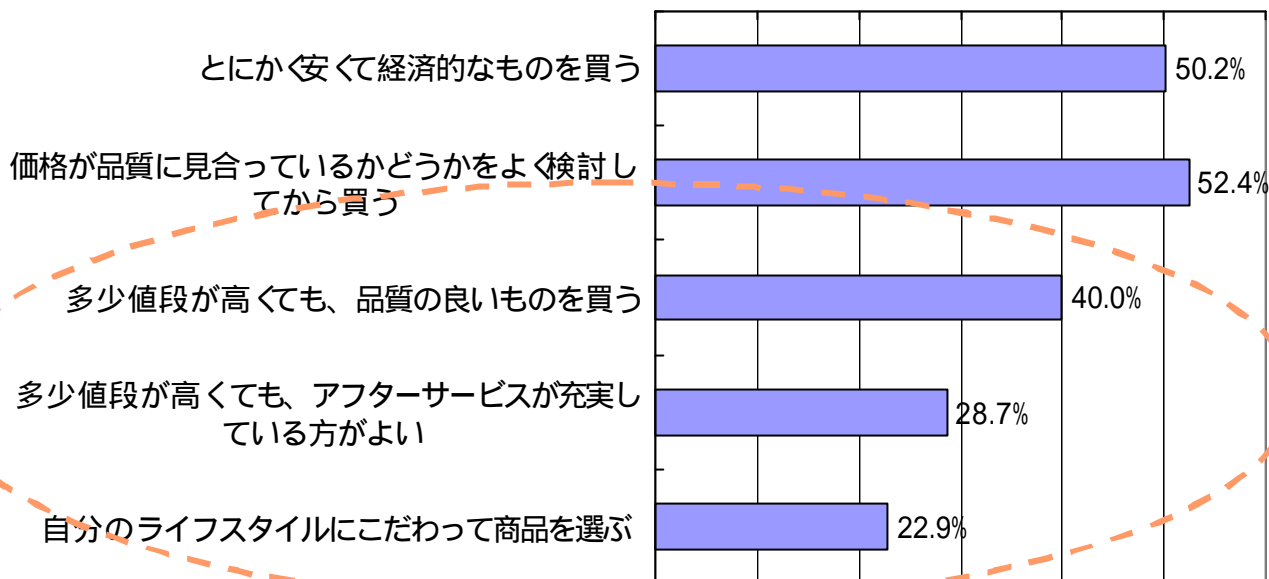


図1-11) 消費意識の多様化

デフレ下の今日においても、価格以外の理由により商品・サービスを選ぶ消費者は、確実に存在する。

消費に対する考え方 (一部抜粋)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%

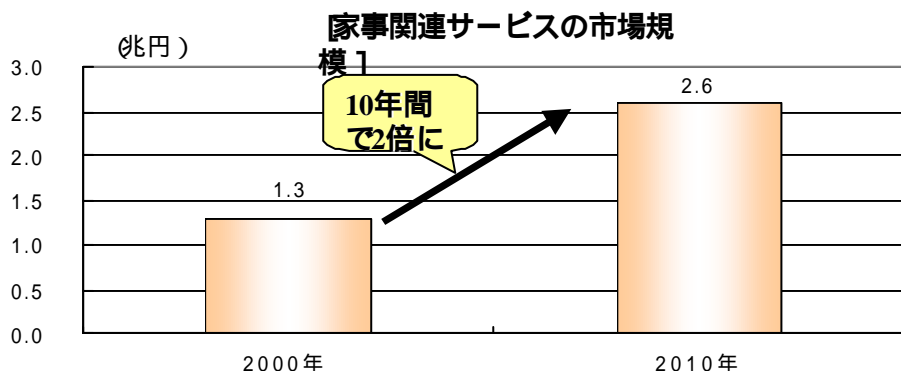
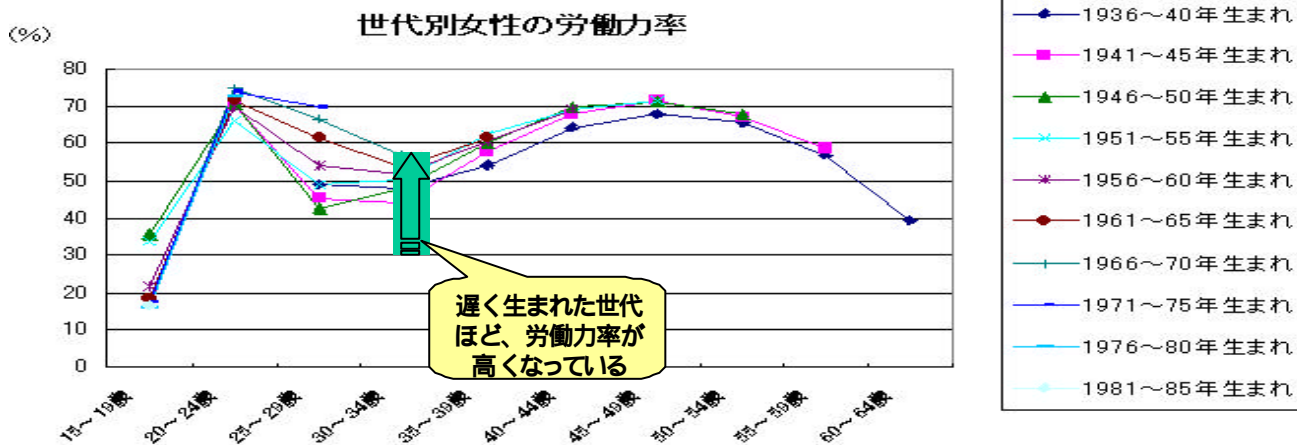


出所 野村総合研究所 生活者一万人アンケート 2000年

価格以外の要素を重視する消費者層の存在

図1-12) 女性の社会進出

女性の社会進出と家事関連ニーズの上昇

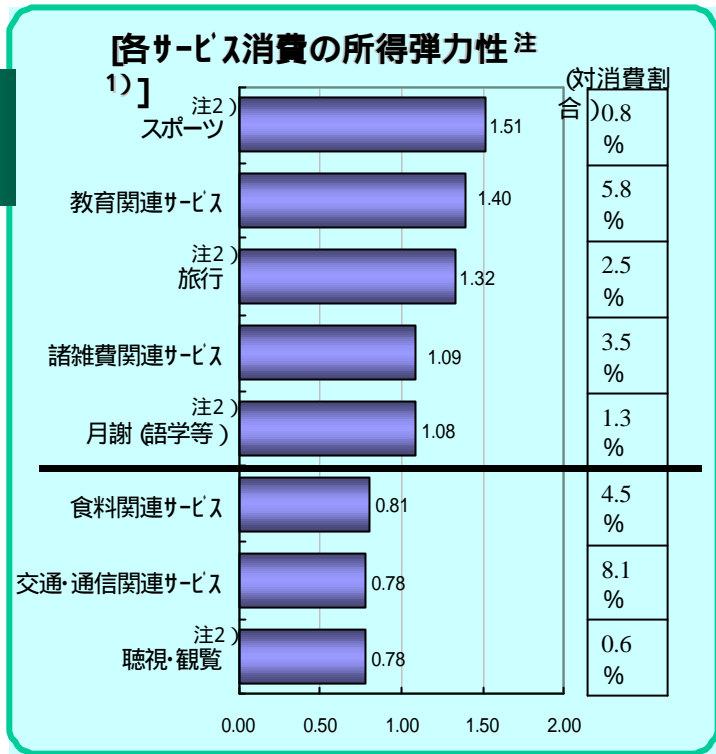
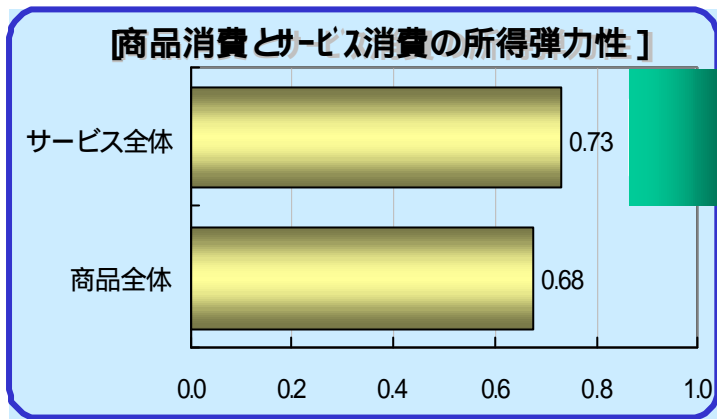


現在の保育児童及び就業希望女性の内家事・育児により未就業である人数から、潜在的な保育希望児童の割合を計算した上で、2010年の児童数より試算 (経済産業省産業構造課)

出所) 産業構造審議会

図 1-13) サービス消費の所得弾力性

- 商品消費よりもサービス消費の弾力性の方が大きい
- サービス消費の中でも、特にスポーツ関連、教育関連、旅行関連の所得弾力性が大きい



所得弾力性の計算方法)
 全国消費実態調査中の年間収入10分位の各収入平均と、それに対応する各消費項目とで対数回帰分析を行い、算出。

注1)
 サービス全体の消費の所得弾力性の水準を上回ったものを挙げた。
 住居関連サービスならびに保険・医療関連サービスへの支出は、消費額と所得の相関が低いため除外した。また、家具・家事関連サービスならびに被服・履物関連サービスは、関連消費全額におけるサービス消費の割合が小さいため、除外した。

注2)
 教養・娯楽関係の各消費項目(非・半耐久消費財を含む)のうち、サービス消費の割合が高いものについて列挙。これにより、別途教養・娯楽関連サービスを挙げるとダブルカウントとなるため、除外。

出所 総務省 平成11年全国消費実態調査報告より、野村総合研究所作成

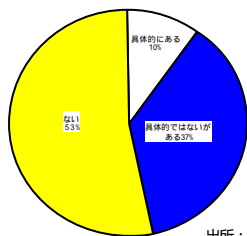
図 3-1) フランチャイズ・ビジネスの活用

就業者の約半数の人が独立・開業に関心を示しているが、フランチャイズ・システムは本部から確立した経営ノウハウの提供が受けられることなどから比較的開業リスクが小さく、起業・独立の形態として潜在可能性の大きいビジネスである。

また、フランチャイズ加盟者の前職を見ると、サラリーマンからの転職が圧倒的に多くサラリーマンからの起業の受け皿としての役割が期待できる。

【独立・開業に関するアンケート】

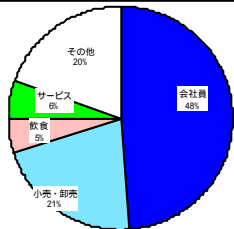
労働者の10%が独立開業に強い意欲。



出所：ライフデザイン研究所「2002年1月調査」

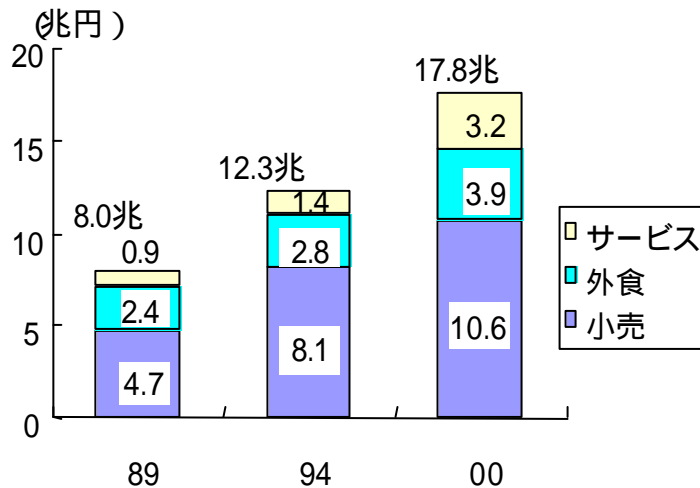
【フランチャイズ起業者の前職】

前職は約半分がサラリーマン。



【フランチャイズの売上高推移】

サービスフランチャイズの伸びが急速に拡大。



出所：日本フランチャイズチェーン協会、(直営店、加盟店の合計額)

【フランチャイズ売上高伸び率上位10業種(99~00年)】

生活関連フランチャイズが上位を独占。

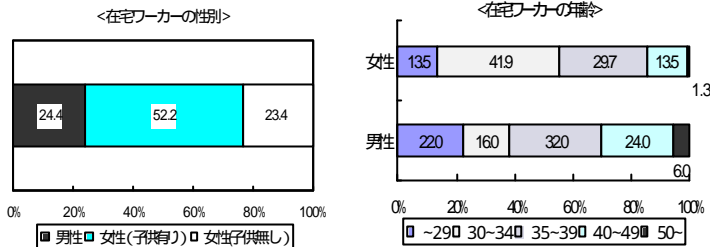
業種	増加率	分類
リサイクル販売	39.8%増	(小売)
自動車整備	14.1%増	(サービス)
C・D・ビデオレンタル	11.8%増	(サービス)
中古書籍等販売	11.7%増	(小売)
総合リース・レンタル	8.6%増	(サービス)
洗濯・理容・浴場	7.2%増	(サービス)
ディスカウントストア	6.8%増	(小売)
家具・家庭用品小売	6.2%増	(小売)
洋服リフォーム	6.1%増	(サービス)
カレー・牛丼	5.4%増	(外食)

出所：日本フランチャイズチェーン協会

図3-2) SOHO等多様な自営形態の実態

我が国においては、SOHO等、新たな形態の自営業者が拡大しつつあるが、我が国ではデータ入力やテープ起こしといった単純業務が多く、米国のように高度なスキルを活用してそれなりの年収をあげることでできる専門型SOHOは少ないといわれている。
 (日本労働研究機構の推計によれば我が国のSOHO事業者数は約40万人)

在宅ワーカーの性別・年齢]



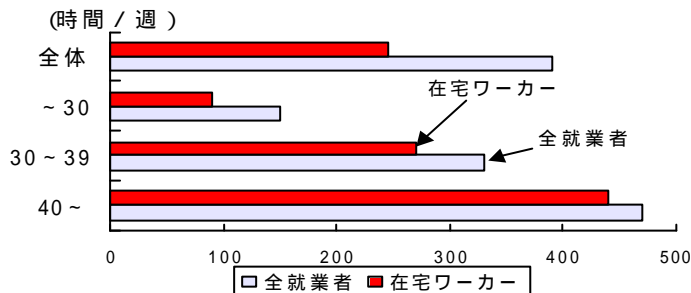
出所：在宅ワーキングフォーラム」調べ(1997~99年)

日本におけるSOHO業種ランキング]

1	ワープロ/データ入力
2	DTP/電算写植
3	クリエイティブワーク(デザインなど)
4	ソフト関連
5	ライター
6	テープ起こし
7	翻訳
8	設計・製図・CAD
9	その他

出所：在宅ワーキングフォーラム」調べ(1997~99年)

全就業者との年収比較]



出所：在宅ワーキングフォーラム」調べ(1997~99年)

米国における自宅基盤事業者ランキング]

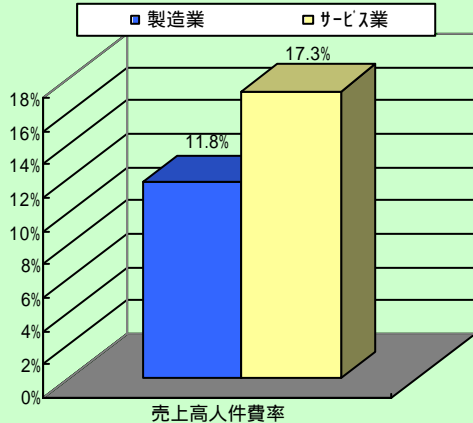
1	ビジネスコンサルティング
2	コンピュータサービス、プログラミング
3	金融コンサルティング
4	マーケティング、広告
5	医療サービス
6	グラフィックアート
7	広報
8	不動産
9	執筆、著述
10	小売

出所：“Workingsolo”

図3-3) 労働・雇用

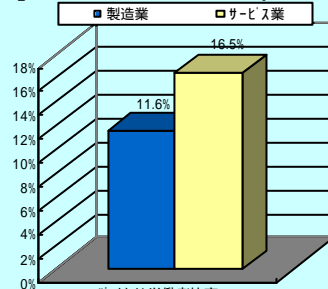
売上高に占める人件費の割合は、製造業よりサービス業の方が大きい。
 サービス業は製造業に比べて、パートタイム労働者比率、助成・高齢者の就業率が高くなっている。

売上高人件費率 (2000年度)]



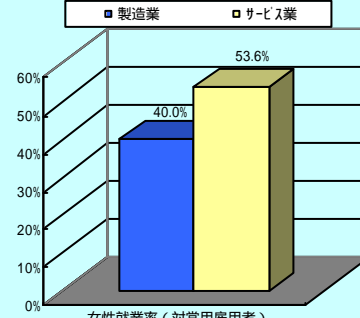
出所：日経経営指標 対象：上場企業

パートタイム労働者比率 (2000年度)]



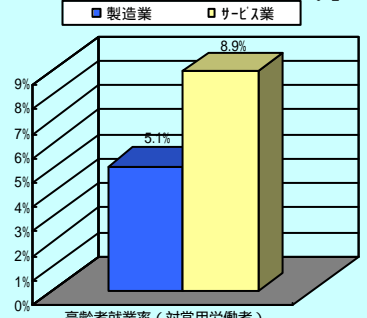
出所：雇用動向調査 対象：従業員規模5人以上の事業所

女性就業率 (2000年)]



出所：事業所・企業統計調査 対象：全事業所

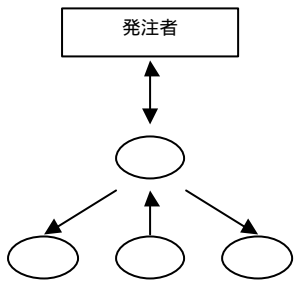
高齢者就業率 (2000年)]



出所：高齢者就業実態調査 対象：従業員規模5人以上の事業所

(図3-4) SOHOの具体的事例

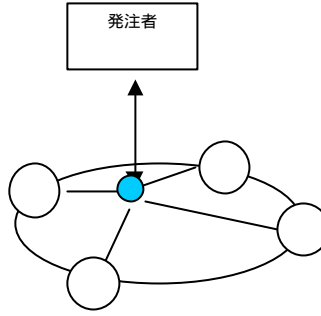
[プロジェクトチーム型]



コンピュータ技術者A氏

一つの受注案件毎にチーム体制を敷き、業務にあたる。緩やかな共同受注体制と言える。
協力は知人・友人同士の場合が多いが、掲示板などで求人するケースもある。

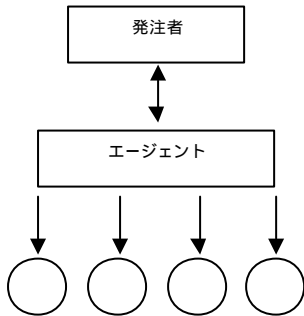
[共同組合型]



B事業共同組合

組合が仕事を受注し、能力に応じて組合員に割り振る。
会計代行、営業支援、教育・指導などの支援や、福利厚生制度も充実。
約400人のコンピュータ技術者が加盟しており、ほとんどが個人事業主。

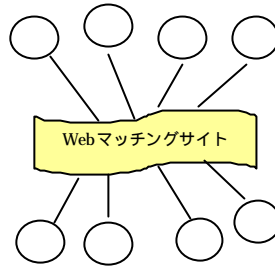
[エージェント登録型]



民間エージェントC社

SOHO 400人余を登録。
発注者より業務を受託し、社員のマネジメントの元、適切なSOHOに割り振る。(都度委託契約を結ぶ)
登録しているSOHOの分野は、文書作成、データ処理、デザイン、DTP、開発など多岐にわたる。
教育研修メニュー(有料)を用意し、スキルアップを支援している。

[仲介・マッチング型]



Webサイト運営D社

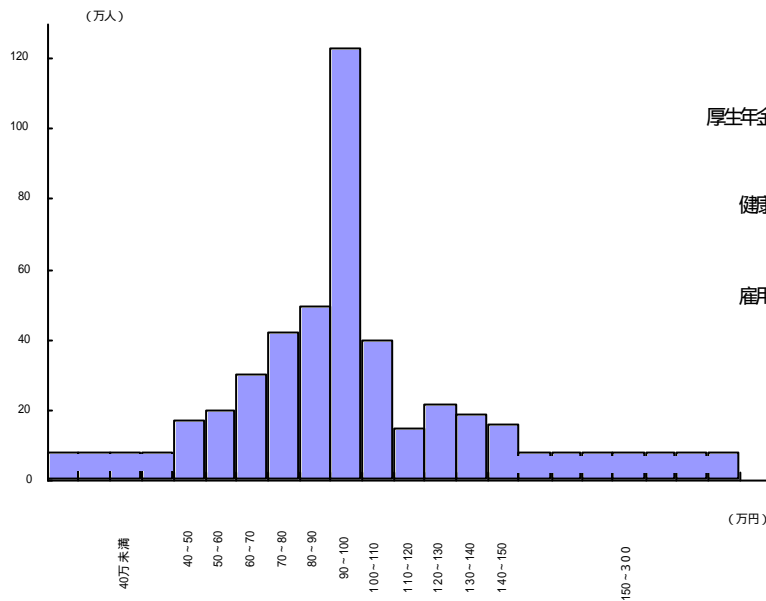
Webサイト上で、SOHOは自らのスキル情報を、発注者側からは発注案件を登録しておき、それらの情報を互いに見て接触。
契約はSOHOと発注者間で直接行い、自らは契約当事者とならない。
サイト運営費として、契約金額の5%を受注者より徴収。
Webを通すことによって契約までのやり取りのログが残り、トラブル防止につながっている。

(図3-5) 労働法制の見直しの検討状況について(通常国会で改正予定)

制度(法律)	現行制度の概要	見直しの方向性
労働基準法		
有期雇用契約	・原則1年 高齢者、専門業務については3年	・原則3年 高齢者、専門業務については5年
企画業務型裁量労働制	・労使委員会の設置に係る届出義務 ・協定締結には労使委員会の全員決議が必要 ・導入できるのは本社、縮小支社のみ	・労使委員会の設置に係る届出義務の廃止 ・決議は4/5で足りることとする ・支社等での導入も認める
解雇ルール 解雇制限	・国籍、信条、社会的身分、性別を理由とする解雇が法律で禁止 ・「客観的に合理的理由を欠き、社会通念上相当として是認し得ない場合は、権利濫用として無効」との判例	・「正当な理由の無い、解雇は無効」と法律で規定する
解雇制限	・解雇予告期間(30日間)と解雇予告手当(最高30日間)	・就業規則への記載義務事項に「解雇の事由」を追加 ・労働契約締結時の労働条件明示義務に「解雇の事由」を追加 ・解雇予告時以降で労働者が請求した場合に、使用者は解雇の理由を告知
労働者派遣法		
派遣機関の延長	・研究開発、秘書等の専門業務(26業務)については3年 ・営業等、その他の業務については1年(1年を越えると雇入れ努力義務)	・26業務の最長制限を撤廃 ・その他の業務については3年
物の製造業務への派遣	・法律で禁止	・解禁(期間は1年)
紹介予定派遣	・紹介予定派遣前の事前面接の禁止、派遣終了直前まで求人条件の提示、採用内定の禁止	・事前面接、派遣期間中の求人条件提示、採用内定の容認
職業安定法		
職業紹介事業の許可制	・有料、無料を問わず許可を要する(学校の行う無料職業紹介事業のみ届出制)	・農協、商工会議所等、法律に基づく団体の行う無料職業紹介事業は届出制とする ・地方公共団体が職業紹介事業を行えることとする
手数料規制	・求職者からの手数料徴収はモデル マネキン、年収1200万円以上の経営管理者、科学技術者のみ(6か月分の賃金の10.5%を上限)	・求職者から徴収できる手数料の範囲の拡大(年収要件の引き下げ等)

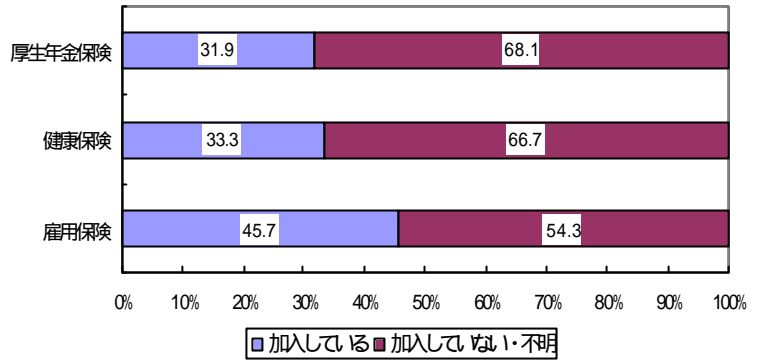
(図3-6) パートタイム労働者の収入分布及び保険制度加入率

パートタイム労働者の収入分布



出所 厚生労働省「パートタイム労働者総合実態調査報告」(1995年)

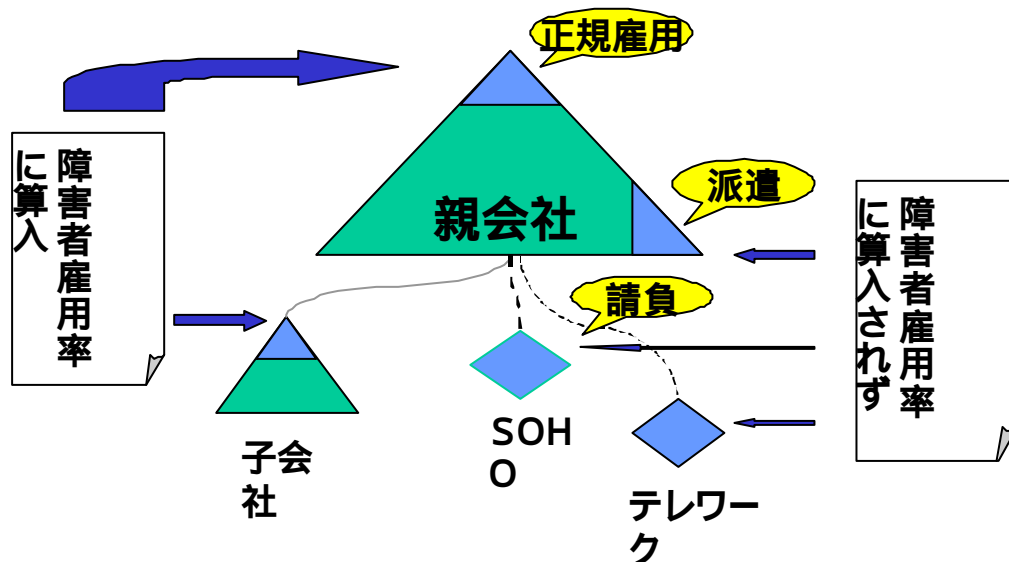
パートタイム労働者の保険制度加入率



出所：厚生労働省「就業形態多様化に関する総合実態調査」(1999年)

(図3-7) 柔軟な雇用形態にマッチしていない雇用政策の例

- 障害者の雇用の促進等に関する法律によって、事業主は常時雇用の障害者の雇用率を一定以上 (民間企業の場合 1.8%) としなければならないが、制度の対象となっているのは、常時雇用又は子会社の常時雇用の障害者のみで、派遣労働や請負労働は対象となっていない。
- SOHO、テレワーク等を活用すれば、障害者の就業の機会は大きく広がる。

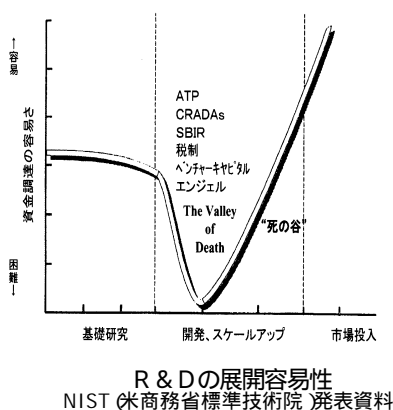


(図3-8) 技術経営 (MOT)人材の必要性

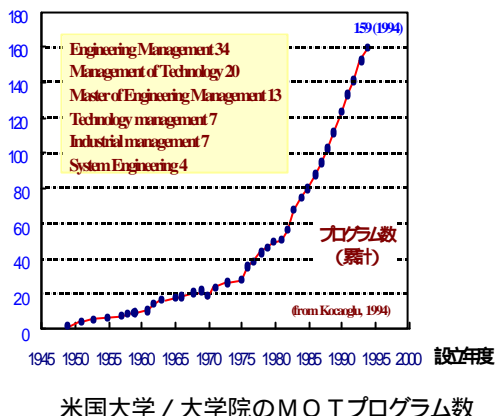
我が国の科学技術インフラ分野の水準は49か国中2位(研究開発支出:2位、特許取得:1位)。しかし、マネジメント分野の水準に関しては41位(起業家精神の普及度49位、事業化の普及度:48位)と低い評価。(スイスMD2002年世界競争力レポート)

一方、我が国のイノベーションを加速し産業競争力の強化を図るためには、研究開発への投資だけでなく、技術成果を事業に結びつけ経済的付加価値に転換するマネジメント(MOT: Management of Technology)ができる人材の育成が必要。

米国の大学・大学院では、既に200を数えるMOTコースが設置され、年間1万人規模のMOT人材を輩出していると想定されるが、我が国では、平成15年度数百人程度と不十分と言わざるを得ない状況。



オペレーション・マネジメント	オペレーション・マネジメント/ サプライズ管理戦略 等
テクノロジー・ビジネス・マネジメント	技術経営・戦略管理論(含:アライアンス, M&A) イノベーション論 知識管理論 知財管理論 ネット・マネジメント 企業価値創造論(連結業績/ワークフロー) 等
テクノロジー・マーケティング	技術経営/イノベーション/ クロニクル/マーケティング 等
技術経営・総論	ファウンデーション論 等
技術経営・総論	技術経営/リーダーシップ論 技術経営/イノベーション/ 経営・行動学(含:行動科学) 経営学論 等
技術経営・総論・概論	技術経営/イノベーション/ 経営学(含: コンセプト, テクニク) 技術経営/総論(含: フレームワーク/ コアコンピタンス/ フォレンジング 論) イノベーション/ 経営学/ 技術経営/ 経営学 技術経営論(含: 技術経営/ 経営学/ コミュニケーション) 等



技術経営プログラム例

米国大学 / 大学院のMOTプログラム数

(図3-9) 我が国の初等教育におけるサービス産業の位置づけ

我が国経済では、サービス産業の比率が圧倒的に大きいにも関わらず、初等教育においては、いまだに農林水産業、工業を中心として産業構造が捉えられており、サービス産業の現状や課題について詳細に学ぶ機会は提供されていない。

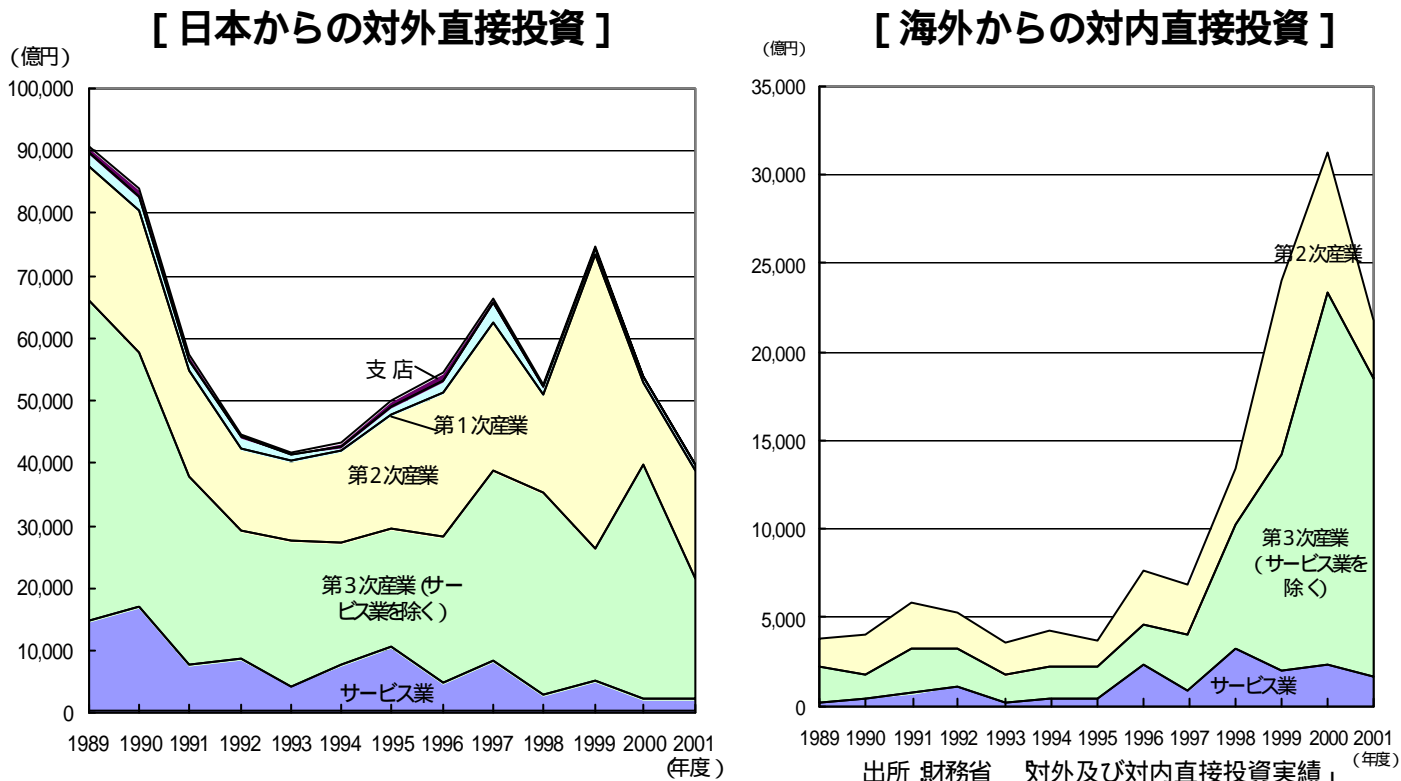
中学教科書における各産業の記述の例

	農林水産業	工業	サービス産業
ページ数	6	6	2
主要項目	米、野菜、果物、林業、水産業	太平洋ベルト、地方の工業、工場産業	商業、観光産業とテーマパーク、リゾート
地域	日本各地の農作物	日本各地の伝統的工芸品	なし
コラム	南九州の畜産(1ページ)	日本の公害と地域(1ページ)	沖縄県の第三次産業(1/3ページ)
課題	自給率	産業の空洞化	リゾート開発の環境破壊

(「中学社会 地理」教育出版)

(図 3-10) サービス産業における国際化の現状

我が国企業の国際展開のうち、サービス業の占める比率は低水準に止まっている。我が国への対内直投は低水準ではあるものの、徐々に増加しつつはある。



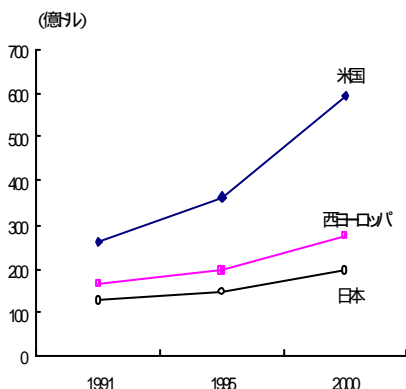
(図 4-1) 米国におけるアウトソーシングを通じたサービス活用とサービス産業の発展

アウトソーシングの拡大もあって、米国におけるビジネス支援サービス業の市場規模は、92年から98年までの7年間でほぼ倍増。こうした動きが90年代以降、多くのベンチャー企業を生み出す契機となると同時に、正規労働以外の多様な就労形態が大きな広がりを見せることになった要因のひとつ。

こうして見ると、90年代における米国の雇用構造の変化は、柔軟な雇用システムを背景として、「製造業の競争力強化対策がサービス業の発展をもたらす一方で、サービス業の発展が製造業の更なる強化をもたらす」という相互依存関係の深化の結果もたらされたと見ることも可能。

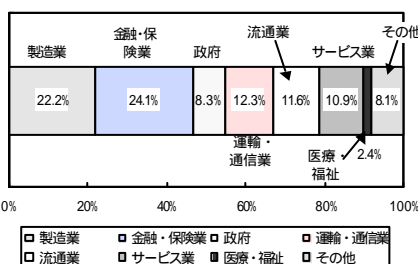
〔地域別アウトソーシング市場規模〕

世界のアウトソーシング市場は約1,200億ドル。米国市場は日本の約6倍。



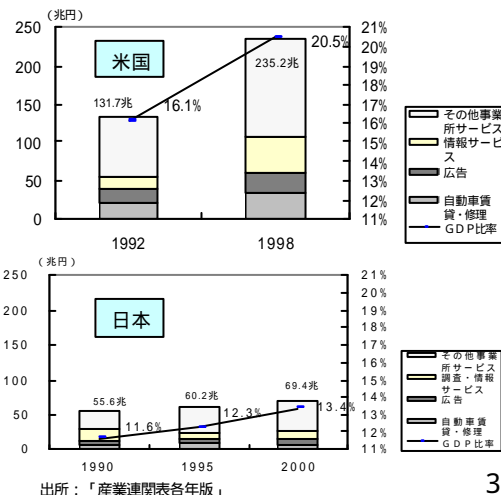
〔米国における産業別アウトソーシング利用実態〕

米国においては特に製造業、金融・保険業における利用が多い。



〔ビジネス支援サービス業の日米比較〕

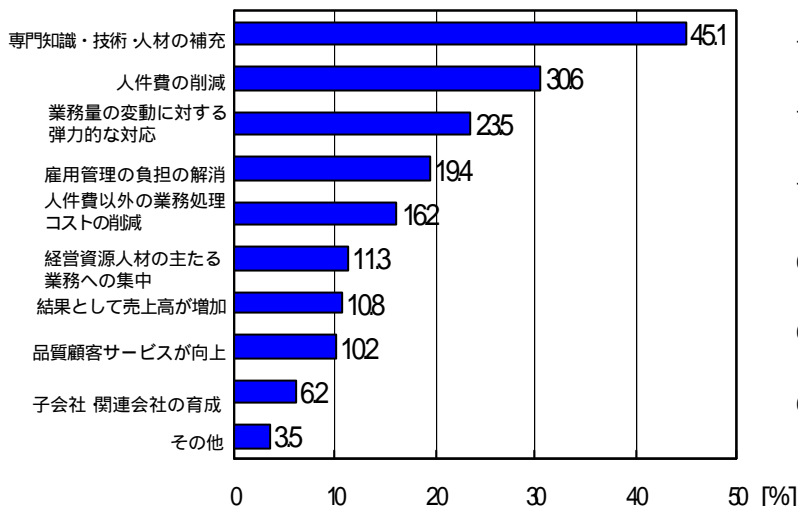
米国ではビジネス支援サービス業の拡大が解雇されたホワイトカラーの受け皿として機能。



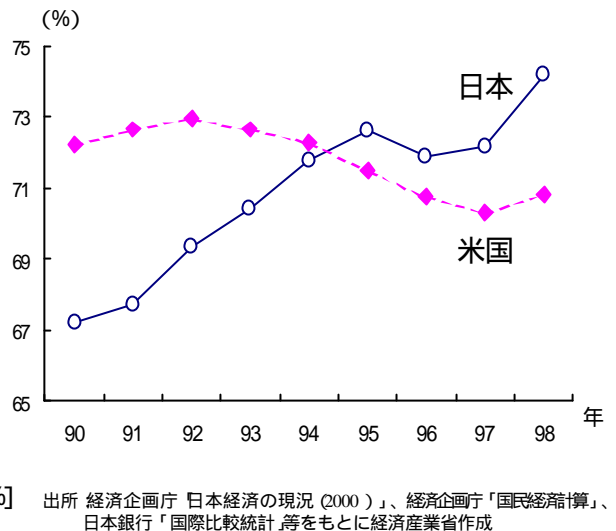
我が国企業のアウトソーシングへの取り組みを見ると、依然として、間接部門のコストを企業内部に抱え込むのが一般的。

製造コストの削減には注意が向くものの、間接コストを当然必要経費と見なしがちな経営者が多いことに加えて、終身雇用慣行とそれを前提とした年金・退職金制度の存在が障害となって、間接部門の合理化、不採算部門からの撤退、コア業務への集中が遅々として進まない状況を作り出しているのが現状。

[アウトソーシングを行った企業の効果に対する評価]



[日米の労働分配率の推移比較]



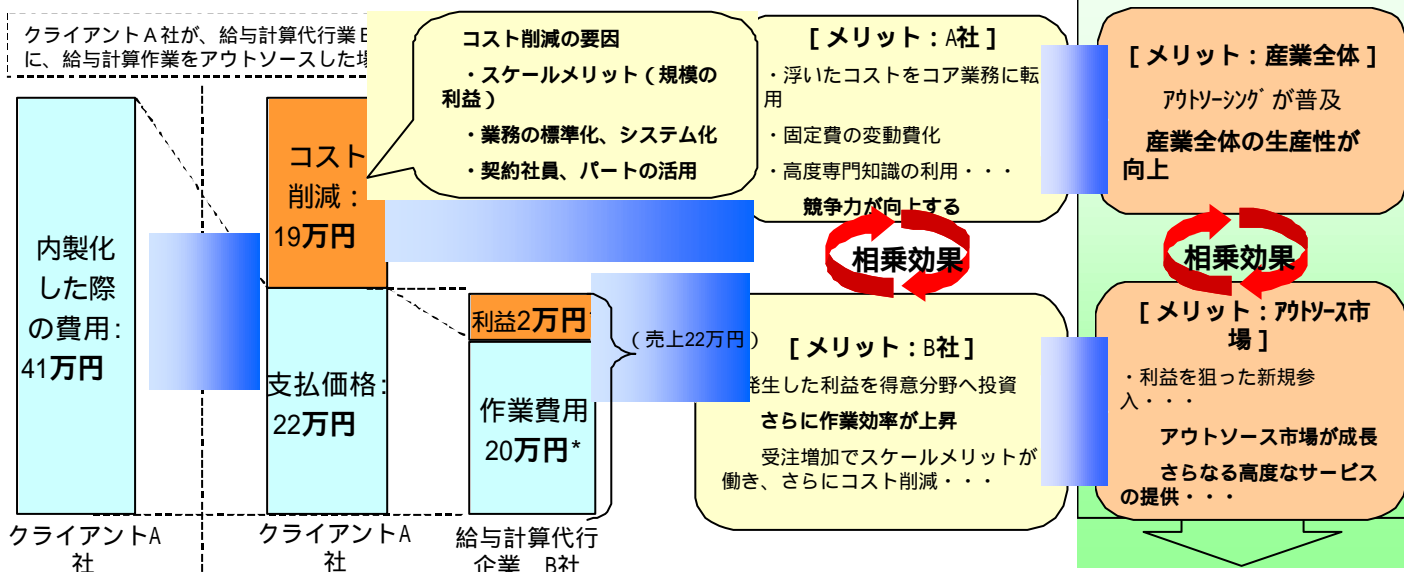
出所 労働省「アウトソーシング等業務委託の実態と労働面への影響に関する調査」

出所 経済企画庁「日本経済の現況(2000)」、経済企画庁「国民経済計算」、日本銀行「国際比較統計」等をもとに経済産業省作成

(図4-3) アウトソーシング活用による経済効率化

アウトソースの活用により、企業はコスト削減が可能となることに加え、高度な専門知識の利用、固定費の変動費化、コア業務への経営資源の集中等により国際競争力を強化することが可能となる。高質なアウトソーシング市場が創出されることで、経済全体の生産性が向上することが期待される。

[給与計算代行アウトソーシングのケース]



算出根拠: 給与計算代行アウトソーシングのコスト削減効果試算

内製化の場合: 413,607円 アウトソーシングの場合: 217,568円

(従業員100人、給与計算専任社員1人の企業を想定して試算)

[メリット:経済全体]

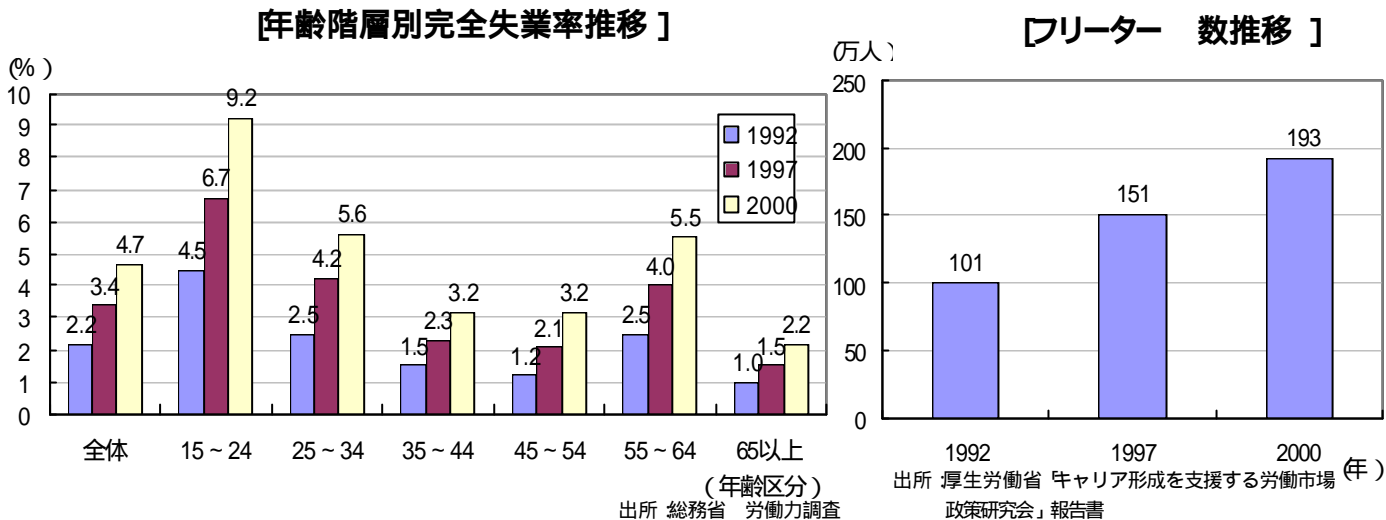
高付加価値経済の実現

出所: 「アウトソーシングのコスト削減効果分析調査報告書」富士通総研(平成9年度通商産業省委託調査)

*給与計算代行企業の利益率を10%と仮定 34

(図 4 - 4) 若年失業率の増加とOJT機会の喪失

不況の長期化により、若年失業率とフリーターが急激に増加している。このことにより、若者がOJT等を通じて職業能力を高める機会が失われ、景気回復後も格差の拡大等の中長期的な経済的、社会的問題につながる懸念される。



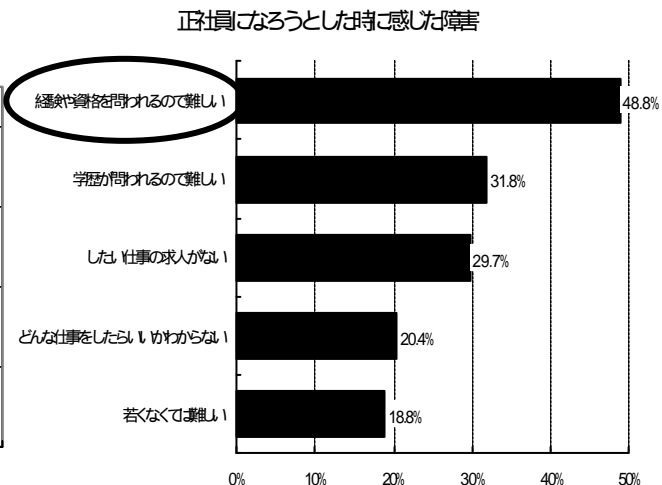
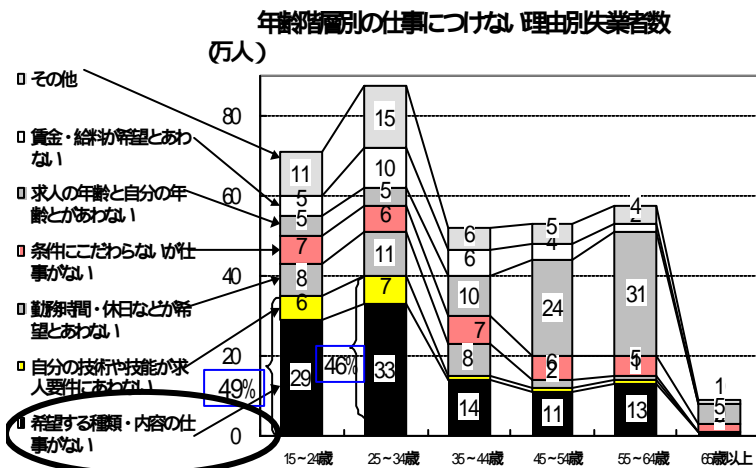
フリーターの定義
 年齢が15~34歳で、(1)現在就業している者について勤め先における呼称が「アルバイト」又は「パート」である雇用者で、男性については継続就業年数が1~5年未満の者、女性については未婚で仕事を主に行っている者(2)現在無業者の者については家事も通学もせず「アルバイト・パート」の仕事を希望する者。
 (原資料)
 1992年、1997年：総務省統計局「就業構造基本調査」
 2000年：総務省統計局「労働力調査特別調査」を基に特別集計。

(図 4 - 5) 職業訓練機会の重要性

「経験や資格の不足」が若年失業者、フリーターの求職上の大きな障害となっており、不足を埋める職業訓練の機会が不可欠となっている。

若年失業者では、「技能・技術が求人要件に合わない」者の数及び比率が高い。

約49%のフリーターが、「経験や資格の不足が正社員への障害になると回答」。



(出典 総務省「労働力調査」2001年8月版)

図4-6) コンテンツ産業の経済波及効果

人気ゲームのポケットモンスターはテレビアニメ、キャラクター商品等の需要に拡大し、海外でも高い人気を得た。その経済波及効果は2兆円を超えるものと試算される。(野村総研試算)

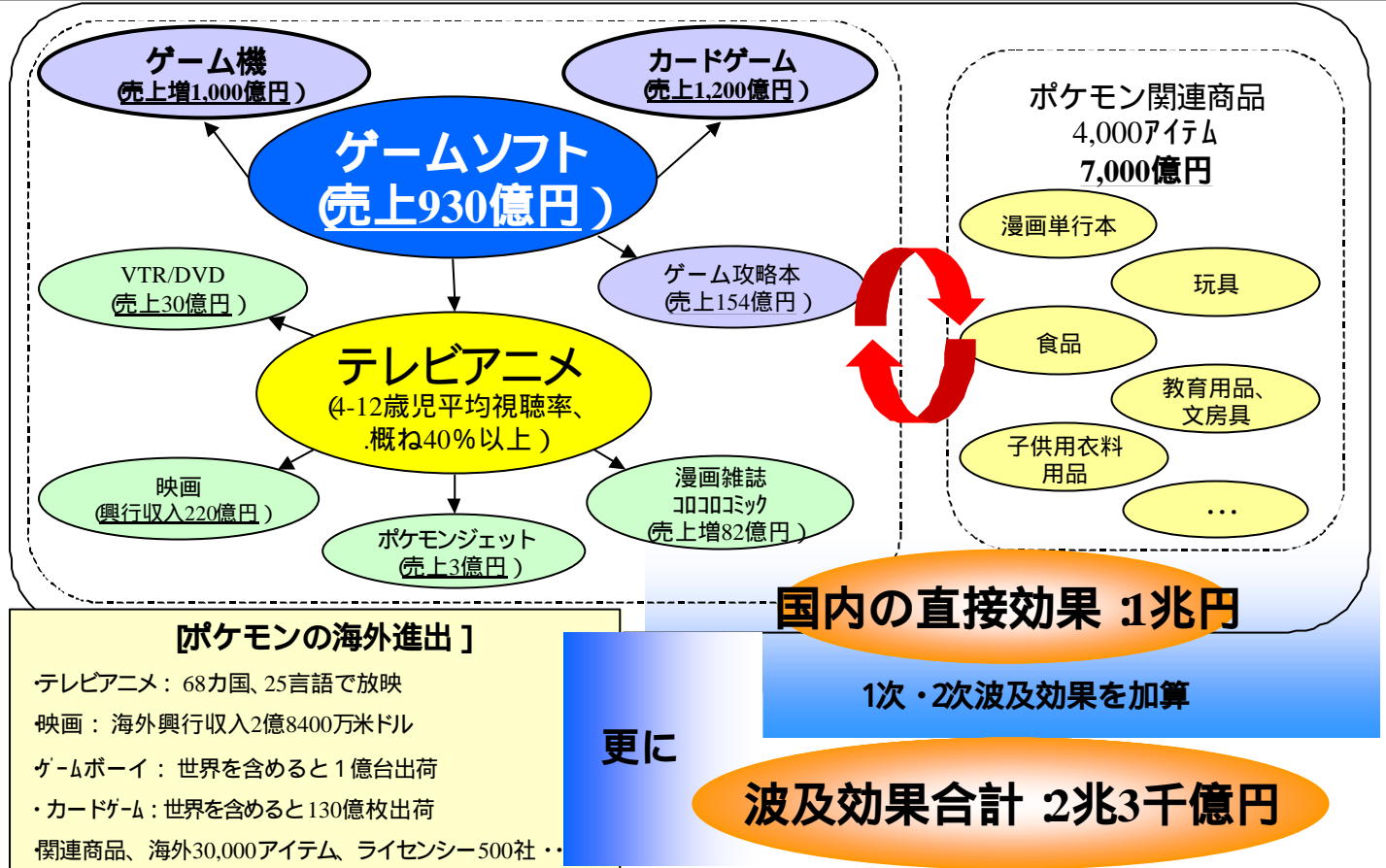
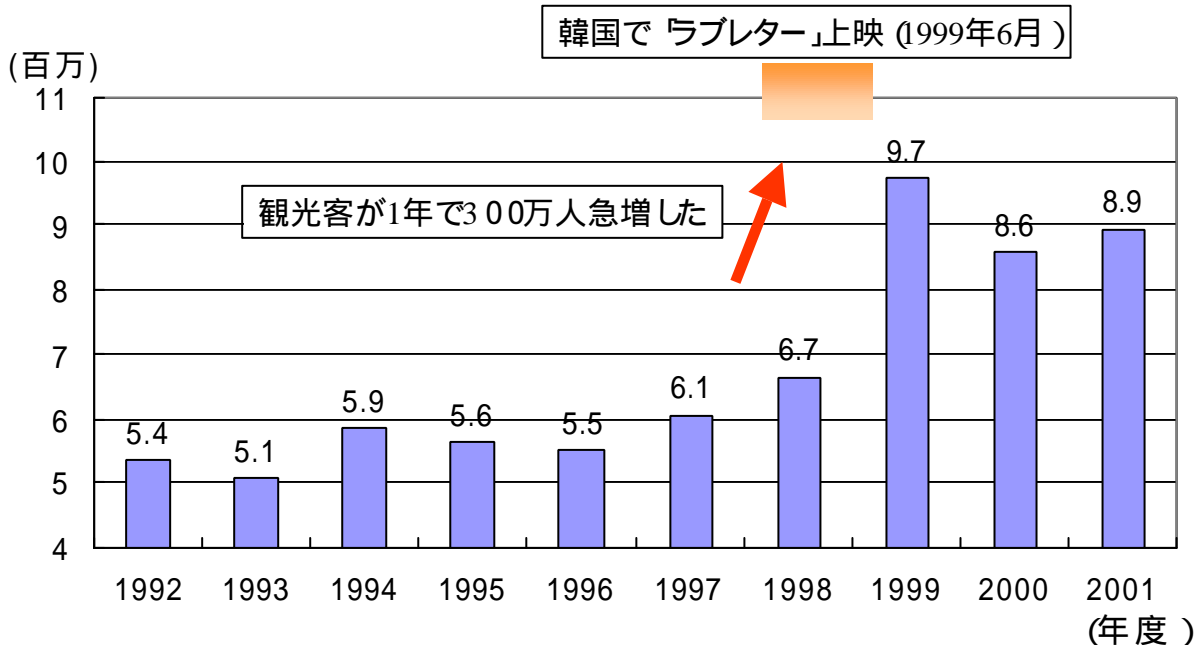


図4-7) コンテンツ産業の観光への波及効果

映画、ドラマ等の舞台、ロケ地として露出されることにより、観光イメージが向上するという相乗効果が生まれる。

映画「ラブレター」放映と小樽の観光人数の変化



サービス産業フォーラム

委員名簿

(敬称略)

座長	飯田 亮	セコム(株)	取締役最高顧問
	上田 宗央	(株)パソナ	代表取締役社長
	相賀 昌宏	(株)小学館	代表取締役社長
	大星 公二	(株)NTTドコモ	相談役
	加賀見俊夫	(株)オリエンタルランド	代表取締役社長
	亀田 俊忠	医療法人鉄蕉会	理事長
	河村 有弘	(株)日経ビーピー	代表取締役社長
	上月 景正	コナミ(株)	代表取締役社長
	後藤 忠治	セントラルスポーツ(株)	代表取締役社長
	迫本 淳一	松竹(株)	代表取締役副社長
	志太 勤	シダックス(株)	代表取締役会長
	竹内 弘高	一橋大学大学院国際企業戦略研究科	科長
	竹中 ナミ	社会福祉法人プロップステーション	理事長
	寺田 明彦	(株)ニチイ学館	代表取締役社長
	成毛 眞	(株)インスパイア	代表取締役社長
	野中ともよ	ジャーナリスト	
	林 裕章	吉本興業(株)	代表取締役社長
	俣木 盾夫	(株)電通	代表取締役社長
	松永 真理	(株)バンダイ	取締役
	八代 尚宏	日本経済研究センター	理事長
	若林 宗男	イーピー(株)	執行役員 社長戦略補佐