

活水準の向上が量的な意味では一応達成され、昭和50年頃以降は、人々の欲求は、よりレベルの高い生活を求める「質的充足」に向かっていったものと考えられる。とりわけ昭和60年代に入ってから、円高、貿易摩擦への対応から、経済成長の体質が「外需依存型」から「内需主導型」へと大きく変化し、一層安定成長軌道に乗った時期でもある。

一方、経済成長が安定化するに伴って、消費者のニーズは大きく変化を遂げてきており、ニューサービス企業が成長してきた事実は、市場や消費者自体の変化と深く関わっているものとみられる¹⁹⁾。こうして出現したニューサービスは、市場価値の高い製品・サービスの提供を通じて、産業の高付加価値化に寄与し、経済の活力を高めるものと期待されている。

また、場合によっては「隙間産業」とも称せられる「ニューサービス」は、その補完的・補助的な性質の故に、産業構造調整の促進や豊かさの実感できる国民生活実現などにも大きく寄与するものと考えられる。こうした役割は、主として「対個人サービス業」に求められよう。しかしながら、地域経済の育成・振興という政策的観点からみると、「対事業所サービス業」を中心としたニューサービスが重要性をもつことになろう。

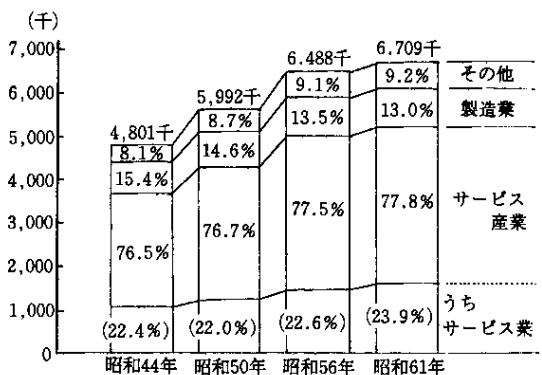
すなわち、各種の専門的サービス(情報処理サービス、デザイン等)の支援(投入)があつて初めて、既存の製造業、商業等の各部門も高度化し、発展しうる近年の傾向などを勘案するとき、これらのサービスを提供する「対事業所サービス業」の振興こそ、今後の地域経済の発展のために必要不可欠なものと考えられる。

ただし、こうした「対事業所サービス業」も、そのタイプによって、立地場所は異なることになろう。製造業を支援対象産業の例にとれば、機械修理業、産業用設備洗浄業、非破壊検査業、産業用機械器具賃貸業、機械設計業、エンジニアリング業などは、製造企業の集積地域の周辺都市あるいは比較的近距離の都市に立地する性格のものである。これらは特に「テクノ支援サービス業」と

呼びうる²⁰⁾。

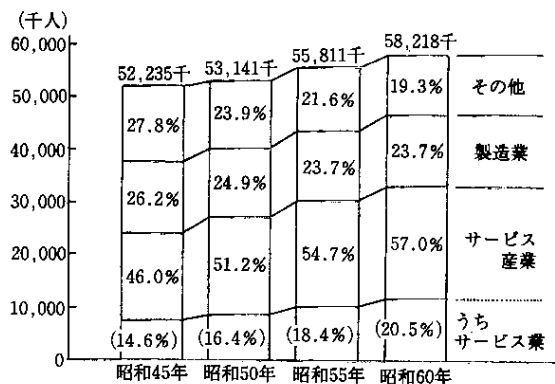
他方、ソフトウェア業、広告代理業、情報処理サービス業、ディスプレイ業、経営コンサルタント業、デザイン業、総合リース業などは、製造企業の集積地からかなり遠隔地であっても成熟した「都市らしい都市」に立地する性格をもっている。また、これらのサービスは、製造業のみでなく、卸売業・小売業、サービス業などの第三次産業を始め広く産業全般を支援する性格をもっており、

図7 事業所数の推移(全国公営・民営の全事業所)



資料)総務庁「事業所統計調査報告書」

図8 就業者数の推移(全国全就業者)



資料)総務庁「国勢調査報告」

19) 通商産業省『88 サービス産業年鑑』東洋法規出版、1988年、PP.639-647。

20) 広島県産業構造調整検討委員会「広島県の産業構造調整に関する調査研究報告書」1989年、P.82。

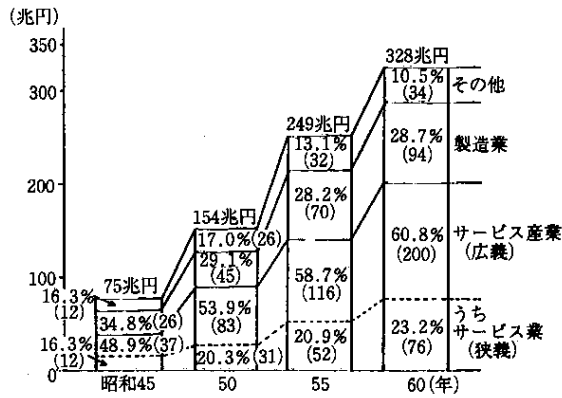
極めて意義深い「対事業所サービス業」といえる。

ところで、わが国産業全体に占めるサービス産業の比重は、すでにかなり大きなものとなっているが、いまなお拡大傾向にある。それを事業所数、従業者数、付加価値額の3統計でみたのが図7～9である。

図7において、昭和44年から昭和61年の間の事業所数の産業別構成比の推移をみると²¹⁾、製造業が15.4%から13.0%に減少しているのに対して、サービス業は22.4%から23.9%に増加している。特に、サービス業の事業所数構成比が、昭和56年から昭和61年の5年間に1.3ポイント上昇していることは、最近年のニューサービスの企業展開が極めて活発であることを伺わせる。

次に、図8において、昭和45年から昭和60年の間の就業者数の産業別構成比の推移をみると²²⁾、製造業が26.2%から23.7%に減少しているのに対し、サービス業は14.6%から20.5%に、サービス

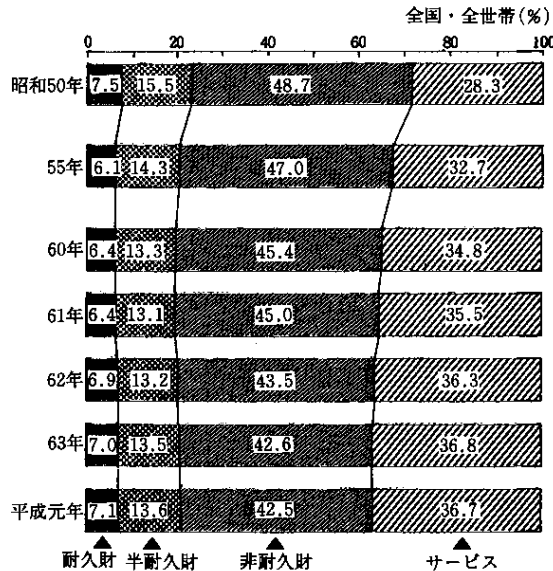
図9 付加価値額の推移（全国）



(注) 図中カッコ内数値単位：兆円
資料) 経済企画庁「国民経済計算年報」

産業に至っては46.0%から57.0%にとそれぞれ大きく増加している。とりわけ、昭和45年からの各

図10 財・サービス区分の支出構成比



(注) 「耐久財」は、家具、自動車、家電など。「半耐久財」は、衣類、かばんなど。「非耐久財」は、食品、日用品など。
分類の詳細については、家計調査年報巻末分類表参照
資料：総務庁「家計調査年報」平成元年度版

21) 総務庁「事業所統計調査報告」各調査年次版による。

22) 総務庁「国勢調査報告」各調査年次版による。

5年間の変化においても、サービス業が2ポイント程度、サービス産業が3ポイント以上と、いずれも増加傾向をみせていることは、事業所数の変化にみられる以上に、就業構造面におけるサービス経済化の進展の大きさを示している²³⁾。

さらに、図9において、昭和45年から昭和60年

の間の付加価値額の産業別構成比の推移をみると、この場合も製造業が34.8%から28.7%へと6.1ポイント低下しているのに対し、逆にサービス業は16.3%から23.2%へと6.9ポイント増加しており、製造業の凋落分を補って余りある²⁴⁾。

表1 産業・就業構造の展望

産業構造	(%)			就業構造	(単位：万人，%)								
	名目GDP構成比				実 数					構 成 比			
	1970	1985	2000		1970年	→	1985年	→	2000年	1970年	1985年	2000年	
物 財 生 産 部 門	51.7	41.1	36.7	物 財 生 産 部 門	2,677	-176	2,501	-202	2,299	52.5	43.1	36.4	
農 林 水 産 ・ 鉱 業	7.4	3.8	2.2	農 林 水 産 ・ 鉱 業	906	-388	518	-168	350	17.8	8.9	5.5	
製 造 業	35.8	30.2	26.7	製 造 業	1,377	+76	1,453	-118	1,335	27.0	25.0	21.2	
素 材	13.2	8.9	6.7	素 材	397	-77	320	-92	228	7.8	5.5	3.6	
加 工 組 立	14.3	13.5	14.4	加 工 組 立	523	+96	619	+28	647	10.3	10.7	10.3	
そ の 他	8.5	7.7	5.6	そ の 他	457	+57	514	-54	460	9.0	8.9	7.3	
建 設	8.4	7.5	7.9	建 設	394	+136	530	+84	614	7.7	9.1	9.7	
ネ ッ ト ワ ー ク 部 門	30.8	33.2	31.7	ネ ッ ト ワ ー ク 部 門	1,338	+333	1,671	+31	1,702	26.3	28.8	27.0	
電 気 ・ ガ ス ・ 水 道	2.6	3.4	3.3	電 気 ・ ガ ス ・ 水 道	29	+4	33	+1	34	0.6	0.6	0.5	
運 輸 ・ 通 信	7.1	6.4	5.5	運 輸 ・ 通 信	324	+19	343	-14	329	6.4	5.9	5.2	
商 業	14.2	14.4	12.7	商 業	853	+225	1,078	+1	1,079	16.7	18.6	17.1	
金 融 ・ 保 険 ・ 不 動 産	6.9	8.9	10.2	金 融 ・ 保 険 ・ 不 動 産	132	+85	217	+43	260	2.6	3.7	4.1	
知 識 ・ サ ー ビ ス 生 産 部 門	17.6	25.4	31.5	知 識 ・ サ ー ビ ス 生 産 部 門	1,079	+556	1,635	+675	2,310	21.2	28.1	36.6	
マ ネ ジ メ ン ト ・ サ ー ビ ス	4.2	6.1	10.0	マ ネ ジ メ ン ト ・ サ ー ビ ス			366	+297	663		6.3	10.5	
医 療 ・ 健 康 サ ー ビ ス	2.0	3.2	4.2	医 療 ・ 健 康 サ ー ビ ス			211	+108	319		3.6	5.1	
教 育 サ ー ビ ス	2.6	4.1	4.2	教 育 サ ー ビ ス			198	+34	232		3.4	3.7	
レ ジ ャ ー 関 連 サ ー ビ ス	4.3	4.4	5.5	レ ジ ャ ー 関 連 サ ー ビ ス			381	+160	541		6.6	8.6	
家 事 代 替 サ ー ビ ス	1.3	1.6	1.8	家 事 代 替 サ ー ビ ス			180	+47	227		3.1	3.6	
公 務 ・ そ の 他	3.2	6.0	5.7	公 務 ・ そ の 他			299	+29	328		5.1	5.2	
全 産 業	100.0	100.0	100.0	合 計	5,094	+713	5,807	+504	6,311	100.0	100.0	100.0	

(注) 1. 製造業の分類は以下のとおり。

「素材」は繊維製品、紙・パルプ、化学、石油・石炭製品、窯業・土石製品、一次金属

「加工組立」は一般機械、電気機械、輸送機械、精密機械、金属製品

「その他」は食料品、その他製造業

2. 知識・サービス生産部門の分類は以下のとおり。

「マネジメント・サービス」は研究、その他の公共サービス、広告業、業務用物品賃貸業、その他の事業所サービス業、梱包、分類不明

「医療・健康サービス」は医療・保健衛生（政府・非営利サービスを含む）

「教育サービス」は教育（政府・非営利サービスを含む）

「レジャー関連サービス」は娯楽業、放送業、飲食店、旅館

「家事代替サービス」は洗濯・理容・浴場業、その他の対個人サービス業

「公務・その他」はその他の政府及び非営利サービス

3. 金融・保険・不動産から帰属利子、帰属家賃が除かれている。

4. なお1970年は総務庁「産業連関表」の数値であり、厳密にはそれ以降と接続しない。

(資料) 経済企画庁総合計画局編「21世紀への基本戦略」1987.7. p.39.

23) 総務庁『事業所統計調査報告』による「従業者数」の変化からも同様のことが指摘される。例えば、昭和50年から昭和61年の11年間の調査対象全産業の従業者

数の増加は9,253千人であるが、そのうち87%強に当る8,066千人がサービス産業において増加している。

24) 経済企画庁『国民経済計算年報』各年次版による。

以上のように、主として生産関連のマクロ統計データからみても「サービス経済化」現象は明らかであるが、このように統計的に把握できるようになったのも、ニューサービスが製造業などから外生化し、市場評価されるようになってきたことが原因となっている。

また、表1には、経済企画庁による産業・就業構造の将来展望を掲げたが、将来にわたって「物財生産部門」の縮小傾向が続き、他方「知識・サービス生産部門」の拡大傾向が続くことが見通されている。特に、「マネジメント・サービス」と表現されている「対事業所サービス」分野の成長が極めて高く期待されていることが注目される。

ところで、サービス産業の生産規模が拡大し、全産業に占めるサービス産業の就業者構成比等が高まるにつれて、家計の消費行動もその構成が、モノからサービスへと移行しつつあるものと考えられる。

そこで、次に消費の側からのサービス(経済)化の進展をみると²⁵⁾、消費支出に占めるサービス支出の構成比が昭和50年の28.3%から平成元年の36.7%へと、14年間で8.4ポイント上昇している(図10)。これは、同期間に、非耐久財への支出構成比が48.7%から42.5%へと6.2ポイント低下したことと対比すると、極めて好対称である。このことは、消費のサービス化が、非耐久消費財(すなわちモノ)の購入ウェイトの減少と裏腹に、着実に進展してきたことを示している。

なお、「日本標準産業分類」における新設項目を末尾の付表1に掲げ、旧分類と対比した。サービス業関連のなかで、「対事業所サービス」については、後の参考とするため、下線を付してある。産業細分類項目に、「ディスプレイ業」、「産業用設備洗浄業」、「非破壊検査業」、「機械設計業」などニューサービス業が登場している。また、日本標準産業分類の大分類Ⅰに格付けされる「サービス業」は、中分類が25業種、小分類が113業種、細分類に至ると221業種にも及ぶため、通常、サービスの対象によって、表2に掲げるような三つの分野に類別して用いること

が多い。

表2 サービス業の3区分(対象・性質別)

- (1) 対個人サービス
 - ① 生活関連サービス
洗濯・理容・浴場業、自動車整備及び駐車業など
 - ② 余暇関連サービス
旅館、映画業、娯楽業など
- (2) 対事業所サービス
 - ① 企業関連サービス
物品賃貸業、専門サービス業、その他の事業所サービス業
 - ② 情報関連サービス
情報サービス・調査・広告業
- (3) 公共サービス業
医療業、保健及び廃棄物処理業、宗教、教育、社会保険・社会福祉、学術研究機関、政治・経済・文化団体

2. 地域経済における対事業所サービス発展の意義

ところで、表3には、成長著しいサービス業の中でも、特にどのような業種が伸びているのかを示してある。これによると、「対事業所サービス」、「対個人サービス」、「公共サービス」の3部門の中で事業所数、従業者数ともに圧倒的に「対事業所サービス」の伸びが高いことがわかる。また、そうした「対事業所サービス」のなかでも、「物品賃貸業」、「情報サービス・調査・広告業」、「その他の事業サービス業」などの増加率が際立って高い。

これらの産業は製造業の知識集約化と高付加価値化の基盤となるとともに、地域経済の発展に寄与するものとして期待できる産業であり、「対事業所サービス業」と呼ぶべきものであろう。すなわち、この表を要約すると、サービス業の中で増加寄与度の高いのは「対事業所サービス」であり、その中でも「物品賃貸業」、「情報サービス・調査・広告業」、「その他の対事業サービス業」が高いことがわかる。

さて、ここで、改めて「対事業所サービス業」の地域経済における意義を考えてみよう。「対事

25) 各年次版による。

業所サービス業」は、既に確立された分類用語ではないが²⁶⁾、従来、事業所向けサービスといわれているものの中でも、生産販売等の活動を「支援する」度合いの高いものとしてとらえることができる。

なお、この場合「支援する」とは、例えば、製造業における製造部門、商業における販売活動等、当該業種の本来の業務に対して専門的なサービスを提供するという意味である。具体的な業種としては「物品賃貸業」、「情報サービス業」、「広告業」、「デザイン業」等が挙げられる。

ところで、経済のサービス化は今後とも一層進展していくものと考えられるが、国においてもこうした事態に対応するため、産業政策の核として「頭脳立地法」を制定するなどして、上記のような業種の振興策を展開しているところである。以上のように、他産業を支援するサービス部門の競争力を高めていくことが、地域の産業の高付加価値化あるいは高度化に大きく貢献するであろうことは疑問の余地のないところである。

このような状況を踏まえれば、「対事業所サービス業」を軸としたサービス産業の振興が、地域経済の活性化や産業構造の高度化にとって、極めて重要なポイントになってくる。すなわち、多彩で、層の厚い「対事業所サービス業」によって、広く周辺他地域に対して「産業支援」の役割を担える都市ないし地域こそが、経済的リーダーシップいわゆる「中枢性」などを発揮しうることになるのである。

第7節 対事業所サービス集積上の問題

1. 地域における対事業所サービスの諸問題

この節においては、地域における対事業所サービス業集積上の問題について考えることとする。

(1) 人材の確保と育成

若年人口の長期的な減少傾向や、長期に渡って持続した好景気などを背景として、昨今の新規学卒者の求人難にみられるように、人手不足は深刻な状況にある（ただし、この直近の数ヶ月、有効

26) 総務庁統計局『住民基本台帳人口移動報告年報』によると、県間移動率は、1970年の4.11をピークに低下傾向にあり、1989年には2.58となっている。

求人倍率（全国季調済値）は、1.3前後でやや軟化してきている）。

こうした中で、まず、経営上の問題点として人材不足が挙げられる。とりわけ、サービス業は、専門能力を持つ「人材そのものが資本」ともいえることや、製造業ほどには省力化できないなどの特質があり、人材不足は企業そのものの存亡に影響する重要な問題である。こうしたことから、人材の確保策として、Uターン希望者あるいは新規学卒者に対して地域企業への就職促進事業を積極的に展開していくことや地域企業の紹介冊子を作成するなどの広報活動を引続き実施していく必要がある。

その他、企業自らが自社の労働条件の見直し（在宅勤務やフレックスタイム制の導入など多様な勤務形態の採用）をすることにより、主婦等の女性労働者あるいは、高齢者の活用なども検討すべきである。特に、データ入力、文書入力、版下作成などは、OA機器や通信機器の発達により、出勤しなくても自宅で作業できる環境も整ってきている。また、高度な専門サービスを提供していくためには、人材育成が必要不可欠であるが、時間的余裕がなかったり、適当な教育者がいないこと等のため、いわゆるOJTが多く、サービス業従業者を対象とした研修施設・研修制度の整備が必要である。

(2) 資金調達力の強化

事業開始における資金あるいは成長段階における事業資金などは、一般にどの事業においても円滑な資金確保が大きな課題である。とりわけ、ニューサービス企業においては、事業規模も小さく、またその事業の性格ゆえに担保能力も低いなど、通常の融資対象になりにくい。

こうしたことから、従来の担保物件に代わる融資条件として、「技術力」、「サービス内容」などを評価するシステムづくりも検討すべきである。また、行政からの支援策として、省力化のためのコンピューター機器などの購入費用や従業員確保のための資金援助（資金融資の充実）も必要である。このため、創業期、成長期、成熟期などニューサービス企業の発展段階に応じた総合的な融資制度を検討する必要がある。

表3 サービス業産業中分類別事業所数および従業者数増減率（全国：昭和56～61年）

（増減率は％）

業種	事業所数	従業者数
物品賃貸業	71.2	50.8
旅館、その他宿泊所	△4.7	6.4
洗濯、理容、浴場業	5.9	8.3
その他の個人サービス業	△2.8	15.7
映画業	15.8	16.2
娯楽業	3.8	24.1
放送業	54.7	5.8
駐車場業	5.9	6.4
自動車整備業	2.8	△6.3
その他修理業	4.1	12.9
協同組合	3.5	△3.0
情報、サービス、調査、広告業	48.2	70.5
その他の事業サービス業	30.2	39.2
専門サービス業	24.1	25.9
公共サービス業	7.2	11.3

資料：総務庁「事業所統計調査報告書」

(3) 情報収集力の強化

ニューサービスの「ニュー」たる所以は「他にない何か」を持っていることである。このためには、時代の変化に応じたサービスニーズの把握が常に要求されることから、多種多様な情報の確保が必要である。こうした問題は、基本的には、企業自らが幅広い情報網を展開するよう心掛けるべきであるが、現状では知人、友人、業界団体内の交流に留まっている場合が多い。このため、業界を越えた「情報交流・人的ネットワークづくりの場＝人との出会いの場」の提供を行政なども検討する必要がある。

(4) サービスに対する評価の確立

サービスは無形であるだけに客観的な料金算定が難しいといわれる。また、「サービスという技術」に対する評価が徐々に高まってはいるものの、サービス料金の算定基準がはっきりしていないため、ニューサービスの需要側と供給側に意識の違いが生じるなどの課題が残されている。このような観点から、地域におけるニューサービス振興のためには、まず業界の組織化等による体質強化などから始めて、サービスに対する適正な評価基準の確立等を図っていく必要がある。

2. 地域の産業構造変化と対事業所サービスの集積

技術革新、国際化、情報化、人口の高齢化など内外の経済環境は大きく変化しつつあり、これにつれて、わが国の産業・経済構造も、内需主導型への転換、企業の国際的展開、サービス経済化の進展といった様相をますます強めてきている。

ところで、多くの地域においては、産業の地域的偏在（地域内分布）がみられるなどの課題を抱えている。こうした理由のために、長期的トレンドからみて成長性が高く、活力がありバランスのとれた産業構造の構築が求められている。

したがって、21世紀に向けて地域の産業構造の新たな構築を目指すためには、これまで培ってきた技術集積を生かしながら、既存産業の高付加価値化、研究開発機能の強化による技術力の向上、情報サービス産業、産業デザインなどの対事業所サービス業の振興、産業の国際化の推進を図っていく必要がある。

特に、産業のソフト化・サービス化の傾向が強まる中で、ソフトウェア等の情報サービス、デザイン・設計・コンサルティング等の専門サービスなどいわゆるニューサービスに属する対事業所サービス業の成長は著しいものがある。これらの

サービス産業は、製造業とサービス産業の融合化が進展する中で、製造業の知識集約化、高付加価値化の基盤となるとともに、地域にとって魅力ある雇用機会を創出する上でも重要な役割を果たすものであり、地域の産業構造調整推進に当たり大きな柱となるものと考えられる。

第8節 サービス産業に関する地域政策上のコメント

さて、サービス産業、なかんずく対事業所サービス業の重要性は、ますます高まってきているが、それらの中核となっている企業群は、もともと製造業の企業の内部組織であった部門が外部化したものである。表4には、このように製造業から外生化したサービス産業の時系列動向を示した。これによると、「ソフトウェア業」、「情報処理サ-

ビス業」、「機械設計業・エンジニアリング業」、「自然科学研究所」などの業種を中心に、主として昭和45年以降に外生化しているケースが多い。

また、製造業に対するサービス投入比率と付加価値額の伸び率の関係を図11に示した。この図によると、一般に、サービス投入比率が高い業種ほど付加価値額の伸びも高い関係にあるといえる。

このような関係などを考えるとき、対事業所サービス業は、製造業を始めとした諸産業の高付加価値化・高度化への関与を通して産業全体の発展に寄与すべく図ることが肝要であると考えられる。

まず、対事業所サービス業の育成・集積が図られることにより、製造業の高付加価値化、知識集約化がさらに進むことになろう。また、そのようにして、製造業の高付加価値化、知識集約化がさらに進展することにより、さらに対事業所サービ-

表4 製造業から外生化したサービス産業の時系列動向

サービス業	設立年次	昭和19 年以前	昭和20 年代	昭和30 年代	昭和40 ～44年	昭和45 ～49年	昭和50 ～54年	昭和55 ～59年	昭和60 年～	不明	合計
総合リース業					3	1	2	3	3	2	14
産業用機械器具賃貸業					1		2	2		1	6
建設機械器具賃貸業								1			1
事務用機械器具賃貸業						1		1			2
電子計算機・同関連機器賃貸業					1		1				2
自動車賃貸業					1						1
その他の物品賃貸業				1		2		1	1		7
ソフトウェア業				4	1	6	13	42	9	6	81
情報処理サービス業				1		9	7	9	4	1	31
情報提供サービス業						1	1		3		5
市場調査業						1			1		2
その他の情報関連サービス業						1	2				3
ディスプレイ業											0
デザイン業				2			3	1	1	1	8
経営コンサルタント業						1		1	1	1	4
機械設計業・エンジニアリング業		1	6	22	10	22	37	28	16	16	158
人文科学研究所(シンクタンク)						1					1
その他の知識関連サービス業								1			1
専修学校						1					1
その他の人材関連サービス業				1		1	1	2	2	1	8
自然科学研究所				3		9	5	9	3	5	34
その他の技術関連サービス業						1	2	9	2		14
商品検査業					1	1	6	2	1	1	11
警備業						1	3	6	1	2	14
産業用設備洗浄業				1	1			1		1	4
非破壊検査業							5	1			6
その他のサービス業			1								1
合計		1	7	35	19	60	92	120	48	38	420

注) 親会社となる製造業は、全国8証券取引所の第1部および第2部上場企業である。

資料) 東洋経済新報社「日本の企業グループ1987」

図11 製造業に対するサービス投入比率と製造業の付加価値額平均伸び率

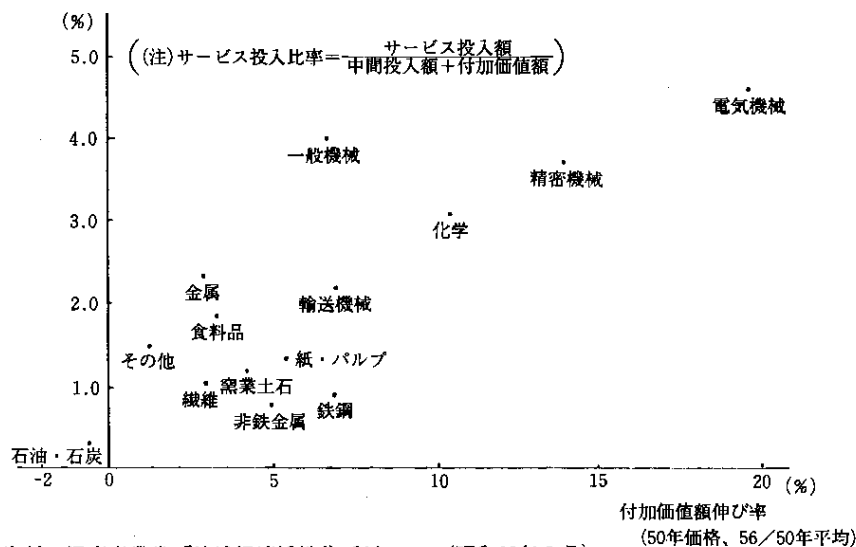


表5 地方圏における都市規模別従業者特化係数

業種	15万人以上	20万人以上	30万人以上	50万人以上	100万人以上	(参考) 東京都
	20万人未満	30万人未満	50万人未満	100万人未満		
情報サービス(4業種計)	0.41	0.74	0.77	1.11	1.27	3.38
ソフトウェア業	0.29	0.54	0.53	1.00	1.02	3.72
情報処理サービス業	0.59	1.06	1.13	1.37	1.62	2.74
情報提供サービス業	0.24	0.58	0.73	1.00	1.47	3.75
その他の情報サービス業	0.18	0.30	0.23	0.22	0.98	4.87
デザイン業	0.41	0.46	0.67	1.00	1.04	3.22
人文科学研究所	0.00	0.28	0.22	0.33	0.24	2.09
自然科学研究所	0.35	0.72	0.16	0.19	0.22	1.17
各種物品賃貸業	2.29	1.60	1.22	1.96	1.69	1.72
産業用機械器具賃貸業	1.24	0.98	1.19	1.30	1.38	1.04
事務用機械器具賃貸業	0.24	0.18	0.36	0.96	0.89	5.02
商品検査業	0.83	0.90	0.88	0.85	0.90	1.44
警備業	0.88	1.10	1.25	1.19	1.51	1.26

資料；国土庁『21世紀のイノベーションを担う先端的サービス産業（I）』

ス業も発展することになる。

かくして、対事業所サービス業と製造業は、関連し、循環しながら構造調整や高度化を促進し、「らせん型」の発展プロセスを辿ることになる。これらの対事業所サービス業は、現実には東京圏を始めとする大都市地域により集積しており、また、

地方圏においても人口規模の大きい都市ほど集積が高くなる傾向が見られる（表5参照）。こうしたことから、都市型対事業所サービス業は、人口集積や都市機能に大きく依存する産業であるといえるが、また、逆に、これらサービス業の集積によって中枢都市機能が強化されるという相互作用

もあるものと推察される。

上でもみてきたように、他産業を支援するサービス部門の競争力を高めていくことは、地域の産業の高付加価値化あるいは高度化に大きく貢献する。このような状況を踏まえれば、「対事業所サービス業」を軸としたサービス産業の振興が、地域経済の活性化や産業活動の高度化にとって、極めて重要なポイントになってくる。また、以下では、これまで検討した結果を踏まえ、対事業所サービス振興のための地域政策についてまとめてみた。

まず、経済のソフト化・サービス化の進展により、産業の高度化、高付加価値化、企業経営の合理化、効率化等を支援する対事業所サービス業の役割は、ますます重要性を高めている。また、対事業所サービス業のウェイトは今後ますます増大すると見込まれ、地域の活性化や産業全体の雇用拡大効果をもたらすことが期待される。今後、経済のソフト化・サービス化がさらに加速的に進展していく中において、新たな産業構造の構築を図り、地域経済を活性化していくためには、対事業所サービス業の育成振興を積極的に進めていくことが極めて重要である。こうしたサービス業は、自地域の産業を支えるだけでなく、周辺地域の産業を支援し、かつ、東京や大阪などの全国的な大業務地と密接な関連をもつ業種が多く、市場との近接性を重要視する産業である。特に、ソフトウェア業、デザイン業、広告代理業などのソフト産業は、ユーザーに隣接し、ユーザーのニーズを的確に把握したサービスを提供する必要があることから都市部に立地する傾向が高いが、近年の地価高騰により、都市部をターゲットに新しい事業を始めようとしても、初期投資が膨れあがるなど、ニュービジネス進出の障害になっている。このような産業の頭脳部分を地域に集積させ、地域産業の活性化を図り、都市機能を形成するためには、「新産業集積拠点」を行政が率先して整備すべきである。

また、ニューサービスのニューたる所以は「他にない何か」を持っていることである。このためには、時代の変化に応じたサービスニーズの発見が必要であることから、多種多様な情報の確保が必要となってくる。こうした問題は基本的には企業自らが幅広い情報網を広げるよう心掛けるべきであるが、現状では知人、友人、業界団体間の交

流にとどまっている場合が多い。このため、ニューサービス関連企業の人的ネットワークづくりを促進する必要がある。

さらに、対事業所サービス業は、一般に歴史の浅い新しい業種が多いため、一般的に規模が小さく経営基盤が脆弱であり、個別に独自の活動を続けていることなどから「サービス業に対する認知度が低い」、「サービスに対する評価が低い」などの問題を抱えている場合が多い。こうした、サービス業に対する社会的認知度の低さからくる問題点を解決するためには、業界の組織化を図り、経営の合理化、業界の体質強化、サービスに対する適正な評価基準の確立、地元企業の実力の認知度を高める必要がある。また、行政サイドからもこうしたサービス業の組織化等の問題を始めとして、人材育成、資金調達などの問題まで含めて、いわゆる（モノを除く）ヒト、カネ、情報面での連携ある支援策を講じていく必要があろう。

第9節 おわりに

さて、上でも述べてきたように、「高齢化社会」ないし「成熟社会」への過程においては、人々のニーズは「モノ」から「サービス」へと次第に比重を移していき、しかも、そのサービスは、ますます高度化、多様化し、「サービス経済化」が一段と進行するものと考えられる。また、わが国を始め先進諸国における「高齢化」と「サービス経済化」は、ほぼ同様な現象に起因し、かつ同時進行の様相をみせている。ただ、わが国の場合、その進展速度が他の先進諸国に比較して一層急速なため、対応策もおのずと異なったものが求められるということである。

一方、わが国諸地域においては、三大都市圏を中心とした「中央地域」への人口集中が加速されるなかで、皮肉なことに「高齢化社会」は一層早期に実現しつつある。この反面、地域においては「都市らしい都市」は希薄に分布しており、「サービスが必要とされる地域にサービスが供給されない」というミスマッチ現象が生じている。

また、「対事業所サービス業」も、都市に立地しやすい性質を一般的にはもっているものの、製造業等へのサービスは工場の立地している地域と都市の中間地域であってもさしつかえない。ま

た、このような対事業所サービス全体についても、東京、大阪のような大都市でなければ立地しないものもあれば、広島、福岡のような百万都市であれば立地するもの、あるいは30万都市なら立地するものと千差万別であろう。

したがって、地域の都市規模に応じた「対事業所サービス業」の育成を図り、これを「種」にしなが、製造業を始めとした地域経済全般の活性化を図るべきである。「高齢化社会」を直接支える「対個人サービス」等の「サービス産業」は、そうした「種」に誘発されて、付随的に発展していくものと考えられる。

以上、本稿における議論を集約すれば、つぎのようになろう。すなわち、「脱工業化」、「サービス経済化」のためには「物流」に代表される十分な「モノ」の生産、供給が前提条件となる。地域が一足飛びに東京、大阪などと同水準のサービス経済化を求めてもそれは無理である。第3節および第4節における物流の地域分布の議論はそのことを示している。地域にはその役割分担から、まず物流機能の発展が求められている。それは、「製造業」の段階的発展を意味している。

そして、その製造業の発展をサポートするのが「対事業所サービス業」の育成・集積である。「対事業所サービス業」は製造物のサービス化、高付加価値化、高度化に大きく寄与するからである。他方、そうして発展した製造業が、逆にそのような、あるいはさらに高度で多様な対事業所サービスを需要し、育成・発展させるという性質も持っている。そのようにして、「製造業」と「対事業所サービス業」はもちつもたれつの「螺旋型」の発展過程をたどることが期待される。

最後になるが、昭和48年の住宅統計調査において、戦後の政策課題であった「1世帯1住宅」の達成されたことが確認されており、また、人口移動統計においても、昭和45年頃をピークに「都道府県間人口移動率の低下傾向」が報告されている²⁰⁾。すなわち、この頃までに、生活水準向上目標が「量的充足」という意味では一応達成され、昭和50年頃以降になると、人々の欲求は、よりレベルの高い生活を目指す「質的充足」に向かっていったものと考えられる。農村の余剰人口が都市部へ流出するという「掃き出し現象」は昭和50年頃までにはほぼ一巡し、人口移動の理由も「より高

い所得」のみではなく「より高いレベルの生活」を求めるものに変化してきたものと推察される。つまり、人々は単に「所得を得る場としての都市」を求めているのではなく、「生活の場」としての都市を求めて移動するようになってきているものと考えられる。その「生活の場としての都市」に欠かせないのが「多彩なサービスの提供」であり、こうしたことが人々を魅き付け合う「都市間競争」となって現出しているものとみられる。このような「ヒトの動き」を背景に、「サービス経済化」（マクロ面）が昭和50年代に入ってから顕著になったといわれることと、「ニューサービス企業の本格的成長」（ミクロ面）の時期なども符合しているものと考えられる。

付図1 産業間流動量

① 重量

(3日間調査 単位：千トン、%)

着産業 発産業	農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	運輸・ 通信業	電気・ ガス・ 水道業	金融・ サービス・ 公務・その他	外国	合計
鉱業	4 (0.0)	481 (1.6)	2,165 (7.4)	2,074 (7.1)	409 (1.4)	25 (0.1)	8 (0.0)	36 (0.1)	19 (0.1)	1 (0.0)	5,221 (17.8)
製造業	144 (0.5)	98 (0.3)	5,755 (19.6)	7,816 (26.6)	2,271 (7.7)	566 (1.9)	111 (0.4)	157 (0.5)	259 (0.9)	436 (1.5)	17,615 (60.0)
卸売業	45 (0.2)	11 (0.0)	886 (3.0)	1,226 (4.2)	1,069 (3.6)	1,077 (3.7)	31 (0.1)	41 (0.1)	85 (0.3)	11 (0.0)	4,483 (15.3)
倉庫業	11 (0.0)	9 (0.0)	20 (0.1)	1,239 (4.2)	348 (1.2)	57 (0.2)	24 (0.1)	80 (0.3)	19 (0.1)	75 (0.3)	1,881 (6.4)
林業	38 (0.1)			69 (0.2)	17 (0.1)				3 (0.0)		127 (0.4)
小売業				0.3 (0.0)	19 (0.0)	12 (0.0)	0.6 (0.0)		0.2 (0.0)		3 (0.0)
合計	242 (0.8)	600 (2.0)	8,826 (30.1)	12,425 (42.4)	4,117 (14.0)	1,725 (5.8)	174 (0.6)	314 (1.1)	385 (1.3)	522 (1.8)	29,329 (100.0)

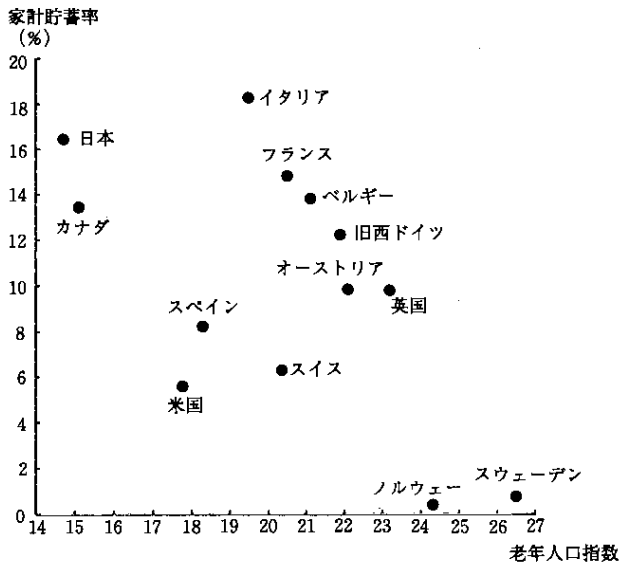
② 件数

(3日間調査 単位：千件、%)

着産業 発産業	農林漁業	鉱業	建設業	製造業	卸売業	小売業	運輸・ 通信業	電気・ ガス・ 水道業	金融・ サービス・ 公務・その他	外国	合計
鉱業		4 (0.0)	26 (0.2)	20 (0.2)	5 (0.1)			1 (0.0)	1 (0.0)		57 (0.5)
製造業	27 (0.2)	8 (0.1)	328 (2.9)	2,118 (19.0)	1,517 (13.6)	817 (7.3)	23 (0.2)	12 (0.1)	219 (2.0)	30 (0.3)	5,009 (45.7)
卸売業	26 (0.2)	3 (0.0)	447 (4.0)	761 (6.8)	1,403 (12.6)	2,526 (22.7)	19 (0.2)	29 (0.3)	343 (3.1)	7 (0.1)	5,563 (49.9)
倉庫業	2 (0.0)		4 (0.0)	110 (1.0)	187 (1.7)	64 (0.6)	4 (0.0)	1 (0.0)	7 (0.1)	3 (0.0)	382 (3.4)
林業	4 (0.0)			6 (0.1)	3 (0.0)						12 (0.1)
小売業				1 (0.0)	28 (0.3)	8 (0.1)	1 (0.0)				38 (0.3)
合計	59 (0.5)	16 (0.1)	805 (7.2)	3,015 (27.0)	3,142 (28.2)	3,414 (30.6)	47 (0.4)	43 (0.4)	570 (5.1)	40 (0.4)	11,151 (100.0)

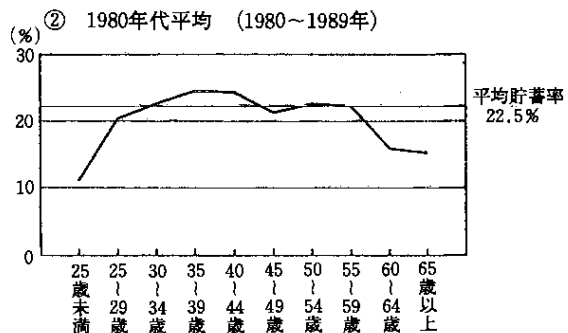
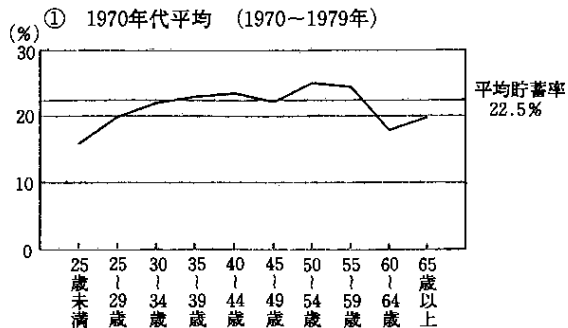
資料：運輸省『昭和60年全国貨物純流動調査報告書(1)総括編』

付図2 家計貯蓄率老年人口指数



(備考) 1. OECD、Economic Outlook, Labour Force Statistics に基づく。
 2. 家計貯蓄率は粗貯蓄率。
 3. 老年人口指数 = [65歳以上人口 / 15~64歳人口] × 100。
 4. データは1980~1988年の平均。
 資料：経済企画庁『平成3年経済白書』より引用

付図3 勤労者世帯の世帯主年齢階層別貯蓄率



(備考) 総務庁「家計調査報告」により作成。
 資料：経済企画庁『平成3年経済白書』より引用

付表1 日本標準産業分類における新設分類項目

新 分 類	旧 分 類
① E-建設業関係	
0922 造園工事業	1521 土木工事業(舗装・しゅんせつを除く)の一部
1012 型枠大工工事業	1611 大工工事業の一部
② F-製造業関係	
1298 そう(惣)菜製造業	1939 他に分類されない食料品製造業の一部
133 茶・コーヒー製造業	1922 茶製造業及び1931コーヒー製造業を統合し、小分類を新設
134 製氷業	1925 製氷業の格上げ
1523 寝着類製造業	2122 下着製造業の一部
1625 銘板・銘木製造業	2211 一般製材業及び2299他に分類されない木製品製造業の一部
1694 木型製造業	2299 他に分類されない木製品製造業の一部
2098 試薬製造業	2699 他に分類されない化学工業製品製造業の一部
22 プラスチック製品製造業(別掲を除く)	396 プラスチック製品製造業(別掲を除く)の格上げ
2472 ハンドバッグ製造業	2971 袋類製造業の一部
2598 鋳型製造業(中子を含む)	3099 他に分類されない窯業土石製品製造業の一部
2792 非鉄金属鍛造品製造業	3299 他に分類されない非鉄金属製造業の一部
305 電子計算機・同附属装置製造業	3552 電子計算機・同附属装置製造業の格上げ
3062 ビデオ機器製造業	3559 その他の電子応用装置製造業の一部
3497 喫煙用具製造業(貴金属・宝石製を除く)	3951 装身具・装飾品製造業(貴金属・宝石製を除く)及び3999他に分類されないその他の製造業の一部
③ H-運輸・通信業関係	
4322 沿海旅客運輸業(旅客定員12人以下の船舶によるもの)	新設
④ I-卸売・小売業、飲食店関係	
4919 その他の各種商品卸売業	新設
⑤ K-不動産業関係	
703 不動産管理業	5991 不動産管理業の格上げ
⑥ L-サービス業関係	
7512 洗濯物取次業	7711 普通洗たく業の一部
7613 写真現像・焼付業	7811 一般写真業の一部
7855 テニス場	8051 運動競技場(別掲を除く)の一部
8213 建設機械・鉱山機械整備業	8311 一般機械修理業(電気機械器具を除く)の一部
856 警備業	
8561 警備業	
8591 ディスプレイ業	8699 他に分類されない事業サービス業の一部
8592 産業用設備洗浄業	
8593 非破壊検査業	
864 獣医業	0531 獣医業の格上げ
8692 機械設計業	8799 他に分類されない専門サービス業の一部

(注) 下線を施した業種は、対事業所サービス関連の新設分類である。

資料；行政管理庁『日本標準産業分類』(昭和59年1月改訂)