

(1) サービス経済論をめぐる一展望

サービス経済論をめぐる一展望

—情報・サービス産業化と公共経済—

一 いわゆる「サービス経済」の到来

現代の産業社会の推移には、いくつかの新しい動きが認められる。そのなかの重要な一つに、サービス経済の比重の拡大という側面を欠くことはできない。これをめぐって、いくつかの分析があらわれ始めているが、しかし問題が新たな局面と奥行きを内包しているだけに、核心をつく体系的な究明には、なお距離を残している。

いわゆるサービス経済の到来を提唱したV・フュックスは(末尾参考文献〔6〕、〔15〕)、就業人口における非物財部門に従事する就業者比率が、有形財の生産に従事する就業者比率を越えた事実、これを求めている。サー

宮 沢 健 一

ビス部門の拡大の理由は、一部は生産と消費の中間過程が拡大して、分業化と専門化が進み、物財生産を直接扱わない活動領域が増大したことに、大きく由来している。財貨生産を業とする産業でも、たんに物財の提供だけでなく、需要に対応したさまざまな機能やサービス活動をこれに付加して製品化する傾向が目立っている。この事実は、サービス経済化の進展を語る場合、単に産業分類のうえでサービス部門のウェイト上昇だけではなく、物財部門自体の中でのサービス化という変化をも同時に考えるべきことを意味する。けれども、問題の重要性は、こうしたサービス活動の量的比重だけにあるのではない。その質的側面に、もっと注目が払われる必要がある。

第一に、F・マハループ〔3〕その他によって知識産業とか情報産業とかいう表現が強調されてきたことから知られるように、現代の産業社会では、企業者行動や消費者行動において、情報を媒介とした選択行動が欠かれない一要素となった。いまや情報サービスの生産・処理・伝達を分担する活動領域は、独自の地位を占めている。この点を強調すれば、むしろ一括的な呼称としては、フニックスの「サービス経済」という名称よりは「サービス情報経済」という表現のほうがより適切であろう。

第二は、公共的・準公共的な性格をもつサービスの重要度が増大する傾向にあることである。サービス消費の属性として、有形財の消費の場合と異なり、多数の人々によって同時に需要されるといふ「消費の集団性」を示すものが少なくない。とりわけ公共的、あるいは準公共的サービスに、この種の性格をもつのが多くみられる。私的サービスと並んで公共的・準公共的サービスが併立し、社会的利害に結びついた広がりをもちながら比重を高めている事実が、サービス経済化の問題性を、いさう輻輳かつ奥行き深いものにさせている。

ところが、従来の伝統的な経済学は、財貨生産中心に

組み立てられ、しかも主として、市場経済機構に妥当する論理として体系づけられてきた。サービス部門はいわば残余セクターであって、サービスがもつ生産と消費の同時性という点が物財の生産・消費との差として識別されるほかは、物財経済の分析がほぼそのまま投影・踏襲されたにとどまる。しかし、ある種の情報サービスがそうであるように、生産と消費の同時性というサービスの伝統的な識別標識そのものが成立不能な領域が生まれているだけではない。さらに、消費の個別性や需要の排他原理の成立しないサービスについては、そもそも市場経済機構になじみなく、また効率基準より公正基準が要請されることが多いという特性をもつ。財貨中心の市場機構の経済学は、この点で限界をもたざるをえない。

以下の展望は、こうした問題意識を背景に、主として経済のマクロ的側面、および産業論的側面という大局的側面にかかわる範囲において、サービス経済化のもつ意味を位置づけることである。十分の研究が進展しているとはいえぬこの領域にあえて一つの展望を試みる意図は、経済機構全般に与えるサービス経済化の方向性を吟味しておくことが、今後の究明にとって欠かせない第一段階

となると考えるからである。

## 二 サービス部門拡大要因の諸説

マクロ経済面での問題の第一は、サービス部門拡大の基本要因は何か、という論点である。これをめぐってさまざまな説明が、全経済のなかでのサービス雇用比率の拡大に焦点づけて加えられてきた。A・バーラ〔18〕の整理によると、その主要な試みには三つのものが区別できる。(イ)所得 $\rightarrow$ 支出アプローチ、(ロ)生産性アプローチ、(ハ)雇用アプローチである。

(イ)第一の、所得 $\rightarrow$ 支出アプローチは、C・クラーク〔1〕とその追隨者によって代表される考え方で、需要構造に主たる説明要因を求める。サービスに対する需要の所得弾力性は、物財に対する需要の所得弾力性よりも相対的に高く、そのことがサービス部門とその雇用比率を高める主動因であるとされる。

(ロ)第二の、生産性アプローチは、『サービス経済』の著者V・フュックス〔6〕〔15〕によって特に主張された。サービス部門の生産性は、上昇はないわけではないが、物財部門の生産性の上昇率にくらべて相対的にかなり小

さいという一般的特性をもつ。このことがサービス部門の雇用吸収力を高めている有力な一因とされる。

(ハ)第三の、バーラのいわゆるエンプロイメント・アプローチとは必ずしも適切な呼称とはいえないが、非物財産業部門の雇用量は、物財部門の雇用量と関数関係にあり、後者の拡大が前者の上昇を誘発するという因果関係を主張する見方である。バーラはこの説の代表としてW・ガレンソン〔4〕をあげている。しかしやや広くいえば、ここには、アダム・スミス以来の生産的労働と生産的労働の区別の流れを引く古典的発想や、サービス活動を物財生産に対し派生的な地位に位置づけるマルクス経済学の考え方を含めておく方が、問題を一般化して吟味するうえには有益であろう。

もちろんこうした三区分はやや象徴的な見方で、各論者は上記主張点以外の要因も考慮している。しかし力点は、上に要約した側面に集約されており、またこの三説は、従来しばしば相互に独立的かつ対立的に主張されることが多かった。たとえばクラークは「第三次産業就業者の相対的拡大の理由は、その多くが需要サイドにあると考えるべきである」と明言している。こうして(イ)の所

得る支出アプローチが主張されるとき、暗黙のうちに支出の増加と雇用の増加は並行的に動く想定されやすく、その結果、生産性の問題は除外される。また(四)の生産性アプローチを重視するフェックスは、サービス需要の所得弾力性が物財需要のそれに比べてそれほど高くないという米国の計測例を念頭に、その主張を展開した。さらに(五)の説は、もっぱら物財産業の雇用増大が基礎となり、これがサービス需要を高めていく因果ルートに主たる関心を集中してきた。

しかし重要なのは、むしろこれら三説相互の関連いかんであり、それらに統一的な位置づけを与えることである。その試みのためには、いったん国民所得分析の立場に戻って、「所得ベース」から出発し、のちにこれを「雇用ベース」に翻訳する方法を採用するのが近道である。そのさい、かつて私の提示した「物財・サービス両部門間のマクロ乗数式」を利用するのが便利である〔5〕。

その要点を再述すれば、次のようである。経済全体の国民所得を $Y$ であらわし、これを物財生産からの所得 $Y_p$ と、サービス提供からの所得 $Y_s$ に分ける(いずれも発生ベースのものとする)。つまり、 $(1) Y = Y_p + Y_s$  である。

国民所得 $Y$ のうちサービス支出に向けられる配分比率を $q$ とし、かつ単純化のためサービス生産のための中間投入をゼロとすれば、サービスへの需要額 $qY$ は、需給均衡のもとでは、サービス生産の供給額 $Y_s$ と等しくなければならぬ。つまり、 $(2) Y_s = qY$  である。(2)に(1)を代入して変形すれば、 $(3) Y_p = \frac{1-q}{b} Y$  をうる。この式によると、サービス部門の拡大の起重力は二面的である。サービス活動からの所得 $Y_s$ がどれほどに達するかは、一つは、物的生産 $Y_p$ の水準に依存し、物的生産の基盤が拡大するほど $Y_s$ は高まる。また、それは、サービス支出比率 $q$ に依存し、 $q$ が上昇するほど $Y_s$ は高まる。

定式(3)は、形式的にみると、ケインズ流の乗数式に似ているが、しかし実質的にも事後的な乗数関係として解釈することは可能である。その展開は割愛するが、サービス活動からの所得形成は、物的所得 $Y_p$ を基礎とする、比率 $q$ による乗数的な波及過程としてあらわすことができる。その意味で(3)式を「サービス活動拡大乗数式」と名づけることができよう。

この関係を、雇用ベースに翻訳するのは容易である。サービス部門の雇用量を $L_s$ 、物財部門の雇用量を $L_p$ とあ

(5) サービス経済論をめぐる一展望

らわし、かつ両部門の労働生産性をそれぞれ  $y_p = Y_p/L_p$ ,  $y_s = Y_s/L_s$  とすれば、前記の定式(3)は書きかえられて、

$$(4) L_s = \frac{q}{1-q} \left( \frac{y_p}{y_s} \right) L_p \text{ を得る。}$$

この雇用バランスの定式(4)は、既述のサービス雇用拡大要因の三説を、統一的に位置づけて示している。すなわち(イ)右辺第一項の  $q/(1-q)$  は需要要因であって、クラーク流の支出サイドの変化の効果を反映する。(ロ)第二項  $y_p/y_s$  は生産性格差要因であって、その比率の上昇すなわちサービスの生産性  $y_p$  上昇の相対的低下の雇用効果を示す。(ハ)第三項の  $L_p$  は物財産業のサービス雇用誘発要因であり、物財生産の基盤拡大を示す物的雇用拡大がサービス雇用増大に与える効果を表現する。

さまざまな形で社会的変化の過程として語られているサービス経済化への要因も、その主要なものの上記三項に反映させて位置づけることができる。しばしば挙げられる都市化・核家族化・需要の多様化・余暇の増大や、私的セクターに対しての社会的公共サービスへの要求増大の諸側面は、数量的には、(イ)のサービス支出比率  $q$  の上昇の姿をとってあらわれる。また物財雇用にくらべ、サービス雇用の一特性としての資本への代替性の低さや、

最終サービス部門の小規模性は、(ロ)の生産性格差要因のうえに反映されよう。さらに、生産条件・分業条件の変化としての専門化・細分化・外注化・レンタル化といったサービスの活動の外延的な広がりもよく説かれるが、これも(ハ)の雇用誘発要因のルートと距離の問題として、眺めることができよう。もっともここでは、サービス経済における「ムダの制度化」や所得介入現象といわれる諸側面にも、目を向けなければならぬ〔2〕。

けれども、以上のように統合しても、上記諸説だけでは、現代のサービス経済拡大の特性を、十分説明できるとは思われない。なぜなら、外延的広がりのほか内包的拡大があり、とりわけ物財生産とサービス活動の内面的関係が、そこでは不十分にしか抽出されていないからである。経済主体の行動という面にそくしていても、消費者行動のパラメーター  $q$  のほかに、企業者行動のパターンが導入されるのでなければ、現代産業社会における新しい動向を含みえたとはいえないであろう。

現代の産業社会の一特性は、商品コストに占める情報的原価や知識投入量の比重が高まりつつあること、そして J・ガルブレイス〔11〕が強調する企業の広告支出に

よる消費者選択の方向づけがみられることである。R・ソロー〔12〕のガンプレイス批判には聞くべきものがあるが、しかし広くいえば、研究開発費、ブランド料、デザイン料、包装・化粧費、広告宣伝費、市場調査費など、この種の費目の上昇は、ある波及効果をもってサービス産業への需要拡大に寄与するの事も事実である。これら費目の外注分は、企業支出における賃賃料、保険料、利子、運賃、その他の一般管理費などとともに、主として第三次部門に流出して、その拡大要因となる〔9〕。これら流出価値部分は、物財生産によって「付加」された価値ではあっても、けっして物財産業に「帰属」するのではなく、流出先のサービス部門に帰属する所得となる。

この側面をマクロベースで考えるには、既出の、所得の発生ベースで示された(3)(4)式を、所得の帰属ベースに書きかえればよい。いま上述の流出部分をTで示すと、物財産業で発生した所得のうち同産業に帰属する残された所得部分 $Y_p^d$ は、 $Y_p^d = Y_p - T$ となり、他方、サービス部門に帰属する所得 $Y_p^s$ は、 $Y_p^s = Y_p + T$ となる。流出所得Tの $Y_p^s$ に対する比率を $\alpha$ と書けば $(\alpha = T/Y_p^s)$ 、前出の定式(3)は、(5)  $Y_p^s = \frac{b-1}{b} Y_p^s$  と書き直される。現行の

国民所得統計の概念分類は、この(5)式と対応する。前記サービス雇用拡大の定式(4)は、所得の受取ベースで表現するとき、書き改められ、(6)  $I_p = \frac{q+\alpha}{1-q} \left( \frac{y_p}{y_s} \right) L_p$  与えられよう。ただし  $y_p^s = Y_p^s / L_p$ ,  $y_p^d = Y_p^d / L_p$  である。

ここで基本的な役割を果す乗数項は、生産性格差要因  $y_p^d / y_p^s$  と並んで、消費者の行動パラメーター $q$ のほかに企業者の行動パラメーター $\alpha$ が加わる。かくて企業支出における情報的原価の外注化や一般管理費の高率化は、上式が示すように、サービス活動拡大乗数の値を高めるのである。しばしば指摘される社会的条件・分業条件の変化としての情報化・知識集約化の側面は、定式(5)(6)におけるパラメーター $\alpha$ の変化に集約して語りうるようになる。もちろん、上式のような所得分析的タームによる表現だけでは、中間財的サービスをめぐる錯綜した関係を究明するには十分ではない。この点については、後にふれよう。

### 三 成長・景気・物価のマクロ面への効果

上記諸要因を背景として進行するサービス経済化は、マクロ経済一般にどのような効果を及ぼすか。以下これ

を、経済の成長ないし生産性、景気変動、物価という、三つのマクロ経済の集約的な局面にかかわらせ、諸論者の抽出した論点に留意しながら吟味しよう。

(一) 経済成長と生産性 経済成長に与えるサービス経済化の効果は、概括的には、需給両面において、次のような一般的特性を示すと思われる。

まず、供給面の要因としては、物財生産にくらべて、サービス生産には生産性の上昇に限界があるという既述の特性が決定的である。サービス部門の生産性が財貨生産との比較で低くおさえられる理由の第一は、サービス生産には「規模の経済性」の利益を享受する余地が比較的少ない分野が多いことによる。第二に、このことと無関係ではないが、別に挙げるべき要因は、サービス産業における「労働と資本との代替関係」である。財貨生産の場合と異なり、サービスや知識労働は公私両部門とも機械による代替が比較的困難で個人とのパーソナル・コンタクトに従うものが多く、労働の資本に対する「代替の弾力性」あるいは「労働節約効果」は、サービス産業では物財産業に比し相対的に低い分野が多い。

ただしここでは、二点の注記が必要である。その一。

サービス産業の生産性の尺度を、投入資源の効率性に力点のある財貨産業の生産性と共通尺度で測ること自体、多くの問題を含む。質の問題が重要となるサービスのアウトプットとしてそもそも何を採るべきか、またインプットとの対比で生産性をどう定義するかは、むずかしい問題である(15)第二文獻)。とはいえ他面では、国民経済的な共通ベースでの尺度への要請もまた無視できない。

この共通ベースに立つかぎり、サービス経済化は、生産性上昇率の視点からみて経済成長の制約要因の側により強く作用しよう。その二。代替の弾力性についての上記の立言は概括的なものにすぎず、その値は部門によってかなりの差を示す。対個人サービスや生活関連サービスの分野では、労働と資本の代替の可能性は限られているのに対し、対企業サービスや一部の流通金融関連サービスでは、相対的に代替可能な領域は多い。したがってどのようなサービス産業の比重が高まるかによって結果は異なるが、しかしそれにしても、財貨部門と対比しての上記の一般的特性は、動かないところであろう。

他方、需要面については、サービス需要の所得弾力性の相対的な高位や公共的な要求の拡大からみて、サービ

ス部門それ自体としての成長性は高いといえる。しかしここでの問題は、経済全体としての他部門に与える需要波及効果を含めた全般的な影響いかにある。

全般的にいつて、物財部門に比べてサービス部門の他産業の生産誘発力は、かなり低い。産業連関分析の計測結果を利用すれば、第二次産業の全部門への生産誘発係数は平均して二・二一であるのに対し、第三次産業のそれは一・四八にすぎない。また消費支出の生産誘発力をみても、支出中に占めるサービス支出比率の上昇に伴い、誘発係数は低下を示すであろう。なぜなら消費支出の形態別生産誘発係数をみると、耐久消費支出二・三七、非耐久消費支出一・九八に対して、サービス消費支出一・四六で、後者のウェイト増大は、この面でも需要創出力を低下させる。今後サービスの誘発係数値が高まることはあっても、それには限界があろう。

このように、需給両面からみて、サービス経済化は、経済の成長性を制約する方向により強く作用する公算は大きい。もっとも、このこと自体、サービスの生産性を財貨基準と共通尺度で測るという前提にたつての話である。成長性のいかんは、一つにはサービスのアウトプツ

トの測り方や生産性の尺度に依存し、財貨基準とは別の独自の指標を採用すれば、おのずから別の判断も可能となる。しかもここには、サービス生産の実質系列をどう測定するか、あるいはデフレーター法を避けて最初から産出数量指数(それもいかなるもの)を採るべきかなど、未解決の論点が多く残されているのである。

(二)景気変動 景気循環に対する効果としては、サービス経済化はとくに雇用面において景気変動の安定化の側により多く作用することが、第二次産業の波動性との対比において一般に指摘されている。

この結果を生む要因の第一は、生産物の性格による企業行動差が、物財産業とサービス産業とはみられることである。財貨産業の場合には、供給と需要とを調整する企業行動は、短期的には、在庫の調整が主体である。

これに対してサービス産業の場合には、ある種のサービス(情報サービスなど)を別とすると、「生産と消費の同時性」という特性をもつために、サービスは貯蔵不能で、在庫はゼロである。さらに、サービス需要には非弾力的なものが多い。そのため、景気循環における在庫変動の



(9) サービス経済論をめぐる一展望

重みを低め、雇用変動のはばを相対的にせばめて、安定化の側により多く作用する。このほかの要因として指摘されるのは、とりわけサービス経済化のなかで進行する公共サービス・政府部門の比率増大、および多様な雇用機会の創出である。この二要因も、その性格上、景気感応度を低める方向に働く。

財貨産業と異なる他の副次要因、たとえば小規模性、労働時間・雇用・賃金の調整の型なども、景気パターンに独自の要素を介入させる。またサービスの生産性には、物財のそれよりも循環的変動が強くあらわれる。サービス売上の拡大が雇用調整より早ければ生産性は上昇し、売上げ拡大が遅れば生産性は低下するからである。

サービス部門の需給調整における企業行動につき、若干の論点を追加しておくのは有益であろう。第一に、サービス企業で在庫調整に代わって時間調整が主体となる根拠は、サービス需要は、生産と消費の同時に伴い特定時間帯への集中、特定地域への集中という性格が随伴するためである。こうした時間的・空間的に代替困難な需要に対応して、供給は、時間と地域とへのアプローチを  
通じてはたされねばならない〔7〕。第二に、こ

の時間的・空間的調整という論点の背後には、ストック面での供給能力保有という特有の問題が生ずる。サービス需要の時間的ピークや場所的集中に対応できるだけの設備能力と人員配置（知識労働を含めて）を備えることができないときは、供給の欠如が生ずる。その型は、私的サービス、情報サービス、準公共的サービス、公共サービスのそれぞれについて、特有の形をとろう。

(三) 物価面 サービス経済化の物価への影響も、独自の姿を示す。サービス需要の拡大が物価に与えるルートには、基本的には二つの方向がある。

一つは、産出面を通ずるもので、サービス産業の生産性上昇に限界があり、物財産業の生産性上昇率よりも低いという、先述した特性を通ずるルートがその一である。この理由から、サービス支出の増大は、価格の上昇で吸収されやすく、生産性上昇によって吸収しにくいという一般的要因が働く。またサービスの場合、財貨の場合と異なり、顧客とのパーソナル・コンタクトの比重が高く、「品質と価格の差」が明確でなくなるという性格があり、このことが物財需要にくらべて、ある種のサービスの需要の価格弾力性を小さくする傾向をもつ。この特性もま

た、需要に対する価格上昇性を高めよう。かくてサービス経済化の方向は、構造的に言えば、生産性低下昇率部門に対する需要の傾斜を生みだし、これがサービス需要の価格弾力性の特性と結びついて、シュルツII塩野谷流の「需要ソフト・インフレ」と結びつきやすい。

もう一つのルートは、投入面にかかわる。投入面でサービス産業は、物財産業にくらべ、より労働集約的で、また頭脳集約的な分野が多く、資本への代替の弾力性も小さい。この性格は、サービス部門が賃金上昇圧力をともに受けやすいことを意味する。このことが人手不足と結びつくとき、分野によってはコスト上昇がサービスの質の低下につながる結果を生む。いま、相対価格の変動の全般的な方向として、労働の価格が資本の価格にくらべて相対的に上昇する傾向をもつならば、構造的にみて、サービス経済化は「コスト・プッシュ・インフレ」の圧力を生みだすように作用しやすい。

こうして、サービス経済化の物価へのマイナスのパフォーマンスは、需要ソフト・インフレとコスト・プッシュ・インフレの双面からあらわれ、それがサービスの質の問題とかかわるといふ姿をとる。かくて、そのコスト

を誰がいかなる基準で負担するか、また物財産業における十全な生産性上昇でこのマイナス面を打ち消しうるか、これら条件の整えられることが、サービス経済における福祉社会の健全な形成にとって欠かせない一要件となる。

もちろん物価上昇の直接要因は、たとえば国際収支の黒字による通貨流動性の増大や、価格硬直下の完全雇用追求型経済での需要増大圧力が大きく働いていることはいうまでもない。しかしこれら直接要因による通貨流動性の増加を物価上昇の形で吸収する条件が、上記の形でサービス経済化の構造変化の面に形づくられていること、このことに注目が払われるべきなのである。

#### 四 産業連関とサービス情報経済化

サービス経済化を追跡するうえで、消費支出面だけでなく企業支出の行動面に立ち入ることが、現代産業社会の特質を知るうえに不可欠なことを指摘した。消費関連よりも生産関連サービスの比重が増大しているという研究〔14〕にもその動向の一端が示されているが、このような点からいえば、前節までに採用してきた国民所得分析のベースだけでは、物財・サービス両部門間の活動の

(11) サービス経済論をめぐる一展望

形態をみるのに不十分なことに気づく。ところで産業論のベースに下りて吟味しようとする場合、現代産業分析の理論体系を与える産業連関論と産業組織論が、展望への有益な枠組みとして援用できよう。

中間財サービスを明示的に含む産業連関の構造を、上述の視点から応用するには、それなりの独自の工夫がいる。この面では、かつて私の提示した「内部乗数と外部乗数」による「物財・サービス二部門グループ分割連関モデル」によって、産業連関の波及効果を分解分析する方法が役立つ(5)。アウトプットをベースとする伝統的な縦割りの産業活動をいわば横から眺め直して、一方では、物財産業がサービス情報のインプットをどれだけ行なって産出活動を営んでいるか、また他方では、サービス情報産業が物財投入およびサービス情報自体のインプットをどれほど行なって活動しているか、という両側面を識別する。そうすれば、この両面から、交錯する活動の相互関連とその変化の様相が追跡可能となる。

その方法は、要するに、産業連関の波及効果を示す逆行列係数を次の三局面に分解し、かつその総合によって究明する方法である。すなわち、(1)物財産業グループの

内部乗数(物財部門内部における相互誘発関係)と外部乗数(物財部門に対するサービス活動からの究極的なねかえり効果)、および、(2)サービス産業グループの内部乗数(サービス部門内部における相互誘発関係)と外部乗数(サービス部門に対する物財産業を介する究極的なねかえり効果)をベースとし、さらに、(3)この四つの部分行列乗数の作用過程で働く両部門間の相互交流関係を係数化する(部門間投入誘発と生産誘発の係数行列)ことによって、その立体的構造を追跡するのである。

この手法の詳細の再述はここでは避けるが、その適用は、産業の縦割り構造と横割り構造の何れか一方を先験的に重視するのではなくて、その相互作用のなかで、物財・サービス両部門の影響力の方向と重みを評価することを可能にする。実際の計測例には、私自身の試み(5)(20)のほか、『経済白書』(一九六八年版)や地域連関分析(札幌通産局一九七一年)などでも利用されているので、以下ではむしろ、新たな若干の論点を追加することにしよう。それは、サービス情報経済の分析への要請が、慣行的な従来の産業連関表の作成原則のいくつかに、改訂を要求するであろうという点である。

新しいサービス活動に対応して、次のような新たな措置が必要とされよう。(1)情報活動については、アクティヴィティ・ベースを基本とする産業分割のためまえから、社内広告、社内研究、社内教育のごとき自家活動を、仮説部門の形で新設して扱うべきである。自家活動を社外発注に切りかえたとき、そのことによっては産業連関表のコスト構造がすぐ変わってしまうのでは不合理だといふだけではない。情報化の内部構造とその進展度を正當に位置づけて究明するうえにも、この措置は欠かせない。

(2)リース産業活動、たとえば電算機、事務機器、貸自動車、家庭用品などのリース産業については、資本設備の取扱い原則の変更が要求される。産業連関表の慣行的な生産設備の取扱いは、アクティヴィティ・ベースをとるためまえから「使用者主義」の原則が採用され、設備所有の形態いかんにかかわりなく、現実に資本設備を使用した部門の活動としてこれを扱うことが正當とされてきた。しかし同じくアクティヴィティ・ベースといっても、サービス産業の場合と物財産業の場合とは、そのもつ意味と性格は異なるという点が重要である。物財の生産における活動ベースは使用者主義が適切でも、サー

ビス活動中のリース産業における活動ベースは、明らかにその性格上「所有者主義」を適格とするからである。

(3)公共サービス部門の再編成の要請。医療・研究・教育という公共的・準公共的活動を正當に位置づけるには、これまでの慣行を改訂して、従来その他公共サービスに一括されてきた社会公共サービスの独立化をはかるとか、一般政府消費に含まれていた活動中の対応部分を分離して内生部門化するなどの再整理が欠かせなくなる。

わが国の昭和四五年産業連関表は近く公表のはこびにあるが、上記三点は、その作表作業でも実施要項中に含まれており(22)、精度の高い完全が望まれる。

##### 五 産業組織と企業行動・企業形態

目を転じて、産業組織論の立場からのサービス経済化の評価に進もう。ひと口にサービス産業といっても、それは異質な諸産業の混成で、本来的には各産業ごとに産業組織上のそれぞれの特性を異にしている。産業別のケース・スタディは、現在あまり進展しているとはいえないが、以下ではむしろ、産業組織全般に与えるサービスの経済化の一般的効果に焦点をあわせる。市場構造・市場

行動・市場成果という三つの産業組織の基本的枠組みにしたがって、主として財貨産業との対比という全般的局面にかかわる範囲で主要論点を摘録してみたい。

市場構造にかんしては、サービス経済化が産業集中ないし企業規模に対して与える効果がまず注目される。サービス産業には、金融・保険・流通部門の一部（卸・スーパーなど）のように、大規模企業の支配的な分野が存在する。しかしその他多くのサービス業の特性としてフックスらによって特に強調されている点は、小規模事業所および自営業主の比重が高まるという一般的傾向である。しかし、この点に関しては、注意ぶかい吟味が必要であると思われる。

第一に、たしかに最終財的サービス産業では、小規模企業の比重は高い点は認められる。その基本的な要因は、これら分野では規模の経済性を享受できる余地が少ないことによる。機械では作りえないサービスの比重が高まるほど、財貨基準でみた技術進歩の大きな進展も期待されにくく、また、きめ細かいサービス提供を必要とする領域ではスケール・メリット追求には限界があるからである。最後の点に関連づけていうと、市場構造の他の指

標としての製品差別化の程度は、高くなる可能性が大きい。ここには、サービスの質という問題が強くかわるからである。しかし小規模企業の可能性は、最終サービスの供給だけでなく、また情報化やシステム化の動向に関しても、検討される必要がある。

すなわち第二に、もともと情報化・システム化の軸となる企業は、市場行動の面からみると、資本的な関係によって地歩を占めるといよりは、むしろ調整能力や情報処理能力、あるいは組織力に強く依存しており、したがってこの面では、小規模企業の方が機動性をもって行動できるという面をもつ。近時の「ベンチユア・ビズネス論」の問題提起も、ここに一論拠をもっている。一部から主張されているように、大企業の一般的優位という従来の通説は、この点で修正を要しよう。しかし、大規模企業が、この面でまったく不向きというわけではなからう。たしかに小規模形態は、大企業の組織が硬直的・保守的となりやすい弊からまぬがれてはいるが、反面、大企業組織のほうが情報・技術の蓄積も厚く、資金調達や人材確保の点でも有利だという側面も、依然として強い。この面では、大規模企業形態も、従来の典型的なビ

ラミッド型の構造から脱して、研究開発部門や分権的責任部門を独立・併存させた構造（スター型とかマトリックス型とか呼ばれる）で対応していくであろう。したがって要約的には、小規模企業の拡大と大企業の組織変化という企業形態の多様化が、双面的に産業組織に進むとみた方が正鵠を射ていよう。

次に、競争条件という市場構造の特性にサービス経済化が及ぼす効果も、慎重な吟味を要する。まず、サービスの質に密着した小規模企業の活動分野の拡大は、そのこと自体、集中度低下（ただし地域性の強い分野は除く）と製品差別化増大という、市場構造の競争度に逆方向に作用する効果を生むであろう。他方、システム化にとつては、個別企業の規模よりは、企業の組合せや運営および全体としての規模が主眼となる。したがってシステム化は、旧来のカルテルや企業支配集団と異なり、複数の異種企業間の対等な連結の形をとるのがたてまえだから、そのかぎりにおいて、競争制限的となる可能性は少ないともいえるし、小規模企業の活動余地も開かれている。しかし反面では、既成の融資系列と結びつくシステム化や、高度の市場支配力や技術独占と結びつくシステム化

もありうるから、その面では競争制限的となるおそれも依然として残されている。先行的・始発的には小規模ベンチユアが成功しても、浸透段階ではそうとはかぎらず、大企業がその組織を変えながら進出する可能性も十分に存在する。企業にとって、情報サービスを内部生産するか外注化に切りかえるか系列会社の設立で対応するかの選択も、この点にからむ。したがって、時に聞かれる一方的結論は、やや早急の感をまぬがれない。

視角を変えて、サービス産業における「投入」と「産出」の両面の企業行動に目をむければ、ここでは財貨産業と対比した若干の特性差を検出できる。

産出面では、情報サービスを別にすると、とくに最終サービスの場合には、財貨生産企業の在庫調整に代わって、時間調整の企業行動が主軸になることは前に述べた。産出物の性格からくるもう一つの点としてフェックスらがよく挙げるのは、サービス生産の過程における消費者ないし需要者の参与という論点である。物財生産の場合には、需要者は生産に直接参与しないのが一般的なのに対し、サービス提供では、生産と消費の同時性の特性から、需要者の知識・判断能力・経験が直接に反映する。その

ことがサービスの生産性を左右するし、需要の多様化・個性化が進むほど参与の可能性は強まるとされる(10)。

けれども他面、これら諸点を組み入れての企業行動が、上記論者の期待どおり、常に需要者側に有利に働くとはかぎらない。サービスの無形性という性格は、内容・品質の規格化や表示を困難にするし、またサービスの対面性(売り手と買い手が直接に顔を合わすこと)という性格は、悪くすると規格・表示の不明確化に加えて、契約条件の片務性を導きやすい。こうした事情は、消費者選択の合理的行動への阻害要因として働く。サービスの情報が不足していたり、サービス市場の地域的分散化という特性がこれと結びつくとき、選択の余地はさらに狭められ、市場構造を非競争的なものとする。こうして、サービスの生産・消費の同時性、無形性、対面性という産出物としての性格は、良い方向に進めば、一部論者の主張どおりサービス生産への消費者の主體的な参与という積極的役割をはたしうるが、悪くすれば、逆に非競争的かつ消費者選択範囲の限定という形で、市場構造の効率阻害に転化するとみるべきである。対消費者情報その他の公共サービスが要請されるゆえんも、またここにある。

投入面についても、財貨産業中心の時代に比較して、サービス経済化は変化をもたらす。労働投入面の企業の雇用行動では、フェックスの指摘が成立する。不定期就業者(パート・タイム)、女子・高齢就業者の比重は高まろう。これは一つには、サービス需要の一特性としての特定時間帯・空間への集中化に対応する雇用の効率的運用という企業行動の結果と解しうる。また物財産業での筋肉労働の重要度がサービス産業では低下するという事情も、上記の雇用形態を生む他の一因として働く。他方、資本投入面にも、知能集約型労働の役割の増大によって変化があらわれる。機械では作りえない種類のサービスの比重が高まるほど、また労働の資本への代替が困難なほど、設備資本需要のもつウェイトは相対的に減少し、物的資本よりは人的資本が重視されるからである。

同様に、技術革新の面にも変化が及ぶ。財貨産業の場合には「資本に体化された」技術進歩に比重がかかるのに対し、サービス産業の場合には「労働に体化された」技術進歩に比重が移る。また、サービスの技術進歩は、その生産性増大に直接あらわれるよりは、特定タイプの新しいサービスの拡大、という姿をとりやすい。この点

は、価格形成や物価との関係からも留意されてよい。

最後にもう一点、企業形態の側面に戻れば、サービス経済化に伴う所有形態の構成変化は無視できない。私企業以外に、非営利法人、いわゆるノン・プロフィット・インスティテューションの比重が高まる。この変化は、サービスのうち、公共的・準公共的性質をもつものの重要度が高まるという傾向に対応している。従来の製造業にみられる大規模企業に代わって、サービス経済社会では、政府機関、医療、教育、研究、交通、その他非営利専門機関がかなりの役割を占めることが予測されるが、産業組織上の特性からいえば、これは市場行動に、利潤追求動機に従わぬ組織体が拡大することを意味する。

ノンプロフィット・インスティテューションの行動原理は、利潤極大でもなく、またおそらく組織の成長（マリス流の理論で強調されているような）でもない。むしろ量と質との両面での目的追求にあるというJ・P・ニューハウス〔17〕の指摘などに、この方向への研究の一端がみられるが、その一般化はなお残された課題であろう。医師や教師の一人当り患者・学生数の引下げによるサービスの質の向上は、財貨基準でみれば逆に生産性を低下

させるという特有の問題もある。

さらに根本的には、そもそも公共的にサービスの提供されるべき原理的理由は、公共サービスが外部効果や公共財的性格をもつゆえなのか、それとも、福祉社会での国民の社会権をみたすためにそうさるべきかの根本面に遡った論点がある。その検討が、各種公共サービスの性格にしたがって、先行的に吟味されねばならない。

## 六 価格パフォーマンスと公共経済

市場成果にかんしては問題は広範で、本来サービス業内部のそれぞれの業種ごとに多様な側面をもち、特定部門別の観点を離れては、多くの発言は不可能といつてよい。そこで成果面については、前節までにすでに関連的に言及した諸点に加え、サービスに特有な価格づけという一点だけを追加するにとどめる。

論点の第一は、低生産性上昇率を特性にもつサービスの価格形成と一般物価との関係だが、この点はマクロ経済面での効果として、第三節ですでに要約済みである。

論点の第二は、とりわけ最終サービスにみる価格づけの問題である。この種のサービスには、生産と消費の同



時性が成立するものが多いこと、およびサービス消費には「習慣形成効果」がかなり強く働くという性質があるため、この両面から需要者の欲求満足度の要因が、価格づけに強くひびく可能性をもつ。概括的で粗雑ない方をすれば、物財の価格形成にはコスト側の要因が相対的に強く効くケースが多いのに対して、最終サービスの価格形成には需要側のサービス享受による満足度が相対的にひびく可能性が強いという対照がみられる。この可能性は、既述のように消費者選択にとってサービス提供への主体的参加という形でプラス面に出ることもあれば、逆に競争制限的なマイナスの形で出ることもある。

そのいずれであるにせよ、需要における差別化・個別化の進行に対応して、製品差別化が価格差別を伴って生じやすく、これが需要の低い価格弾力性と結びついて、価格メカニズムによる調整を、サービスに関して弱める傾向を生む。それだけに、再度強調すれば、サービスの質が大きな意味をもち、また質と価格との相関的変動が、代替可能性の少ないものほど重要な論点となる。

今述べた事情が、サービス産業が生産性低上昇率部門であるという先述の特性と結びつくとき、人々の所得の

上昇と比較して、サービス価格はそれ以上に高まるという傾向を伴うことになる。この所得と価格の不均等上昇がもつ効果は、たとえばW・ボームル〔13〕の論点を援用すれば、いくつかに分かれて生ずる。(1)サービスによって、あるものはぜいたく品化して、その結果、市場から姿を消すかも知れない。(2)またあるものは、アマチュアリズムやセルフ・サービスの領域にゆだねられる。(3)そして他のものは、公共的な提供への要求へと変えられる。この最後のものは、他の公共サービスとともに、

市場経済の価格機構から外れる領域を形づくる。そのため、何を公共部門へ組み入れるかの原則、あるいは市場の価格機構にゆだねるべき分野との分担関係とその運営基準いかんという、高次の問題を誘発するのである。

論点の第三は、情報サービスの価格づけの問題である。情報という商品には、生産と消費の同時性という、伝統的にサービスの特徴とされてきた性質は成立しない。情報は、使用によって破壊・損耗されることなく、ストックとして作用する。その意味で情報は、それまでの蓄積と合わせて効果が上がるという体系性をもつものが多く、また、任意の部分を分割して取り出せぬという不可分性

をもつ。その結果、価格づけにさいして、基本となる売  
買の「単位」がきまりにくい面をもち、また単位が決ま  
っても、情報の質には差があり、需要者によって評価を  
異にするため市場価格が決まりにくく、また価格が決ま  
っても差別価格が形成されやすい。

他面、情報のもつ準公共財的性格も、情報サービスの  
価格づけの性格を左右する。知識・情報サービスは、そ  
れがいったん公開されれば、一人の需要者の占有物とは  
ならず(排除原理の不成立)、誰でもが共有でき(消費の集  
団性)、また再製によって転売できる〔19〕。そこで、(イ)  
もしこうした転売を「特許制」その他の保護制度で禁止  
できれば、それは私的財となって、一般の財貨と同様な  
取引の対象となり、市場価格が形成される。この場合、  
情報の供給者と需要者の立場からみて、そこに独占的要  
素の介入がみられやすい場合が生ずることも、市場構造  
上留意されてよい点である。(ロ)他方、再譲渡禁止が不可  
能な情報、あるいはもともとそれが不適切な性格を有す  
る情報については、市場機構からはなれて、法的強制を  
伴いながら社会的な重要度の序列に従って公的機関が供  
給する形をとることが要請される。

こうして、使用の集団的性格および需要の非排他的性  
格に対しては、どの種類のサービスの特許制や料金制・  
保護制によって私的財に転化させるか、あるいはどれを  
どのような原理から市場以外の機構による公共的供給に  
ゆだねるべきか、ここに重要な選択問題が生まれる〔20〕。  
企業関連の情報のほか、対消費者情報や、ときに教育産  
業、研究開発産業、医療産業とよばれる公共的・準公共  
的サービスの分野についても、市場機構のみにはまかし  
えぬという点で同様に価格づけに特有な問題を生んでお  
り、またそのコスト負担を、効率基準よりも公正基準に  
よってどう序列づけるかの論点を伴うのである。

〈参考文献〉

- 〔1〕 C. Clark, *The Conditions of Economic Progress*, 1st  
ed. 1940, 3rd ed. 1957.
- 〔2〕 都留重人「第三次産業と経済成長」『経済研究』第十  
一卷二号、一九六〇年四月。
- 〔3〕 F. Machlup, *The Production and Distribution of  
Knowledge in the United States*, 1962.
- 〔4〕 W. Galenson, "Economic Development and the  
Sectoral Expansion of Employment," *International  
Labour Review*, June 1963.

- [5] 宮沢健一「物的生産とサービス活動の連関分析」『経済研究』第十四卷三号、一九六三年七月。および同『経済構造の連関分析』東洋経済新報社、第四章、一九六三年。
- [6] V. R. Fuchs, *The Growing Importance of the Service Industry*, NBER Occasional Paper, No. 96, 1965.
- [7] G. S. Becker, "A Theory of the Allocation of Time," *Economic Journal*, Sept. 1965.
- [8] K. Boulding, "The Economics of Knowledge and the Knowledge of Economics," *American Economic Review*, May 1966.
- [9] 篠原三代平「サービス産業」同著『産業構造論』筑摩書房、第三章、一九六六年。
- [10] 江見康一「サービス産業研究の諸問題」『一橋論叢』第五六卷五号、一九六六年十一月。
- [11] J. K. Galbraith, *The New Industrial State*, 1967.
- [12] R. M. Solow, "The New Industrial State or Son of Affluence," *The Public Interest*, Fall 1967.
- [13] W. Bounol, "Macroeconomics of Unbalanced Growth," *American Economic Review*, 1967.
- [14] 梅村又次「労働力配置の構造的諸問題」有沢広巳・内藤勝編『労働力市場の長期展望』東洋経済新報社、一九六八年（『労働力の構造と雇用問題』岩波書店に再録）。
- [15] V. R. Fuchs, *The Service Economy*, 1968. 序4頁
- V. R. Fuchs (ed.), *Production and Productivity in the Service Industries*, 1969.
- [16] 日本経済調査協議会編『サービス経済への展望』日本経済調査協議会、一九六八年。
- [17] J. P. Newhouse, "Toward a Theory of Nonprofit Institution," *American Economic Review*, March 1970.
- [18] A. S. Bhalla, "Role of the Services Sector in Employment Expansion," *International Labour Review*, May 1970.
- [19] 今井賢一・村上泰亮・筑井甚吉「情報と技術の経済分析」日本経済研究センター、一九七〇年。
- [20] 宮沢健一「産業構造とサービス情報社会」同編『産業機構』筑摩書房、一九七一年。
- [21] 香西泰「脚光あびるサービス・エコノミー」『エコノミスト』一九七二年六月。
- [22] 行政管理庁『昭和四五年産業連関表作成基本要綱』産業連関部局長会議、一九七一年。

\* 本稿は、財団法人清明会の援助による研究の序説的部分にあたり、引き続き第四節に示した方法を中心とする実証的計算作業を予定している。

(一橋大学教授)