

# サービスの定義と若干の インプリケーションについて

橋 本 介 三

## I はじめに

筆者は、去年、サービス経済化現象の分析方法について、一つの考え方（橋本〔6〕）を提示して以来、これまでに様々な批判や賛意などをいただいた。特に、NIRAの中四国のサービス経済化のネットワーク研究の場を通じて、また、計画行政学会の中四国部会や、直接手紙などを通じて、誠に有益な御批判をいただいた。

サービス経済化現象は、もとより、広範囲の社会・経済現象であって、筆者の提示した分析視角で、全て解明できるとは更々考えていない。より実り豊かな分析フレームがあるかも知れず、そのような発展のためにも、ここに、御批判いただいた主な論点に対する筆者の考え方を再整理し、定義や仮説に関連した主要な文献などの背景を明らかにして、論文をまとめておきたいと思う。

尚、仮説の実証結果、及び、その政策上のインプリケーションについては、近刊されるNIRAの研究報告書を参照していただきたい。

## II サービスの定義

サービス経済化現象を分析しようとすれば、最初に直面する難問は、サービスとは何かである。経済理論では、効用をもたらすものは、一括して、「財及びサービス」として扱われ、その意味では、財とサービスは同次元のものと考えられ、両者には、明確な区別がなされてこなかった。このような伝統

がいつ頃から明白になってきたかは、筆者は定かでない。しかし、例えば、A. マーシャルが、「人は効用のみを生産出来るのとちょうど同じように、人はそれ以上のものを消費することが出来ない」(A. Marshall [9] p. 64)と『経済学原理』の中で宣言した時、効用を生み出し消費するという点では、財とサービスは同等であって、両者をことさら区別する必要はないという伝統が出来上ったと見なしてよいのではないだろうか。事実、マーシャルの財とサービスの取扱いは著しく混乱しており、これらの区別が意識的に行われている<sup>(1)</sup>とは言い難い。けれども、むしろこれは、富 (wealth) を中心にした古典派の分析から、効用 (utility) を中心にした経済分析を確立することに精力が注がれていた結果であると、解すべきであろう。

比較的早い時期にサービス産業を分析したスティグラーは、サービス産業の境界や分類に関しては、権威ある合意が得られないと断念し、実際的な分類方法をとったのは、この間の事情を物語っているようで、興味深い (G. J. Stigler [11] p. 47)。従来の経済学で用いられてきた「財」と「サービス」を区別するなにかの基準は、①有形か無形か、②消費者に近接しているか否か、③農林水産業、鉱業、製造業、建設業以外の「残余」部門の output か否か、以上の3つである (V. R. Fuchs [4] pp. 40-41)。

①の基準によれば、無形性がサービスの特徴となるが、貸ビルやリース業の産出物は有形か無形なのか、ガス、水道、電気は？ また、パテントの売買はサービスの取引か財の取引か、と言った疑問が生じる。

②の基準によれば、生産者の活動が消費者に接して行われる産業がサービス産業となるが、広範囲の対事業所サービスと思われる部門が全て脱落するので、適切な基準とは言えない。

③の基準によれば、農林水産業、鉱業、製造業、建設業を「財」の生産部

---

(1) 例えば、マーシャルは、旅行の機会や美しい景色又は博物館に接することは物的施設の体现であるとして、物的財に分類している (A. Marshall [9] p. 54)。

門と定義して、それ以外の「残余」部門を「サービス」の生産部門と考える統計的な妥協の産物であるが、これらの産業が残余になってしまった、正に、その根拠が説明されていない。そのために、サービス産業の境界は、国や研究者によって異っていたり、又、しばしばサービス産業(=第3次産業)は、「統計的ながらくた箱」と扱われてきた。要するに、これらの3つの分類基準はサービスの特性の一面をとらえているが、サービスの何たるかは定義されていないのである。

筆者の知る限り、最初にサービスの体系的な定義を試みた経済学者は、I. フィッシャーであろう (I. Fisher [3])。

フィッシャーは、まず、富 (wealth) を、人間によって所有されている物質的な対象物 (material objects) と定義する (*ibid*, p. 3)。この中には、人間が、自分で自分を所有するという意味において、富の中に含まれていることに注意しよう。次に、富によって惹起された「望ましい変化」もしくは「望ましい事象 (events)」を、サービスと定義した (*ibid*, p. 19)。さらに、彼は“time”の取扱いに特に注意した上で、特定の時点に存在する富のストックを資本と定義し、特定期間(時間)に生じたサービスのフローの量を所得と定義した (*ibid*, p. 52)。そして、これらの観点を貫ぬいた詳細な資本と所得の accounting の体系を例示した。

けれども、フィッシャーの accounting の体系は、現実の国民所得計算の体系の中には、その主旨は尊重されているとは言え、必ずしも十分に生かされているとは言い難い。理由は、家計内の資本ストックの評価の難しさ、自家消費するサービス・フローの客観的な評価基準の欠落、フィッシャー理論によって要請される詳細な家計簿の欠落など、実際に実行不可能な点が、多々、あったからであろう。

しかし、サービスをどうとらえるかと言う観点からは、フィッシャーは画期的な貢献をしたと評価できる。

まず第一に、富 (=物質的な財) とサービスには密接な関係があって、サ

ービスとは、富の惹起する望しい事象（もしくは、働き）であることを認識したことである。

第二に、富は特定の時点に存在するのに対して、サービスは時間の経過とともに現れることを明示化したことである。

もう一つフィッシャーが指摘した重要な論点は、サービスとサービスの効用を区別することの重要性である (*ibid*, p. 19)。マーシャルが混乱したように、又、レジャー・サービスのように両者はしばしば一体のように見えるが、フィッシャーによると、前者は人間の客観的な認識の対象となるが、後者は純粹に主観的な評価であるという。それ故に、サービスは客観的に measurable 又は countable である。例えば、サービスは一定期間に生じた行動 (acts) の回数を数えることによって、時間そのもので測定することも、あるいは、一定時間内にサービスによって影響された富の単位でもって測定することも可能である。このような countable (正確であるかどうかは別にして) なサービスは交換の対象となりうるし、又その時には、価格で評価することもできると言う。

以上のように、サービスの本質的な部分は、フィッシャーによって、かなりの確に把握されていたと考えられる。筆者がここで為すべきことは、フィッシャーの定義に則して、富にまつわる物質性の限定を排除して、用語をリファインすることである。そして、サービス取引のマイクロ分析の基礎となるサービスの特性を、よりシステムティックに規定することである。従って、以下で説明されるサービスの定義は、その根本はフィッシャーに基づいているが、最近、それをモダンな形で提唱された田中・野村説〔12〕にも、多く負っている。

まず、財の定義から始めよう。

財の定義：所有の対象となる有形・無形の諸資源を財という。

あるいは、「有形・無形の所有の対象物を財という」と定義してもよい。無形の資源を考慮するために、富という手垢のついた用語を使わずに、財という用語に代えた。むろん、有形の財の中には、フィッシャーと同様に、人間が含まれる。無形の財の中には、知識、特許、のれんなどの無体財産が含まれる。さらに、所有という概念の中に、集団又は国などの団体の所有が含まれてよい。次に、サービスを定義しよう。

サービスの定義：財が発する有用な機能をサービスという。

サービスとは、要するに、財の対象に対する有用な働きかけ（機能）をいうのであって、財とサービスの関係は、たとえば、「物体と運動」、「人と行為」のような関係にある。

このように財に対置されたサービスは、次のような基本的な特性がある。

まず、フィッシャーが指摘したように、財は特定時点に存在するのに対して、サービスは時間の経過とともに現れる。

次に、財の機能の実現過程としてのサービスは、その財が存在している空間軸によって規定されるが、ストックとして特定時点に存在する財は、移動可能な場合には、あまり空間の制約を受けない。

さらに、財はそれ自身で存在できるが、サービスは対象に対する働きかけであるから、サービスを提供する主体（財）とその作用を受けとる客体（財）が存在して、初めて有意味なサービスが成立する。<sup>(2)</sup>その結果、サービスの内容は、本質的にサービスの主体と受けとる客体に依存して決まることになる。また有意味なサービスは絶えず客体に働きかけることになるので、客体は変

---

(2) 無意味なサービスもある。例えば、受けとる客体がないとか、受けとる客体があっても人間に直接又は間接的に作用を及ぼさないとか、人間が作用を感知しないか又は理解できないなどの場合には、無意味なサービスとなる。

容をこうむる。これはサービスの体化 (embodiment) といわれている。<sup>(3)</sup> サービスを体化した客体は、それ以前とは異ったサービスを生み出し、さらに別の客体に働きかける。このように有意義なサービスは、決して自存することなく、サービスと財が交互に循環しながら、一連の連鎖反応をひき起す。例えば、レジヤーに出かけて (レジヤー・サービスを買う)、リフレッシュした人 (サービスを体化した人) は、翌日会社へ出かけて前日より仕事に精を出すことができる (新たな労働サービスを生み出す)。その結果、より多くの製品が生産できて、この製品が、又、より多くのサービスを生み出し、……等々と。

田中・野村氏は、このようなサービスの特性を、①「時間・空間の特定性」と、②「非自存性」と呼び、これらをサービスの本質的な特性と看破した (田中・野村 [12] pp. 61—70)。

さて、サービスの取引は、財の持つ対象に対する有用な働きかけ (機能) を直接的に取引することになるから、契約の形式としては、必然的に、使用権もしくは利用権を取引の主要な法的内容とせざるをえない。これに対して、ストックとしての財の取引は、所有権の取引という形態をとる。サービス取引のこのような基本特性から、幾つかのサービス取引に関連した属性が派生してくるが、その前に、公文俊平教授から拙稿に対して大変有益な御批判をいただいたので、これに対する筆者の考え方を整理しておきたい。そして、一部分、定義を拡張し、これに含まれているインプリケーションをさらに明確にしたい。

---

(3) サービスの体化 (embodiment) という考え方は、井原 ([7] p. 23) によってポピュラーになった概念で、有用である。筆者は次節でサービスの体外化 (disembodiment) という概念を導入して、財とサービスの循環過程をさらに包括的に把握する視角を提起している。

### Ⅲ 公文教授からの批判

公文教授から、昭和59年10月20日付の手紙の中で、拙稿の主旨に基本的に御賛成をいただきながらも、次の4点ばかり重要な御批判をいただいた。

第一点は、サービスの定義には「負財」の概念もあることだから、「有用な機能」に限定しない方がよい。むしろ、サービスを「手段財の使用によって発生する作用<sup>(4)</sup>」と定義した方がよいのではないかという御意見である。

確かに公文教授の御提案は、社会システム論の立場から見た、サービスの最も包括的な定義であることを認める。また拙稿では、サービスは通常使用されている意味に（プラス効用を持つものと）理解され、定義されていたことも事実である。けれども、もし負財まで含めるとすると、概念を負の領域まで拡張することは容易である。すなわち、マイナスの所有（＝廃棄）、マイナスの有用な（＝有害な）サービス（つまり、デイスサービス）とすれば、対応がつく。

けれども、財を「所有の対象」となる資源に限定する（負の領域を含めて）か否かという論点は、研究者の関心とも絡んで、微妙な問題が含まれている。

所有という概念に、私的のみならず公的又は集团的所有というものも含めて考えると、「所有の」という限定によって漏れ落ちる主な対象物は、空気のような自由財と、「環境<sup>(5)</sup>」であろう。確かに、経済行為や活動は、広範囲に及ぶ影響を財やサービスの移転を通じて他の対象に対して与えていると思われるが、筆者はこの与え方に市場システムがどの様に作用し、その反作用としてどのようなシステムが芽生えてくるかに関心がある。さらに拙稿の当面

(4) 教授は手段財を「使用可能な財」と定義され、使用を「特定の作用の発生する状態に何かを置くこと」と考えられている。尚、使用权、所有権については教授の考え方に基本的に賛成する。（公文〔8〕,〔10〕）。

(5) 教授が（〔8〕 pp. 54—56）で定義されたような「……それ自体としての積極的な規定がなされていないもの、の総称」としての環境である。

の関心は、市場経済の発展過程で、何故、サービス経済化が進行するかという点にあるので、「所有の」という制限は、弊害よりも理論の焦点を絞る点でよりメリットがあると考えている。

第二の御意見は、サービスが体化される対象はサービスを受け取る客体としての人や集団というよりも、サービスの作用が及ぶ物的・情動的な対象だという方が適切ではないか、という御指摘である。

この点は、人を、システムの究極の構成要素と見るか、教授のようにそれを主体システムととらえ、肉体と精神を分離して考える立場をとるかの違いであろうと考える。もし後者の立場をとれば、物的・情動的な対象と理解する方が適切である。けれどもこの点も、分析レベル、つまり個人と個人、もしくは組織と組織の連結に焦点をおくか、サービスの市場取引の特性やサービス経済化現象という多数主体の連結現象に焦点を置くかによって、相違して(6)くると思われる。

第三点は、「時間・空間の特定性」はサービスだけでなく財自体にもあるので、これはサービスの本質的特性ではない、という御批判である。

確かに、この世に存在するものは、全て、“time”と空間の特性を持っている。しかし、概念的には、時間軸と空間軸で規定された位置に存在しているものと、その位置の移動にもなってフローするものを分けることが出来る。これを経済学の観点から見ると、財とサービスの関係においてとらえることが出来る。前節の考えをさらに徹底させて、人間の効用に直接、間接的に作用を及ぼすことができる能力を総称してサービスととらえると、財はサービスの塊とも考えられる。サービスをもたらすものの根底には、物質的な基盤とともに、人間が生み出した労働、知識、ルールなどが常にあると思われる。そして財が変化するのは、サービスの体化 (embodiment) や体外

---

(6) 但し、主体システムという考え方は魅力あるシェーマなので、これの経済分析への適用は今後の課題としたい。



化 (disembodiment) があるからであると、とらえる。例えば、物流は、財自身が動くのではなく、財に流通サービスが体化されるから動く。また、財の消費は、財に体化されたサービスが体外化される過程と考えることが出来る。従って、財は特定の時点、時点で存在しているのに対して、サービスは特定の時間内でフローし、絶えず財に変化を与え得ると言える。

しかし、サービスの空間の特定性は、時間ほど概念的に厳格に区別することが出来ない。むしろこれは、実際的な判断にもとづく。事実、移動不可能な土地は、常に、土地サービスと全く同じ空間の特定性をもっている。又、フローの中には、方向軸が固定的とはいえ、空間的移動をとともなうものも多い。しかし、財は、移動過程で劣化が生じにくく、かつ、移動コストが相対的に安価な場合には、若干の流通費用と時間のアローワンスを見込めば、財そのものとしてはあまり大きく変化しない。例えば、青森産のりんごは、青森でも東京でも、青森産のりんごには変りない。しかし、青森のホテルをたとえ東京に移転できたとしても、青森のホテルサービスと言うことは無意味である。財に比較した場合のこの程度の差を、サービスの空間の特定性と見なしてよいのではないだろうか。逆説的な表現をすれば、公文教授が御指摘のように、自然的、経済的、又は社会・文化的な何らかの理由によって、財の空間的特定性が強ければ強いほど、サービスの空間の特定性は強くなるし、又、サービスの取引が芽生える契機となる。

第四点は、サービスの取引の主内容が使用権の取引というのは、狭すぎるという御批判である。例えば、映画館で映画を見る場合には、映写機やフィルムなどの使用権を取引しているというよりは、それらの使用を映画館が行って、そこで発生するサービス（作用）そのものを観客が購入しているとみなす方が適切ではないかという御批判である。

実際、我々が日常的に購入するサービスには、そのように複合されたサービス（時には、レストランのように、財も入っている）が多い。レストランの場合には、食品工業とどう違うかという意見もあるが、料理に体化された

サービスが急速に体外化 (disembodiment) してゆくために、料理を介して、レストランの提供する諸々のサービスを直接購入していると、筆者は理解している。しかし、このようなサービスの取引の内容が何であれ、使用もしくは利用という共通項でくくれる、という厳然たる事実がある。このような取引の契約の形式としては、使用権もしくは利用権以外に方法がない。この意味において、サービスの取引は、使用権もしくは利用権を契約の主要内容とせざるをえない、というのが拙論の主旨である。このことは情報サービスの場合も同様で、蓄積されたデータを利用する場合 (データバンク) にも、情報の変換・検索・加工などのサービスを購入する場合にも、妥当する。これは、本質的には、サービスの countability と関連している。

#### IV サービス取引の主な属性

さて、第Ⅱ節で明らかにしたサービス取引の基本的な特性から派生するいくつかの重要な属性について説明しよう。

まず第一に、有形、無形をとわず、繰り返し利用もしくは使用できる財でしか、サービスの取引が設定できる対象にならない。この第一の属性は、一度限りの使用で原型を喪失してしまう (財に体化されたサービスのほとんどが、一度の使用で体外化される) 財は、サービスの取引になじまない。このことは、経済発展にもなって有形・無形の耐久性のある財が蓄積されるにつれて、サービス経済化<sup>(7)</sup>が進行することを示唆すると同時に、サービス部門だけで経済が発展することは、閉鎖された経済体系を前提にする限り、有りえないことをも意味している。

第二に、サービスの取引の基本形態となる使用権もしくは利用権の取引には、時間と空間の要素が不可欠の要素として含まれる。その結果、サービス取引の特徴としてよく指摘される一連の属性が生じる。

---

(7) 次節の定義を参照されたい。

① サービスそのものは在庫することも、輸送することもできない（井原〔7〕第3章）。

これは、サービスそのものが時間と場所の特定性に規定されて現れてくることから、時間を在庫することも、距離を埋め合すことも出来ないことを意味している。但し、サービスそのものは品質を損わずに財に体化できることもあるので、サービスを財に変換すれば、在庫も輸送も可能になる（例、音楽家の演奏と、レコードの製造・販売と、貸しレコードの関係）。

② サービスの供給量は、在庫が不可能なことから、稼働率で調整できる範囲は限られており、その分だけ資本ストックで調整する他はない。

この結果、時間帯、週間の日、又は季節によって需要が大きく変動する場合には、過剰需要と過剰供給が発生し、差別価格現象が現れることもある（井原、前掲書、第4章）。

③ サービスの取引は不可逆的である。

これは、時間を元に戻すことは出来ないからである。そのために、事前契約をする場合には、取引内容について不確実性がつきまとうことが多いし、また、取引内容について不満が生じても、元に戻すわけにはいかない。

④ サービスの取引には、外部性を持つものが多く、その上、時間的・空間的制約がきびしいので、混雑現象や取引費用が重要な問題となるケースが多い。

⑤ サービスの母体となる財（ストック）は、多様な組み合わせが可能であるし、減価償却もする。また人間の場合には、学習もする。従って、サービスの質又は内容は取引ごとにバラつくし、又、多様化の余地も大きい。

④と⑤が複合して、製品差別化が進み、かつ参入障壁が低くなるサービス業種では、事業所規模が小さく、過剰設備が発生することが多い。逆に、製品の均質化が要請されるサービス業では、生産の効率は設備（より正確には財）の使用効率に直接的に規定されるので、事業所レベルで規模の経済性が生じることが多く、地域独占の問題が生じる。けれども、企業レベルの規模

は、必ずしもこれらの要因によっては制約されない。一般にサービス企業は、複数の事業所展開によって、空間の制約を破ることが出来る。

⑥ サービス取引の不可逆性、外部性、多様性 (③, ④, ⑤) の結果として、買手の事前の期待に反したり、また、貨幣単位で測定されたサービス内容が一定しないことが多い。その結果、サービスの評価をめぐってトラブルが生じる機会が多い。

第三に、サービスの取引には、財の取引に比較して、人格的要素がより強く関係する。

財の取引の場合には所有権が移転してしまうために、取引そのものに人格的要素が絡むことは少ない。これに対してサービスの取引の場合には、サービスの主体と客体の所有権をそのままにして、使用権のみを取引することから、取引過程そのものに、双方の人格的要素が強く絡んでくる。主体も客体も人である場合 (例, 個人サービス), これは自明である。この時、サービスの取引は双方の協働という形態をとる。どちらかが非協力的な態度をとれば、サービスの内容は著しく落ちる。

サービスの主体と客体のどちらか一方、又は、双方が物であっても (例, 自動車の修理サービス, 金融サービス, 倉庫サービス), 取引の当事者は、それぞれの物に対する所有権を留保しているために、様々な権利を主張する。そのために、サービスの主体又は客体が物であっても、その物の所有者が、間接的ではあるが、強くサービスの取引過程に介入してくる。

以上の他にも、サービスの無形性などの外形的な属性がよく指摘されることがあるが、これらはあまり重要ではないので捨象する。

## V サービス産業およびサービス経済化の定義

### (1) サービス産業の定義

結論から先に述べると、サービス産業を次のように定義する。

サービスの供給を主たる業務とする営利事業の集合を、サービス産業とする（統計的には、非営利事業を除く第3次産業）。

これは狭義の定義であるが、広義に定義すれば、公共サービスの供給主体である非営利事業を全て含めてよい。この場合には、統計的には、第3次産業全体である。このような定義を採用するに当り、いくつかの争点になると思われる点について、注釈をつけておく。

第一に、労働力はサービスであるが、従業員やサラリーマンは営利事業を行っていないので、除く。

第二に、サービスと財が結合して供給される場合には（レストラン、喫茶店、旅館など）、どちらが主たる内容かによって判断する他はない。先験的に判断して、飲食店をサービス産業に入れるのは、妥当と思われる。

第三に、運輸・通信、電気・ガス・水道業は、時々、除外されることがあるが、サービスの基本特性を具えているので、全てサービス産業に分類した。例えば、運輸・通信は、財を売るのでなく「機能」そのものを売るので、全く問題はない。電気の場合も、物のエネルギーを電気エネルギーという機能形態に変換して直接供給しているので、問題はない。ガス・水道の場合は、財を供給しているように見えるかもしれない。けれども、これらはガスや水道を供給するトータルの装置又はシステムの機能を直接的に使用することを保証していると考えることが出来る。例えば、水道業は、天然水を飲料水にかえて家庭に供給し、排出された汚水は一定基準まで浄化して放出するというトータルのサービスを直接販売しているのである。従って、これらの産業では基本的に使用権の取引が行われており、サービスの基本特性が立派に具わっているので、理論的にはサービス産業に含めるべきである。

第四に、流通業は商品を仕入れ、それを販売しているから、ここで定義されたサービス業に入らないのではないかという疑問が生じる。この点は、製造業とは何かという問題と関係して、意外とむずかしい。

財はサービスの塊という観点を貫くと、全ての産業は、サービスを提供しているにすぎない。但し、製造業では、原料に様々なサービスを投入し、これが体化された「財」を販売するのに対して、サービス産業では、これらのサービスそのものを売る点で、相違するだけである。けれども、流通業が商品を仕入れ、様々な流通サービスを商品に体化して販売することと、製造業とは、何の区別があるのだろうか。この意味では、流通業と製造業は最も近い存在で、親和力も強い。

しかしながら取引という観点に焦点を合すと、流通業とは、流通という生産過程が独立し、流通サービスそのものが取引の対象として自立したものと考えられる。このような流通サービスの価格は、たとえ運輸サービスのように独立した対価として現れなくとも、偽装された形で販売価格に含まれているものと見なす。これは、運送費が製造原価に入れられると同じことである。従って、流通サービスは、どちらかと言うと、投入要素の性格が強い。

第五に、流通業と逆のケースで、建設業は何故、財の生産部門かという問題もある。

建設業の場合は、業態が複雑で、広く請負制度が見受けられる。しかしこのような場合にも、最終的には、建築物の所有権の移転が行われるのが通常なので、財の生産部門を考えてよい。但し、建設業内部で下請など、何の資材も投入せずに、純粹に加工サービスのみを提供しているケースも見られるが、これは生産組織上の変種とみなし、産業全体としては財の生産に従事しているものと分類できる。

第六に、製造業がサービス産業部門へ多角化している場合には、統計的には、ウェイトの高い方へ分類する他はない。けれども、何故そのような多角化が生じるかは、正しく、サービス経済化と絡んで、説明を要する問題である。

さて、このように第3次産業を見てみると、「統計的ながらくた箱」どころか、明確で、かつ、共通の取引特性を具えたサービス産業であることが理解

できよう。このようなサービス産業の発展が、サービス経済化現象の主要な局面の一つであるが、他の重要な局面でも、その動向は観察可能である。そこで、サービス経済化の定義とその具体的な現れ方を、次に述べよう。

## (2) サービス経済化の定義

サービス経済化を狭義で定義すると、次のようになる。

サービス経済化とは、人間の経済的な諸活動において、サービスの取引の占める重要度が相対的に高まることをいう。

サービスの取引の他に、公共サービスの提供を含めると、広義のサービス経済化の定義になる。このようなサービス経済化が進むとすれば、具体的には、次のような形で現れてくる。

① 第3次産業の雇用、設備投資、及び生産額が、第1次、第2次産業に比較して、相対的に高まる。

② 消費構造において家計のサービスの直接購入の割合が増大する（家計におけるサービスの外生化）。

③ 対事業所サービスの直接購入費の割合が、費用構造の中で高まる（企業におけるサービスの外生化）。

④ 製品の単価に占める原材料費の低下。

これは製造業のサービス経済化に該当する命題で、体化されたサービスの価値が、原材料の価値に比較して高まることを言う。

⑤ ホワイトカラーの割合の増大。

これは、サービス経済化にともなう職種の変化について述べたもので、サービス経済化そのものの指標とは言えないかもしれない。但し、サービス経済化にともなって、必要とされる労働サービス（従って、人間の中に蓄積された資源）の種類が異ってくることを示唆している(D. Bell [1] pp. 180—186)。

⑥労働市場の外延的な拡大(より具体的には、女子・高齢者の雇用の拡大)。

これは、従来は家庭において無料でなされていた女子・高齢者の労働が、労働市場を通じて顕在化されてくる過程と、考えることができる。

⑦労働力の質の向上と専門化の進展。

これは、人間の中に蓄積された知的資源が市場化されていく過程、と考えることができる。

この他にも、観察可能な局面があるかもしれないが、次に、サービス経済化を促進している要因について検討する。

## Ⅵ サービス経済化の要因

### (1) C. クラーク説

経済発展にともなって、就業構造のウェイトが第1次産業→第2次産業→第3次産業へ移っていく現象は、ペティ・クラークの法則として、あまねく知られている(表1)。C. クラークはこの要因を、①所得水準の上昇にともなって消費需要が財からサービスへ移ること、及び、②第3次産業の労働生産性の上昇率が第2次産業に比較して低いことに、求めた(C. Clark [2] pp. 409—410)。けれども、このようなクラーク説に対して、幾つかの疑問が生じる。

表1 就業構造に占める第3次産業の割合 (%)

	第1次産業	第2次産業	第3次産業
昭和45年	19.3	34.0	46.6
55年	10.9	33.6	55.5
就業人口の年平均増加率	△4.9	0.5	2.4

(資料)『国勢調査』(総理府統計局)

第一に、消費需要もしくは最終需要は、名目値では財からサービスへシフトしているが、実質値では、不変もしくはわずかの増加しか観察されていない



表2 消費支出に占めるサービス支出の割合 (%)

	名 目		実 質	
	サービス	商 品	サービス	商 品
昭和45年	34.2	65.8	39.1	60.9
55年	41.9	58.1	41.9	58.1

(資料) 昭和58年版『国民生活白書』(企画庁) pp. 28

表3 国内総生産に占める第3次産業の割合 (%)

	名 目			実 質		
	第1次産業	第2次産業	第3次産業	第1次産業	第2次産業	第3次産業
昭和45年	6.0	43.1	50.9	6.1	39.7	54.3
55年	3.7	38.2	58.1	3.7	42.3	54.0
国内総生産の 年平均増加率	—	—	—	0.0	5.9	5.2

(資料) 『国民所得年報』(企画庁)

い(表2, 表3)。

第二に、第3次産業の中でも急速に成長・拡大してきたのは対事業所関連分野であるが、これが説明できない。

第三に、医療・福祉、余暇関連サービスの増加は説明できても、文化、生活関連サービスの成熟、運輸サービスの衰退などが説明できない。<sup>(8)</sup>

第四に、確かに、就業者1人当りの生産性の上昇率に、第2次と第3次産業に倍近い格差があることが観察されている(第1表と第3表を用いて計算すると、第2次のそれは5.4%、第3次のそれは2.8%であった)。従って、最終需要の構成比が第2次と第3次で同じであっても、経済成長にともなう就業構造の面では、第3次産業のウェイトが高まる。また、第2次と第3次産業の賃金水準に大きな格差がなければ、賃金上昇につれて、サービス価格の上昇をまねき、第2次と第3次産業の名目値と実質値の乖離をも説明す

(8) 第二、第三点の実証データは、近刊のNIRAの報告書を参照されたい。

ることが出来る。このような結論は、ある意味でサービス経済化現象を否定することになるが、サービス生産額の実質化には質の変化が反映されていないために、第2次と第3次産業の労働生産性の上昇率にそれほど大きなギャップがあるのかどうか、疑問が残る。

#### (2) D. ベル説

ベル〔1〕は、脱工業化社会（生産力が高度に発達した社会）では、経済部門の中心は財貨生産部門からサービス生産部門へ移行し、職業分布では専門職・技術職層が優位性を占めて、技術革新と理論的知識が社会の基軸原理となる、と主張した。しかし、何故サービス経済化するのかについては、クラークに依拠して多くを語っていない。ベルがクラーク以上に付加したものがあるとすれば、価値観の変化であろう。ベルは、脱工業化社会では、人々の価値観が経済効率を重視する経済様式から共同体倫理を重視する社会学化様式（sociologising mode）に変わると主張する。その結果、保健、教育、研究、政府に対するサービス・ニーズが決定的になるという。ベルの議論は事実認識と予見とが混同されていて科学的とは言えないが、事実認識に限れば、幾つかの疑問がある。例えば、日本経済のサービス経済化が急速に進んだ昭和50～56年にかけて、ベルが重要と考えた保健、教育、研究、政府の各サービス部門のうち、医療・福祉は上昇しているが、文化関連、公務は停滞している。これはきわめて短期の観察ではあるが、次に紹介するジャシューニー説は、消費需要の「財からサービスへ」のシフト説に対して、真正面から反証している。

#### (3) J. ジャシューニー説

ジャシューニー〔5〕は、1954年～74年までのイギリスの家計支出調査を綿密に検討した結果、サービスへの支出割合は、医療と教育を例外とすれば、実際にはかなり減少しており、全体的な消費パターンは、むしろ、「サービスから財へ」シフトしていることを見出した。現に、所得が上昇するにつれて、映画はテレビに、クリーニングその他の個人サービスは家電製品に、運輸サ

サービスは自動車に代替されてきた。医療や教育が例外たりえたのは、売手と買手の保守性と固有の技術上の困難性にあつたが、これも技術革新によって、将来は例外たりえない。その結果、家庭外から購入されていたサービスは、耐久消費財を用いて家庭内で生産されるセルフサービス経済へ移行する、と言う。

それでは、就業構造、職業構造のサービス経済化とのギャップをどう説明するのか。彼によると、これらは財の生産を効率化するサービス分野（流通、対事業所関連サービス）または職業分野（管理職、専門・技術職）で主として生じており、将来は、雇用のサービス経済化と消費のサービス経済化は、全く、無関係となるだろう、と予測している（J. Gershuny [5] pp. 137—140）。

筆者は、クラーク・ベル説のように、消費需要に階層構造を仮定して、エンゲル係数の延長上に、「財からサービスへ」のシフトを想定しないし、又、ジャシュニーのように、逆に、「サービスから財へ」シフトするという技術革新至上主義の立場もとらない。さらに言えば、トータルとしての財とサービスの構成比率の変化のみならず、サービス産業内部の構成変化をも同時に説明出来るフレームを構成して、それとの関連で要因を探す必要があると考えている。

#### (4) 本論の仮説

筆者はこれまでに、サービス経済化を、サービスの取引が相対的に重要になることと、取引的な観点から定義した。又、サービスの取引が増大するには、耐久的な有用な資源の蓄積が前提になることを指摘したが、これらが何故サービスとして取引されるかを説明するために、ここで二つの仮説を導入する。

- ① 経済発展過程において実質賃金（所得水準）が上昇するにつれて、人々が所有している財のサービスの機会費用の意識化が進む。
- ② サービスでしか取引しにくい様々な資源（販路、知識、ノウハウなど）が、経済発展につれて蓄積されてくる。

前者は人間の行動に関する仮説で、例えば、賃金水準が上昇するにつれて、主婦労働の機会費用は大きくなり、主婦は働きに出て得られる収入と家事サービスを外部から購入した場合の費用を比較するようになる。そしてこの差がプラスならば、主婦の労働力は、サービスの取引として顕在化されてくる。その一方で、家事サービスは外生化されることになる。このようなサービス経済化のルートを④サービスの価値の顕在化と、⑥サービスの外生化という概念でとらえることが出来る。主婦労働における機会費用の意識化は、賃金レベルが上昇すればするほど、又、高学歴化（知的資源の獲得のための投下コストの増加）が進めば進むほど、又、購入可能な家事サービスの価格が低下すればするほど進むことになる。けれども、家事サービスに代替しうる財部門の技術革新や欲するサービスの水準などにも影響されて、機会費用の意識化は必ずしもサービス支出割合の増加をもたらさないかもしれないが、内生化学又は外生化のパターンを決める上で重要である。

機会費用の意識化による④サービスの価値の顕在化や⑥サービスの外生化は企業間においても進展する。例えば、企業の調査や広告・宣伝などの間接部門のサービスは、もっぱら当該企業のために利用され、その費用は間接費として意識されてきたにすぎない。ところが経済が高度化されるにつれて、そのようなサービスに対するニーズが高まると同時に、賃金水準の上昇がそのようなサービスの機会費用を直接的に意識させるようになる。その結果、企業は調査・広告部門を独立させ、自らもそのサービスを購入すると同時に、外部から安価に調達できるサービスは積極的に外注するようになる。むしろ、このようなサービス部門の独立による専門化、専門化は、サービス生産の効率の向上（反復・経験による学習、情報のプールによる効果）や技術開発力の向上に結びつく。その上、より大きな市場を獲得することによって、需要変動のある程度の危険分散が可能になるので、サービスの生産は一層効率的となる。このようなサービス価値の顕在化の対象となりうるものは、情報ネットワークの開放、流通ネットワークの活用、社員教育部門の独立、研

究開発部門の受託検査等々、色々と考えられる。

他方、サービスの外生化の対象となるものは、日常的に必要なとしない諸々の対事業所サービス、投資リスクの大きい資本財のリースなど、外部調達と内部調達のコスト比較で決められる。

さらに、レジャー、スポーツに対する関心の高まりも、人間が特定時点で所有している生涯時間（ストック）の使い方に対する機会費用の意識化から説明できる。<sup>(9)</sup>

第二の仮説は、蓄積される資源の性格に関する仮説である。特に生産が高度化されるにつれて、知識が蓄積されてくるが、知識は、労働サービスか情報サービスによって、容易に伝達できる。けれども知識の所有者からその買手に所有を移すことは不可能である。人はある人に何かを教えたからと言って、その知識をすべてなくしてしまうわけではない。その結果、情報を受け取った人は、全て、それを共有することになる。従って、稀少価値をもつ知識は最初の所有者に所有権を与え、その後に情報を受けとった人に対して、使用を何らかの形で制限するのでない限り、全て、秘匿されることになる。知識に関連した無形の財は、逆に、どのような所有権を与えるかによって、その社会的活用度が決められてしまう。ともあれ、人間は学習し創造する動物である限り、そして価格は稀少性のバロメーターである限り、このような知識に対する社会的ニーズは高まり蓄積されてくる。これらに適切な所有権を設定できれば、情報や知的労働力の取引は活発になるだろう。企業間で生

---

(9) 賃金水準の上昇につれて、貨幣の限界効用が低下するので、単位時間当りの労働サービスの提供によって得られる純便益は、レジャーに投入した場合に得られる純便益に比較して相対的に低下する。その結果、労働時間そのものの機会費用が高まり、レジャーへの需要を誘発する。このような時間の使用方法に関する機会費用の意識化は、所得水準の上昇につれ、又、残された生涯時間の期待値が少なくなるにつれて、高まるだろう。その結果、生涯時間の期待値を高めるスポーツやレジャーに対する関心が、特に高まる。

じる知的サービスの取引は、パテント・ノウハウ、ソフトウェア、データなどの使用権又は情報の提供などであろう。家計と企業もしくは公共部門間では、放送、医療、文化、教育などのサービスがこの範ちゅうに入る。

この仮説の検証は NIRA の研究の岡山編で行われ、一応、肯定的な結果が得られた。

### 引用文献

- [1] Bell D., *The Coming of Post-industrial Society*, Basic Books, 1973; 内田忠夫他訳『脱工業社会の到来』(ダイヤモンド社) 昭和50年。引用ページは訳本。
- [2] Clark C., *The Conditions of Economic Progress*, Macmillan, 1951; 大川一司他訳『経済進歩の諸条件』(勤草書房) 1954。引用ページは訳本。
- [3] Fisher I., *The Nature of Capital and Income*, 1906; Reprinted by A. M. Kelley, 1965.
- [4] Fuchs V. R., *The Service Economy*, NBER, 1968; 江見康一訳『サービスの経済学』(日本経済新聞社) 昭和49年。引用ページは訳本。
- [5] Gershuny J., *After Industrial Society*, Macmillan, 1978.
- [6] 橋本介三「サービス経済化現象をどう見るか」『岡山経済』(岡山経済研究所) Vol. 7, No. 81, 1984, 9月。
- [7] 井原哲夫『サービス経済学入門』(東洋経済新報社) 昭和54年。
- [8] 公文俊平『社会システム論』(日本経済新聞社) 昭和53年。
- [9] Marshall A., *Principles of Economics*, 9th ed., Macmillan, 1961.
- [10] 村上・熊谷・公文『経済体制論』(岩波書店) 1973。
- [11] Stigler G. J., *Trends in Employment in the Service Industries*, NBER, Princeton U. P., 1956.
- [12] 田中滋・野村清『サービス産業の発想と戦略』(電通) 1983年。