

North East Think Tank

1994.3.

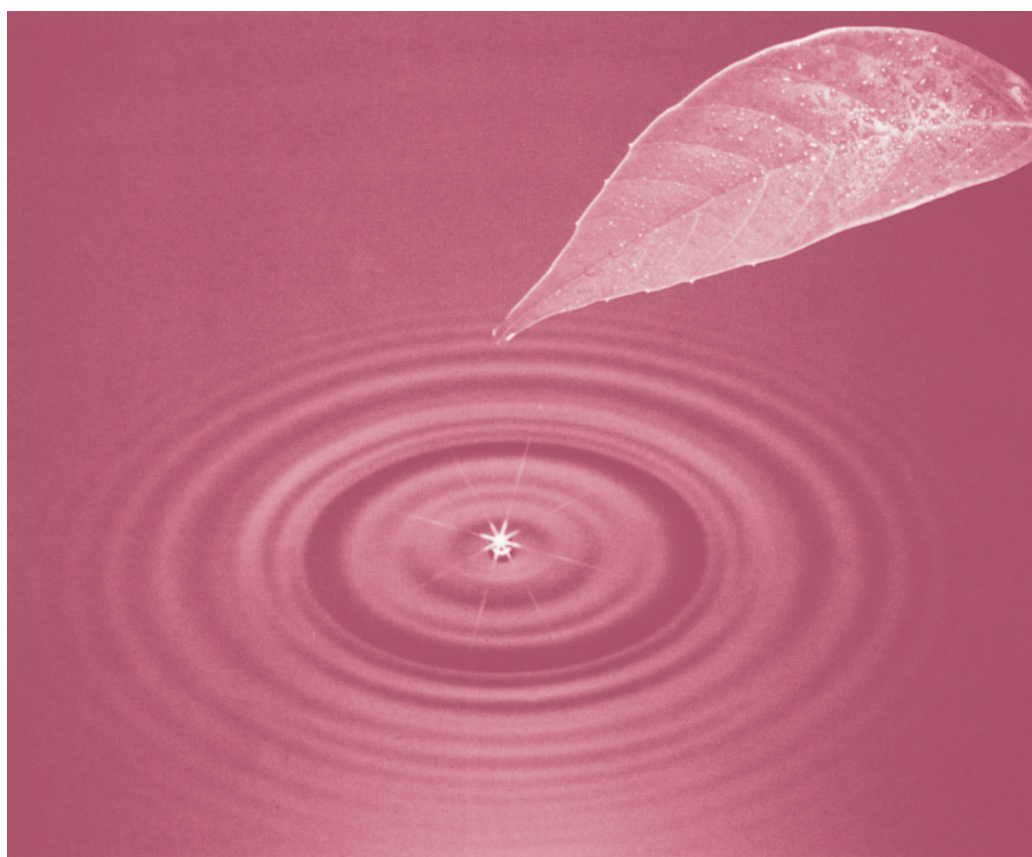
NETT

No.

6

◆特集◆

サービス化時代の地域経済



ほくとう総研

- 1 …… 羅針盤
「東京一極集中論の新段階」
国土庁計画・調整局長 糠谷真平
-

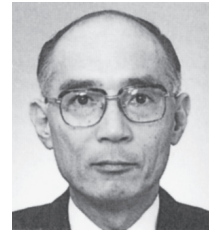
- 【特集】サービス化時代の地域経済**
2 …… サービス化と一極集中
経済企画庁総合計画局
計画官（地域経済担当） 垣内康孝
4 …… サービス化時代と地方中小都市
千葉経済大学教授 安東誠一
6 …… サービス産業の立地要件と今後の展望
NETT編集部 亀森和博
8 …… サービス化経済と地域産業振興
北海道大学教授 内田和男
-

- 【連載】**
11 …… （新連載）今月のキーワード
12 …… マーケティング・リサーチ基礎知識（2）
株式会社東京サーベイ・リサーチ
代表取締役 渡會 隆
16 …… ほくとう日本のひとびと（3） 松平定信
ほくとう総研理事長 窪田 弘
-

- 【コラム】**
18 …… ねっとわ〜く
建設省建設経済局建設業課
法規係長 綿谷真一
アイリスオーヤマ株式会社
財務部財務課 滝本 晃
-

- 【ほくとう総研】**
19 …… ほくとうDIARY
20 …… 事務局から

東京一極集中論の新段階



国土庁計画・調整局長 糠谷 真平

昭和62年の第四次全国総合開発計画（四全総）策定から7年近くが経過し、計画期間も半ばに近づいた。当時はバブル経済の真っ盛り、ヒト、モノ、カネの圧倒的東京集中の時期であり、策定作業の途中段階において東京の世界都市としての位置づけをめくり、四全総は東京重視論ではないかという批判を各方面から浴びたことを思い出す。その頃に比べると世の中は随分と落ちついてきたように思う。不況の深刻化など落ちつきすぎて困る面もないではないが、国土計画としては新しい時代の出発に向けてゆっくりと考える良い機会かもしれない。

この間地方経済も着実に力をつけてきたのではないか。東京圏1都3県への人口流入超過数は一貫して減少を続けており、「計画期間の後半には東京圏からの人口の純流出をめざす。」という四全総の目標に向かって着実に進んでいる。平成5年には東京圏への人口流入超過数は数千人のオーダーに留まったのではないかと予測している。この背景には、地方中枢・中核都市の拠点性が高まり多極分散型国土形成の受け皿として成長してきたこと、製造業やサービス業の地方展開によって地方圏での雇用吸収力が高まったこと等が挙げられよう。もちろん東京圏の持つ各種ストックの圧倒的大きさ、情報、権限の集中は相変わらずであり、一極集中是正の必要性が減じたわけではない。またバブル経済の崩壊や最近の円高が地方圏経済にどう影響するか、今後の展開を慎重に見極める必要はあろう。しかし潮の流れは水面下で明らかに地方に向かって変わってきているのではないか。

最近四全総に変えて新たに五全総の策定を求める声も強い。そしてその際、四全総で掲げた東京一極集中是正、多極分散型国土の形成という目標がほとんど達成されていないから新しい計画に移行すべきだと言われることも多い。しかし東京一極集中是正ということだけがテーマであれば、これは四全総の世界であり、四全総の土俵の上で相撲をとるだけでは新しい計画のコンセプトは出てこない。

21世紀初頭の我が国経済社会は史上初めての人口減少社会に突入することが確実視されているし、高齢化の進行や経済成長率の低下とあわせていわば成熟社会に近づいていくことになる。それまでに国土政策としても解決しておかなければならない課題は数多い。何よりもまず国際社会の大きな変動の中で、我が国の国土政策も国内的視点だけでなく、地球的視点で考えなければならなくなっている。そのような大きな視野を前提に、力を持ちはじめた地方圏の経済社会を更に強化しバランスのとれた国土構造を確立すること、人口減少に耐え得る地域社会を形成すること、豊かな自然環境、それを育む森林、農地を将来に継承すべき貴重な国土資源として適切に管理すること等々。そしてそのためには良質な社会資本ストックの形成が必須である。公共投資をめぐる最近の不祥事からとかく社会資本整備に対する批判が多いのは止むを得ないことだが、将来に対する備えがおろそかになってはいけぬ。従来の社会資本整備の考え方を超えて、ハードとソフトを一体化し技術革新の成果も活用した新しい社会資本整備の在り方が問われている。

東京一極集中是正論を発展的に継承し、東京と地方、都市と農山村を対立する関係としてではなく、新しい関係を構築する観点から見直し、21世紀に向けての国土の一体感がもたらされるような国土政策が求められている。

最近全国各地から提案されている新しい国土軸形成の議論もそのような観点から位置づけられる必要があるのではないか。国土軸が単なるハードの施設整備を意味する交通軸であってならないのは当然として、それがまた、東京から伸びる、あるいは東京とつなぐ軸であっても十分ではないだろう。地域と地域、地域と世界を結ぶ、新しい交流圏形成のための地域連携がその基本ではないだろうか。

サービス化と一極集中

経済企画庁総合計画局計画官(地域経済担当) 垣内 康孝

東京一極集中という国土構造の歪みをもたらした要因については、これまで多角的な視点から様々な指摘がなされている。例えば、明治以来の中央集権システムの下で政治・行政・経済機能の中心としての集積がベースとして蓄積されてきたこと、プラザ合意とその後の円高あるいは経済のグローバル化を背景に東京が“国際金融センター”として急成長したこと、文化・アミューズメント面での魅力の高さが多くの若者を惹きつけていること、などである。何れにしてもこれらを含む複数の要因が相乗的に作用し合っ一極集中がもたらされたものである。

その中でも、経済のソフト化・サービス化や情報化の進展とそれに伴う産業構造の変化という要素が諸機能の一極集中の関係についてを概観しながら、集中は正に向けた対応策についても若干付言してみたい。

サービス化の進展と諸機能の一極集中

経済のサービス化は何故進展するのか。経済法則として、経済の発展は産業構造の高度化を伴う。即ち、第1次産業の就業人口比率が減少し、第3次産業のそれが高まる。第3次産業それ自体は多様な産業活動の総称であるが、その中でも最大分野である商業とサービス産業とでは後者の成長が前者を上回る。また、第2次産業内部においても高度化、知識集約化が進展する。

こうした関係については、そもそも国際間での比較により実証されたものであるが、一国内の地域間でも当てはまる。例えば、各地域ともに第3次産業就業人口比率が年々増加傾向にある中で、東京圏は全国の中でも高い水準にある(「国勢調査」結果によれば、[80年] 東京圏61.7% / 全国平均55.4% → [90年] 東京圏65.1% / 全国平均59.1%)。

このことは、サービス産業の立地特性からもある程度説明できる。サービスはモノと異なり輸送ができない。基本的には需要と供給が場所的・時間的に一致せざるを得ない点にその特質がある。つまり、サービス産業は典型的な市場(需要)立地であり、サービスの需要者たる人口や事業所の集積を前提とする。ある一定規模以上の都市においては、多くのサービスが都市

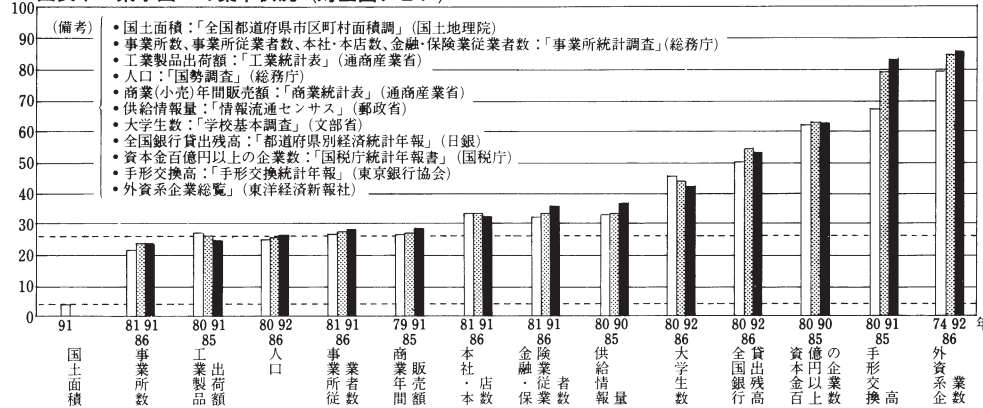
規模の大きさに比例して集積する、という理由である。このように、「経済の発展とサービス化の進展」や「人口や事業所の集積とサービス産業の集積」といった正の相関関係から、一般的に、経済発展の進んだ東京においてサービス化が進展し、サービス産業の集積が進んでいるという説明ができる。もっとも、東京への一極集中という現象についてはこの説明だけでは不十分である。諸機能の一極集中を促した要因についてはさらなる固有の要因が働いていると考えるのが妥当であろう。

一極集中を顕す特徴的な指標の一つは、本社機能の集中である(図表1)。この他にも金融機能の集中が顕著ではあるが、このことについては冒頭述べた東京の“国際金融センター”化でかなりの部分が説明できると考えられるのでここでは割愛する。そこで、本社機能の集中について、企業の経営戦略面での変化という観点から説明してみよう。

その一つは、高度経済成長から安定成長への移行の中での、新たな商品開発部門や市場調査、情報収集、企画部門などの本社機能の重視とその拡大である。加えて、80年代後半以降顕著になった経済のグローバル化の進展に伴い、主力企業の多くが海外直接投資、技術輸出、財務戦略などを国際的に展開するようになり、企業本社部門の中でも国際的業務管理機能が重視されるようになった。これらの機能が立地する上での選択要因は、市場、情報、技術、資金、人材などであるが、いずれの面においても東京圏における既存集積と活発な経済活動は有利に働いた。特に情報については取引情報や官庁情報、国際情報などが集まる東京が突出しており、企業立地上のメリットは極めて大きい。

企業経営面における変化の二つめは、前述した本社機能の拡大にも関連した、企業内分業と各部門業務における高度化・専門化の進展である。このことが新たなサービス需要を生み出すとともに、外注化や供給側の分化をもたらした。その結果、企業の中核管理機能に関連した情報・調査、コンピュータソフト、広告、リースなどの様々な先端的サービス産業(対事業所サービス)の展開を促した。さらなるサービス化の展開でもある。

(%) 図表1 東京圏への集中状況 (対全国シェア)



また、対個人サービスにおいても、いわゆる隙間産業の新規参入を含む多様な生活関連サービス、余暇関連サービス部門の都市型産業が展開している。例えば、都市型レジャー・アミューズメント産業、シルバーサービス・チャイルドビジネス産業、健康産業、学習塾などがそうである。

このように、東京のような巨大都市においては、集積は多様な機会・選択肢・アクセス手段をもたらすと同時に、特にサービス分野における新たなビジネス機会を生み出す。サービス産業は、サービスが新たな新たなサービスを生み出す自己増殖作用ともいべきダイナミズムを備えているのである。

一方、生産（製造）部門についてはどうか。素材型産業から加工組立型産業への移行、特に、ハイテク、情報関連部門が新しい成長産業として急速に台頭した中で、これらに該当する生産部門は、三大都市圏からその外延部へ、さらに地方部へと展開していった。工業再配置法やテクノポリス法に基づく施策の効果などもあって、製造業の地方展開は概ね進んでいる状況にある。

他方で、サービス化の進展は第2次産業内部においても高度化、知識集約化を進展させることは先に述べたが、中枢管理機能に関連したサービス供給部門として研究・開発部門の比重が高まっている。これらはかつては中枢管理機能と同様、東京圏への集積が主であったが、近年は東京圏の周辺部への立地度合いが高く、外延化が進んでいる。

一極集中是正のために

最近、一極集中の状況に変化の兆しがみられるといわれる。確にかつてみられたような突出した集中現象とは異なる様相が現れてきている。例えば、人口の社会移動における流入圧力が弱まりつつある（平成5年の東京圏の転入超過数は数千台と見込まれ、戦後最低水準を更新することは確実である）。人口以外の

諸機能の集中状況をみても、生産機能や大学生数などのシェアは低下傾向にある（図表1）。

これらの背景には、製造業の地方展開などによって地方の経済基盤が強化されつつあることや、自由時間やゆとり志向にみる勤労意識の変化が地方回帰を高めていること

などが挙げられよう。また、札幌、仙台、広島、福岡などの地方中枢都市が三大都市に次ぐ中枢管理機能を着実に集積させつつあることも大きな要因である。しかしながら、一方では、生産年齢人口を多く排出した地方の多くが、今後自然減社会となる危険性をはらんでいるし、人口の自然増減だけでも東京圏の人口のウェイトは高まっていく。また、金融機能や情報をはじめ諸機能の東京圏への偏在は依然として著しく、地方が目指す多様な個性的な発展が阻害されている状況や過密に伴う大都市問題を考え併せれば、引き続き一極集中是正に向けた施策の展開が必要である。この場合、特に、次の2点が重要と考えられる。

第1点は、東京圏から多様な機能を分散すること。特にサービス化の進展という状況を踏まえ従来のような製造業中心ではなく、サービス産業（都市型産業）を地方においても育成すること。さらには、本社機能など中枢管理機能の分散が必要である。このような観点から、頭脳立地法や地方拠点都市法に基づく各種施策が現在行われており、その効果が期待される場所であるが、中枢管理機能の分散との関連で首都機能移転や地方分権などの実現も強く望まれる。

第2点は、分散の受け皿となる地方の発展基盤を整備すること。そのための手段は様々あるが、ここでは第1点との関係においても広域経済圏の戦略的な育成を強調しておきたい。前述したように、地方中枢都市が中枢管理機能を着実に集積させつつあり、これを中心として、圏域を超えた広域的な経済の循環システムが地方圏においても形成されつつある。東京の巨大都市圏には及ぶべくもないが、これら地方の広域経済圏は、人口、経済規模などでみてもEC諸国の一国規模に相当するポテンシャルを有している。このような現実を踏まえ、各地方においても、県間・地域間の連携を図りながら、広域経済圏全体として諸機能の集積を図る観点で施策を進めていくことが重要である。

サービス化時代と地方中小都市

～定住の新しい型をうみだせるか～

千葉経済大学教授 安東 誠一

●人口移動の基調変化…どう読むか

1980年代終盤から人口の東京一極集中は緩和に転じ、その傾向はいまのところ定着している。

内需主導の大型景気の下、地方圏の生産が拡大を続け、新規の工場立地も活発に展開した。景気後退局面でもバブル崩壊の痛手の大きい大都市圏に比べて堅調であり、大都市圏への人口のプッシュ要因は弱まっている。

ところで、高度成長期以来の地域間人口移動をたどると、1960年代終盤から70年代に向かう時期に、大都市圏への集中から緩和（分散）へと変わる節目を経験している。この時期の人口移動の基調変化には、団塊の世代の大移動の終息も関係するが、産業構造や財政政策の変化の要因があった。

今回の人口移動の傾向変化にも同じような要因がさようしている。再び地方分散基調の時代が訪れそうだが、変化の中身を点検していくと、そうは読めなくなる。

前回、1970年代にかけての人口移動の特徴は、単に地方圏から大都市圏への人口流出が緩和されただけでなく、そうした傾向が地方圏の中にはほぼ万遍なく広がったことにある。中核的な都市だけでなく、程度の差はされ、中小都市・農村地域も流出が緩和傾向に転じた。過疎化も中休み状態が出現した。

ところが、今回経験している変化はかなり様相を異にする。同じ地方圏の中で、人口増と人口減の地域的な濃淡がたいへん強い。特に札幌、仙台、福岡のような政令指定都市の都市圏への集中傾向が続く一方、農村や中小都市の80年代以降の減少傾向は依然として衰えていない。むしろ自然減段階に入った地域が増え、危機的状況が強まっている。重層的な一極集中構造である。

中小都市の今後を占う鍵は、こうした日本の経済産業の構造変化というマクロ的な側面と、中小都市が存立する小規模経済圏・生活圏の構造変化というミクロな要素の両面の動きの中に読みとることができる。以下、2つの側面から動きを見ていこう。

●サービス化と経済の都市シフト

前回と今回の人口移動の基調変化は、ともに産業構造の変化が関係し、産業の地方展開の上でそれぞれ異なる作用を及ぼしている。

1960年代終盤から活発化した工場の地方立地の特徴は、非常に分散的であったことにある。量産工場、部品工場、下請工場が、地域に賦存する労働力の量と質に応じて、工程を分割しつつ、中核都市、中小都市から山村まで広く散開した。

また、地方にこよう機会を創出した公共事業や行政サービスの人口当たりの財政支出額も、政策目的上からも人口密度と反比例する傾向になり、雇用機会の分散が大きく貢献している。こうした雇用機会の分散がもたらす個人消費の急拡大を背景に、地方中小都市は、ローカルな就業中心として生き延びることができた。

1980年代に強まった産業構造の情報化・サービス化は、生産活動におけるサービス投入を増やし高度で多様なサービス需要を膨らませる。多様なサービス資源を持つ大都市が加速度的に集積利益を強めていく。交通・通信の発達が大都市の市場圏を拡大する。全国レベル、地方レベルでより規模の大きい都市に新しい経済活動がシフトし、集積する。

現在日本の企業はいわゆるリストラの過程で間接部門の合理化に取り組み、ホワイトカラーの減員を進めている。日本企業における間接部門の効率化が生産部門に比べてまたアメリカ企業に比べて大幅に遅れており、この部門の生産性向上は、経済のサービス化段階で不可避のプロセスである。日本経済のサービス化のテンポが緩んだわけではなく、個々の企業内サービス業務の効率化は、企業の外部におけるサービス市場の拡大と多様なサービス企業の成長を促していく。さらに円高とグローバル化による物的生産部門の一定の海外移転に伴い、中長期的には国内における雇用のサービス化傾向の足どりは着実に進む。

こうした変化の中で厳しさを本格化させるのが、ローカルな経済センターである地方中小都市である。雇用機会創出の新しい要素であるサービス部門、特に今後の成長が予想される対事業所サービス業は、サービス生産の技術革新＝サービス生産の工業化につれて、

一時期のソフトウェア業のように部分的には事業所の分散が進むであろう。しかし、産業の各分野にわたって、中小都市を飛び越えた上位都市の管理圏・サービス圏が広がり、地方中小都市のサービス機能の拡大余地を狭めていく。

●分解進む在来型生活圏

地方中小都市の存立基盤は、さらにその足元からも脅かされつつある。

地方中小都市を核とする小規模な経済圏は、交通の発達や工業化の進行、農業生産の構造変化の過程で生産圏としてのまとまりを徐々に失っていったが、他方で日常的な生活圏としては高度成長期以降もその枠組みが維持され、地域経済の安定を曲がりなりにも支えてきた。

地域の経済が進出企業やあるいは公共事業などに労働力を供給し、その雇用者所得に依存する度合いが強まった分だけ、この（現行の広域市町村圏のエリアにほぼ相当する）生活圏が就業・就学・買い物、医療、流通など基礎的な経済活動を支える役割は強まっていき、定住の基盤としての意義はかえって70年代以降強まってきたといえる。

しかし、産業構造と職業構造の変化、必要な教育レベルの上昇、モータリゼーション、流通再編成、情報化などの種々の要因が重なって、この小規模経済圏の枠組みが今崩れつつある。

産業のサービス化は職業構造の変化を促す。農村地域の若者たちの職業選好の多様化は急速に進んでいる。限られた職種と将来性しか用意できない誘致工場ではそのニーズは満たされない。地域における基礎的な人材育成にも、高校教育プラスアルファの水準が求められ、東北では特に専修学校等への進学者が増えている。情報化は若者の意識圏を広げ、就業機会や教育機会、キャリア形成の機会を求めて、農村地域からのと市部への移動性向がかつてなく強まっている。

モータリゼーションは、消費行動をはじめ生活行動圏を飛躍的に広げ、従来の経済圏・生活圏をボーダーレス化していく。広域商圏を狙う郊外型（田園型？）の大型ショッピングセンターの立地攻勢は、在来商圏の解体を促していく。

また、行政の効率化に伴う諸々の地域的サービス機能の統合化の動きも、在来型的生活圏の枠組みを内側から崩していくことにつながる。

●生活圏の再設計—定住の新しい型を生み出せるか

1970年代の地方定住の動きには、その受け皿として

の地方中小都市の大きな役割があった。農村へのUターンにも中小都市の雇用機会提供が大きく寄与している。近年の農村地域からの人口流出には、受け皿たるべき中小都市の弱体化が関連している。生活圏ぐるみの過疎化である。

第二次過疎化への対応、中山間地域の再生への対応は、農山村独自の取り組みと同時に、生活圏レベルでの連携した対応—生活圏の再設計—が欠かせない。

第1の課題は、多品種少量型の雇用就業機会の開発である。大企業の単機能の工場誘致やリゾート開発よりも、各種関連業種にまたがる中小企業の集団誘致や地元主導の事業展開の方が、政策実行にあたっての苦労は多いがその効果ははるかに大きい。

第2の課題は、労働力の再生産という現在の生活圏をかりうじて維持させている基本機能のリニューアルである。それには2つの次元での取り組みがある。

1つは、日々の消費生活の利便性・快適性を地域のシステムとしてどう作り出していくかという課題である。在来の歴史的に築かれた都市機能配置の秩序を壊してしまう“田園型”大型SCの進出は、日本における都市計画制度の不十分さを露呈するものだが、反面では生活サービスのあり方に転機が訪れていることを示している。地域主導の商業・サービス立地政策と都市計画が可能な制度改革が不可欠である。

もう1つは、より長期的な再生産つまり次代の人材育成と再教育のシステムである。再教育を含むローカルな人材育成機能の革新は、中小都市再生のための最重要課題である。

第3は、それぞれの生活圏を舞台とした新しい働き方・暮らし方の意識的・継続的な開発・提案である。

終身雇用慣行の緩みと大都市圏における生活コストの高まりは、各世代を通じて地方志向を確実に強めていくであろう。そして労働力の逆移動志向に対応した企業の事業所分散の動き、それも情報システム等を活用した新しい就業形態での分散の動きが強まってくると予想される。

そうした動きが1つの潮流になるまでには、新しい世紀に入ってからかなりの時間を要するであろうが、実現の可能性の大きい中小都市再生の好機である。そうした好機を地方中小都市のイニシアティブで取り込むことができるかどうか。大半の中小都市が人口減少基調を余儀なくされていくであろうが、それに耐えてなお長い射程での将来像を描きながら、生活圏の再設計を進めていけるだろうか。政策的支援の鍵はここにある。

サービス産業の立地要件と今後の展望

NETT編集部 亀森 和博

1. サービス化の流れ

経済のサービス化と言われるようになって久しい。一般に、経済のサービス化とは産業構造全体に占めるサービス産業のウェイトの増大と、企業活動におけるサービス（広告、マーケティング等）あるいは個人生活におけるサービス（散髪や食事等）の外生化（専門化、別会社化）の動き、の両者の意味を持つ。本稿では主に後者の視点を中心に据えながら、サービス化と地域経済の関係について概観してみたい。

まず、近年顕著な企業活動におけるサービス化から。我が国産業は、近年プロセス・イノベーション（生産工程における自動化など）やプロダクト・イノベーション（新たな技術を生かした新製品開発）の進展により、R&D部門や宣伝・広告、企画・調査、デザインなどの間接部門のウェイトを高めてきた。すなわち、工場など直接生産部門の雇用吸収力が近年相対的に低下し間接部門の雇用吸収力が高まっており、国による地域産業政策も、主に生産工程を念頭においた地方への分散・誘導政策から、間接部門の分散・誘導政策（地方拠点都市法など）へと変化してきている。

マーケティング調査やデザイン、あるいはビル管理、情報処理サービスなどの分野は、かつては企業の1事業部門として内生化されていた。しかし、利用頻度から見たコストパフォーマンス（費用対効果）の面からも、また経済の成熟化などによりこれらのサービス部門に高度な技術や専門性が必要になってきたことから、専断的に取り扱ったほうが得策であるとして外生化する動きが生じ、対事業所サービスの隆盛がみられるようになった。北海道・東北地域においても、1985-90において就業者増加の15-25%をこの部門で生み出している（図表）。

次に、個人生活におけるサービス化であるが、所得水準の向上に伴う時間当たりの活動コストの高まりやサービスの質を重視する傾向の強まりから、今まで自分たちで処理していたサービス分野を外部の専門家に生産を委ね、その成果を享受するということがいろいろな局面で見られるようになっており、また精神的ゆとりへの欲求や、経済活動における高度な知識の必要性の強まりなども、こうした個人向けサービスの隆盛

を支えている。

2. 各サービス分野の特徴と立地要件

サービスには在庫が存在しないため、輸送できないのが特徴のひとつである。したがって、基本的にサービスの供給者が需要者の近くに立地するか（以下「需要要因」）、あるいは需要者が供給者のところまで来るか（同「供給要因」）、という2つのパターンしかない。

どちらのパターンをとるか、はサービスの内容によって異なる。サービスを図表の分類別に見ることによってその特徴を見てみよう。

①対事業所サービス

リース、情報サービス、調査・広告などは、基本的に事業所のあるところに集中立地する傾向が強い。したがって、札幌や仙台といった中枢管理機能を有する地域がこのサービス業を展開する上で有利となる。しかし、「モノ」（フロッピーディスクや紙）に体化しうるサービスであれば大都市周辺が必ずしも有利となるわけではなく、例えばソフトウェア開発やシンクタンクなどは地方立地が可能であろう（無論、その場合でも営業拠点は市場に置く必要がある）。

②余暇関連サービス

映画館やホテル・旅館などの余暇関連サービスは、一般に日常性を持つ娯楽を提供するのか、非日常的なものを提供するのかによって立地要件が異なる。映画など比較的日常性の強いものは周辺人口の規模が重視されるであろうし、旅行など非日常性の強いものはマーケットが広いと、周辺人口規模には立地が左右されにくい。前者は需要要因であるのに対し、後者は供給要因が強いという傾向がある。

また、一般に日常性の強いものは消費の所得弾性値（所得の伸びに対する消費の伸び）が低く、非日常性の強いものは高い。したがって、ホテル・旅館などのサービスは、景気の良いときには部屋数の不足など設備の限界が顕著になり、不況時には稼働率が極端に低下するなど繁閑の差が激しくなるという性質を持つ。

③教育・文化関連サービス

学習塾や博物館等の提供するサービスは、基本的に周辺人口規模によって立地が規定される面が強いと思

図表 就業構造の変化（就業者増加の寄与度） 単位：%

	北海道		東北		全国	
	81-86	86-91	81-86	86-91	81-86	86-91
全産業	▲ 0.2	8.8	3.6	8.3	5.5	10.4
うちサービス業	2.4	4.9	2.3	3.2	3.1	4.5
対事業所サービス	1.0	2.1	0.8	1.4	1.4	2.3
余暇関連サービス	0.4	1.0	0.4	0.7	0.3	0.7
教育・文化関連サービス	0.2	0.3	0.1	0.3	0.3	0.3
医療・福祉関連サービス	0.8	1.1	0.6	0.7	0.7	0.8
その他個人向けサービス	0.2	0.2	0.3	0.0	0.2	0.2
その他	0.0	0.2	0.1	0.2	0.1	0.3

(資料) 「事業所統計調査報告」(総務庁)

(注) 対事業所サービスは、「物品賃貸業」、「協同組合」、「情報サービス・調査・広告業」、「その他事業サービス業」、「専門サービス業」
 余暇関連サービスは、「旅館、その他の宿泊所」、「映画業」、「娯楽業」、
 教育・文化関連サービスは、「放送業」、「教育」、「学術研究機関」
 医療・福祉関連サービスは、「医療業」、「保健衛生」、「社会保険、社会福祉」
 その他個人向けサービスは、「洗濯・理容・浴場業」、「その他の個人サービス」
 その他は、「駐車場業」、「自動車整備業」、「その他の修理業」、「廃棄物処理業」、「宗教」、「政治・経済・文化団体」、「その他のサービス業」

われる。一方、こうしたサービスの質についての評価は難しいため「メッカ」効果が働きやすく、その場合はマーケットが拡大する。東京の予備校に全国から浪人生が集まってくるのはその好例であろう。

④医療・福祉関連サービス

医療サービスは、頻度の多い基礎的な治療が必要要因であるのに対し、高度な技術を要する治療などは供給要因となる。福祉サービスは必需性が強いことから必要要因が働くとと思われるが、地方においてシルバータウン等高齢者向けの街づくりが進めば供給要因となり、高齢者が移住してくることも十分予想される。

⑤その他個人向けサービス

クリーニングや美容院など個人生活に密着したサービスは、今や必需的性格が強いため必要要因がきわめて強い。

3. 3つのお化けとサービス産業の展望

日本経済を取り巻くメガトレンドとして、4つのお化け…情報化、国際化、高齢化そしてサービス化（ソフト化）がキーワードとして挙げられることがある。このうちサービス化の動きが他の3つのお化けとの関係で、地域経済においてどのような展開を見せるのか、について考察してみたい。

①情報化

通信ネットワーク整備やコンピュータの普及等により需要者－供給者間の距離は劇的に短縮され、知識集約型のサービス生産においては、一般に必要要因を弱める方向に働くものと思われる。調査レポートやソフトウェアプログラムなどはパソコン通信で送信が可能であり、こうした分野の地方立地へのインセンティブを高めるものと期待される。また、衛星通信を通じて教育・文化関連サービスが全国どこからでも容易に享

受できることにもなろう。

②国際化

国家間に限らず国内においてもヒト・モノ・カネの移動が活発化しており、これに付随したサービス業の成長が予想される。コンベンション施設整備が各地で進められているが、この種のサービスは、当地が産業・学術集積等の面で他との差別化がなされている、あるいは交通要所であるなど拠点性が高く参加者の利便性の面で優れている、という地域において成立しやすいものと思われる。

国内・国際的な交流人口の増大を支える高速交通体系の整備の進展により、需要者と供給者の空間的距離が縮小することによって、各種対人的サービスの地方展開が容易になる反面、質や価格等魅力的なサービスを提供し得ない地域においては、逆に他地域へサービス需要が流れることになる。

③高齢化

年金受給者の増大が予想され、消費性向が高いと言われる高齢者の需要が、大きなマーケットを生み出す可能性は高い。健康・スポーツ・文化や福祉関連サービスの成長が見込める。しかし、こうした層は交通弱者（Transportation Poor）と目されるため、需要者（または供給者）の移動が必要であるサービス業では輸送手段の確保が重要な問題となろう。

地方圏においては高齢者が多いため、高齢者向けサービスによる地域経済の下支え効果が、今後大きな意味を持つてくるものと思われる。

地域におけるサービス業の展開は、今後その地域経済の将来を左右するほど大きな意味をもってくると思われる。時代を先取りしたサービス業の育成が、地域経済の基盤強化を図るカギとなろう。

サービス化経済と地域産業振興

北海道大学教授 内田 和男

1. ペティ＝クラークの法則

経済のサービス化現象を示す際には、第3次産業のウェイトの上昇をもって、その指標とするのが一般的である。これは産業構造の経験則としてウィリアム・ペティが仮説を立て、コーリン・クラークが実証した法則に基づくものである。これによると、経済が発展するにつれて労働人口が農業から工業へ、そして工業からサービス業へとシフトする傾向があり、この最後の段階への進展をもって経済のサービス化という。

日本をはじめ西欧諸国において、現在広く使用されている産業の3分類法もクラークによる分類である。この分類法に従えば、第3次産業は素材を収集する第1次産業、そして素材を加工する第2次産業の両産業に分類されない残りの部分として定義されている。すなわち、クラークの分類法はサービス産業を「残余」として取り扱っており、これが今なお受け継がれているのである。

我が国の就業者数でみた第3次産業の比率は、実際、1960年時点では39.7%にすぎなかったものが、70年には45.2%、80年には53.0%、そして90年に63.9%と上昇している。この限りにおいて、サービス化の顕著な進展がみられる。

ところが、実質国内総生産に占める産業別構成比をみると、第3次産業の比率は1960年に60.1%であり、70年に57.1%、80年に62.3%、そして90年に62.5%とほぼ横這い状態にある。したがって、この系列からは経済のサービス化は言えないのである。

サービスの総生産に占める割合が名目と実質でこのような乖離を生むのは、もちろん、サービス価格の上昇率がモノの価格上昇率を上回るからである。この要因としては、サービスの生産コストの大部分が人件費で占められているためであると一般に考えられている。確かに、サービス産業においては機械化や自動化が技術的に難しく、効率化が進展しにくい側面がある。しかしそれだけではなく、サービス産業の実質生産額の伸び率が過小に見積もられる傾向が統計上存在するのである。

名目的な生産を実質化するためのデフレーター之作成過程において、モノの価格からは品質向上に伴う価

格変動分を考慮する手続きがなされているのに対し、サービス価格の場合には、質的向上による価格上昇分がそのまま物価上昇として評価されてしまっているのである。例えば、新鋭の医療機器の導入により医療サービスの質が向上したことを反映して医療費が上昇しても、サービス価格統計の上では、単純な医療費値上げと見なされてしまうのである。この意味でサービスの生産性評価の数値には留意が必要である。

ところで、北海道の産業構造の特徴は、周知のように、第3次産業のウェイトが高く、第2次産業とりわけ製造業のウェイトが低いことにある。ちなみに、道内総生産（名目）の産業別構成比でみた第3次産業の比率は、1960年時点で既に57.1%もあり、その後順次、70年の64.9%、80年の66.7%、そして90年には71.2%と常に全国を上回る水準で漸増している。しかしこれをもって北海道の産業構造が全国よりも高度化しているとか、サービス化経済が進展しているとか述べる人は誰もいないであろう。

2. サービスとモノの相互依存関係

我が国の経済のサービス化は、その量的拡大において一つの趨勢ではあるが、近年におけるサービス化の一つの重要な側面は、その質的变化である。とりわけ産業の投入構造におけるサービス化である。これは、情報サービス、広告、リースなどの対事業所サービスの売上が増大していることに対応している。

こうした事業所サービスへの需要は、非製造業はもちろん、製造業の中でも幅広い業種において増加しており、その背景には、経済の情報化やマイクロエレクトロニクス化が深く関わっている。

周知のように、情報化には「産業の情報化」と「情報の産業化」という2つの側面があり、前者はコンピュータ導入による企業の事務管理や在庫管理の効率化を意味し、後者はそのような産業の情報化に伴い、ソフトウェアの開発、受託計算、情報提供サービスなどの情報関連サービスの誕生を指す。こうした二重の情報化の進展が対事業所サービスを活性化している。

このように、近年のサービス経済化は単なる第3次産業比率の増大だけではなく、製造業との関係という

側面が重要な役割を果たしているとするれば、おのずと北海道のサービス化経済の姿がそれとは異質なものであることがわかる。確かに道内においても、近年、対事業所サービスの伸び率が、事業所ベースでも従業員ベースでも高くなっているけれども、その絶対水準は対個人サービスや公共サービスに比べて相変わらず低いままである。

ここで、経済全体を物的部門とサービス部門の2部門に分けて、両部門間の相互依存関係を産業連関表を用いて概観してみよう。

はじめに全国レベルについて見てみれば、物的部門においては、物的部門の内部乗数①の影響がほんの少し弱まる一方、物的部門からサービス部門に対する波及度合②は増加を示している。他方、サービス部門の内部乗数③も増加してきており、サービス部門内でのサービス化も進展し、同部門の自己増殖が進んでいると考えられる。これに対して、サービス部門の活動が物的部門の生産を誘発する波及度合④は大幅に低下を示している。これらの関係から、全国レベルでは、経済全体のサービス投入比率が上昇している中で、物的部門とサービス部門間の波及関係については、物的部門の自立性とサービス部門の物的部門への依存度が強まる傾向にあるといえる。

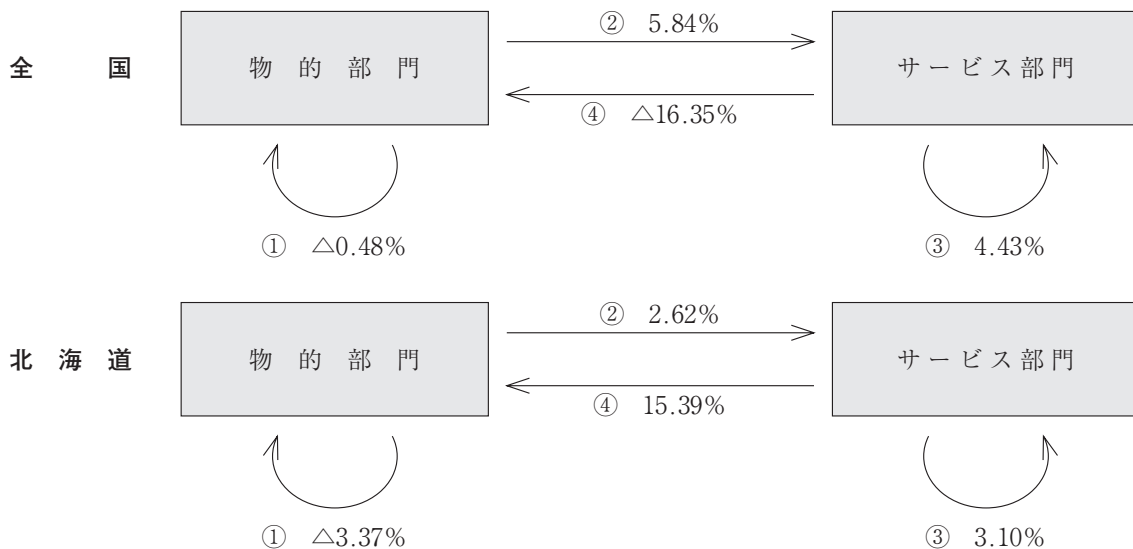
次に北海道について見てみると、物的部門の内部乗数①が大きく低下している。この背景には北海道産業における製造業の脆弱さがある。また、物的部門からサービス部門への波及度合②は増加を示しているが、全国レベルに比べるとその伸び率は半分以下の値で

かない。他方、サービス部門のサービス化については、全国レベルで4.43%上昇しているのに対して北海道は3.10%と1.3ポイントも下回っている。この意味で、北海道経済のサービス化の進展はまだまだ不十分なものであると考えられる。これに対して、サービス部門から物的部門への波及効果④については、たいへん興味深い結果を示している。全国レベルでは16.35%と大きく低下しているのに対し、北海道では逆に、15.39%の上昇を示している。これをもって我々は単純に、サービス部門の活動が物的部門の生産を誘発する高度な産業構造になったと理解して良いのであろうか。もちろん答は否である。生産波及効果の大きい物的部門の内部乗数が大幅に低下していることを考慮するならば、両部門間の転倒した依存関係はやはり製造業の脆弱さを背景とした、後ろ向きの産業構造の結果を示していると理解すべきであろう。高度化した製造業との関係の有無という点において、北海道のサービス化経済は全国レベルのそれとは大きく異なっている。

3. 輸出型サービス産業の育成

経済のサービス化が進み、サービス産業の重要性が高まり、情報、通信、運輸などの技術革新が進み、ヒト、モノ、カネ、情報の国際的なネットワーク化がいつそう進展し、さまざまな規制が緩和されるにつれて、世界のサービス貿易の規模もますます拡大するものと予想される。他方で、サービス化社会になったとしても、日本はやはり貿易立国で行かざるをえないであろう。

物的部門とサービス部門の相互依存関係
(1975年から1985年への変化)



1991年における我が国の第1次産業及び第2次産業の生産額のうち約22%が輸出されているのに対し、第3次産業の輸出依存度は9%に留まっている。サービスの貿易収支はもちろん入超であるけれども、その輸出額は1900億ドルであり、モノの輸出額3120億ドルの61%に相当する。しかしこのうち74%が投資収益であるから、狭義のサービス輸出はモノの輸出額に対して僅か15%にしかすぎない。したがって、モノ貿易に比べてサービス貿易はまだ未熟な段階にあるといえる。これまで日本は、自動車やハイテク御三家（電気機械、一般機械、精密機械）を輸出して、主に原材料やエネルギー資源を輸入してきた。しかし日本の製品輸入比率は着実に増加しており、今後、アジア・太平洋諸国の追い上げと、欧米諸国との貿易摩擦、そして国内の人手不足などにより、モノの輸出が減少傾向を辿るならば、サービスとソフトウェアの輸出によってその不足分を補わなければならないであろう。つまり日本は産業構造の変化にともなって、貿易構造も変えていかなければならないのである。

それでは、どんなサービス・ソフトウェアが貿易されるのであろうか。「ソフト化経済と貿易」（ソフトノミックス・フォローアップ研究会）によれば、サービス貿易に関する産業としては、運輸業、保険業、銀行業、証券業、観光業、通信業、コンピュータ・サービス、データ・サービス、建設・エンジニアリング業、会計業、法律事務所、経営コンサルタント業、広告業、教育、医療、映画、リース業などが挙げられている。これを大別すれば、①金融の投資収益、②観光を含めた人・物の輸送、③本やビデオの著作権及び技術パテント、④その他 に区分できる。

これらを北海道の輸出型サービス産業の振興という視点からみれば、金融については東京に対して比較優位はないものと考えざるをえない。観光、運輸に関しては、北海道は既に行動を開始してはいるが、国際空港やコンベンション・ゾーンなどヒトやモノの流れを国際的なネットワークの中で位置づけていく努力が一段と求められている。

技術については、現在、日本はその貿易に関して赤字国である。総務庁の調べによると、1991年度の日本の技術貿易は、輸出額が27億5千万ドル、輸入額が29億3千万ドルで、約2億ドルの輸入超過である。一方、米国は1992年の技術輸出額は202億ドルで、日本の7倍強にものぼる。これに対して輸入額は50億ドルで、技術貿易に関する収支は152億ドルの輸出超過である。

技術貿易に関する限り、日米間の貿易収支状況は完全に逆転する。この理由としては、世界市場を制覇す

る日本製品の基礎となる技術がアメリカなど欧米諸国に大きく依存しているからであり、日本でモノ輸出が増えると、その裏で技術パテント料の支払が同時に増加しているからである。

日本のモノづくりは、貿易摩擦や円高によってだけでなく、基礎技術に関する国際的特許攻勢によっても、見直しを迫られている。日本が名実ともに技術立国を目指すには、外国の企業にとっても魅力的な高付加価値技術を開発していかなければならない。これには、日本がこれまで不得手としてきた基礎技術やソフトウェア開発技術などの知識集約的で輸出型のサービス業の育成こそが急務の課題である。

知識集約型産業とは、要するに人の頭脳に頼る産業であるから、その発展のためには人材を地域に引き留め、豊かな発想を育む刺激のある環境をつくらなければならない。つまり地域の文化的環境の充実など実に迂遠な投資が必要なのである。

今月のキーワード「全国総合開発計画」

解説

戦後当初、疲弊した国土を復興し経済を立て直すため、石炭などの資源開発、洪水など災害を防ぐ国土保全、雇用を吸収するための産業立地が極めて重要な課題であった。このような戦後復興と新たな国土建設に向けて、総合的な国土の利用、開発と産業立地の適正化などを図るため、昭和25年（1950年）5月26日、「国土総合開発法」が制定された。

この法律は、国及び地方公共団体の策定する地域開発政策の基本となるものであり、言わば地域開発の憲法というべき性格を持ち、①土地・水等の天然資源の利用、②災害防除③都市及び農村の規模と配置の調整、④産業の適正立地、⑤電力、運輸、通信その他重要な公共施設の規模及び配置並びに文化、厚生、観光に関する資源の保護、施設の規模と配置、に関して、国・地方公共団体が計画を定めることとしている（同法第2条）。

全国総合開発計画は、このうち国（内閣総理大臣）が全国を対象地域として策定する総合開発計画を指す（同法第2条第3項）。

同法においては、対象地域によって、他に都府県が策定する都府県総合開発計画、都府県が2以上の都府県の区域について協議し策定する地方総合開発計画などについて定めているが、全国総合開発計画はこうした地域開発に関する計画の基本とされる（同法第7条第2項）。

北海道及び沖縄県については、その歴史的経緯から国による独自の総合開発計画（北海道総合開発計画、沖縄振興開発計画）が策定されているが、全国総合開発計画はこれらの計画とも調整が図られることになっている（同法第14条）。

全国総合開発計画は昭和37年（1962年）10月に「全国総合開発計画」（全総）が閣議決定され、以後昭和44年に「新全国総合開発計画」（新全総）、昭和52年に「第三次全国総合開発計画」（三全総）が策定され、現在では昭和62年に策定された「第四次全国総合開発計画」（四全総）に基づき国土開発が進められている。

四全総では、昭和75年（平成12年、2000年）を目標年次に、東京一極集中是正と地方圏整備強化を図る「多極分散型国土形成」を基本的理念とし、そのための開発方式として情報・通信体系の整備と交流の機会づくりの拡大を目指す「交流ネットワーク構想」を掲げているが、近年の経済情勢等の変化からその見直しについての気運が高まっており、平成5年6月に公表された「四全総総合的点検の中間報告について」においては、地域連携軸・国土軸の建設や交流人口に配慮した地域づくりなどについての検討を提示している。

	全国総合開発計画	新全国総合開発計画	第三次全国総合開発計画	第四次全国総合開発計画
1. 策定期間	昭和37年10月 閣議決定	昭和44年5月30日 閣議決定	昭和52年11月4日 閣議決定	昭和62年6月30日 閣議決定
2. 計画期間及び目標年次	昭和35年～45年 昭和45年	昭和40年～60年 昭和60年	おおむね10か年 基準年次を50年とし、 昭和75年を展望しつつ 昭和60年（65年）を目標年次として作業	昭和61年～72年 昭和75年（西暦2000年）を目標年次とする。
3. 背景	1. 高度成長経済への移行 2. 地域的課題の顕在化 (1) 過大都市問題 (2) 地域間の所得格差の拡大 3. 所定倍増計画の策定—太平洋ベルト地帯構想	1. 高度成長経済 2. 人口、産業の大都市集中 3. 地域の所得格差 4. 資源有効利用の促進	1. 安定成長経済 2. 人口の地方定着、産業の地方分散の兆し 3. 地域の総合的格差 4. 資源制約の顕在化 5. 国民意識の変化	1. 人口、諸機能の東京一極集中 2. 産業構造の急速な変化などにより地方圏での雇用問題の深刻化 3. 道県単位の人口再減少 4. 技術革新・情報化・高齢化・国際化の進展、産業構造の転換
4. 基本的目標	〈地域間の均衡ある発展〉 1. 都市の過大化の防止と地域格差の縮小 2. 自然資源の有効利用 3. 資本、労働、技術等の諸資源の適切な地域配分	〈豊かな環境の創造〉 1. 長期にわたる人間と自然との調和、自然の恒久的保護、保存 2. 開発の基礎条件整備による開発可能性の全国土への拡大均衡化 3. 地域特性を活かした開発整備による国土利用の再編効率化 4. 安全、快適、文化的環境条件の整備保全	〈人間居住の総合的環境の整備〉 1. 限られた国土資源を前提とする。 2. 地域特性、歴史的伝統的文化を尊重する。 3. 人間と自然との調和をめざす。	〈多極分散型国土形成〉 1. 東京一極集中の是正 2. 地方圏の戦略的、重点的整備
5. 開発方式及び主要計画課題	〈拠点開発構想〉 目標達成のため工業の分散をはかることが必要であり、東京等の既成大集積と関連させつつ開発拠点を配置し、交通通信施設によりこれを有機的に連絡させ相互に影響させると同時に、周辺地域の特性を活かしながら連鎖反動的に開発をすすめる、地域間の均衡ある発展を実現する。 〈主要計画課題〉 1. 過密地域においては工場等の新增設の抑制、地域外への移転、都市機能配置の再編成を図る。 2. 整備地域においては、計画的に工業分散を誘導し、また中規模開発都市を設定する。 3. 開発地域においては、積極的に開発を促進する。	〈大規模プロジェクト構想〉 新幹線、高速道路等のネットワークを整備し、大規模プロジェクトを推進することにより国土利用の偏在を是正し、過密、過疎、地域格差を解消する。 〈主要計画課題〉 1. 交通、通信ネットワークを先行的に整備する。 2. ネットワークに関連させながら大規模プロジェクトを実施する。 3. 広域生活圏を設定し、生活環境の国民的標準を確保する。	〈定住構想〉 大都市への人口産業の集中を抑制し、一方、地方を振興し、過密過疎問題に対処しながら全国土の利用の均衡を図りつつ人間居住の総合的環境の形成を図る。 〈主要計画課題〉 1. 国土の保全、開発、管理を進める。 2. 住宅、食糧、エネルギーを確保する。 3. 大都市、地方都市及び農山漁村における総合環境を是正する。 4. 教育、文化、医療施設の配置、ネットワークの整備など国土利用の均衡のための基盤整備をはかる。	〈交流ネットワーク構想〉 地域主導による地域づくりを推進することを基本とし、そのための基盤となる交通、情報・通信体系の整備と交流の機会づくりの拡大を目指す交流ネットワーク構想の推進により多極分散型国土の形成を目指す。 〈主要計画課題〉 1. 安全でうるおいのある国土の形成 2. 活力に満ちた快適な地域づくりの推進 3. 新しい豊かさのための産業の展開と生活基盤の整備 4. 定住と交流のための交通、情報・通信体系の整備

マーケティング・リサーチ基礎知識(2)

株式会社東京サーベイ・リサーチ 代表取締役 渡會 隆

1. 調査発注からレポートまでのチェック・ポイント

調査のために社内で企画書を作り、あるいは調査票までできたらパイロット・サーベイを試みることをまずお勧めした。専門の市場調査会社に発注すれば多くの事例・経験から企画書・調査票の手直しもフォローしてくれる。受注する調査会社の立場で考えると一番最初の打合せが大きなウェイトを持っている。時折調査発生の背景を明確にしたがらないとか、既存資料・関係情報を提供しない発注担当者がいるが、受注する方は結局遠回りして時間や労力を費やすばかりでなく、分析を読み取る要因を見落とすことにもなりかねない。発注・受注者間の信頼関係を築くことが良いレポート作成の第一歩である。あらかじめ社内で立案した企画書・調査票も、調査会社の視点から調整すると経費や時間を節約できることも多い。重要な質問は調査票の質問順を十分吟味しないと、意図したことと反対の回答などになることさえある。例えば「購入意向」→「商品イメージ」の順に問えば、当然「買ってみた」「買ってみたとは思わない」と先行した回答に符合した、もっともらしい「商品イメージ」の項目を選びやすくなり、“反応の自己相関”を起こしやすいことになる。「商品イメージ」が先なら、客観的に評価した結果の「購入意向」を開けることになる（もっとも、商品の欠点を明らかにするなら別である）。

調査進行の手順に沿ってチェック・ポイントを以下にまとめてみた。

1. 調査票の作成

質問量・項目は多すぎないか。質問順と論理は良いか。選択肢・尺度は適切か（特に分析法に合っているかは重要）。ワーディング（質問文の言い回し）は良いか。写真・カードはいらぬか。

2. プリ・サーベイ

質問にムリなく答えられるか。項目化・コード化が適切か。注意書きはいらぬか。レイアウト、用紙の大きさ・活字は調査員に見やすいか、チェックしやすいか

3. サンプルング・スクリーニング

サンプルング方法は適切か。スクリーニング（事前に一定条件で調査サンプルを選抜するこ

と）条件は充分か。母集団推計はしてみたか。誤差はどのくらいあるか。

4. 実査（指示・点検・回収）

指示書は整っているか。点検・回収ガイド（論理・問題点・出現率・ミエ・ウソのチェック）は揃えたか。

5. 点検・コーディング・データ入力

アフターコード（自由回答などから一定の分類項目化すること）・論理チェックに変更はないか。不能・無効票はキチンと除外したか。分析用にデータは編集しなくて良いか。

6. 集計・解析

データ・クリーニングは充分か。単純集計を見て仮説との整合性はどうか。年齢別・性別など層化分類するブレイク・ダウンは適切か。解析に用いる項目・スケール（尺度）にムリはないか。手法は合っているか。解析結果は使えるか、やり直すか。

7. レポート作成・保存

見やすくわかりやすいか。当初の目的を達成しているか。問題点は次回に生かせるか。追加・再現はこのレポートで可能か。

2. データの読み方

調査では、誰が、どのように面接しようとデータは入手できる。問題は、データを企画どおり、調査票の意図どおり正しく現場で回収されたかどうかの見極めである。当然、調査対象の種類、調査方法、調査条件、調査環境によって回収のブレ・歪みは多少は致し方のないものがある。そうした歪みを超えるサンプルは思い切って除外し、調査目的に沿ったデータの品質を重視すべきである。データの不揃いを直したところで、データの読み方の基本姿勢をいくつか挙げておく。

①調査サンプル数によって決まっている“サンプリング誤差” $(2\sqrt{p(1-p)/n})$ 、但し p は標本比率 n はサンプル数、信頼度95%のケース）に気をつける。例えば製品所有率など調査の結果得られた「50%」という比率は、95%の確率で信頼するためにはサンプル数が100の場合、すなわち $n = 100$ で $\pm 10.0\%$ 、200で ± 7.1

％、500で±4.5％、1000で±3.2％上下することを念頭に置く。

②単純集計で「不明」「無回答」などの多い質問はその原因を究明してみる。

③スケール・尺度上の回答の分布状況を見て、平均から極端に左右に散っていたり、中央に偏っているものは、質問の仕方、選択肢のワーディングが悪くなかったか再チェックしておく。

④最も重要な質問（例えば「購入意向あり」「なし」別に集計するようブレイクダウンに採用しておく）と他の質問の関係を注意深く観察する。その上で必要なら相関係数などをアウトプットしてみる。

⑤データは素直に見て、平均や比率の高いもの、分散すなわちバラツキの多いものはマークしたりメモにしてみる。

⑥以上のチェックを通過すれば今回の調査目的・調査仮説を立証する手掛かり、あるいは反証する根拠を羅列できるはずである。

ここまで作業が進めばデータ解析の準備はほぼ完了といえる。しかし調査企画段階に想定したことが100％予想どおりだったなどという調査はありえない。予想外のことが次々と起こりデータも現状の変化を伝えてくる。臨機応変にデータを読む視点も考えていかなければならない。まして市場の変化は絶え間なく起こり、この調査レポート結果から実際にマーケティング戦略が展開される数カ月先、一年先にはもっと大きく変化していると考えておかなければいけない。データの統計的な証明や多変量解析の結果の数理的な意味も重要だが、少しデータを読む姿勢は「背伸び」して、この先どういう方向に動いていくかを読み取る態度が欲しい。

3. こんな解析もある

普段、我々が分析とか解析を行うことになるケースを振り返ってみると次のような時が考えられる。

①調査の目的となる項目の予測や説明・分類のために、あらかじめ、ある解析方法を想定して企画が組まれるケース

②新製品などの初めて取ったデータを吟味し他社製品・他社ユーザーと棲み分けや競合戦略を見極めるためいくつかの解析手法を念頭に置きながら行うケース

③データ集計がとりあえず上がってきているが、すっきり読み取れず解釈ができずに悩んでいる時にやや実験的に行ってみるケース

④レポートの体裁や箔を付けるため、とにかく解析手法を使ってみるケース

解析手法とデータの取り方は当然、不離一体の関係にあるのだから①や②は最初から調査方法・調査対象の設計はもとより、質問量、順序、ワーディングまで気を配って企画される最も理想的な取扱いである。③も長年調査に携わっていれば幾度か経験し、その中には新しい発見に結びつくものもある。最も問題が多く危険なケースは④である。社会現象への「解」を求める姿勢や目的意識のない分析はむしろミスリードする危険も混入しやすい。確かに数値はアルゴリズムを通して出てくるが、そのデータの性格や解析手法の適性を無視した結果が戦略・政策を誤らせるキッカケになりかねないからである。

マーケティング・リサーチに多用される解析手法は一般に多変量解析や数量化理論といわれるもので、その中でも各解析法は次のような状況で効果を発揮する。

【重回帰分析・数量化理論Ⅰ類】

・うちの**広告**を見て「買ってみたい」という人は、いったい何人くらいいて「商品のどんな部分を評価」してくれているのだろうか。また改良すべき欠点はどののだろうか。（Ⅰ類）

・人々は、この不況の中で「どのくらいサイフのヒモをしめている」のだろうか。果して「**どの費目**」から緩めていこうとしているのか。（Ⅰ類）

・新入社員の**採用試験**を単純な総合点ではなく「学科試験、面接試験、作文、履歴書、身体検査」など「自社の社風にあった合格基準」を作りたい。（**重回帰**）

重回帰分析と数量化理論Ⅰ類の概念は、「買ってみたい」とか「この1年に〇〇個買った」などを、

$$Y = A1X1 + A2X2 + \dots + AnXn$$

「買ってみたい気持ちの強さ」=「品質の良さ」+「値段の手頃さ」+…+「ネーミング」

といった回帰式を求める手法で「買ってみたい」という気持ちをより強めているのは何が影響しやすいのか、あるいは品質を変えることで買ってみたい気持ちをどのくらい上昇させ購入希望者を増やせるかを解析しようとしている。

【判別分析・数量化理論Ⅱ類】

・**新製品**のネーミングやパッケージあるいは材料の違い「いくつかの試作品」を「製品の特性・持ち味を消さずに絞り込みたい」のだが。（**判別**）

・「A銀行とB銀行の**利用者の違い**」は何が理由になっているのだろうか。「場所か、規模か、歴史か、イメージか」。競合に打ち勝つにはどう攻めるべきか。

（Ⅱ類）

・バーゲン・セールに並べる商品で「消費者が期待しているものと、そうでないもの」の「価格、材質、銘柄」は、どのくらい違いがあるのだろうか。(判別) 判別分析と数量化理論Ⅱ類は、2つ以上のグループの違いをいくつかの項目変数を使って判別予測する分析で、概念は重回帰と同様の線型モデルを使い項目変数が量的データの時に判別分析、質的データの場合Ⅱ類という。特にⅡ類は数量化理論の発端となったもので、仮釈放者の1年後の再犯の有無のデータから仮釈放の基準を定めるために考案されたものである。

〔主成分分析・因子分析・数量化理論Ⅲ類〕

・数あるスーパー、コンビニの中から日頃良く利用される「店の長所は何か」。また「どんな人が選ぶのかという性質」はつかめないか。(主成分)

・わが社の新製品と広告の評価は「誰に」「どんな風に訴求しているのか」。きちんとターゲットにリーチしているのか。市場で他社製品と狙いどおりちゃんと棲み分けているだろうか。(Ⅲ類)

・A地区をリゾート開発するにあたって「開発コンセプトを構築し」セールストークをいくつか準備したい。また、どんな施設をどんな人達が「なぜ好む」かも併せて知りたい。(因子)

・保育園、幼稚園・スポーツ施設、集会所などの「街の施設」を「地区住民の意見」を総合的に判断して、どこにどう立地計画すべきか考えたい。(Ⅲ類)

・イベントを企画する際あらかじめ「出展品目」と「来場者特性の関係」から展示物のブースの配置を効率的で万遍なく巡回できる設計にしたい。(頻数Ⅲ類)

こうした事例を挙げればきりが無いが、読者の企業なりに事情を入れ替えてみれば思い当たるものもあるはずだ。主成分分析は相関のある多数の量的データをまとめて特徴的な現象をいくつかの成分に要約する方法で、因子分析は多くの変数の影にあるいくつかの因子を読みとることに役立ち、Ⅲ類は質的データの分類を目的としている。最近頻数によるⅢ類とかコレスポンス・アナリシスと呼ばれるものも、類似のものである。

4. 良い分析・悪い分析

各解析法の「 」でくくった部分は外的基準とか目的変数と呼ばれるものであったり、説明変数とか要因となるものである。少し専門的になるが、それぞれの質問の性格が《基準や目的》となるものか、あるいは《説明要因》となるものかの区別と回答尺度を《定量的・数量》で用意するか《定性的・分類》で準備するかで、自ずから手法が選択されることになる。

手 法	外的基準・目的変数	説明変数・要因
重回帰分析 数量化理論Ⅰ類	あ り・数 量 〃 ・ 〃	定量的・数 量 定性的・分 類
判別分析 数量化理論Ⅱ類	あ り・分 類 〃 ・ 〃	定量的・数 量 定性的・分 類
主成分分析 因子分析 数量化理論Ⅲ類	な し・―― 〃 ・―― 〃 ・――	定量的・数 量 〃 ・ 〃 定性的・分 類

良い分析か悪い分析かは、まず調査票の設計・質問の作り方で大方は決まってしまう。

①外的基準・目的変数があるのかないのか。あるとすれば仮説上のどんな見通しが成立するのかを事前にはっきりさせておくこと。

②その外的基準を捉える定義・範囲をよく吟味し、質問文や回答尺度のワーディングは、場合によっては複数の回答尺度を設けたり、分類を回収後に分布を見ながら決められるように工夫しておくこと。

③外的基準になるデータは、いつでもどこでも誰が調査しても安定して取れる尺度を用いること。意見や習慣だけでなく、実態・事実も同時に取るほうが良く、時系列に単位が変わるとか地域によって習慣の異なるものは充分注意すること。

④手法の性格を良く理解しておくこと。重回帰・Ⅰ類、判別・Ⅱ類のような線型モデルは説明的に用いるケースと予測的に使うケースの両方から無理のない構造を考えること。質問の全体の量を考え定量的データにするか定性的データにするかを判断しておくこと。

⑤分析はなるべくシンプル・ダイレクトに読み取れる努力と品質の悪いサンプル・変数は惜しまず捨てることかやり直しを心掛けること。

⑥分析結果に不自然さや特異なケースを発見した時は回答尺度への原データの分布状況や判断カテゴリー用語(スケールの表現用語)の再吟味・点検を行うこと。

一概に良い分析か悪い分析かの結論は出せないが、最初の仮説と実際が一体感を伴っているなら、まず良い結果と言える。しかし、いつも同じ手が使えるわけではなくその都度考え直し、何度も体験しセンスを養うしかない。時系列調査でも実体を甘く見ていれば仮説は小さくなり市場の変化を見落とすことになる。調査データは常にスチール画像のようなもので、これを次にどの方向に動くのか動画や連続体として考えてみるのが分析にとって必要なのである。

5. 正しいデータなしに正しい解析なし

コンピュータにデータを入力すればとりあえず計算結果は出てくる。しかし、時おり異常なデータが混在したままの解析結果を見かけることがある。その原因を辿ってゆくと以下のような点に気づくことがある。

- (1)単純集計を見ても分布がおかしい。サンプリングやスクリーニング方法に問題はなかったか。あるいは末端調査法が一部で歪められていないか。
- (2)質問によって「無回答」「不明」「どちらとも言えない」が多すぎる、あるいは逆に全くない、質問や選択肢がわかりにくくなかったか。
- (3)購入量、購入経験が常識より多い感じがする。「この2~3か月にどのくらい購入したか」などの質問は実際より多く回答されるケースが見られる。
- (4)購入意向などと異常に高い相関係数を見せる変数がある、独立でない、曖昧な変数、あるいは質問者のタテマエ的な自己相関がないか。
- (5)あるサンプルのかたまりだけが反応のパターンが違う。調査員の質問の仕方のバイアス、あるいは手抜き、メイキングに厳重注意。
- (6)分析アウトプットで飛び抜けて、ある変数がプロットされている。5点スケールの両極端あるいは中央に回答分布が偏っているものはないか。または尺度の種類(名義尺度、順序尺度、間隔尺度、比例尺度)が混在したり、スケールの長さが異なるものが取り扱われていないか。

分析に先立って、以上のような点に留意しておくべきだが、結果が出てからでも遅くはない。データの収集、加工、編集の現場を良く見て適正なデータを本当に使っていたかは重要な問題なのだ。どんなに優れた解析手法があってもデータそのものが正しくなければ全て水の泡である。無理矢理に結果を解釈して戦略を立てても、実体にそぐわない生産計画や広告計画を立案したのでは逆に莫大な損失につながりかねない。

6. データや解析だけが正しくても価値はない

「データも正しく解析も正しいとしても価値があるとは限らない」あるいは「データの誤差は大きいかもしれないがデータの語っている意味は新しい発見だ」という意見は調査目的への達成感を表す声である。

マーケティング・リサーチは製品やサービスを「より上手に売る」ことに対して早く、的確に情報を提供することを第一義としなければならない。他社に先駆けて、より素早く、より安全に、よりうまい手を考えつかせるデータを入手することが大事なことで、お金をかけ、時間をかけ誤差の少ない精度の高い調査を仕

上げて結果報告のタイミングが遅ければ何の意味も持たない。

よく需要予測と実体が合わないからといってマーケティング部門の評価を低く見ることがある。需要予測に使ったデータがいつの調査時点のものか、実体としたものが出荷ベースか、販売実績かによってもズレは生じる。需要予測のように数値で比較できるものばかりでなく購入意向や態度など心理的なものも時間的経過とともに変化し、製品の売れ行きを決めてゆく。

製品やサービスには“発売開始から生産停止”までのライフサイクルが常にあるわけで、調査時点とそのデータの結果をもとにマーケティング戦略が実行される時点では市場そのものが変容している。だからこそ調査のタイミングが成果を大きくも、小さくもすることになり、他社との競合関係上も有利、不利に作用する重要なタイミングともなる。たとえばこんな例もある。

A社がスナック菓子の新製品を発売し、なかなか評判が良い。B社も追隨して同類商品を出したいが市場がどの程度に成長するのか様子を見たい。そのうちA社の広告費も増え始めテレビCFも目につきました。そこでB社は消費者調査を行い、結果としてネーミング・パッケージとも良く似た製品を作り発売に踏み切った。但し広告費はA社の1/3にも満たなかったが、3か月後の販売店調査ではA社とほぼ同程度まで販売量を伸ばしていた。

スナック菓子という特殊な背景もあるが先行したA社の市場開拓力に乗じて製品開発費・広告費を抑えて実利をうまく収めたB社の作戦が功を奏した事例である。このケースでも最初の消費者調査は需要のタイプがトライアル・ユーザーからリピート・ユーザーが始める境目に企画され、後の販売店調査はPOSデータで販売量と販売価格を読みながらB社のトライアル・ユーザーが出揃った頃合いを見計らって実施され、陳列状況、POP、価格、客層など、ほとんど観察調査で可能なものだった。

今回は、さらに解析された結果は次にどんな変化が待ち受けているかの推論を求め、もっと先を読む法などに触れてみる。

ほくとう日本のひとびと(3)

ほくとう総研 理事長 窪田 弘

松平定信

白河の清きに魚も住みかねて (松平定信公のこと)

白河楽翁公 松平定信は、寛政の改革(1789~1793)を断行した幕府老中として名高いが、これまでは、概して、無理に民衆に節約を強いたとして批判され、

白河の清きに魚も住みかねて もとの濁りの田沼恋しき

などの落首で批判的に紹介されることが多かった。ところが、近年バブルがはじけて「清貧の思想」が評価されるようになると、上杉鷹山や松平定信が見直されることになる。

松平定信に先立つ田沼意次の時代は、賄賂政治が横行した腐敗と混濁の時代といわれることが多いが、これを一種新気運の勃興期と見たのが辻善之助「田沼時代」(岩波文庫)である。その緒言に次のような話が書かれている。大正3年、ある貴族議員が子供の日本歴史を読むのを聞いていると、「將軍家治の時、執政人を得ず、賄賂公に行われ政治正しからず云々」と、如何にも現代の様子そのまま、まことに歴史は繰り返すものだと嘆じていた。しかし、時勢の移り変わりというものは、そんなに掌を反すように、一二政治家の施設方策で変わるものではない。

田沼時代は、意次が専権をほしいままにし、役人の不正横行、士風廢頹、風俗淫靡、天変地妖、百姓町人の騒動頻発、財政窮迫、貨幣真鍮、汚職がらみの開発、独占的な座による買占め等、暗黒面が多かったことは事実であった。しかし反面、町人の勢力が盛んになって民意が伸長し、封建性につきものの因襲主義がいろいろな面で破られた。また、思想の自由と学問芸術が大いに発達した。意次は、この時代の趨勢をうけて、新田開拓、印旛沼干拓などの農業開発に努めるとともに、当時勃興しつつあった商工業の発達に関心を持ち、貿易を盛んにするとともに、他方では蝦夷地の開発を志すなど開国思想の持ち主でもあった。「いわばこの時代は新日本の幕開きである。意次はその時代の代表者となっただけである。畢竟彼は運の悪い人といわねばならぬ。天変地妖の時に出たのである。最も財政困難の時に出て来たのである。」(前記 辻著)

意次の処罰が軽すぎるとの批判に対し、一橋治済(はるさだ)は、次のように言っている。「意次の違反を厳密に僉議せば、当時在勤の役人にしても潔白の者あるまじく、それ故理非分明に決断し得ざるときは、かえってお仕置き不信の端ともなりぬべし、先ずはこのまま相静まるが可なり。」

さて、定信は、宝暦8年(1758)、田安宗武の七男として生まれた。吉宗の孫にあたり、時の將軍家治の従兄弟になる。毛並みの良さに加え、並外れた才子で幼時から学問諸芸に通じていた。將軍家治は、明敏な定信を誰よりも愛し、将来徳川家をおこすのはこの子であろうといったという。これが、將軍を飾り物にして幕政を自由に行っている田沼には気に入らない。そこで、定信17歳の時、奥州白河藩主松平越中守定邦の養子に出されることとなる。いろいろな経緯があったが、幕命には逆らえず、あきらめて白河へ下ったが、「定信の田沼にたいする政治上の公憤は、一つにはこうした私憤とうらはらの関係にあったと推測される」(北島正元 藩幕制の苦悶)。定信は、田沼政治の弊害を除くため意次を刺し殺そうと懐剣をもって登城したことがあるが、その後心を屈して、笑われながら意次の屋敷に日参し、贈賄して溜間詰に昇席したという。それだけに鬱屈したものがあつたと思われる。そして、こういう場合にありがちなように、ことさら肩に力が入り厳格に田沼時代と反対の政策をとろうとする心情が働いたのではなかろうか。

天明の大飢饉の被害は奥州でもっとも甚だしく、白河藩も同様で、稲作は全滅の状況であったが、施策よろしきを得、餓死するものは一人もいなかったという。まず、家中一体となって儉約に努め、一汁一菜、木綿一式などとした。これだけなら誰でもやったことだが、そのほか、緊急対策として、越後からの貯米移入、全国各地からの米の買い集め、江戸での雑穀の大量買い付けを行う。基本的対策としては、剛直な能吏を登用して各般の改革を実施、武芸武備の奨励、備荒貯穀、耕作技術指導、加工農産物の栽培や植林、人口増加を図るための間引きの禁止、越後からの女子の移住をおこなう。

白河藩主としてのこのような治績は、「名君」の声望を広め、幕閣入りの条件をつくったが、この経験が

幕政での基礎になり、後で全国的に同じような政策がとられることになる。しかし、今日でも時々あるように、一地方での成功が、より大規模でより複雑多様な全国で、そのままうまくいくとは限らないのである。

田沼意次が老中を辞職したのは、天明6年8月27日、定信が老中に就任したのが、天明7年6月19日で、約10か月かかっている。この間激しい政治的暗闘があり、それに決着をつけたのが、天明7年5月の江戸の大打ち壊しだったのである。「打ち壊しが生んだ老中（藤田覚 松平定信）」といわれる。それだけに、定信は、大きな危機感を守って登場したことであろう。「越中守一命は勿論のこと、妻子の一命にも懸け奉り必死に心願奉り候事。中興の功できつかまつらず、汚名流し候よりは死去つかまつり候方かえって忠孝に相叶い候」という願文を捧げている。

吉宗の享保の政治に戻すべきことを基本とし、幹部は政治を下僚に委任する弊習をやめ、栄耀華々しきことを慎み、役人はもちろん、世上一般の模範となるべきこと。過去に属することは多少心得違い失体のものがあっても、すべてこれを看過す。しかし、以後の心掛けの善悪良否により厳明な処罰をする。一時の手柄のみを固り永遠の利益を忘れることがないようにせよ。中央の人材を一新したうえ、一、幕府の紀綱を振肅すること、二、質素儉約を旨とし財政を整理して天下の金融を良くすること、三、学問を奨励し武芸を振興すること、四、風俗を改良し社会の状態をして善美ならしむること、の4綱目に沿った施策を行った。

経済政策の基本は、重農主義で、農業の振興、荒廃した農村の復興、年貢の厳正公平に意を用いた。名代官が多く出た時代でもあった。都市・農村を問わず、凶作や災害に備えた米穀金銭の備蓄が積極的に展開された。3年の蓄え無きは国にあらず、蟻にも劣るという考え方であり、白河藩政の全国版である。反面、当時興隆しつつあった新しい経済に理解が乏しく、商工業にはやや敵対的であったように思われる。棄捐令を発動し、武士が札差などから借りていた借金を棒引きにした。羽振りの良い江戸の町人の豪華な遊びや奢侈は、「下勢上を凌ぐ」ものとして、目のかたきとされた。

定信は、金銭・米穀の流通や物価の上下を左右する権力、つまり当時「金穀の柄」といわれた経済政策の主権を幕府が握ろうとした。ただ、「定信の主体性は、やや観念的であり、巨大な商業資本、商業・金融組織を有効に統制できる政策は、持ち合わせておらず、物価引き下げ令の挫折などとも合わせて、うまく行かなかった。」（前記 藤田著）

定信は、倫理的尺度で厳格なシャクシ定期的政治を

松平定信（1758～1829）

1783 白河11万石藩主。

1787 老中首座。寛政の改革を実施。

1829 病没。辞世句に「今更に何かうらむうきことも楽しきことも見はてつる身は」



写真提供 福島県立博物館

行ったように言われることが多いが、最近の藤田氏などの研究によってみると、例えば、対外国関係でも、鎖国というような大きな建て前はあくまで守ろうとするが、個別の案件については、その枠内で、できるだけ事態に即した適切な解決を図ろうとする、行政官的発想の持ち主であったと思われる。その意味では極めて有能な人であったという感を強くするのである。

定信が辞職をしなければならなかった事情は必ずしもはっきりしない。自伝「宇下人言、修行録」（岩波文庫）で読む定信の人柄はきわめて道学者風で、そんなところが將軍をはじめ周囲との協調を欠くことになったのではないかとされる。房事の回数まで自制しているようなところは、フランクリン自伝を思わせる。みめよく好きであった妾を、心根よからずとして暇を出すとき、最後の夜に、ひとつ床に入れて行く先のこと、心得など語りつつ寝たが、「いささかも凡情はおこらず」というように、大変自制心の強かった人であったと思われる。それだけに、他人への評価が厳しかったのだろうか。

ねっとわ〜く

各方面でご活躍中の若手の方々に、日頃思っていることを自由に書いていただくコーナーです。

霞が関の窓から

建設省建設経済局建設業課法規係長 綿谷真一

私の故郷は、北海道の石狩平野の北部にあり、札幌から北に車で約2時間、JRの特急で約1時間のところに位置している滝川市である。私は、ここで中学3年の15歳までを過ごした。緑が多く、石狩川、空知川と大きな川が流れており、冬はちょっと寒いところではあるが、夏は涼しく、自然環境にたいへん恵まれたところである。人口は約5万人。過疎の町でもある。東京に出てきて、都会の喧噪の中にいると、ふと、決まって故郷のことを思い出す。

思えば、昨年、金丸前副総裁の逮捕以来、公共工事をめぐる不祥事が相次ぎ、建設業界を指導・監督する部署としての建設業課は、手前みそになるが、まさしく火事場のような忙しさだった。ゼネコン汚職がらみの国会質問対応やマスコミ対応、また建設業界に対す

るヒアリングや指導・監督業務、中央建設業審議会の事務局としての一般競争入札制度の導入問題への取り組み等々。おかげで、大袈裟ではあるが、政界再編という歴史の変革に連なった建設業界をめぐる一連の動きを目の当たりにすることができた。こうした時期に建設業法の改正作業に参画することができたのは、いい機会に恵まれたと思う。

よくマスコミなどで報道されている「談合」や「天の声」については、わが国の伝統に根ざしたものであるという議論がある。果たして、伝統なのか。制度を変えたからといって、政治を変えたからといって、談合や天の声はなくなるのであろうか。日本人は、よく「水に流す」人種だといわれる。ほとんど多くの人は、談合なんてなくならないと思っているのかもしれない。しかし、もしかしたら、なくなるかもしれない、と思っている人も多数いるかもしれない。古くて、新しい問題として、今後の建設業界を見ていきたいと思う。

(滝川市出身)

North Wind

アイリスオーヤマ株式会社財務部 滝本 晃

昨年7月に地元仙台に拠点を置く企業に入社して9か月になる。アイリスオーヤマは長引く不況とは無縁であるかのように急成長を遂げており、社員の数もその成長の度合いに比例して増えている。私のようなUターン転職者も少なくない。

当社に限らずまた仙台に限らずUターン組の大半は恵まれた環境とゆとりのある生活を求めて実行に移している。在京企業で働く（特に地方出身の）ビジネスマンの多くは東京一極集中による弊害を肌で感じているはずである。その最たるものが「住宅難」と「通勤難」であろう。

さて、幸運にもUターンを実現したとして、自分のイメージどおりの生活がどの程度までできているかが問題となってくる。換言すれば地方に移ることで前述した弊害がどれだけ解消するかということである。仙台では、残念ながら交通至便の地でマイホームを持つ

ことは（一部の中古マンションを除いて）かなり難しくなっている。東京に比べればはるかに安いものがあるまで東京と比べた場合の話である。市の中心部の小学校の児童数が激減している現象はまさに大都会しながら。環境悪化を理由に郊外へ移転予定の私立学校もある。マンションが林立して日当たりや眺めに問題のあるところも見かける。はっきり言って、仙台ももはや住みやすい街とはいえないのかもしれない。ただ東京のような大都会よりはかなりましというだけのことである。

とはいっても、私はここ仙台での生活にはある程度満足している。目抜き通りのケヤキ並木や広瀬川、青葉山の眺めを見ると「これぞ杜の都」と感じるし、アーケード街のきれいに整備されているのには好感が持てる。通勤もゆったりしている。いずれにしろ、東京での生活を6年余り体験したうえで地元を選んだのだから悔いはない。あとはJリーグのチームが仙台に誕生することを願う今日このごろである。（宮城県出身）

業務日誌

ほくとう DIARY

(平成5年12月～平成6年3月)

ほくとう総研のおもな出来事、活動内容についてご紹介します。

平成6年1月27日	地域おこし研究会開催	(秋田県鹿角市)
2月16日	〃	(宮城県石巻市)
2月21日	〃	(山形県酒田市)
3月23日	第5回理事会・評議員会開催 平成6年度事業計画・収支予算 役員等の選任	について承認

ほくとう総研 平成5年度事業活動について

当研究所における平成5年度の活動内容（見込）は、以下のとおりです。

1. 調査研究事業（自主研究）
 - ・拠点都市機能比較（札幌、仙台、広島、福岡）
 - ・企業の立地選好に関する調査
 - ・環オホーツク海経済圏基本構想に関する調査
 - ・都市開発事業収支モデルの開発
など
2. 情報提供事業
 - ・海外視察研究会開催（9月、シンガポール、インドネシア、マレーシア、香港等6か国）
 - ・地域おこし研究会開催（計7か所）
 - ・地域シンポジウム開催（10月 新潟市、11月 函館市）
 - ・「NETT」（機関誌）、「地域指標ハンドブック」発行
など
3. 受託調査
 - ・人口減少下における地域活性化の方策に関する調査（北海道東北開発公庫）
 - ・日高山脈南部地域開発基盤整備事業推進調査（北海道開発局）
 - ・国際交流拠点形成調査（北海道開発局）
 - ・未来型工業団地に関する調査（関東通産局）
 - ・地域特性を活かしたコージェネレーション普及可能性調査（石油産業活性化センター）
 - ・仙台国際交流拠点整備計画における物流実態調査（東北通産局）
 - ・六ヶ所村まちづくりコンサルティング（電源地域振興センター）
など

事務局から

3月23日の理事会・評議員会で、当財団の役員等の選任が行われました。新体制は以下のとおりです。よろしくお願いいたします。

役員

会長	齋藤英四郎	経済団体連合会名誉会長 北海道東北開発公庫運営協議会会長	今野 修平 大阪産業大学教授 佐竹土佐男 札幌国際エアカーゴターミナル株式会社社長 北海道開発研究会会長
理事長	窪田 弘	前北海道東北開発公庫総裁 株式会社日本債券信用銀行頭取	瀬谷 俊雄 福島経済同友会代表幹事 株式会社東邦銀行頭取
専務理事	高田 喜義		瀧本 昭男 北海道東北開発公庫理事
理事	明間 輝行	東北経済連合会会長	千葉 一男 新王子製紙株式会社社長
	有江 幹男	北海道大学名誉教授	辻 兵吉 株式会社辻兵会長 秋田北東会会長
	石田名香男	東北大学名誉教授	戸田 一夫 北海道電力株式会社会長
	氏家 榮一	東北六県商工会議所連合会会長	新飯田 宏 横浜国立大学教授
	北村 正哉	北海道東北自治協議会会長 青森県知事	藤村 正哉 三菱マテリアル株式会社社長
	小森 英夫	同和鉱業株式会社相談役 北海道東北開発研究会会長	八重樫昌宏 岩手県北自動車株式会社社長 岩手北東会会長
	穴倉 宗夫	北海道東北開発公庫総裁	八島 俊章 東北電力株式会社社長
	鈴木 茂	北海道商工会議所連合会会頭	吉岡 孝行 苫小牧東部開発株式会社社長
	中田 久蔵	新潟県商工会議所連合会会頭	
	中野 友雄	北海道経済連合会会長	
監事	村松 巖	株式会社七十七銀行頭取	
	山内 宏	株式会社北海道拓殖銀行頭取	

顧問

伊藤 滋	慶應義塾大学教授
伊藤 善市	東京女子大学教授
下河辺 淳	東京海上研究所理事長
滝澤 浩	前北海道東北開発公庫理事
原 司郎	高千穂商科大学教授

(五十音順)

評議員

今井 敬	新日本製鐵株式会社社長
柏倉 信幸	山形交通株式会社社長 山形北東会会長

▲当財団の基本財産、5億800万円に▼

平成5年12月に、株式会社日本債券信用銀行から出捐いただき、基本財産が5億800万円となりました

▲本誌へのご意見、ご要望、ご寄稿をお待ちしております▼

本誌に関するお問い合わせ、ご意見、ご要望がございましたら、下記までお気軽にお問い合わせ下さい。また、ご寄稿も歓迎いたします。内容は地域経済社会に関するテーマであれば、何でも結構です。詳細につきましてはお問い合わせ下さい（採用の場合、当財団の規定に基づき薄謝進呈）。

〒100 東京都千代田区大手町1-9-3 公庫ビル
 ほくとう総研総務部 NETT編集部 宛
 TEL 03-3242-1185(代) FAX 03-3242-1996

財団法人 北海道東北地域経済総合研究所機関誌

NETT

 第6号 (1994.3)

編集・発行人：布施 詮
 発行：財団法人北海道東北地域経済総合研究所
 東京都千代田区大手町1-9-3
 (公庫ビル5F) ☎ 100
 TEL 03-3242-1185
 FAX 03-3242-1996

禁無断転載

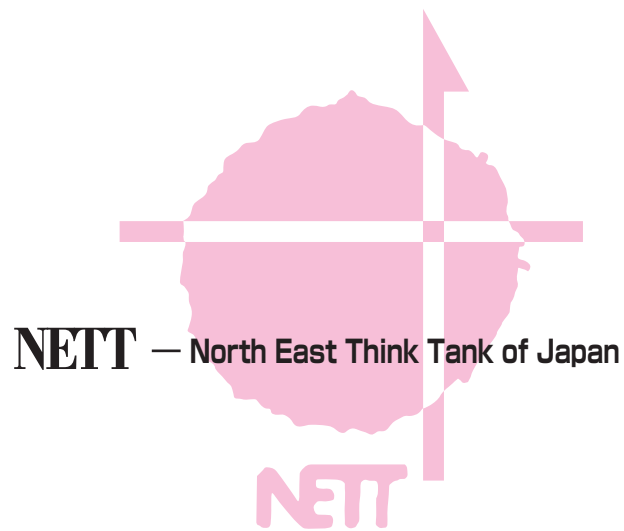
□今号は、サービス産業をとりあげてみました。経済のサービス化・ソフト化は、今やあらゆるところに見受けられます。

□サービス業の中でも、ソフトウェアなど情報処理サービスは次代を担う主力産業として期待されています。アメリカのマイクロソフトはウィンドゥスなどの基本ソフトを作成しており世界的に有名な会社ですが、この社長、ビル・ゲイツの口癖は「Teel me」だそうです。日進月歩の世界においては意思決定の速さが決め手になるため、重要な問題については担当者が社内LANを通じて社長に報告し、社長が担当者たちのところへやってきて、先の言葉をきっかけに議論することが多いそうです。こうした話を聞く限り、この会社においては中間管理職の組織的な位置づけが日本企業よりも相当低いように思えます。

□平成不況はホワイトカラー不況と言われていますが、これは企業活動のサービス（管理等）を担当する間接部門の肥大化が企業活動のダイナミズムを損ねている、ということでしょう。特に、団塊の世代が一齐に管理職になっている現在、ホワイトカラーの生産性が問われているのは構造的要因の帰結という気がします。

□経済のサービス化が進むほど、サービスの生産性が他の産業の動向に影響を与えることとなります。産業としてのサービスも、企業内におけるサービス部門も、今、ともに生産性の向上が求められています。

（かめきち）



財団法人 北海道東北地域経済総合研究所
Hokkaido-Tohoku Regional Economic Research Institute (HRI)

〒100 東京都千代田区大手町1丁目9番3号 (公庫ビル)

TEL 03-3242-1185(代) FAX 03-3242-1996