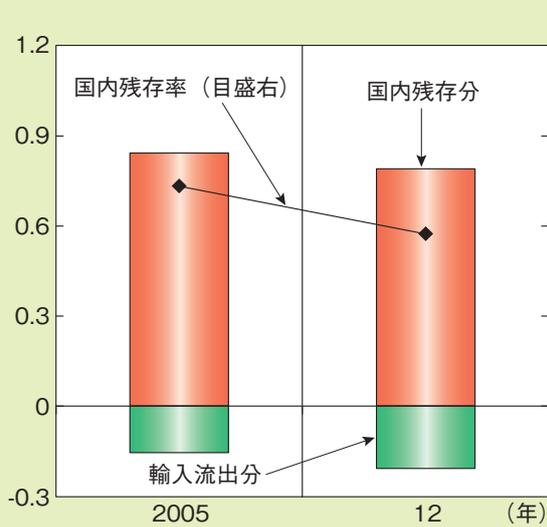


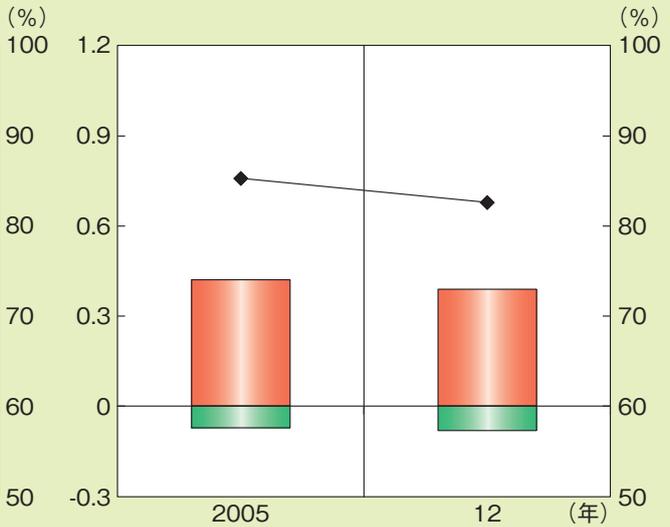
第3-2-7図 輸出の増加に伴う付加価値波及力

輸入中間財の活用を通じて国内拠点の生産性向上につなげていくことが重要

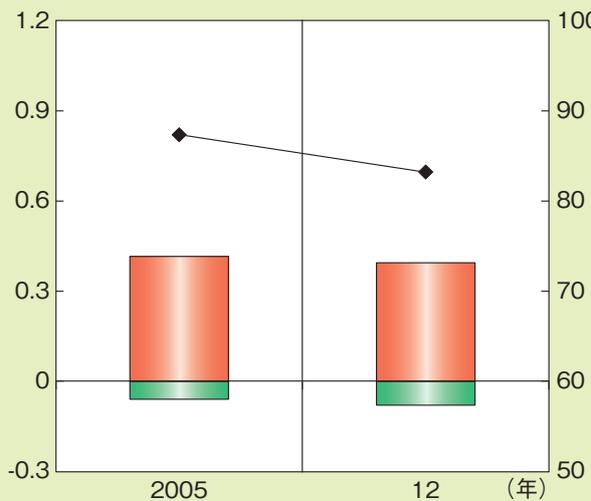
(1) 全業種



(2) 製造業



(3) 非製造業



- (備考) 1. 内閣府「SNA 産業連関表」により作成。
 2. 輸入流出分 = 1 - 国内残存分。
 国内残存率 = 国内残存分 ÷ (国内残存分 + 輸入流出分)。
 3. 製造業には、食料品、繊維、パルプ・紙、化学、石油・石炭製品、窯業・土石製品、一次金属、金属製品、一般機械、電気機械、輸送用機械、精密機械、その他の製造業工業製品が、非製造業には、建設、電気・ガス・水道、卸売・小売、金融・保険、不動産、運輸、情報通信、サービスが含まれる。

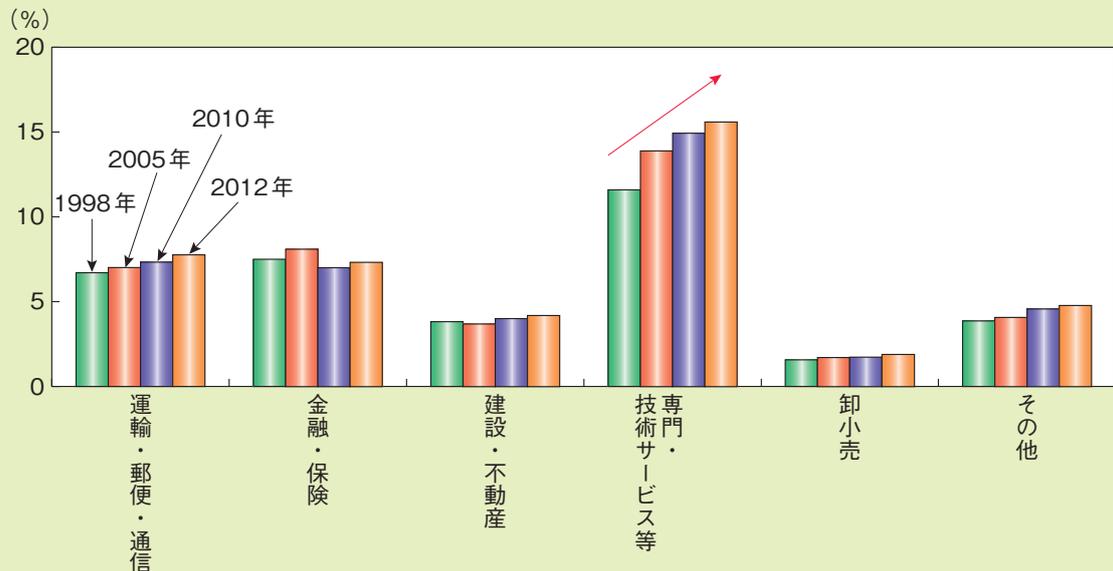
2 企業の生産工程において高まりをみせるサービスの役割

我が国産業は、国際的な価値連鎖であるGVCへの参加度を高めることを通じて、国内外の生産要素の最適配分を実現し、生産性の向上を図っていることをみた。他方、企業が付加価値の高い製品を供給し続けるためには、物流、ICT関連サービス、専門・技術サービス等のサービス部門が良好に機能し、輸送、生産工程の効率化や製品の高付加価値化を実現していくことが期待される。そこで次に、企業の生産工程におけるサービスの役割について論じよう。

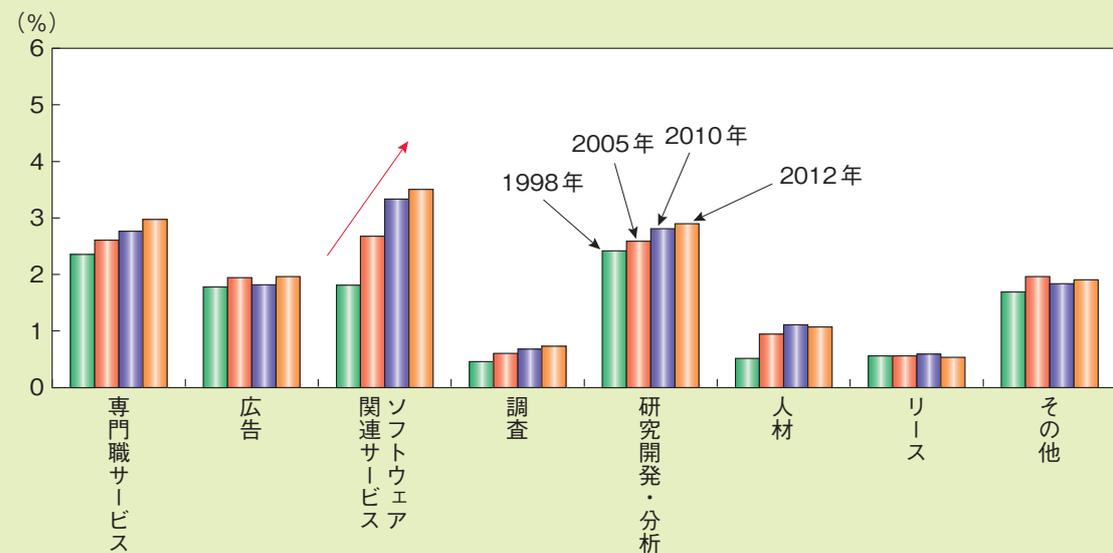
第3-2-8図 事業所向けサービス部門からの中間投入が付加価値に占める割合

ICT関連を中心にサービス部門は企業の生産活動の基盤を提供

(1) 事業所向けサービス部門からの中間投入の割合



(2) 専門・技術サービス等からの中間投入の割合



(備考) Euromonitor International 2014により作成。

● ICT関連を中心にサービス部門は企業の生産活動の基盤を提供

国内の生産工程においてこういったサービスの中間投入が増えているのだろうか。財・サービスの国内生産工程における、サービス部門からの中間投入が付加価値に占める割合の推移をみてみよう³⁴。

注 (34) 産業連関表のデータ制約から、輸出財の生産に特化した中間投入比率を求めることができない。このため、ここで見ている中間投入比率には、国内向けに作られた製品に対する中間投入も含まれていることに留意する必要がある。

他の産業の生産工程にサービスを提供している事業所向けサービス部門についてみると、1998年以降、専門・技術サービス等の割合が増加している（第3-2-8図（1））。また、専門・技術サービス等からの中間投入のうち、特にソフトウェア関連サービスからの投入割合が上昇している（第3-2-8図（2））。企業は、生産性の向上、高付加価値化を図るための方法として、ソフトウェア等のICT関連サービスを中心に、生産活動の一部の外部委託（アウトソーシング）³⁵を進め、中核的な事業活動への特化を図っていると考えられる。

これをアメリカ、ドイツと比較すると、いずれの国も専門・技術サービス等の割合は最も大きい。その内訳を比較すると、アメリカやドイツに比べて、日本はコンサルティング・会計・法務といった専門職サービスからの投入割合が小さくなっている（第3-2-9図（1）、（2））。アメリカやドイツでは、マーケティング・人材育成・組織改革等の競争力の向上に資する無形資産投資が多く³⁶、これら分野の専門・技術サービス業が、日本よりも発達していること等が影響していると考えられる。

こうした専門・技術サービス業は、企業の開廃業に係る諸費用を軽減させ、企業の成長と衰退というダイナミズムを生み出すことにもつながると考えられる。実際に、アメリカの開業率・廃業率は、日本に比べてかなり高く³⁷、ICTの発展とともに、こうしたサービスの利用がしやすくなり、企業の新陳代謝を促進している側面もあると考えられる。

このように、我が国企業は、ICT関連サービスを中心に、サービスの中間投入を増やすことで、製品・サービスの高付加価値化、競争力の向上等を図っている。他方、我が国産業の更なる競争力強化、企業の新陳代謝促進に向け、コンサルティング、人材関連サービス等の専門職サービスを活用し、組織改革等への資源割当てを拡大していくことも期待される。

●事業所内部でも製造業のサービス化が進展

業務の外部化を通じて、ICT関連を中心に、サービス業は企業の生産活動の基盤を提供していることをみた。他方、他企業へ外部化せずとも、製造業の事業所内部でサービス機能を高めていることも考えられる。

我が国の製造業企業の従事者について、技術者・デザイナー・研究者等のサービス関連従事者が占める割合の推移をみると、1995年から2010年にかけて増えている（第3-2-10図）。製造業企業は、内生部門においても、サービスの中間投入割合を増やしている。

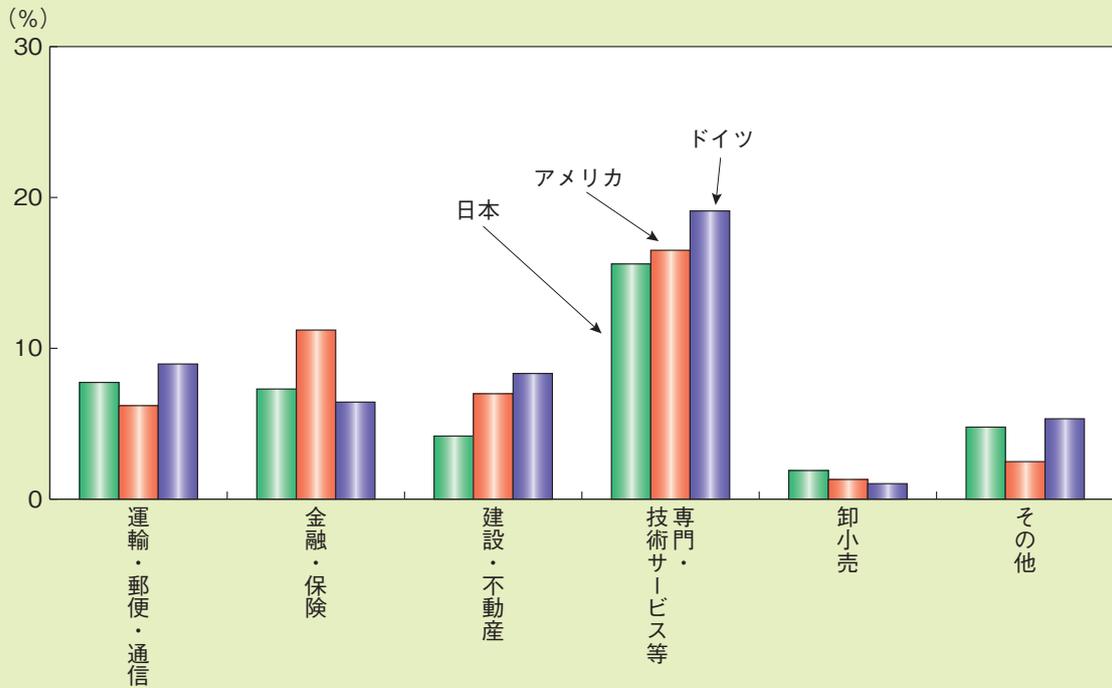
これをアメリカと比較すると、アメリカは日本よりもサービス関連従事者の割合が大きい（第3-2-10図）。アメリカの製造業は、国外への製造業務の外部化等を通じて、直接的な生産業務を減少させる一方、生産の前工程（設計や研究開発等）や後工程（維持・修繕等）の間接部門業務を拡大させることで、国内拠点の高付加価値化に積極的に取り組んでいるといわれている。

注 (35) 一般に、企業が自社の資源を外部化したり、外部資源の活用を行ったりすることをアウトソーシングと呼ぶ。
(36) 内閣府「平成23年度年次経済財政報告」第2章等を参照。
(37) 内閣府「平成25年度年次経済財政報告」第2章を参照。

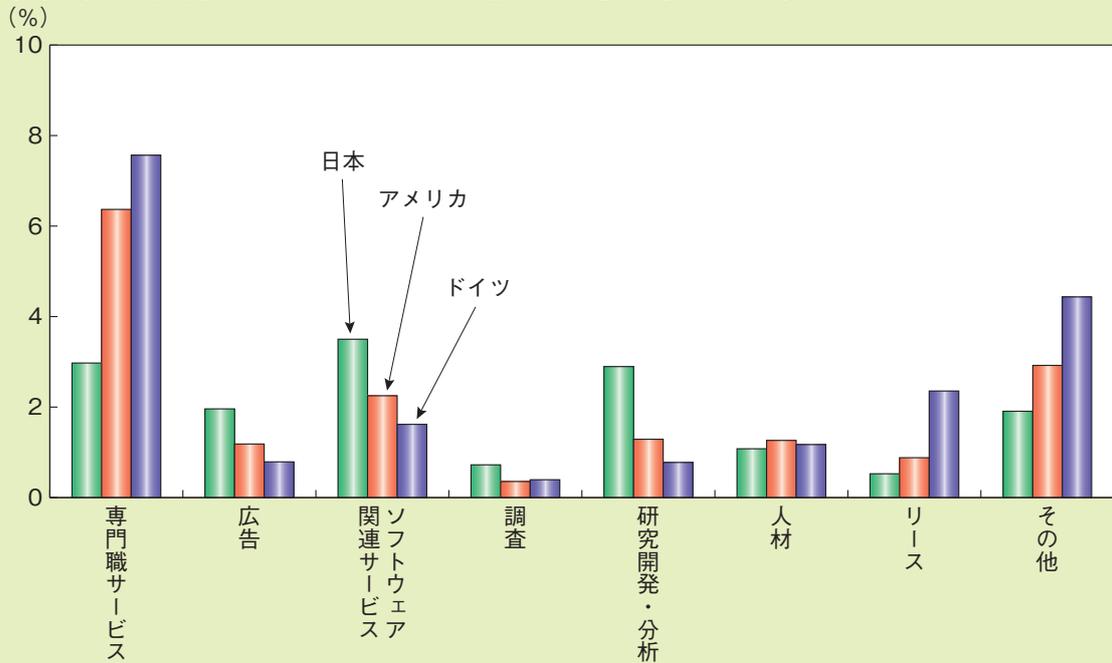
第3-2-9図 事業所向けサービス部門からの中間投入が付加価値に占める割合 (国際比較)

日本はコンサルティング・会計・法務等の専門職サービスの活用に遅れ

(1) 事業所向けサービス部門からの中間投入の割合 (国際比較)



(2) 専門・技術サービス等からの中間投入の割合 (国際比較)



(備考) Euromonitor International 2014により作成。