

2012年4月20日

サービス産業の生産性向上について：マイクロ視点から

ボストン コンサルティング グループ  
御立 尚 資

1 はじめに

- サービス産業（広義、狭義）は、多種多様
- マクロな視点（サービス産業全体としての生産性向上）とマイクロの視点（業界別のボトルネックおよび個別企業レベルでの打ち手）の組み合わせが不可欠
- 複数業界・企業に共通する目の付けどころも
  - 人と設備の実稼働率向上
    - ◇ 事例：LCC、介護事業者 A 社、X 市民病院
  - イノベーション、ベストプラクティスが伝搬する仕組み作り
    - ◇ 特に、”計画経済”的色彩の強い業界
  - システムとしての輸出、「勝ちパターン」を固めた上での海外進出
    - ◇ サービスシステムを規定する基礎要因（例：医療保険制度、医療従事者の教育訓練システム）と周辺分野を合わせた輸出
    - ◇ 「勝ちパターン」を明確化、言語化することで、ポータブルかつ各市場に合わせてカスタマイズ可能なものにする
  - 上記を促進することに絞り込んだ政策、規制緩和

## 2 医療・福祉ビジネス産業の事例

- 巨大なサービスプロバイダー産業の生産性向上がカギ
  - H22年度医療・福祉関連の市場規模36.6兆円
    - うち、医療サービス16.9兆円、介護サービス8.3兆円、合計25.2兆円
  - 世界のトップ20病院チェーン中、4位、7位、11位は日本の病院
    - ◇ 日赤、国立病院機構、済生会
  - 大多数の公的病院は、何らかの形で実質的な補助金を得ており、経営改善へのインセンティブが不足、かつ生産性向上のノウハウも足りない
  
- 「医療・福祉の質」と「経済性、生産性」の二兎を追う施策を突破口にする余地大
  - 不毛の神学論争を避ける
  - 3つの具体論
    - ◇ 医療データ（診断、治療内容、アウトカム）の蓄積・活用から、医療と経営の質向上、ならびにイノベーション促進につなげる
    - ◇ サービスプロバイダーに対し、医療・介護品質と経営の生産性向上のインセンティブを付与する
    - ◇ 日本のヘルスケアシステムの輸出・海外普及を支援する