

## タイトル: サービス業の真価を問う

---

今年の新卒採用もようやく一段落したようだ。好景気を反映し、春先から活発な求人活動が展開されたようで、どの企業でもこの話題になると未充足感が語られている。結果はまだ確認していないが、今年も理科系の学生がかなりの数、製造業ではなくサービス業に流れたと想定されている。

この問題をめぐってしばしば聞く論議に、「学生のメーカー離れは嘆かわしい。長期にわたって考えると、亡国につながるのではないか」というのがある。今の日本の強さを支えているのが「製造」であることを考えると、もっともとうなずく人も多い論議である。

だが、もう少し考えてみたい気がする。たとえば金融機関に入る学生について。彼らの多くは情報システムに関係し、おそらくは今後の主要テーマであるグローバルな金融システムの構築に携わることになると思われる。こうした活動は次代に残すものが何もないのだろうか。

サービス業という言葉に「虚業」の響きを感じる人はかなりいると思われる(筆者のその一人である)。

しかし、改めてサービス業を調べてみると、その中には情報通信、金融サービス、運輸、旅行、建設・不動産、流通、専門サービス(コンサルティング、会計、法務など)が含まれ、先進国における雇用の60~70%、GNPの50%を占めていることがわかり、その巨大さに驚かされる。

ところで、サービスと製造はそううまく区分できるのだろうか。

製造業でSIS(戦略的情報システム)が語られる際、その中心テーマは販売と物流にあることが多い。もちろん、独自の商品コンセプトを開発し、高品質の物を低コストで効率よく作る部分が原点であることは否定できない。だが、「作られる物」も最終消費者の手に届いて初めて、製造業のビジネスが完結することも事実である。

その意味で、突き詰めれば製造業も、最終消費者が欲しい時にすぐに作って納品でき、壊れたらすぐに直せる体制があることが理想であろう。商品の差別化が困難になってきたメーカーのSISのターゲットが、もっぱらこの局面に集中しているのも当然である。

このように考えると、製造業の向かう先は、生産と販売、物流、サービスとが一体となった、最終消費者との接点までを含んだ業態であると言える。製造と販売の統合は時代の流れであり、この販売、物流の世界はまさにサービス業そのものである。

サービス貿易の自由化をめぐる論議がかまびすしい。既存の商慣習と既得権益が常に問題になり、せめぎ合いになることからわかるように、ひとたび築かれた販売、物流の仕組みは、何らかの大きな要因なしには容易に参入できない、城塞のような性格を持つ。

サービスを構成する仕組みは、目に見えないだけにわかりにくいだが、その意味では、道路や運河、水道、電気といった社会の基盤(インフラストラクチャー)ときわめてよく似ている。

海外企業の参入や、メーカー自体の販売、サービス分野への進出の動きを見ていると、この基盤が大きく変化し、再構築される過程の一つのように思えてならない。ちなみに、20年前には「セブンイレブン」も「宅急便」もなかったのである。

今年、海外に出かける日本人は1000万人を超えると予想されている。金持ちの日本人が押しかける結果、世界の主要な空港、ホテル、商店で日本語の通用する度合いが急速に高まっており、日本の代表的なクレジットカードであるJCBカードの海外での加盟店も急増している。

サービス業が、顧客に十分な満足を与え、その対価として収益を得る業態であるとするれば、富裕な民族にとっての快適な環境は拡大する理屈である。今後とも、快適な環境基盤としてのサービス環境は拡大していくだろう。

サービス業に身を投じる理科系の学生が携わる情報システム構築の業務は、いわば社会の大きな基盤を作る活動でもある。その意味で、道路や運河、水道といったものの建設に近いと言えそうだ。

史上、富裕だった国は多かれ少なかれ、このような基盤を残している。

ローマ帝国の水道橋や道路、秦の万里の長城、隋の大運河は今も残っている。その上に築かれた制度とサービスが、彼らの繁栄を支えていたと言ってよいのではないだろうか。現に、大英帝国が残したシティーを中心とする金融や通信のサービス基盤が、現在の英国を支えている一面も無視しえない。

戦後、金持ちのGI(アメリカ兵)が世界中に英語を広めていったが、今、金持ちの日本人が世界中に日本語を広めつつある。

富裕な国が次代に残す遺産として、単なる金銭ではなく、このような制度、仕組み、基盤であることは、きわめて重要なことである。

次第に大型化するシステムは、一見5年、10年の寿命のようであるが、100年のレンジの社会の仕組みを着実に築きつつあるように見える。最終消費者の顔が見える仕組み、そこへ物を供給し、十分なサービスを提供し、リスクを回避できる仕組みを構築することは、単に物を作る仕組みを作る以上に重要なことと言えるのではなかろうか。

やがて日本企業の海外生産の比率が50%を超えるとされる時代を迎えて、このことはもっと認識されねばならないだろうし、サービス業の持つそのような意味が見直されねばならない。

(1985年)