



武田 真彦

オーストラリア国立大学名誉教授

Australia-Japan Research Centre, Senior Fellow

わが国経済の活力、成長力の停滞が顕著である。人口の減少、そして高齢化が進む中で成長を続けるには、労働生産性を高める必要がある。すなわち、労働者一人（あるいは1時間の労働）が生み出す付加価値を、継続的に高めていかねばならない。これが実現すれば、経済全体の付加価値（GDP）が増大するのみならず、国民一人一人の豊かさも向上する。²

労働生産性の上昇は企業収益を改善することが多いので、個別企業の努力で実現できる部分もある。しかし、生産性と収益が必ず同方向に動くわけではなく、また企業によっては、生産性改善を阻む様々な外的要因（例えば規制）に直面している先もあるだろう。従って、日本全体の利益という観点から政策的介入を行い、企業の生産性改善努力を後押しすることが望ましいケースもある。「岩盤規制を打ち破る」というスローガンは、こうした考え方と合致している。

実際に生産性の向上を図る際には、どの産業分野でどのようにこれを実現するかが問題となる。生産性の水準が低く、かつその改善が比較的容易な分野があれば、そこに政策的な梃子入れを行うことが効率的だろう。しかしこの時、国内の産業分野ごとの生産性を単純に比較し、低生産性分野を探してもあまり意味がない。技術的な要因や個々の産業の実情により、1単位の労働から創出される付加価値には大きな違いがあるからである。例えば資本集約的な産業（機械工業や重化学工業）では労働者の資本装備率が高いため、労働投入当たりの付加価値は高くなる傾向がある。³

このため生産性の国際比較を行い、わが国が相対的に劣位にある分野を探る作業が行われている。この作業から、以下の点が示されている。

1) まず国全体の労働生産性（以下、「マクロ労働生産性」と呼ぶ）を見ると、日本は他の先進国と比べて低く、長期にわたり伸び悩んでいる（日本生産性本部（2020））。

¹ 本稿の執筆に先立って、日本生産性本部木内康裕様に、同本部が実施したサーベイについての資料を提供していただいた。ここで謹んでお礼を申し上げたい。

² しばらく前までは「リフレ派」と呼ばれる人々が跋扈し、金融政策の緩和によってわが国経済は顕著に改善すると声高に唱えていた。この説が誤っていたことは、8年にわたる量的質的金融緩和（QQE）の経験から明らかである（この点については武田（2021）で詳述した）。中長期的な経済成長のためには、金融・財政政策のような需要喚起策ではなく、生産性の向上を含む供給サイドの改善を図る必要がある。

³ このようなバイアスを取り除くため、別途の生産性指標（TFP）を使うアプローチもあるが、本稿では労働生産性に的を絞って考察する。TFPについては宮川（2018）を参照せよ。

2) 産業別にみると（以下、「産業別労働生産性」）、米国と比べて製造業で 3 割、サービス業では実に 5 割低く、サービス業の中では金融、運輸、卸・小売、飲食・宿泊といった業種の相対的劣位が顕著である（滝澤（2016））。わが国を含む先進国では、経済に占めるサービス業のウエイトが趨勢的に高くなってきているため、サービス業での生産性劣位が続くと、わが国のマクロ的な低生産性も深刻化していくことになる。

3) しかし、サービス業の生産性の計測や国際比較には、提供されるサービスの質をどう取り扱うかという問題がある。⁴ もし日本のサービスが他国より高品質なら、それを考慮した生産性を比べれば他国に遜色ないかもしれない。しかし、質を考慮して生産性を計算し直しても、わが国サービス業の顕著な劣位という結論は大きな影響を受けない（深尾・池内・滝澤（2018））。

以上の統計数字や推計結果からは、わが国の「低生産性問題」はサービス業において特に深刻で、その改善が急務だという政策課題が浮かび上がる。例えば、安倍内閣の成長戦略を示した文書（『日本再興戦略』改訂 2014 - 未来への挑戦 -）は、「日本企業の生産性は欧米企業に比して低く、特にサービス業をはじめとする非製造業分野の低生産性は深刻で、これが日本経済全体の足を引っ張っている」と述べている。

こうした認識に対して、筆者は強い違和感を持っている。筆者は米国で 16 年、そしてスイスで 3 年生活した。その経験に照らして、日本のサービス業が他国比顕著に劣っているとは思えず、むしろ総じて極めて優秀だと感じている。このような筆者の「実感」と統計・推計の乖離は、なぜ生じているのか。本稿ではこの点について考え、「低生産性問題」を巡る議論の疑問点を指摘することとしたい。

1. 「低生産性」の根拠

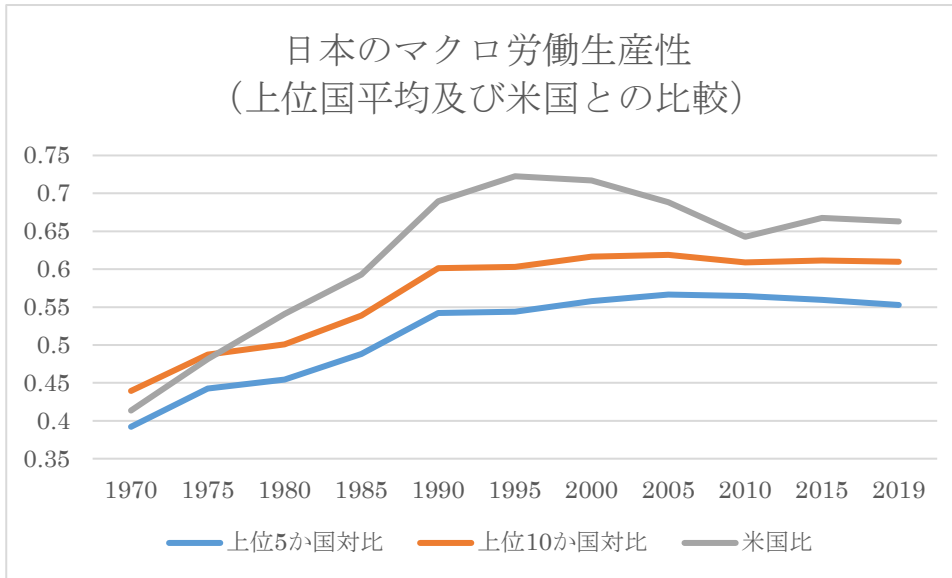
1) マクロ労働生産性

OECD によるマクロ労働生産性（労働時間 1 時間当たりの実質 GDP）の国際比較によると、日本のランキングは、統計が利用可能な 1970 年以降現在まで、一貫して 20 位近傍を推移している。この間、OECD メンバー国は 23 から 38 に増えており、日本の生産性はほとんどの新規加盟国（その多くは新興市場国）を上回っているが、当初から日本を上回っていた先進国を追い越すという現象はほとんど生じていない。

順位だけでは日本の相対的位置を十分把握できないので、マクロ労働生産性の水準をランキング上位国と比較すると（図 1）、1990 年までは格差が縮小していたが、その後は改善がみられていない。また以下で米国との比較を産業別に行うため、マクロ・ベースの米国比を見ておくと、1990 年代に 7 割を越える水準まで追いついた後に反落し、ここ 10 年は 6 割台半ばを推移している。

⁴ 質の差は財についても存在する。しかし以下の 2. で述べる通り、財の場合は質の差が価格に反映されるメカニズムが存在し、それが付加価値の大小を通じて生産性に影響を与えるため、質調整を行う必要性は乏しいと考えられる。

図 1



(注) OECD のデータに基づいて筆者作成。上位国平均および米国の値を 1 としたときの日本の水準を 5 年ごとに表示 (ただし 2020 年の計数は一部欠けているため、2019 年を使用)。

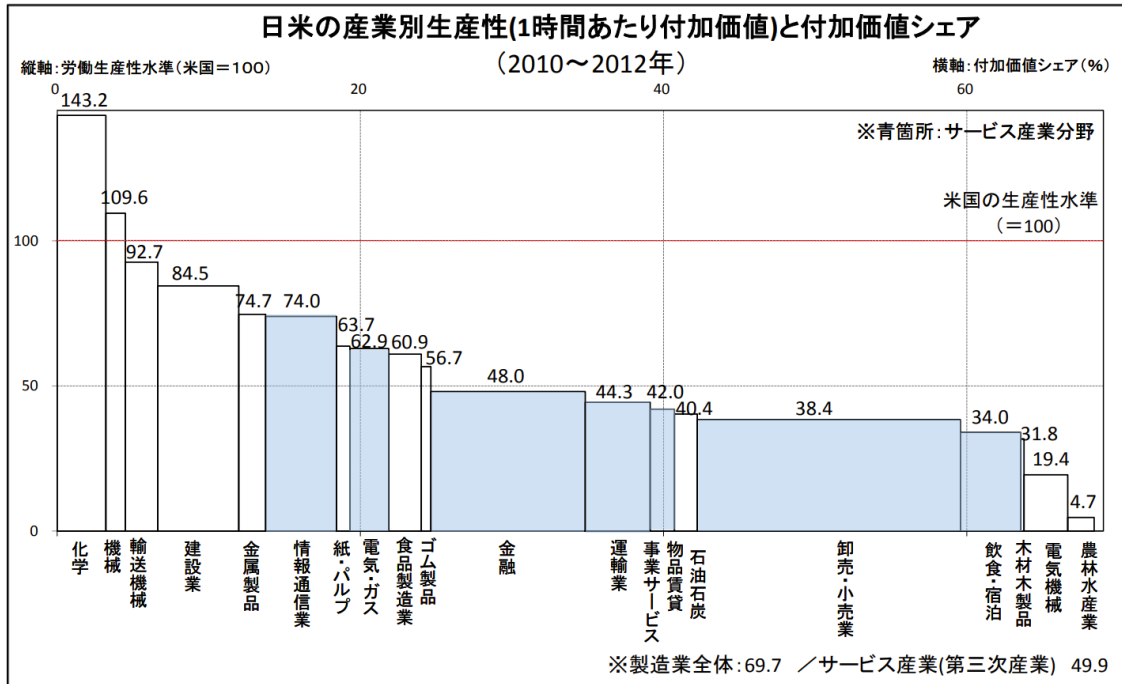
2) 産業別労働生産性

滝澤 (2016) は、わが国の産業別労働生産性 (労働時間 1 時間当たりの実質付加価値) を米国と比較し、製造業で約 7 割、サービス業で約 5 割と推計している (図 2)。この推計はマクロ・ベースの数字 (上で示した 6 割台半ば) と比べて幾分低めだが、大きな齟齬があるわけではない。

しかし、この結果を受け入れるには抵抗がある。まず、製造業の生産性が米国の約 7 割だというのが、わが国製造業は少なくとも 1980 年代まで世界市場を席卷していた。その後、韓国、台湾、中国をはじめとした新興市場国の追撃を受け、いまや昔日の面影はない。しかし、日本の製造業は米国にしてやられたわけではなく、「米国製造業は国際競争力を失い、著しい空洞化が進んできた」というのが一般的な理解だろう。にもかかわらず、わが国製造業の生産性が劣位しているというのはどういうわけか。⁵

⁵ 「市場を席卷している」ことは、「生産性が高い」ことと同義ではない。企業が販価を抑え、市場シェアを伸ばすという戦略を取れば、収益は売り上げほどには上がらず、計測される生産性が低くなることはありうる。この点は、生産性という尺度で企業や経済のパフォーマンスを評価することの限界を示唆している。

図 2



(出所) 滝澤 (2016)

ただこの点は、「米国製造業」として何を捉えるかにも依存する。米国企業が製造拠点を海外に移し、高い収益をあげているなら、たとえ米国から工場がなくなって空洞化しても、計測される米国製造業の生産性が高いことは十分ありうるだろう。本稿ではこれ以上製造業には立ち入らないが、滝澤が示した製造業の対米生産性格差の背景には、製造拠点としての新興市場国の台頭という現象があることを指摘しておきたい。

一方、「わが国サービス業の生産性は米国の半分」というのはどうか。この格差は極めて大きく、一体わが国サービス業のどこがそれほど非効率的なのかという疑問が生じる。しかしその前に、まず「質の相違」を考慮する必要がある。

3) 質を考慮した産業別労働生産性

日米両国で同種のサービスを利用した経験を持つ人に、「どちらの国のサービスの方が質が良いか」と問えば、どのような答えが返ってくるだろう。具体的なサービスの種類にもよるが、多くの場合、「日本のサービスの方が質がよい」と答えるだろう。このことは、たとえ同種のサービスであっても、日本の方がより大きな付加価値を創出している可能性を示唆する。この点を考慮して労働生産性を調整すると、どのような結果が得られるだろう。

深尾・池内・滝澤 (2018) は、この調整をするにあたって、日本生産性本部 (2017) が行ったサーベイを利用している。このサーベイには、次のような質問が含まれている。

「仮に、アメリカにおける平均的な品質のサービスが日本国内において日本語で提供されるものとしましょう。アメリカの方が高品質なサービスの場合、あなたは日本の通常のサービスと比較してどれほど余分に支払っても良いと思いますか。また逆に、アメリカの方が低品質なサービスの場合、あなたは日本の通常のサービスと比較して

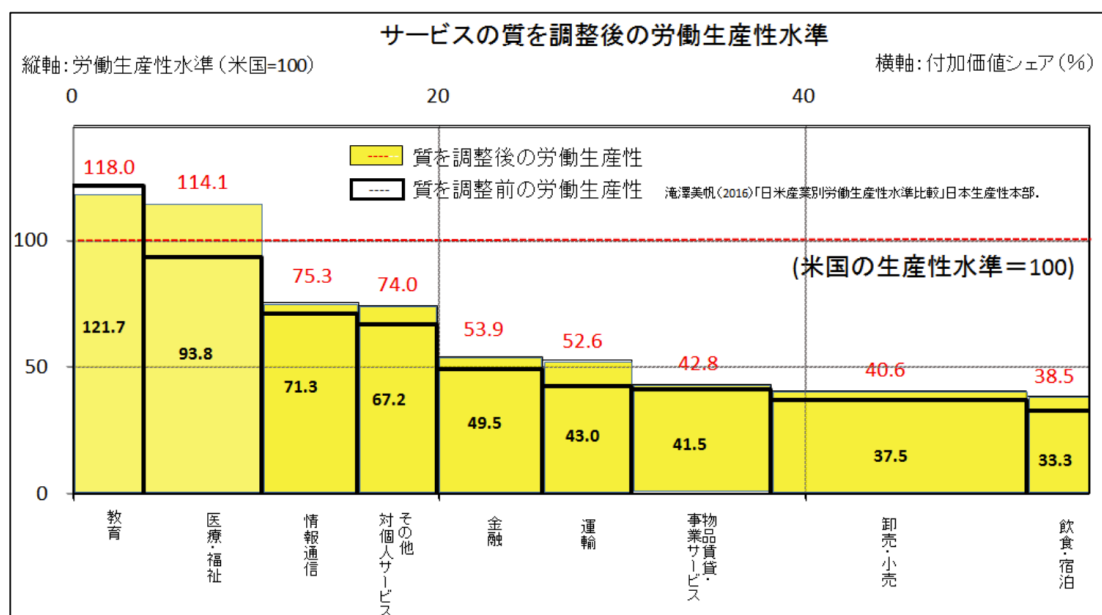
「どれほど割安なら購入しても良いと思いますか。」

サーベイ対象者は、「タクシー」、「コンビニエンス・ストア」、「ファミリー向けレストラン」など 28 に区分された様々なサービスのそれぞれについて回答を求められ、10%単位で設定された選択肢（60%またはそれ以上余分に支払ってもよい、+50%、+40%、...、0、...、-40%、-50%、60%またはそれ以上の割引が必要・絶対買わない）から答えを選ぶ。上記の質問は「滞米経験のある日本人」に対するものだが、同様の質問（ただし文中の「アメリカ」と「日本」を入れ替えたもの）は「滞日経験のある米国人」に対してもなされ、国籍による質評価の違いが分かるようになっている。

サーベイの結果を見ると、日本人は総じて10-20%程度割安なら米国のサービスを利用してもよいと答えている。深尾・池内・滝澤（2018）はこの答えを使ってわが国サービス業の産出量をかさ上げし、それによって日米の生産性格差が滝澤（2016）の推計からどのくらい変化するかを調べている。⁶

深尾らによる推計の結果を見ると（図3）、教育を除くすべての分野で生産性格差が縮小するが（「医療・福祉」については格差が逆転）、その程度は総じて小さく、日本のサービス業の生産性が米国に劣るという評価は変わらない。ベースとなる滝澤推計における格差が大きいため、10-20%程度の質格差を考慮に入れても、大きな違いは生じないということである。

図 3



（出所）深尾・池内・滝澤（2018）

⁶ 米国人の回答は、日本のサービスの質の方が総じてよいとするのは同じだが、価格差で示されるその程度は相対的に小さい。従って、米国人の回答を加味した場合には、生産性の調整に用いられる質の違いの評価値は、10-20%より小さくなる。

2. 統計・推計と実感の乖離

既述の通り筆者は、自身の滞米経験を踏まえて日米のサービス業を比較すると、圧倒的に日本に軍配が上がると感じている。その程度を数値化せよと言われれば、「50%から100%日本が優位で、日本のサービス業は極めて優秀だと思う」と答えるだろう。つまり筆者は、サーベイの結果や深尾らの推計とは大きく異なる実感を有している。

もちろん、慎重に行われたサーベイや推計を実感で否定することはできず、検討されるべきは筆者の実感の根拠であろう。つまり、筆者が「50%から100%程度日本が優位」と感じるとき、一体何をどう測っているのか。この点について自らに問うと、これまで筆者の念頭にあったのは、企業あるいは産業の「国際競争力」の概念である。この点について、以下で説明する。

ここであるサービスが米国では\$1、日本では80円で提供されており、為替相場は\$1 = 100円だとしよう。ある人が、質格差に関する質問に対して、「日本のサービスに20%余分に払ってもよい」と答えたとする。その意味するところは、この人が日本在住なら「同種の米国サービスには64円しか支払わない」、米国在住なら「同種の日本のサービスに\$1.2払ってもよい」と述べているに等しい。従って、もし日本のサービスを米国で提供できれば、わが国サービス業者は1単位の供給に対して120円相当の売上げを獲得でき、これを日本での販価である80円と比べると+50%である。もしこれが実現すれば、当該業者の収益性と付加価値額が大きく高まるだろう。このときこの業者は、たとえ生産性の比較で米国同業者に劣っていたとしても、十分な「国際競争力」を有している可能性がある。

この例で50%という数字が現れるのは、20%の質格差に加えて、為替相場(\$1 = 100円)とサービスの日米相対価格(\$1 = 80円)に乖離があるためである。一般に二国間の財・サービスの相対価格は、購買力平価(purchasing power parity, PPP)と呼ばれる。そして財の場合には、為替相場とPPPの乖離は貿易の誘因となる。例えば上記設例におけるサービスをリンゴに置き換えると、日本でリンゴを80円で購入し、これを米国で\$1で売り、代金を為替市場で円に換えれば、(単純化のため輸送コストを無視すれば)20円の利益が得られる。このため日本から米国へリンゴが輸出され、その結果として日本のリンゴ価格が上昇(または米国のリンゴ価格が下落)、PPPが為替相場に鞅寄せされる。もしこうした鞅寄せが生じないなら、それは日米のリンゴに差があり、米国の方が高品質だからだと推定される。この場合、日本のリンゴを米国に輸出しても\$1では売れず、質を反映したより安い価格が付くことになる。このように財のケースでは、質の差が価格に反映されやすいと考えられる。

これに対して、サービスの多くは輸出入できないので、PPPが為替相場に鞅寄せされるメカニズムは存在しないし、「もし日本のサービスを米国で提供できれば」という仮定にも現実性がない。しかし、後で述べるコンビニやラーメン店、更には一部の小売(ユニクロ)、宿泊業(星野リゾート)のように、国外でビジネス展開するわが国サービス業者も増えてきている。また、近年のLCC(low-cost carriers)の普及もあって、わが国観光業は国際競争に晒されている。従って、サービス業の生産性を考える際にも、為替相場とPPPの関係に十分な注意を払う必要があるのではないだろうか。

滝澤(2016)および深尾・池内・滝澤(2018)は上に述べた点を無視しているわけではなく、PPPを考慮して推計を行っている。しかし、幅広い産業をカバーするup to dateなPPPデータが存在しないため、海外研究機関が行った1997年時点の産業別PPPの推計値

を使用している。こうした方法で算出された計数がどの程度最近の実態と合っているか、検証する必要があるだろう。全産業をカバーした検証は難しいとしても、個別のサービスについてなら、現時点の日米の相対価格を調べることは可能である。それを通じて、わが国サービス業の「国際競争力」について、一定の推論を行うことはできる。以下の3. では、この点について幾つか実例を挙げる。

なお日本生産性本部のサーベイは、滞米（または滞日）時の日米サービスの相対価格がどうだったかについても尋ねている。これと質格差についての答えを組み合わせれば、「PPP を加味した国際競争力」について、一定の評価を行える可能性がある。相対価格に対する回答を見ると、多くのサービス業種について、僅差または日本の方が高かったとの回答が得られている。これを額面通り受け取ると、「10-20%程度の価格差に相当する質の格差」は PPP を考慮しても不変か、むしろ縮まり、わが国サービス業は国際競争力ベースでもやはり弱いとの結論になりそうである。しかし、果たしてサーベイの結果を額面通り受け取ってよいのか。この点についても、以下に挙げる実例に即してコメントする。

3. 幾つかの実例⁷

<例 1> 東京とNY のタクシー

タクシーの運賃体系を東京とNY で比べると（NY はチップ 17.5%を含むベース）、1 km 程度までの短距離だと東京が割安、これを越えると NY が割安となり、その後は距離が延びるほど NY の割安度合いが高まる。このため、PPP は乗車距離によって異なる。

タクシー・サービスの質に関する日本人の回答は、17.9%の日本優位となっている。筆者であればもう少し日本優位としたいところだが、17.9%でも「実感に合わない」と言うつもりはない。また、価格についての回答は「日本が 2.5% 高い」であり、これも上に述べた運賃体系と整合的である。つまりタクシーのケースでは、サーベイの結果に大きな違和感や疑問はない。質・価格を組み合わせると、東京のタクシーの国際競争力は NY を 15%程度上回っていることになる。これは大きな日本優位ではないが、少なくとも日本劣位ではない。

<例 2> 理髪

筆者の直近の滞米中（2013 年まで）、近くの町の床屋の価格は\$12 で、チップを入れて \$15 支払っていた。サービスの内容は厳密に理髪のみで、15 分程度で終了する。これに対応する日本のサービスはディスカウント美容室であり、カットだけなら 1,000 円弱で済む（特定の時間帯であれば更に安い）。サービス内容は概ね米国の床屋と同じだが、細かな気配り、丁寧さ、清潔感等を勘案すれば、筆者としては 20%くらい高くても日本のサービスを選ぶだろう。この結果、質、PPP を勘案した日米格差は 80%になる（PPP 格差約 50%、質格差 20%、 $1.5 \times 1.2 = 1.8$ ）。

この点につき、サーベイの該当項目は「理容・美容（エステを含む）」となっており、理髪より広い概念である。この項目に関する日本人の質評価は 16.1% 日本優位となっており、この評価に違和感はない。一方、相対価格の評価では、日本人は「日本が 1.5%安い」、

⁷ 以下で実例を検討する際には、引き続き「\$1 = 100 円」という区切りのいい為替相場を使用する。これは現時点およびここ数年の相場より円高だが、サーベイが対象とした「2012 年 4 月以降 2017 年 2 - 3 月（調査実施時点）まで」の平均相場としては概ね妥当であろう。

米国人は「日本が 3.8%高い」となっており、いずれも大きな日米格差はない。しかし、少なくとも理髪に関する限り筆者が実体験した PPP の差は大きく、わが国ディスカウント美容室の国際競争力は、サーベイで得られた質評価から推計されるものよりずっと高いことになる。

<例 3> ラーメン

海外でラーメン店が増えており、その値段はネットで容易に調べられる。NY で提供されているベーシックなラーメン 1 杯の値段は \$17、チップを入れると概ね \$20 だろう。同程度のラーメン（質評価において遜色ないもの）を東京で食べると、800-1,000 円が相場である。NY で東京と同程度の品質のラーメンを提供しようとする、日本から輸入せねばならない食材があるためコスト高になり、その分販価に上乘せされる。しかしそれを勘案しても、日米の価格差は 70 - 80%程度になると思われる。

海外のラーメン店にはわが国企業が進出しているケースが多いが、これはわが国サービス業者の潜在国際競争力が顕在化したものとみることができる。

<例 4> 美術館・博物館

米国の美術館・博物館は二極化されており、一部の先（Washington, DC の Smithsonian や LA の Getty Center）は入場無料だが、それ以外は \$23-25 の入場料を取られる。入場無料の施設は、寄付や基金運用益での運営という独特のビジネス・モデルに基づいていると考えられるため、ここでは \$23-25 を米国の価格と見做す。これに対して、わが国の美術館・博物館の入場料は、常設展であれば 500-1,000 円である。

日米の美術館・博物館の質を比べると、筆者は圧倒的に米国の方が高いと感じる。しかし、サーベイの結果を見ると日本人は米国の方が僅か 1.5%よいとし、米国人はなんと日本の方が 6.5%よいと答えており、俄かに信じがたい。しかし仮にこれを真に受けると、PPP を勘案すると日本のサービスの方が圧倒的に（100-400%のオーダーで）よいことになる。然るに、調査対象者の相対価格についての回答を見ると、日本人は日本の方が 4.7%高いとし、米国人はわずか 1.6%日本の方が安いと答えている。つまりこちらの方も、PPP の実態に合わない奇妙な結果となっている。

<例 5> コンビニエンス・ストア

滞米中筆者は、コンビニで買い物をすることはほとんどなかった。なぜなら、米国のコンビニで売られているのはソフト・ドリンクやスナック菓子、袋詰めのまぜい調理パンなど、あえてコンビニに行っても買いたいものはなく、スーパーで他の食品と併せて買えば済むものばかりだったからである。また、米国のコンビニは日本と異なり至るところに出店されているわけではないので、都市中心部の住民でなければ買い物場所の選択肢に入らない。こうした意味で、米国のコンビニは全く convenient ではなかった。

これに対して日本のコンビニは、住まいの近くだけでも数軒ある、24 時間営業している、すぐに食べられる弁当、おにぎり、サンドイッチなどいずれも質が高く、更には専門の洋菓子店とさほど遜色ないのにずっと安いスイーツなど、「あのコンビニに行けばあれを買える」と思わせるものを数多く取り揃えている。コンビニ・チェーンは商品企画グループを擁し、消費者にアピールする新商品の開発に励んでいる。つまりわが国コンビニは、米国のコンビニとは別次元のサービスを提供している。

しかし、こうした上質かつ別次元のサービスのメリットを価格換算して示せと言われる

と、容易ではない。例えばコンビニで売られているポテトチップの価格を考えれば、日米で差はない、あるいは米国の方が安いかもしれない。しかし、日米のコンビニには、こうした単純な価格比較では捉えられない大きな違いがある。

以上を念頭にサーベイの結果を見ると、まず価格面では日米にほとんど差がない。例えばポテトチップのように、日米どちらのコンビニでも売られている商品の値段を比較したと考えれば、この結果は納得できる。一方、質の比較では、日本人は15.4%、米国人は6.4%、日本の方が上だとしているが、これはコンビニの何を評価したものだろうか。その答えは、サーベイの回答者が、「サービスの質」として何を考えたかによる。

この点につきサーベイは、「質」の中身についても尋ねており、「設備や道具の見栄え・性能」、「従業員の接客態度」、「正確性」、「信頼性」、「迅速性」、「清潔さ」といった選択肢が提示されている。これらについて日米比較を行うなら、筆者としては「日本が15%程度優位」という評価に納得できる。しかし、「方々にあり、24時間営業し、いつでもどこでも消費者のニーズに応える」というわが国コンビニの大きなメリットは、これらの選択肢では捉えられない。また、この問いの選択肢には「サービスの内容について選択肢が多い」が含まれており、これは商品企画を踏まえた魅力的な品揃えと関連する。しかし、質の差を評価する際に、この面における日本のコンビニの優秀性を回答者がどこまで考慮したか。もしこれらが十分考慮されていれば、日本の優位性は到底15%程度では済まないのではないかというのが、筆者の考えである。⁸

<例6> 宿泊業

宿泊サービスの質やコストは、宿泊場所（観光地、都市郊外、都心等）、何のために泊まるか（観光かビジネスか）といった要因によって、大きな違いが生じうる。そこでここでは、日光江戸村と Colonial Williamsburg（以下、「CW」）を例にとって比較してみよう。

この両者は、観光客がタイム・スリッパを味わえるというコンセプトのテーマ・パークで、いずれも大都市からかなり離れた場所に立地している。提供されるサービスの内容を比べると、様々な工夫がある江戸村の方がずっと面白いが、CWが優れている面もあるので、質の差はないと見做すことにしよう。両者の入場料を比べると、江戸村は「大人4,800円、子供2,500円」、CWは「大人\$44.99、子供\$24.99」と互いに拮抗している。

しかし、これら施設を訪れる観光客の多くは周辺に宿泊することになるので、そのコストも勘案する必要がある。CWの場合、近くに5つのホテルが用意されており、1つは高級（大人二名、平日一泊、約\$550）、残りは一般向け（同\$210-265）で、いずれも米国観光地のホテル料金としては「相場」という感じである。一方、江戸村には固有の宿泊施設がないので、近傍のホテル・旅館の料金を調べると、高いところで26,000-36,000円、安いところなら15,000-18,000円である。⁹ やはり大人二名・平日一泊だが、朝・夕二食と温泉が付く。CWの場合、食事はホテル内外のレストランに行くことになるが、二食で一人\$50-100くらいの追加出費を覚悟する必要があるだろう。これを加味すると、CWで一

⁸ もちろんこれはあくまで筆者の主観であって、サーベイの回答者はこうした側面を含めて15.4%という回答を示したのかもしれない。ただ、accessibility、availability、wide and attractive varietyといったわが国コンビニの望ましい属性を、どのように「価格化」するかは難しい問題で、たとえ回答者がこれらを理解・認識していたとしても、質の差についての答に反映されない可能性もあるのではないか。

⁹ これらの料金は、新型コロナの影響で通常より低くなっている可能性がある。

般向けホテルに泊まったとしても、江戸村近傍の高級ホテル・旅館並みかそれ以上、廉価なホテル・旅館と比べれば倍以上のコストがかかる。一方、提供されるサービスの質を比べると、泊まることだけなら大差ないかもしれないが、多くの人が温泉の有無で両者に決定的な差をつけるだろう。¹⁰

こうしたわが国宿泊業の利点が海外にも知られるようになったことが、コロナ前に見られたインバウンド旅行者の爆発的増大の一因であり、これもわが国サービス業の潜在国際競争力の顕現化だとみることができる。

以上の他にも、(ラーメン店以外の)飲食店、地下鉄、引越し、ガーデニング・植木屋、子供の教育(私学)など、筆者の体験やネットで得られる価格データに基づく日米比較は色々できる。その多くが、質・価格の両方を勘案すると、「平均して50%から100%程度の日本優位」という筆者の実感の背景である。¹¹ タクシーのようにたまたまPPPが現実の為替相場に近く、質評価のみで国際競争力を評価しても大過ないケースもあるが、PPPを勘案することで「10-20%」を大きく上回る差が現れたり、サーベイによって得られた質や日米相対価格の評価に疑問があるケースもかなり存在する。上記の例から、その一端が窺い知れるのではなかろうか。

4. 結論

「質格差を考慮してもわが国サービス業の低生産性は大きく変わらない」という結論を導いた深尾・池内・滝澤(2018)の立場に立てば、推計の対象は国際競争力などではなく、あくまで労働生産性である、その限りにおいて得られた結論は正しい、ということになるだろう。筆者としては、これを否定するつもりはない。

ただ気になるのは、この結論が、「わが国の低生産性問題の元凶はサービス業で、この業態の改善が特に重要である」という主張につながることである。これはあたかも、わが国のサービス業者が他国と比較して技術的に劣っていたり、十分な競争が行われていなかったり、経営者・従業員の努力や能力が不足している、その結果として国際的に通用しない業界になっている、といったことを意味しているように感じられる。しかし、わが国の労働生産性が他の先進国と比べて低い原因は、いまだ明確にされていない(森川(2019)参照)。そして、質とPPPを併せて国際競争力を比べると、わが国サービス業にネガティブな評価が妥当しないケースが多くあり、むしろ劣後性が容易に認められる業種は少ないというのが筆者の印象である。¹²

わが国サービス業(例えば引越し業や宅配業)の競争は熾烈であり、それ故に価格が低く抑えられている。その結果として生じる低価格や、サービス業者の低い収益性・付加価

¹⁰ サーベイではホテルを「高級」、「中級」、「エコノミー」に分けて質問しており、質は2.0%(高級)から10.7%(エコノミー)日本が上、価格はいずれのクラスも日本が僅かに高いとの回答が得られている。特に価格面で、首を傾げる結果である。

¹¹ あらゆるサービス業について日本優位だと筆者が考えているわけではなく、日本が明確に劣ると思う分野も存在する。その代表格は金融業、特に銀行業である。

¹² 筆者は、わが国サービス業に改善の余地がないと主張しているわけではない。例えば内藤(2019)は、サービス業の生産性を高める様々な方法を、具体例を挙げつつ説得的に示している。このような改善の余地が存在することは、「日本のサービス業が米国比大きく劣後しているわけではなく、むしろ優れている」という命題と矛盾しない。

値は、わが国経済の「問題」というより、むしろ市場競争の「成果」ではないだろうか。またもう1つの実例として、日本経済新聞（2021）は、日本に進出した外資系流通大手が十分な収益をあげられず、次々撤退していることを報じている。もし日本の流通業が世界に劣後しているなら、進出してきた外資が市場を席卷してもおかしくないが、そのような事態は生じていない。

「わが国サービス業の低生産性 → サービス業を抜本的に改革・改善する必要性 → それが実現しないと今後の日本の成長は覚束ない」という定型化された議論を受け入れず、その是非を慎重に再検討することが、今後の政策を考える上で重要である。さもないと、barking up the wrong tree（「見当違いの方向に吠える」こと）になると懸念される。

T

<文献一覧>

滝澤美帆「日米産業別労働生産性水準比較」、日本生産性本部、生産性レポート Vol. 2、2016年12月

武田真彦「金融政策の混迷：リフレ派は何を訴え、何を残したか」、日経ビジネス、オンラインセミナー、2021年3月1日－16日

内藤耕「時短の科学」、日経BP、2019年10月

日本経済新聞「外資系流通 商慣習に惨敗」、2021年9月1日朝刊。

日本生産性本部「サービス品質の日米比較」、生産性研究レポート No. 32、2017年9月
「労働生産性の国際比較 2020」、2020年12月23日

深尾京司・池内健太・滝澤美帆「質を調整した日米サービス産業の労働生産性水準比較」、日本生産性本部、生産性レポート Vol. 6、2018年1月

宮川努「生産性とは何か ― 日本経済の活力を問い直す」、筑摩書房、2018年11月。

森川正之「低い日本の生産性（上） 米国との格差、複合的要因」、日経新聞「経済教室」、2019年3月5日。

執筆者紹介（次ページ）

執筆者紹介

武田 真彦 (たけだ まさひこ)

オーストラリア国立大学名誉教授

Australia-Japan Research Centre, Senior Fellow



1957 年生まれ

学歴

1981 年 3 月 東京大学経済学部卒

1988 年 9 月 マサチューセッツ工科大学経済学博士号取得

職歴

1981 -1998 年 日本銀行勤務

1989 -1992 年 国際決済銀行出向

1998 -1999 年 国際通貨基金日本代表理事室に理事代理として派遣 2000 -2002 年 国際通貨基金出向

2002 年 12 月 日本銀行を退職し、国際通貨基金の職員となる

2013 年 4 月 IMF を退職

2013 年 9 月 一橋大学教授 (経済学研究科および国際・公共政策大学院アジア公共政策プログラム所属)

2014 年 1 月 一般財団法人未来を創る財団 理事

2019 年 8 月 一橋大学教授退任

2020 年 4 月以降 オーストラリア国立大学名誉教授および Australia-Japan Research Centre, Senior Fellow

当財団では、第一線で活動される気鋭の執筆者に依頼し、時代を拓く提案、提言をニューズレターとして発信しています。ご意見をおよせください。

財団事務局 abrighterfuture@theoutlook-foundation.org

一般財団法人 未来を創る財団: <http://www.theoutlook-foundation.org/>

© 2021 The Outlook Foundation. All rights reserved.