

郵政研究所月報

2001. 1



21世紀を迎えて

佐野 真理子

企業におけるIT利用と生産性向上

杉山 博史

一般局における郵便内務作業のレイアウト要素の近接性について

相良 比呂志

№ 148

ていば一く所蔵資料紹介②

日本国憲法公布記念絵葉書原画
川端龍子「不^ふ尽^じ」



この絵は、日本画家の川端龍子が静岡県の海岸から望む富士山を描いたもので、昭和21年に日本国憲法が公布されたのを記念して発行された官製絵葉書の原画です。

この官製絵葉書は「日本絵葉書」と命名され、秋の農村風景を描いた「平和」（石井柏亭画）、漁村の地引網を描いた「迎日」（藤田嗣治画）と合わせて3枚1組の袋入りとして発売されました。

終戦後、再建途上にある日本文化の向上にも寄与すると同時に収入増もはかる予定でしたが、額面2銭の絵葉書3枚で売価が3円と高価だったため、この第1集は売れ行きが悪く、第2集は発行されませんでした。

（表紙解説）

東海道五拾三次之内 大磯 虎ヶ雨

花水橋を渡り化粧坂を過ぎると、高麗山の麓と太平洋に挟まれた大磯宿の東側入口に至る。蕭然とした雨の中、傘を差し蓑を着けた旅人が頭を垂れて歩んでいる。

虎ヶ雨とは曾我物語のヒロイン虎御前の涙雨、曾我五郎十郎の兄弟は富士巻狩で父の仇工藤祐経を討ち果たすが、虎御前の恋人曾我十郎祐成は討死してしまう。悲恋にまつわる雨の大磯の風景が暗く描かれている。

目 次

巻 頭 言

21世紀を迎えて.....	2
主婦連合会事務局次長	きの まり こ 佐野真理子

調査研究論文

企業におけるIT利用と生産性向上	4
通信経済研究部長	すぎやま ひろふみ 杉山 博史
一般局における郵便内務作業のレイアウト要素の近接性について.....	41
通信経済研究部研究官（技術開発研究担当）	さがら ひ ろ し 相良比呂志

月例経済・金融概観	56
第三経営経済研究部	

トピックス

企業組織の再編成	74
第二経営経済研究部主任研究官	す ざわ じゅん 須澤 淳
インターネットと米国の選挙.....	88
官房企画課総括専門官	おおてら ひろゆき 大寺 廣幸

郵政研究所通信	103
---------------	-----

本誌に個人名で発表・掲載する研究内容や意見は執筆者個人に属し、郵政省あるいは郵政研究所の公式見解を示すものではない。

巻頭言

21世紀を迎えて

主婦連合会 佐野真理子

謹んで、新春のお慶びを申し上げます。

昨年は、雪印乳業の大量食中毒事件、三菱自動車のクレーム隠し、生命保険会社・百貨店の倒産など、大企業の不祥事・事件が相次ぎました。さらに、子どもたちの犯罪、過去最高の失業率、年間12万件の自己破産……。全て私たちの生活に密着した問題ばかりで不安なミレニアムを過ごしました。

今年は新しい世紀、21世紀の始まりです。実り多き年であることを祈るとともに、一人ひとりの行動によって一步でも良い方向に向かうことを期待しています。

今年は中央省庁等が再編され、郵政事業にとって大きな節目の年を迎えました。名称は変わっても、事業の果たす役割は大きくは変わらないとも言われていますが、2年後の「国営公社」に向かって、新たな、そして意義深い一步を踏み出しました。

今、全国の市区町村に設置されている郵便局に求められているのは、地域に根ざし、住民本意で各地・各郵便局の特徴を活かしていくことです。私たちの生活習慣には地域性があります。大都市、小都市、過疎地で消費者の生活・行動が異なるように、その地域の実情に合わせた業務運営が必要になると思います。例えば、各郵便局によって営業日・時間帯等を消費者の要望に合わせて柔軟に変えることでさらに利用しやすくなるはずです。全国24,700局のネットワークを最大限に活用することも大切ですが、地域の特性を配慮したネットワークの構築も重要ではないでしょうか。消費者の期待を担うべき郵政事業の実現は、何よりも身近な郵便局を通してこそ実感できるものと思われるからです。

そこで年頭にあたって、いくつかの要望を述べさせていただきます。

最も重要なのが消費者からの質問や苦情を受け付け、きちんと対応できる相談窓口機能を強化して欲しいことです。この苦情相談体制の整備は21世紀の郵政事業推進を保証していく「鍵」となるもので、改めてその果たすべき役割について重視する必要があります。苦情を受け付け、迅速に対応し、消費者が納得できる公平さで適切に



処理する、そのことによって郵便局および郵政事業への信頼度はさらに増すでしょう。商品・役務等の質の向上は、消費者の苦情や意見を尊重してこそ達成されるものです。

また、その苦情相談を事業にどのように反映させたか、施策の決定過程を徹底して公表して欲しいものです。事業内容に関するさまざまな情報を分かりやすく公開することによって、消費者はより郵政事業を理解することができ、信頼も確保されます。情報公開は行政機関の説明責任を果たし、消費者とのきずなを強固にする上でこれからの大きな課題です。4月から情報公開法が施行されますが、制度が導入されるからではなく、身近な郵政事業への消費者の参加を保証するものとして、積極的に情報公開を位置付けて欲しいと思います。

さらに、「高齢社会」への対応も重要です。「少子・高齢化」が高度に進む21世紀は、これまでの郵便局のあり方に大きな転換を迫るものと思われます。地域の高齢者・障害者が今まで以上に、気軽に利用できる郵便局とするにはどうしたらいいか。早急な「郵便局のバリアフリー化」ではないでしょうか。施設面はもとより、設置されている機器の操作性など、ハード・ソフト両面から使用性を考慮したバリアフリー化が求められてきます。郵便局がどの公共機関、金融機関よりも親しみやすく身近な存在であるという、これまでの評価は21世紀の「高齢社会」の中で改めて問い直される可能性があります。だからこそ、「IT革命」推進に伴う事業の「効率性」「競争」だけに偏重するのではなく、「暖かみ」を兼ね備えた、消費者の期待を担い得る郵便局へと大きく飛躍して欲しいものです。

企業におけるIT利用と生産性向上

**「ニュー・エコノミーは、昔ながらの美德の上に成り立っている；
倏約、投資、そして自由市場経済である。」
(ローレンス H サマーズ、米国財務長官)**

通信経済研究部長 杉山 博史

[要約]

筆者は郵政研究所月報11月号において、「個人及び企業におけるIT利用と効果」と題して、ITの様々な側面を概観した。その中では、インターネットの利用状況、デジタルデバイス、電子商取引に加えて、企業のIT利用と生産性向上の効果についても、解説した。本稿では、企業のIT利用と生産性向上について、詳細に議論する。概要は、以下のとおり。

1 日米間におけるIT化投資比率（対設備投資）の格差が、1990年代に急速に拡大している。

米国では、特にソフトウェアの比重が急速に高まっている一方、日本では、繊維、電機機械等においてコンピュータストックが増えていない。パソコンやLANの導入や総務部門のIT化は進んでいるものの、営業、調達、顧客対応といった基幹業務を本格的にIT化している企業は数%に過ぎない。

2 ITの生産性への効果については、米国において、マクロ経済レベル、産業レベル、ミクロ経済（企業単位）レベルでの検討が行われてきた。その結果、ミクロ経済レベルでは、組織改革等に前向きな企業はIT導入により生産性が向上することが判明した。これに疑問を呈する向きは見当たらないが、その他については以下のような議論がある。

(1) 産業レベルでは、最もIT投資に積極的なサービス業において、その産出を的確に把握することが困難なため生産性の向上が確認できない。これを正確に計測できない限り、ITの生産性への寄与があまり大きくないという可能性を排除できない。

(2) マクロ経済レベルでは、生産性向上が認められるという意見が多いが、反対意見も根強く、最近の成長率が好景気によって誇張されていると思われる。「IT産業の生産性向上」が経済全体の生産性を押し上げていることは確かである。一方、ITユーザーの生産性が向上しているという主張においては、IT投資が他の設備投資と同じ程度に生産性向上をもたらすことが前提にされているが、これは、組織改革等に前向きでない企業は生産性向上が見られないという、上記ミクロ経済レベルの結論と矛盾する。

したがって、その効果についてはある程度割引いて考える必要があろう。また、「ITの利用による企業の効率性向上」については、研究例はあるものの、その内容については検討の余地がある。

- 3 「ニューエコノミー論」については、ベンチャー・キャピタル等からの資金流入と継続的なIT投資が滞れば、米国にも長い不況が訪れると警鐘を鳴らす声も出始めている。
- 4 IT投資による生産性向上は、オーストラリア、カナダ、スカンジナビア諸国でも認められるが、日本及び欧州の大国では確認されていない。これは、IT産業比率及びIT投資比率が大きく上昇していないことが大きな要因とされている。
- 5 日本における先行的研究の結果は、以下のとおりであり、今後より詳細な検討が必要。
 - ・ミクロ；米国と同様、IT化がその効果を発揮して幅広い生産性上昇に繋がるためには、人的資本や企業組織のあり方の変革も同時に必要
 - ・産業別；生産性及び効率性に対するコンピュータストックの寄与は、限定的ないくつかの業種について、その可能性が示唆される程度

1 企業情報化の現状

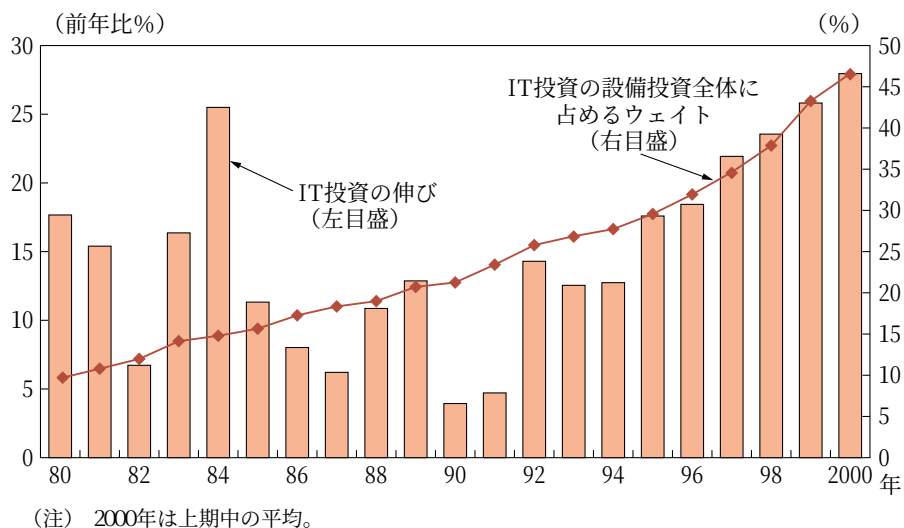
1.1 企業のIT化投資

米国における企業のIT化投資¹⁾（ソフトウェアを含む）については、図表1、2のとおり、設備投資全体に対するIT化投資の割合は、その増加率には変動があるものの、1980年代、1990年代をとおして一貫して増大しており、設備投資全体の5割近くにまで拡大している。ここで、ソフト

ウェアを除くIT化投資（図表3）をみると、1993年から1998年の間の設備投資の増加率は、IT化投資が1.6倍、その他も1.5倍～1.7倍と大差なく、また、全体に対するIT化投資の割合も30%程度と控えめである。両者を比較すると、米国におけるIT化投資の中でも、特にソフトウェアの比重が急速に高まっていることが分かる。

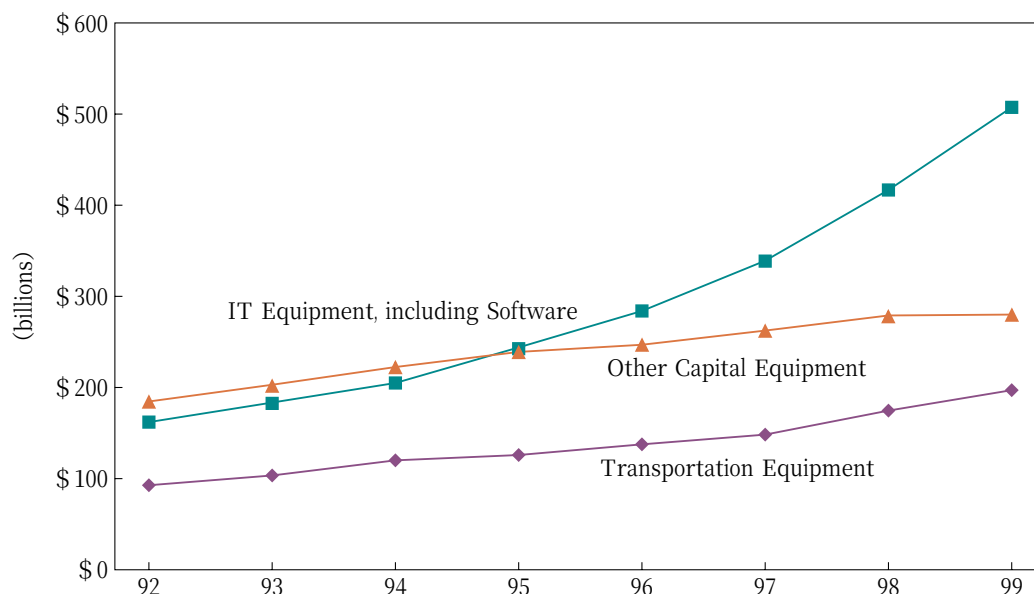
図表4は、日米における設備投資中のIT化投資の割合の推移を比べたものであり、1990年代に

図表1 米国におけるIT投資（ソフトウェアを含む）の伸びと、設備投資全体との比較¹⁾



1) 最近の米国のIT化投資に関する統計では、一般に、コンピュータ関連設備（ハード及びソフト）に加えて、通信設備も含まれる。

図表2 米国におけるIT投資（ソフトウェアを含む）の推移と他の投資との比較⁽¹⁾



Source : BEA

入り、日米の格差が急速に拡大している。

ただ、日本企業における今後の情報化投資に対する姿勢は、図表5⁽⁴⁾のとおり、IT化投資（情報関連諸経費）の割合を高めるとする回答が多く、今後は、日米格差の拡大もペースが緩くなると期待される。

図表6は、日本におけるIT投資のうちコンピュータ・ストック（ハード及びソフトを含む。ただし通信機器、事務機器等を除く。）に関し、全ストック中に占める割合について、業種別の推移を示したものである⁽²⁾。この中では、金融・保険業が最も高く、3割弱に達しており、建設業、卸売・小売業、電気機械、一般機械、食料品、繊維などでのコンピュータ・ストック率が比較的高いが、このうち、繊維、電気機械については90年代半ば以降横ばいとなっている。また、鉱業、金属、紙、化学、精密機械、輸送機械、運輸・通信、電気・ガス等については、コンピュータ・ストック比率が小さい。

1.2 企業情報化のフロー

企業の情報化は、従来、経理、人事などを機械化するOA化が進められてきたが、インターネットの普及に伴い、電子メールの導入やLANの構築が進められ、その後、図表7のような様々な情報システムの導入が行われつつある。

これらの情報化システムは、1企業において全てが同時に導入されるものではなく、業種、必要性、体制その他に応じて段階的に導入される。このような情報システム導入のフローを図示したものが、図表8である。図中の（％）が、日本企業における各システムの導入率を示しており、電子メールやLANの導入は比較的容易に行われるが、データベースの整備やその活用のためのシステムになると、導入率は次第に低下する。

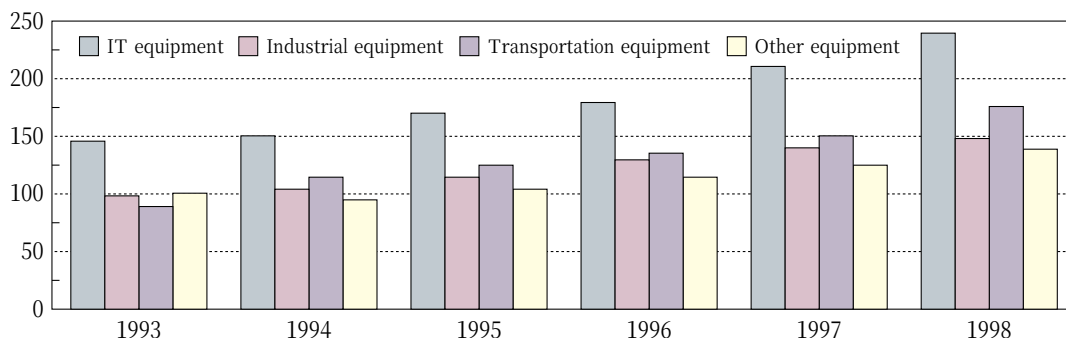
1.3 情報化の現状

(1) 情報端末の導入率

図表8「情報化のフロー」で示されているように、企業の情報化は、まずパソコン等の情報端末

図表3 米国におけるIT投資（ソフトウェアを除く）の推移と他の投資との比較⁽¹⁾

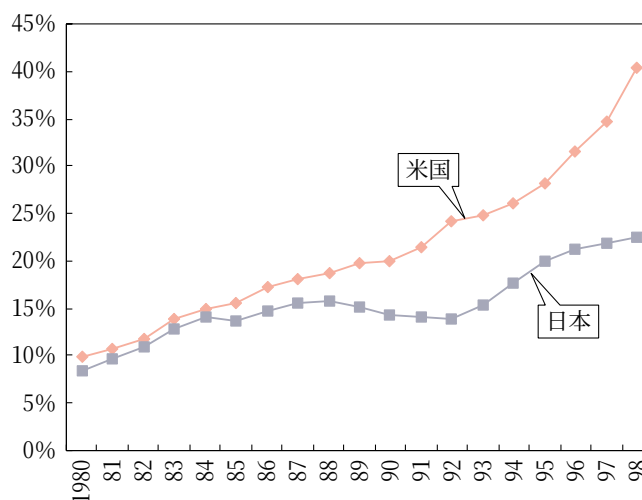
Millions of dollars



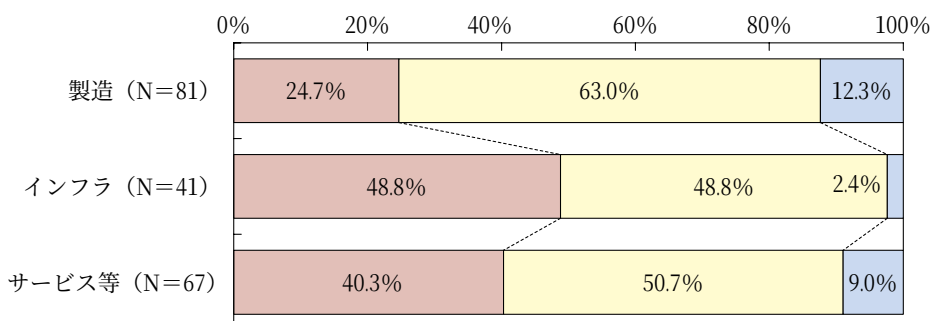
SOURCE: U.S. Department of Commerce (1999). *The Emerging Digital Economy II*, using data from the Bureau of Economic Analysis.

図表4 情報化投資率の日米比較（富士通総研）

{情報化投資（ソフトウェアを含む）/非住宅民間設備投資}



図表5 日本における投資的経費の今後の見通し⁽⁴⁾



■ 情報関連諸経費の割合を高める ■ 変わらない ■ その他の投資的経費の割合を高める

(注) インフラ業；鉱業、建設業、運輸業、電気・ガス・熱供給・水道業、通信業

サービス等業；卸売・小売・飲食店、金融・保険業、不動産業、情報サービス・調査業、サービス業

の導入から始まる。

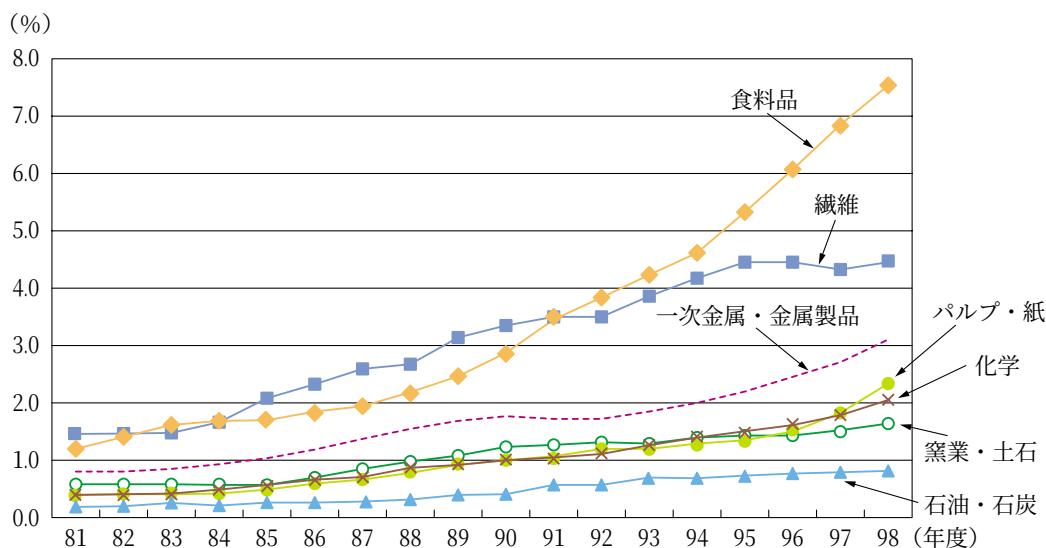
日本において（1台でも）情報端末を導入した企業の率は高く（図表9）、事務管理等部門ではデスクトップパソコンはほぼ100%、ノートパソコン、携帯電話・PHSも8割台に達しており、生産部門でも半数以上の企業が、それぞれデスクトップパソコン、ノートパソコンを導入している。特徴的なのは、インターネット接続可能な携帯電話も、既に事務管理等部門で4割台の導入率に達していることであり、携帯型パソコン及びモバイル端末の約3割と併せて、企業の情報化における

新たな活用方法が期待されている。

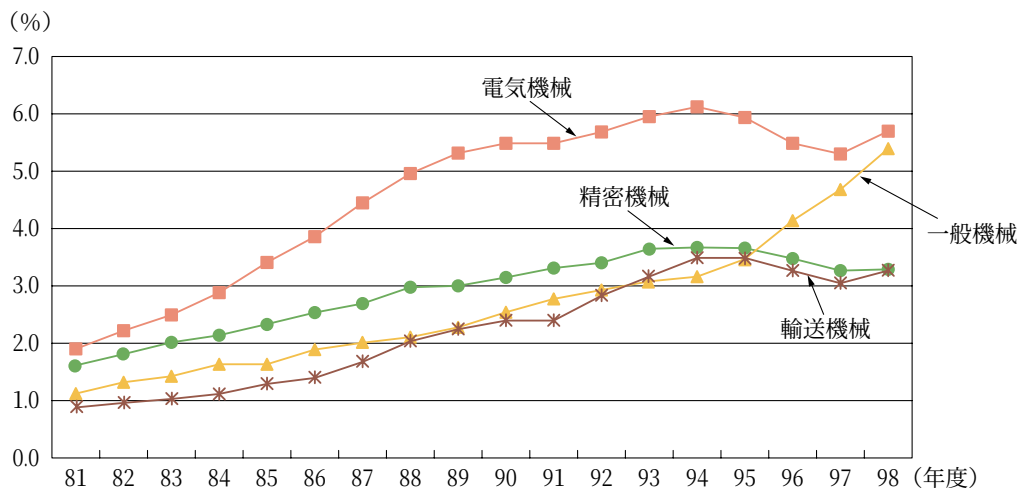
企業内のパソコン普及率（パソコン1台当たりの従業員数）でも（図表10）、事務管理等部門では1人に1台以上の企業が半数近くを占め、2～3人に1台程度の企業が3割強、電子メールアドレスも1人1アドレスとしている企業が4割程度となっている。一方、生産部門ではパソコン1台を6人以上で共有という企業、電子メールについても6～20人に1アドレスとしている企業が最も多く、情報端末や電子メールの普及も低いレベルにある。

図表6 日本における業種別コンピュータ・ストックの推移⁽²⁾

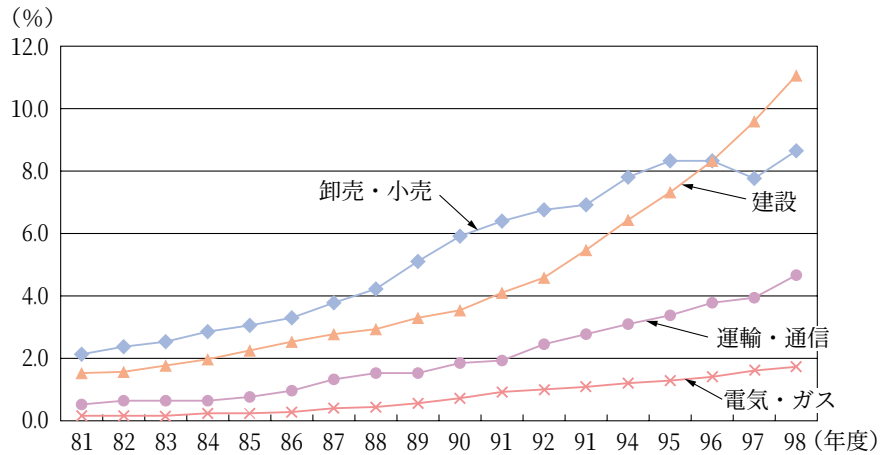
①製造業（機械製品製造業以外）



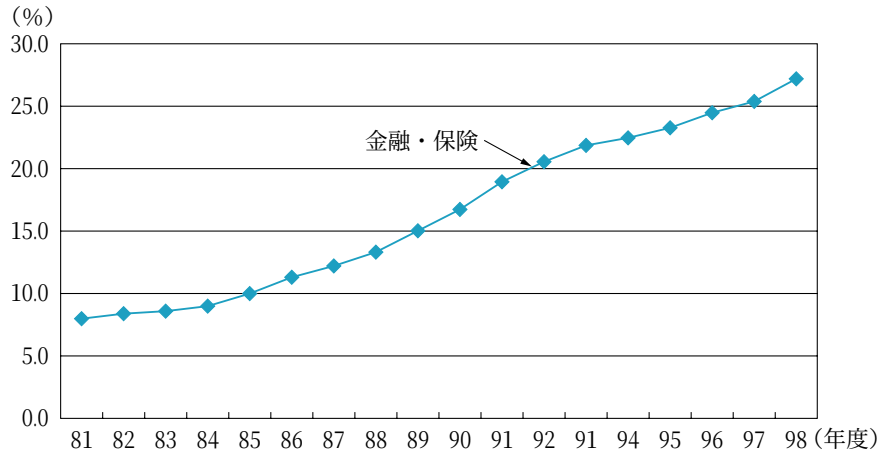
②製造業（機械製品製造業）



③非製造業（金融・保険業以外）



④非製造業（金融・保険業）



(2) ネットワーク化率

日本企業のネットワーク化の状況については、図表11⁽⁴⁾に示したように、企業におけるパソコンのネットワーク接続比率は全般的に高いレベルであり、「インフラ業」（全体68.9%、新規導入分80.7%）に対し、特に「製造業」（全体82.8%、新規導入分91.9%）、「サービス等業」（全体80.8%、新規導入分85.6%）が高くなっている。

(3) 情報通信アプリケーションの導入状況

図表12に示すように、全社向けアプリケーションについては、全般的に電子メールの導入率が9

割程度と高く、プロジェクト管理が5割程度、電子会議が2割程度と、高度なアプリケーションとなるにつれ導入率が少ない。この結果は、図表8「情報化のフロー」と同様の傾向を示している。

業務別アプリケーションについては、当然のことながら業態の特徴が出ており、「インフラ業」及び「サービス等業」では、「販売・営業業務」「マーケティング業務」等で導入率が高いが、「製造業」では「購買・決済業務」「開発・製造業務」で導入率が高い。また、「インフラ業」と「サービス等業」では、「サービス等業」の方が全般的に導入率が高い。

図表7 最近の企業情報化システムの分類

部門	技術	調達	製造	営業	経理	総務
外部連携	EC(BtoB)/EDI			EC(BtoC)/DBM	EC(BtoB)	
	CRM/SCM					ホームページ
基幹システム	CAD/CAM			SFA		
	ERP 生産管理 販売管理 経理 人事給与					
	データウェアハウス（ERPからの生データを蓄積し検索を可能とする）					
	KM					
共通システム	グループウェア／イントラネット／ワークフロー（例：電子伝票）					
	ファイリングシステム（文書管理、図面、技術文書、ISO文書、その他）					
インフラ	LAN／WAN／音声／パソコン（1人1台）					

（注）略称の説明；

略称	名 称	内 容
EDI	電子データ交換	伝票、設計等の情報の電子データ交換
DBM	顧客データベース・マネジメント	顧客の属性・嗜好に応じたマーケティング
CRM	カスタマー・リレーション・マネジメント	顧客対応を最適化
SCM	サプライ・チェーン・マネジメント	生産、販売、物流を最適化
SFA	セールス・フォース・オートメーション（営業活動統合支援システム）	外出先の営業マンの営業報告、製品・在庫情報の問合せ等
ERP	エンタープライズ・リソース・プランニング（統合業務パッケージ／企業資源管理）	経理、生産・販売管理の統合システム
KM	ナレッジ・マネジメント	社内情報・ノウハウを共有し創造的な成果につなげる

また、大企業と中小・中堅企業を比較してみると（図表13）、両者とも、経理や人事等の総務分野を中心に、比較的導入率が高いように思われる。

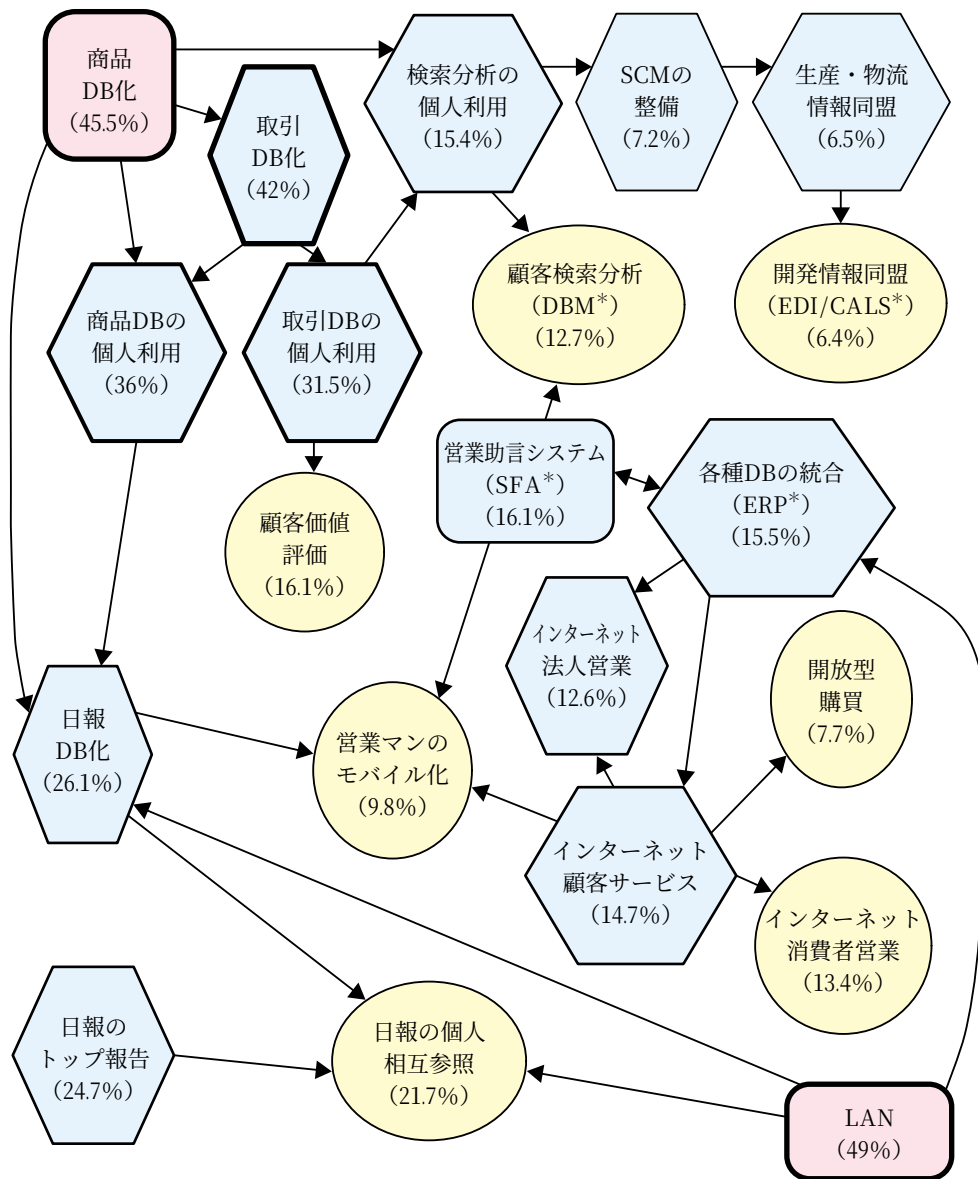
これらの結果は、前述の図表8「情報化のフロー」と比べて、全体的に情報システムの導入率が高めに現れているように思われるが、これは、情報化の程度に幅があるためと思われる。図表14に示すとおり、外部のネットワークを介したBtoBやセクション横断的な企業活動の統合・高度化・効率化を進めるためのインターネット技術をベースにした最新のITシステムについてみれば、ERP（企業資源管理）、SFA（営業活動統合支援）、SCM（サプライ・チェーン・マネジメント）、KM（ナレッジ・マネジメント）等のいずれのシステムについても、大企業においても一部導入の企業が多く、本格的に導入しているのは数%程度に過ぎない。

2 ITの効果：生産性向上

IT産業が数少ない将来の希望の一つであり、ITの導入が生産性の大幅な向上と事業の発展に大きく貢献することに疑問を差し挟むものは少な

図表8 情報化のフロー⁽³⁾

情報化先端企業145社を対象。()内は「ほぼ整備終了」+「完全動作」の割合。*は筆者注



い。その一方で、ITが生産性（単位労働時間当りの労働生産性）に及ぼす効果については、最も研究の進んでいる米国においても、様々な議論が行われている。本稿では、米国での議論を中心に検討し、その後、各国の比較を行う。

ここで、「生産性」と一言でいっても、ITを導入したITユーザーとしての企業の生産性だけでなく、マクロ経済の運営に役立つ指標として経済全般の生産性を議論する際には、IT産業の生産

性も含めて、これら2つが同時に議論されている。

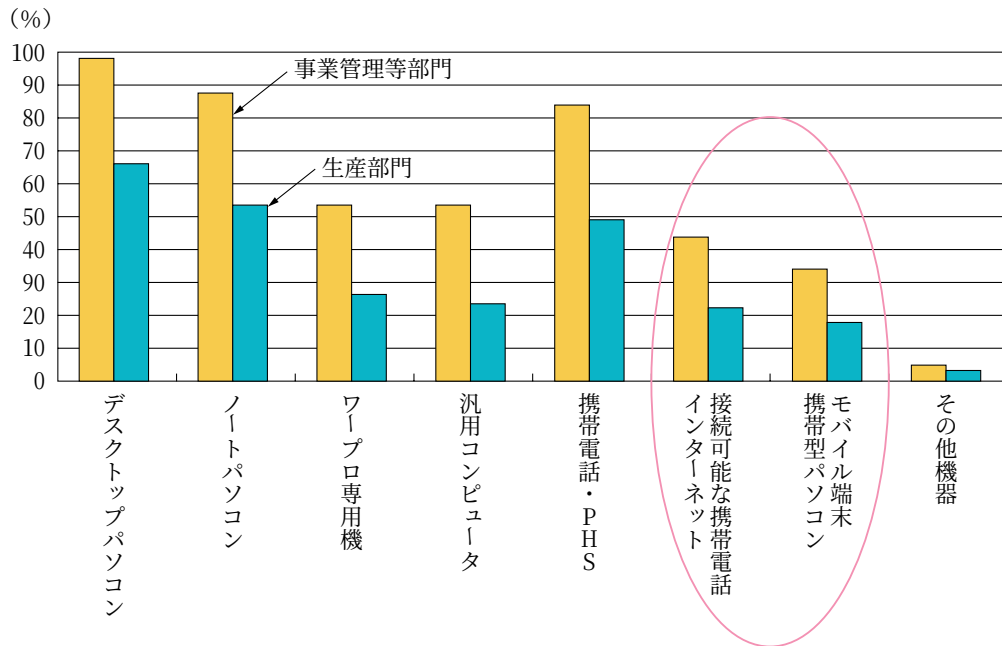
(I) 「IT産業の生産性向上」：IT産業＝コンピュータ、関連機器、通信機器、ソフトウェア、コンピュータ関連サービス、及び通信・放送サービス

(II) 「ITユーザーの生産性向上」：ITユーザー＝企業がその本来業務にITを活用

このようなマクロレベルの検討においては、「ITユーザーの生産性向上」が大きく現れない

図表9 IT端末等の導入の状況⁽²⁾

①ハードウェア



場合でも、IT産業が成長（図表15）するに従い「IT産業の生産性向上」が大きな効果を生じていくことになる。

さらに、(II)「ITユーザーの生産性」を向上させる要素として、以下の2つがあるが、後者の②「ITストックの蓄積」については、IT設備が資本として機能すれば（少なくとも無駄な投資でなければ）生産性は上昇することが前提として議論されている。

①「ITユーザの効率性（全要素生産性〈TFP〉）の上昇」

②「ITストックの蓄積（資本の深化）」

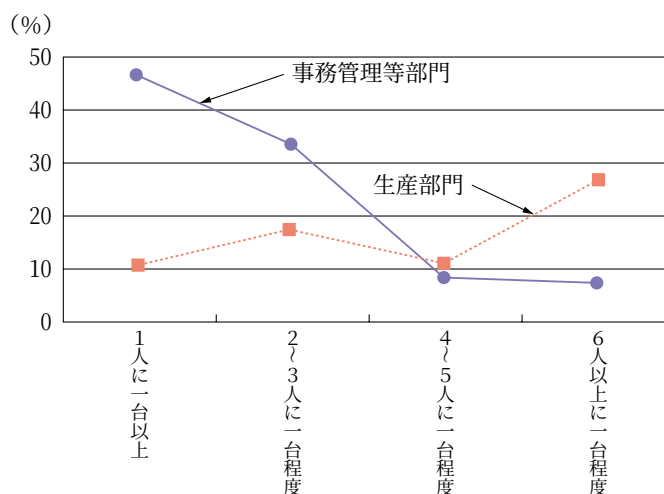
このように、最近のマクロレベルの研究²⁾においては、「生産性」の定義にIT産業の急速な発展が盛り込まれていること、また、ITユーザーとしての企業についても、IT設備が生産性の向上に貢献することを前提として計算が行われていること、に留意する必要がある。

また、ITユーザーに限定しても、IT化投資に

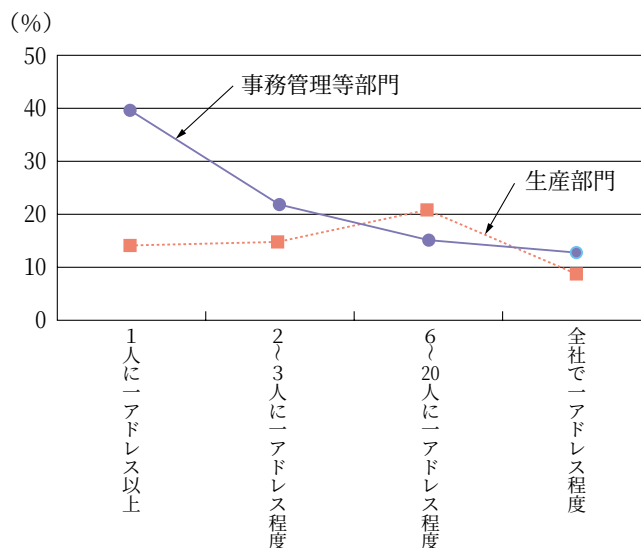
は様々な分野とレベルがある。ワープロ代わりにパソコンを導入することに始まり、事務計算、電子メールの送受、グループウェアの導入、一般管理・事務のコンピュータ化、営業・生産・流通等の本来業務の情報化、知識の共有、電子商取引などがあり、それぞれ導入の目的や期待する効果は異なる。さらに、厄介なのは、これらのシステムを使いこなすためには、それなりのノウハウと高い意識が必要になる、ということである。単純な業務の合理化・機械化を目的としたIT化投資（会計事務のコンピュータ化、金融機関におけるコンピュータネットワークやATMの導入、製造業における製造ラインの自動化等）については、業務の効率化への貢献は明確であり、その実績は証明ずみと考えて良い。一方で、電子メールの送受、グループウェアの導入、知識の共有、顧客対応の改善などのためのシステムは、これらを使う企業によって、成果は全く異なるものになることは明らかであろう³⁾。

図表10 事務管理等部門・生産部門におけるパソコン及びE-mailの設置状況⁽²⁾

①パソコン



②E-mailアドレス



(備考) 「事務管理等部門」とは、事務、管理、営業、販売等の部門を指す。
「生産部門」とは、財貨・サービスの生産が行われる部門を指す。

また、デル・コンピュータほどリテラシーの高い企業においても、デル自身が率先してインターネットの布教活動⁴⁾を行わなければならなかったことは、注目に値する。

なお、ある議論では電子商取引を念頭におき、また、別の議論では最新のKM（ナレッジマネジメント）等を念頭におくなど、限定された異なるITシステムを対象として検討し極端な結論に

走る例もあるため、研究結果を評価する際には十分な注意が必要である。

2.1 米 国

(1) 議論の経緯

IT投資が企業の生産性（労働生産性）に与える影響に関しては、ローチが、1970年代～1980年代のコンピュータ化の進展にもかかわらずサービ

ス産業における生産性の計測値の上昇に寄与していないと発表（1987年）し、また、ノーベル経済学賞受賞者のロバート・ソローが、「至るところにコンピュータ時代が現出している。ただし、生産性の数値を除いて。」と発言して以来、活発な情報化投資にも関わらず米国におけるマクロ経済及びミクロ経済の生産性が期待ほど上昇していない「生産性のパラドクス」として大きな議論を呼んでいた。

その後、1990年代後半に入って、一定の条件（組織のフラット化や人材育成等に努力）を満たす企業において情報化投資が生産性を上昇させているというミクロ的研究「生産性パラドクスを超えて」⁽⁷⁾（付録1）が出され、1997年夏には、米国経済についての「ニューエコノミー」論⁽⁵⁾が盛り上がった。

米国商務省のレポート「デジタル・エコノミー」の最新版「デジタル・エコノミー2000」⁽⁸⁾では、1995年以降の生産性上昇率が1972～1995平均の+1.4%/年と比べて2倍の+2.8%/年に増大したと

図表11 業種別、PC全体及び1998年度新規導入PCのネットワーク化率⁽⁴⁾

	全 体	新規導入分
製 造 業	82.8%	91.9%
インフラ業	68.9%	80.7%
サービス等業	80.8%	85.6%
（全業種平均）	78.9%	88.4%

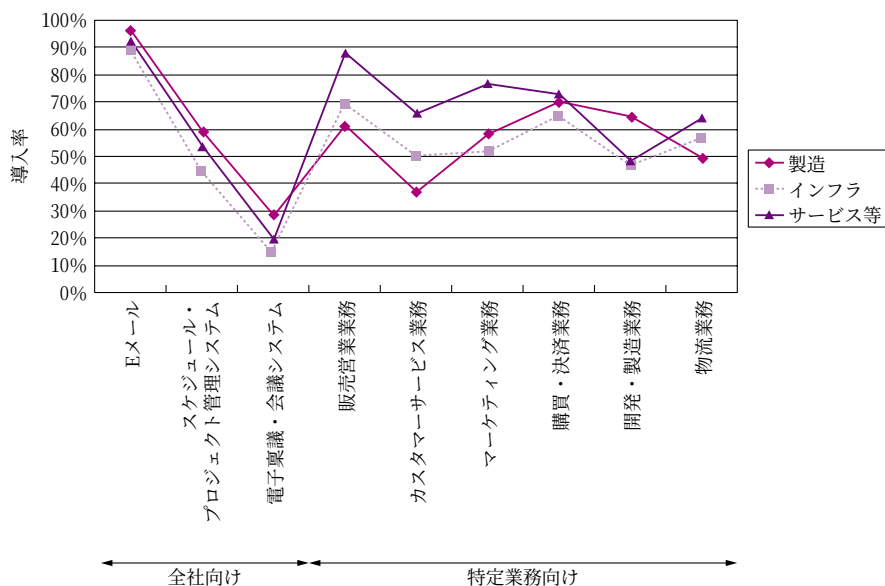
（注） インフラ業；鉱業、建設業、運輸業、電気・ガス・熱供給・水道業、通信業
サービス等業；卸売・小売・飲食店、金融・保険業、不動産業、情報サービス・調査業、サービス業

主張している（付録2）。これに対し、(3)項で述べるように、この変化と従来の景気の循環との違いが見出せない、とする意見も根強い⁽⁹⁾（付録3）。

なお、マクロ的に生産性の向上が数値に現れにくいことについて⁽⁶⁾、以下のような要素がある、といわれている⁽¹⁰⁾（付録4）。

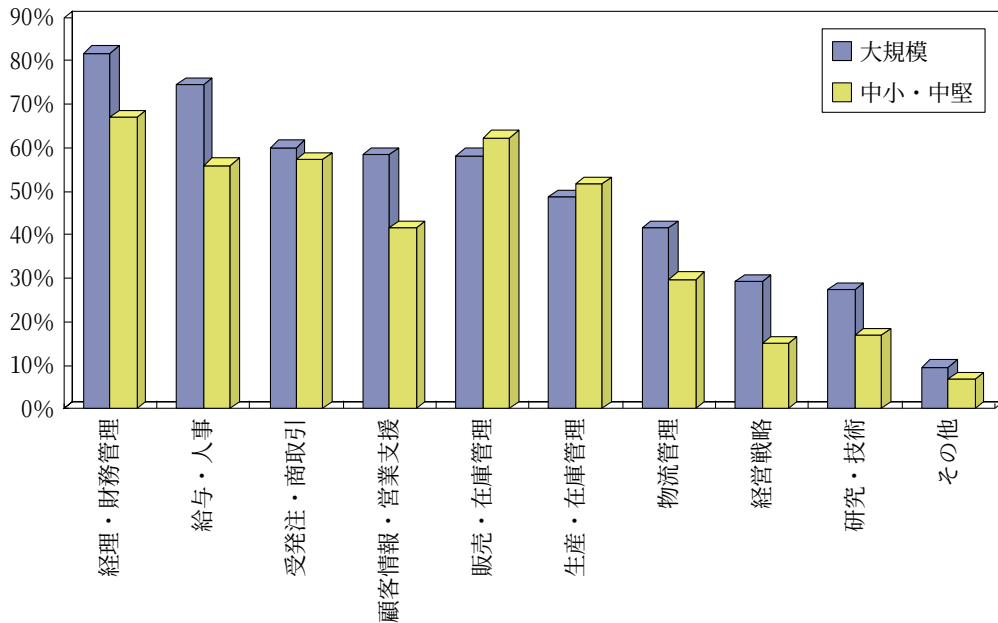
- ①時間的ラグ説：革新的技術により生産性向上の効果が現れるまでに時間が必要。ポール・デビッド（ス

図表12 業種別、情報通信アプリケーションの導入状況⁽⁴⁾

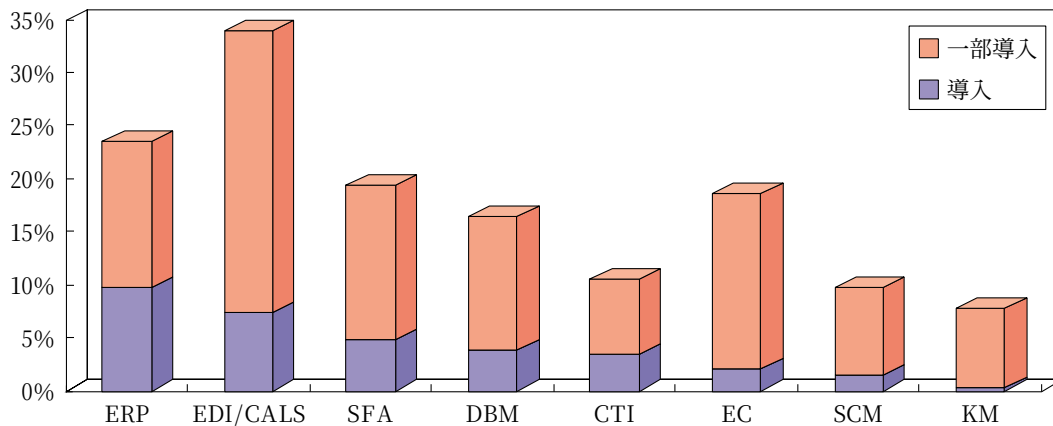


2) 最近のマクロレベルの研究では、(I)「IT産業の生産性向上」及び(II-①)「ITストックの蓄積」の2項目の合計を「(狭義の)ITの生産性上昇効果」として研究対象としている例が多い。

図表13 日本における企業規模別ネットワークの適用業務⁽⁵⁾



図表14 日本の大企業におけるITアプリケーションの導入状況⁽⁶⁾



タンフォード大/オックスフォード大)によれば、電気モーターは1880年代に導入されたが、生産性向上に効果を及ぼしたのは1920年代のこと。

②技術革新効果相殺説：旧セクターの縮小が同時発生し、効果を相殺

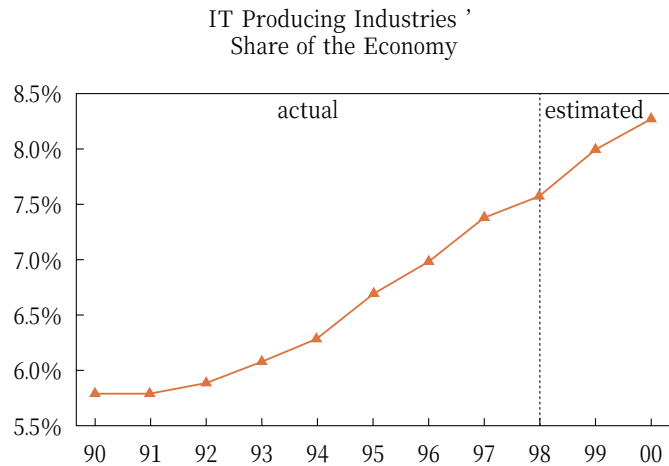
(2) 最近の研究

⑦「IT産業の生産性向上」及び「ITストックの蓄積（資本の深化）」

米国における最近の主な研究結果では、90年代後半の労働生産性上昇率が90年代前半と比べて1%程度高まっている中で、どの研究においても、「狭義の生産性向上」（「IT産業の生産性向上」及び「ITストックの蓄積」）の貢献度がその5～7割程度を占める、としている。⁽⁸⁾(付録5)

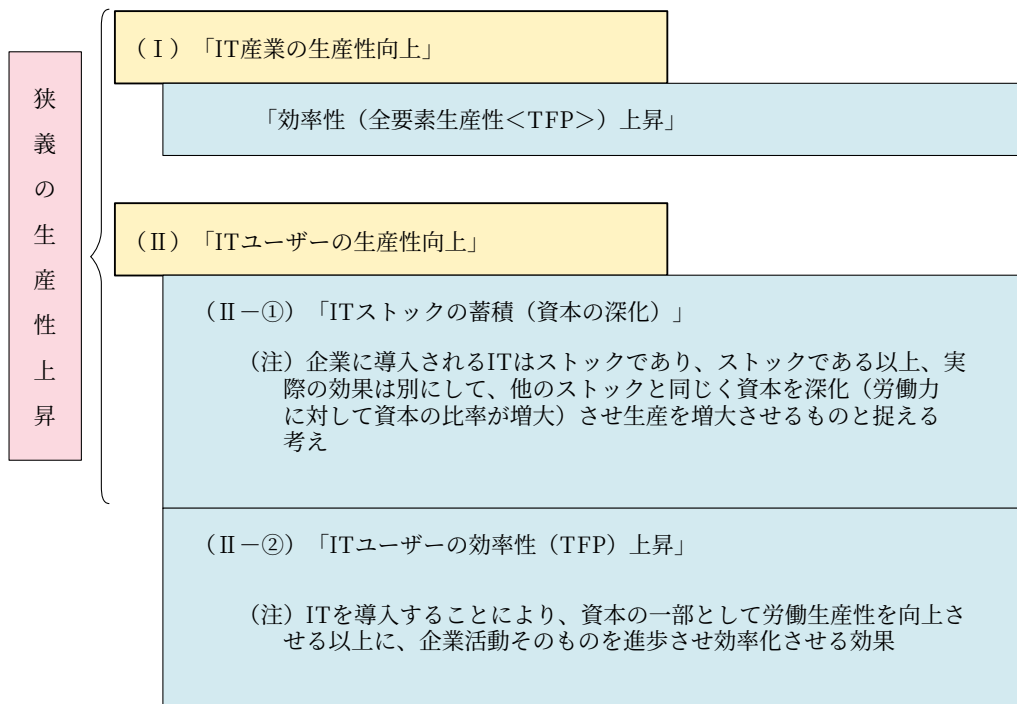
ただし、このうち「ITストックの蓄積」の効

図表15 米国IT産業の成長；GDPに対するシェアの変化⁽⁸⁾



source: ESA estimates based on BEA and Sensus data through 1997.
ESA estimates for 1999-2000 based on some data for 1998 and projections from ITA.

図表16 ITによる生産性向上の要素



- 3) 例えば、デル・コンピュータは、中間マージンを除き、顧客サービスを最重視するコンピュータの通販会社としてインターネットと無関係に成功していた。その後、導入したインターネットベースの電子商取引（EC）やサプライチェーン・マネジメント（SPM）、カスタマー・リレーション・マネジメント（CRM）は、それ以前の業務手法をインターネットベースに乗せ替えたものに過ぎない。
POSシステムを導入しているコンビニチェーンの中でも、セブン・イレブンのみが売上で他社に大きな差をつけているのは、商品需要予測を始めとするノウハウの蓄積による。
- 4) インターネットに親しんでもらうために、デル自身がPRポスターのモデルとなり、マネージャー全員にアマゾンで本を買わせ、ウェブ上での宝探しゲームを開催し、社員にメールを送り、また、ネットに関するクイズを作った。さらに、事業に役立つことを理解させるために、営業担当者を中心に、業務の効率化、顧客に対する付加価値サービスの提供につながることを繰り返して説明し、教育にかなりの投資を行っている。（「デルの革命」）

果については、IT化投資が他の資本と同様に生産性向上に貢献すると仮定し、これを前提として「ITストックの蓄積」に相当する生産性の向上が当然あるものとして計算が行われている。IT設備が資本として機能していれば（少なくとも無駄な投資でなければ）問題ないが、IT化投資には様々な種類があり⁷⁾、また、その生産性への効果についても不確実性⁸⁾が示されていることを考慮すると、もう少しITの貢献度は低いと見るべきであろう。

④ 「ITユーザーの効率性（TFP）上昇」

企業におけるITの導入には、「ITストックの蓄積」による業務の合理化を期待する場合と、ITが生産活動そのものを進歩させ効率化させる「ITユーザーの効率性（TFP）上昇」を期待する場合がある。後者の場合、IT導入がITユーザーの生産性を向上させる効果を、マクロ指標において直接的に計測することは困難である。

産業レベルでの間接的な検討ではあるが、以下のとおり、「IT利用者の効率性（TFP）向上」の寄与も小さくないとする研究¹⁾がある。

- 非IT業種におけるTFP上昇率（図表17）が、90年代後半においてかなり加速
- 90～94年と95～98年の非IT産業における、業種別の「TFP上昇率の変化」と「ITストック比率（ITストック／全資本ストック）の変化」との間の相関関係をみると、両者の相関度がかなり高い（図表18）。

しかし、図表18の中で、製造業、小売業、金融業を除く業種は、労働集約的なものが多く、情報化によって効率性を向上させるのが困難な分野の

ように思われる。また、製造業については、従来から非農業全体に比べて常に高い生産性上昇率を示してきており（図表19）、IT化投資の効果によって生産性が向上したと即断しにくい業種である。さらに、製造業の中で、図表18の「耐久財」についてはTFP上昇率が非常に高いのに対し、「非耐久財」はTFP上昇率が低いという解釈の難しい問題もある。また、産業レベルでの評価においては、「デジタルエコノミー2000」においても、IT化投資と生産性の相関について明確な証拠は見られないとされている。また、そこで紹介されたいくつかの研究でも、（証券業、投資会社等を除き）生産性の上昇はあっても効率性（TFP）の上昇への貢献は明確でないとされている^{9) (8)}。したがって、図表18のデータだけで相関関係の有無を判断するのは尚早であり、各業種毎の生産性の推移やその他の特徴を詳細に分析する必要があるだろう。

③ 議論の動向

米商務省の「デジタルエコノミー2000」では、「最近までエコノミストは、コンピュータのアメリカ生産性への影響は、非常に好調な経済条件下における一過性のものであると考えてきた。しかし、彼らは、1995年以来のアメリカの産出と生産性の大幅上昇が、ITによる構造的なものであることを認めはじめている。」とし、さらに、同書における結論として、「マクロ経済レベルでも企業レベルでも、ITは全般的な生産性向上に大きな役割を果たしている。企業レベルの研究によると、必要な組織変更などを実施する企業は、そう

5) ニューエコノミー論の主な根拠は、以下のとおり。

- ・コンピュータ化されたサプライチェーンにより、在庫がリアルタイムで監視できるため、生産が販売を超えて在庫が膨らむという悪循環がなくなった。
- ・生産性の向上と、既存ビジネスとネットビジネスの競争により、インフレが抑制される。

6) 従来、GDP統計に、ソフトウェア等が計上されていない、という統計不備説もあったが、これについては、米国のGDP統計においてソフトウェアが固定資産として計上される形で変更が行われ、解決された。

でない企業に比べて、ITを有効活用できる。」としている。しかし、その一方で「産業レベルの研究ではITの生産性への寄与はあまり明確でない。これは、多くのサービス業で産出の測り方に問題があるため」であり、「IT多使用サービス業の産出が、より正確に求められない限り、IT産業以外では、ITの労働生産性への寄与があまり大きくないという可能性を排除できない」と指摘している。

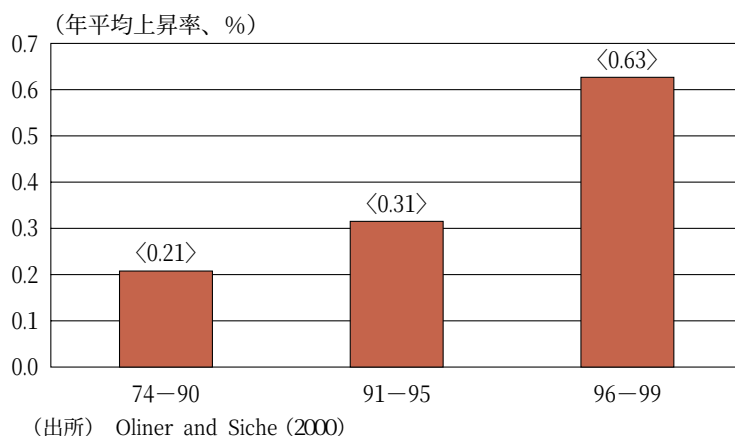
比較的客観的で、公平な分析のように思われるが、マクロ経済レベルにおいては、企業におけるIT利用の効果を「IT資本の深化」で計測するFRB等の研究を基礎に議論が行われており、これは、ITの利用が他の資本と同様のレベルで生産性を向上させるとの前提があることを思い出す必要が

ある。

ザ・エコノミスト⁽¹¹⁾によると、現在、ITによる生産性向上の効果を積極的に評価しているのは、商務省、FRBを始めとする米国政府（含む経済白書）、及びOECDを中心とするグループである。特に、グリーンズパンFRB議長が米国経済界に強い影響力を与えており、FRBのStephen Oliner及びDaniel Sichel⁽¹²⁾は、最も楽観的な勢力とされている。

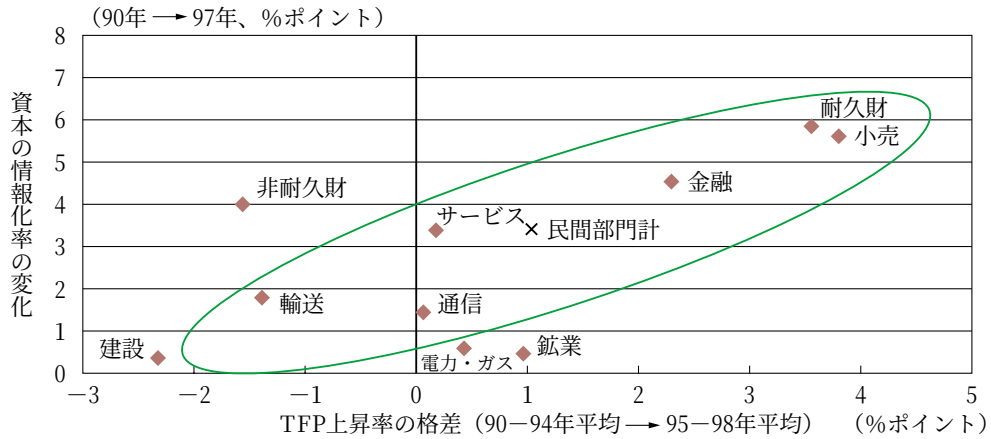
これに対して、「最近の生産性向上はIT産業を除き景気循環の影響に過ぎない」（ロバート・ゴードン；ノースウェスタン大⁽¹⁰⁾）、「最近の生産性の向上は、主として低金利による資本コストの低下によるもの」（ポール・ストラッスマン；ゼロックスの元CIO）という極端な見方や、「少なくとも

図表17 米国における非IT産業のTFP上昇率⁽¹⁾
(年平均上昇率、%)



- 7) 製造業における製造ラインの自動化については、その実績は証明済みであり、また、金融機関におけるコンピュータネットワークやATMは、長年かけて確立してきたもので、確かに業務の効率化への貢献は明確と思われる。しかしながら、「デジタルエコノミー2000」においても、産業別の研究において多額のIT投資を行うサービス産業（保健、対企業サービスなど）で生産性低下が観察されると指摘している。問題は、産出の公的測定値が適切でないことにあると思われるため、その改善を待つ必要がある。また、IT化投資といっても、従来からの製造ライン自動化もその一つであるし、最近のITシステムにおいても図表8「情報化のフロー」に示したように、ワープロ代わりにパソコンを導入することから始まり、電子メールの送受、グループウェアの導入、一般管理・事務のコンピュータ化、営業・生産・流通等の本来業務の情報化、知識の共有、電子商取引など様々なレベルがある。
- 8) 企業単位のミクロレベルの研究「生産性パラドクスを超えて」において、ITの導入で生産性が向上するのは、企業が組織のフラット化や職員の情報リテラシー向上のための努力などを十分に行った場合、という条件がつけられている。このように、企業の対応次第でIT化投資の効果が現れ、逆に無駄な投資で終わることもあるため、IT投資が他の資本と同様に一律に生産性を向上させるというのは、若干乱暴な仮定と思われる。

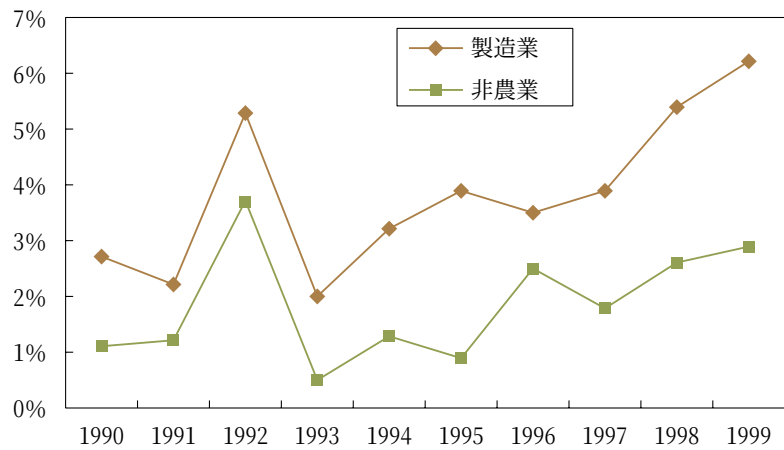
図表18 TFP上昇率と資本の情報化比率との相関関係⁽¹⁾



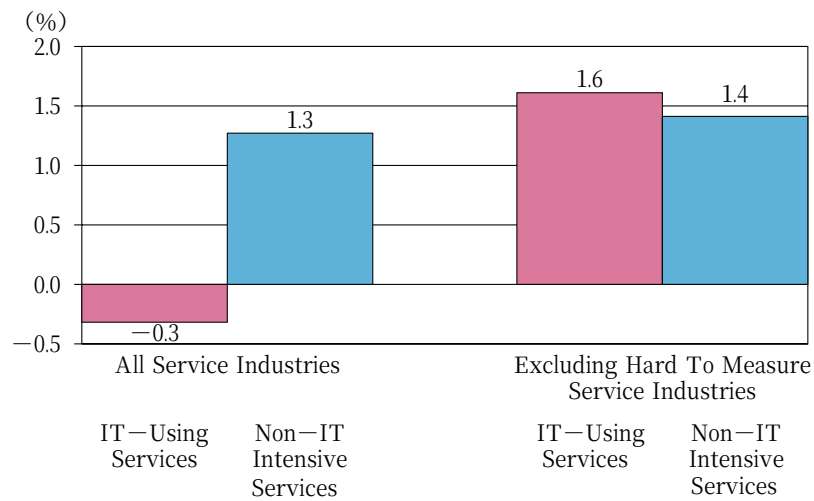
(注1) 資本の情報化立=ITストック/資本ストック合計×100

(注2) TFPはコブ・ダグラス型生産関数を仮定して計算した。

図表19 米国の労働生産性の推移 (米労働統計局)



図表20 サービス産業の生産性の上昇率⁽⁸⁾



も生産性向上とITとの関連が統計的に実証されていない」(ブラインダー；プリンストン大、ポール・デビッド；スタンフォード大/オックスフォード大)、「トレンドを見る限り、『過去100年間で比べてうまくやっているという兆候はない。これまでどおりだ』というしかない」(ポール・ローマー¹¹⁾；スタンフォード大)、とする意見も根強い。また、産出が高い伸びを示しているときは、一般に労働生産性が高まる傾向にあるため、ロバート・ソローは、「もし最初の景気後退後も、この生産性改善が続くようなら、自信を深めても良いだろう」という云い方で注意を喚起している(デジタルエコノミー2000)。

しかし、IT産業の成長が経済全体の生産性を押し上げていることについては、誰も反対していないし、また、ミクロの企業レベルでは、ITを活用することにより生産性を大幅に向上させている企業が多数あることも事実である。

ザ・エコノミスト⁽¹¹⁾は、これらの議論を比較的冷静に分析し、最近の成長率についての熱狂が、現時点の好景気によって誇張されていることはほぼ間違いない、とする一方、インターネットが企業組織の変革を促進することにより生産性を向上させる引鉄となっていること、公式の経済指標はITの効果を過小評価させている¹²⁾ことも指摘している。

一方、例えば、生産性上昇がITの効果であったことが明確になったとしても、米国の経済が将来にわたって好調を維持できるという「ニューエコノミー論」を保証するものではない。「生産性の上昇率を維持するためには、新技術の導入ペース

も上昇させていく必要がある」(Jack Triplett：ブルッキングス研究所)のであって、ニューエコノミー論を早くから提唱した一人であるMichael J. Mandelも最新の著書「来るべきインターネット不況」⁽¹⁴⁾の中で、株価低迷によってベンチャーキャピタルからの新興ハイテク企業へのマネー流入が絶たれることにより、ITの導入ペースが衰えれば、米国にも長い不況が訪れかねないと警鐘を鳴らしている。

(参考) アンソニー・パーキンス等は、その著書「インターネット・バブル」⁽¹⁵⁾の中で、ニューエコノミー論的な概念は、米国の歴史の中で、常に見られた考え方だと指摘している。そこで挙げられている例は、以下のとおり。

① 19世紀末：鉄道ブームとカムストック鉱脈のシルバー・ラッシュ

② 1920年代：フロリダの不動産ブーム、電気モーターによる生産性の向上やT型フォードに始まるモータリゼーション

フロリダの不動産ブームが1927年に崩壊した後も、株式市場は加熱し続け、フォーブス誌が「この5年間で、米国は新しい産業の時代に入った。我が国は、産業面でも経済面でも、とんとん拍子どころか、劇的なまでに前進しつつある。」(1929.6)と書いた4ヶ月後、米国の株式市場は大暴落を迎えた。

③ 1960年代

同じくフォーブス誌が「この10年の間に経済に生じている出来事によって、我々は、新しいとまでは言わないまでも、これまでとは違った時代に入った。従来の考え方や市場への標準的な対応の

9) 図表20の左側のグラフのとおり、サービス産業においてIT化投資が多い業種で逆に生産性が低下している。産出の測定が困難な10業種を除いた右側のグラフでも、ようやくIT多使用の業種がIT少使用の業種よりも僅かに生産性の成長率が上回っているに過ぎない。

10) ゴードンの議論はBtoCを中心に過ぎた議論で公平さを欠いたものとの指摘がある⁽¹¹⁾。

11) イノベーションやそれを促す市場のインセンティブなどがあれば、成長のペースを加速することは可能、という「新しい成長」理論を主張しているが、現状認識については、上記のとおり。

仕方は、もはや現実の世界とはそぐわないものになっている。」(1968.10)と書いた直後、6年間にわたる景気後退が始まり、株価は実質60%下落した。

④ 1980年代；パソコン・ブーム

ベンチャー・キャピタルによる投資が41億8000万ドルに達し、ハーバード・ビジネススクール卒業生の30%がウォール街に就職した3ヶ月後(1987年10月)、株価が大暴落し、ベンチャーキャピタルの投資が12億7000万ドル(1991年)に低下。

しかし著者は、その一方で、パソコン・ブームはディスクドライブ事業に潤沢な資金を供給し、クオインタムやシーゲートといった世界のリーダー企業を生み出したことも指摘している。

2.2 米国と他国の比較

IT化投資は、米国以外の先進国においても活発に行われているが、大部分の欧州諸国や日本においては、その効果があまり大きく現れていないといわれている。

(1) 世界各国との比較

OECDの研究⁽¹⁶⁾によれば、ITによるTFP成長率の上昇分(1990年代)について、景気循環の効果を補正した後でも、オーストラリア、カナダ、スカンジナビア諸国では0.5%以上を確認できたが、欧州の大国及び日本では確認できなかった、と報告している。

このようにIT化投資の効果が一般的に現れていない理由の一つとして、資本ストックに占めるITストックの割合が、米国の7%に対して日本やドイツでは3%程度と低いことが指摘されている⁽¹¹⁾。また、米国のMichael J. Mandellは、米国

と日欧の違いの原因として、以下の事項を指摘している⁽¹⁷⁾。

- 日欧は、IT導入を支える金融面において、ベンチャーキャピタルによるリスク負担能力で米国に遅れをとっている。
- 欧州及び英国の中央銀行が、インフレ懸念に過敏な政策をとることで、投資を正当化するための需要を殺している可能性がある。

各国のIT化投資比率(ソフトウェアを除く)を比較すると、図表21に示すように、米国に比べ、日、独、仏等のIT化投資比率はかなり低い。

一方、各国のIT産業の拡大と経済全体の効率性(TFP)の関係(図表22)、及び、各国のIT投資比率の上昇率と効率性(TFP)の上昇率との関係(図表23)を俯瞰すると、一定の相関関係が認められるとしている。

IT産業(スウェーデン、フィンランドの携帯電話を含む)が経済全体の牽引役となっていることは確かであろう。また、IT化投資により生産性が上昇する傾向があることも認められる。しかし、個々の国には各々の状況があり、IT産業及びIT化投資以外の要因も相当に大きいと思われる。したがって、個々の国におけるIT化投資の効果については、個別に詳細な検討が必要である。

(2) 日本における効果の現状

日本におけるIT化投資効果の研究は、まだ始まったばかりである。以下に、その先駆けとなる研究例を示すが、ミクロ経済レベル以外では明確な傾向を得るには至っていない。

- ㊦ IT化、人的資本、企業組織と、生産性の関係
- ミクロ経済レベル(企業単位)の研究では、IT化がその効果を発揮して幅広い生産性上昇に繋がるためには、人的資本や企業組織のあり方の変革

12) 産出の測定が難しいサービス業のことと思われる。

も同時に必要、という米国と同様の結果が得られた⁽²⁾（付録6）。

① ITユーザー企業におけるIT化投資効果

産業別（16業種）のコンピュータ・ストック（ハード及びソフト¹³⁾）の労働生産性及び効率性（TFP）に対する寄与について調査した結果⁽²⁾、労働生産性については「輸送機械」及び「卸売・小売業」の2業種のみで、また、TFPについては6業種（輸送機械、電気機械、精密機械、建設業、卸売・小売業、金融・保険業）のみで（図表24）、寄与が認められた¹⁴⁾。その結果は、「限定的ないくつかの業種について、その可能性が示唆される程度」としている。

㊦ IT投資効果に対する企業の意識

企業サイドで把握しているIT化の効果についても、以下のとおり、あまりはっきりした結果は得られていない⁽²⁾⁽⁴⁾（付録6、付録7）。

- 「サービスの向上」、「社内情報の共有化」、「業務の合理化、効率化」、「企画力等の向上」など外部からは分かりにくいものを中心。
- 「売上高等の増加」、「新規顧客の獲得」、「新サービス等の開始」といった量的拡大に関する

効果はそれほど広範に現われていない。

- 「組織のフラット化」が進展したと回答した企業も比較的少ない。

(3) 日本社会の課題

「IT化が進むと同時に、人的資本のレベルが高く、企業組織のフラット化が進んだ企業こそが、相対的に高い生産性を享受する可能性が高い」、すなわち、「IT化がその効果を発揮して幅広い生産性上昇につながるためには、人的資本や企業組織のあり方の変革も同時に必要」⁽²⁾（付録7）ということについては、ようやく、日本企業の認識も高まりつつある⁽¹⁹⁾（付録8）。今後は、以下の点について改善を図っていく必要があるだろう。

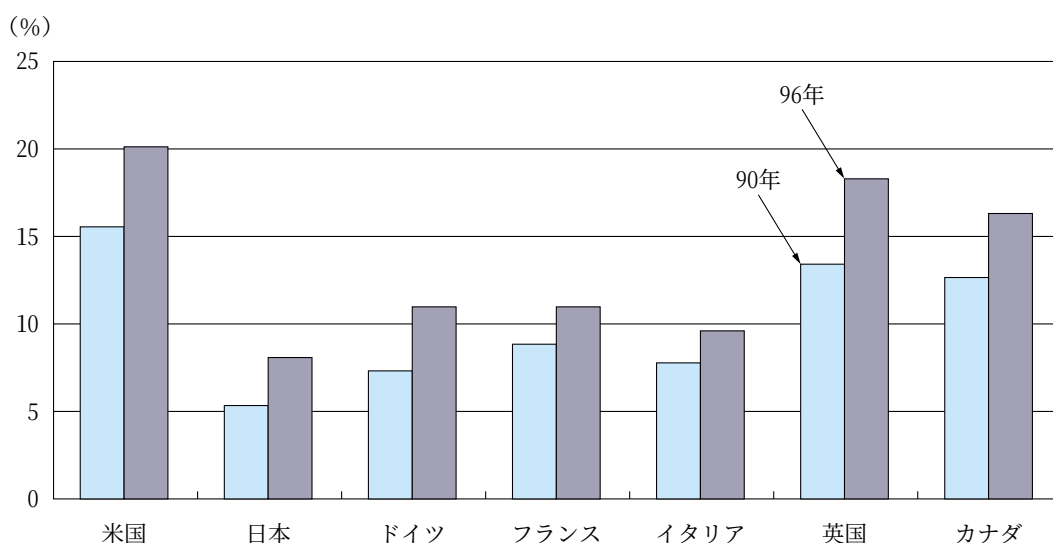
㊦ 人材⁽³⁾

- 情報化の目標とステップを明確にできるトップの不在¹⁵⁾（付録8）
- 業務とITをコーディネートできる人材の不足

① システム⁽³⁾

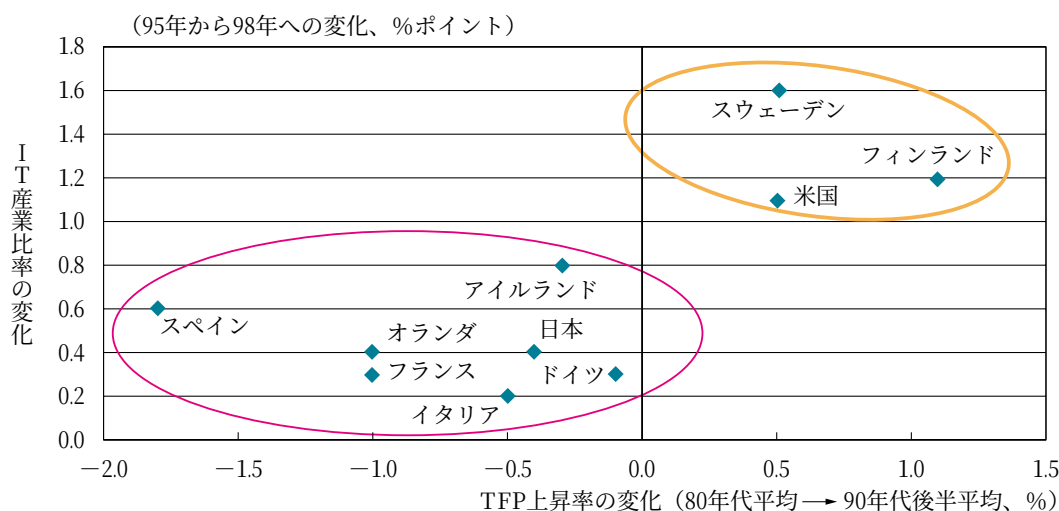
- 個人をサポートするシステムへの転換が進んでいない
- 非定形文書データやファジーなデータをマイニ

図表21 各国における設備投資中のIT化投資（ソフトウェアを除く）の比率



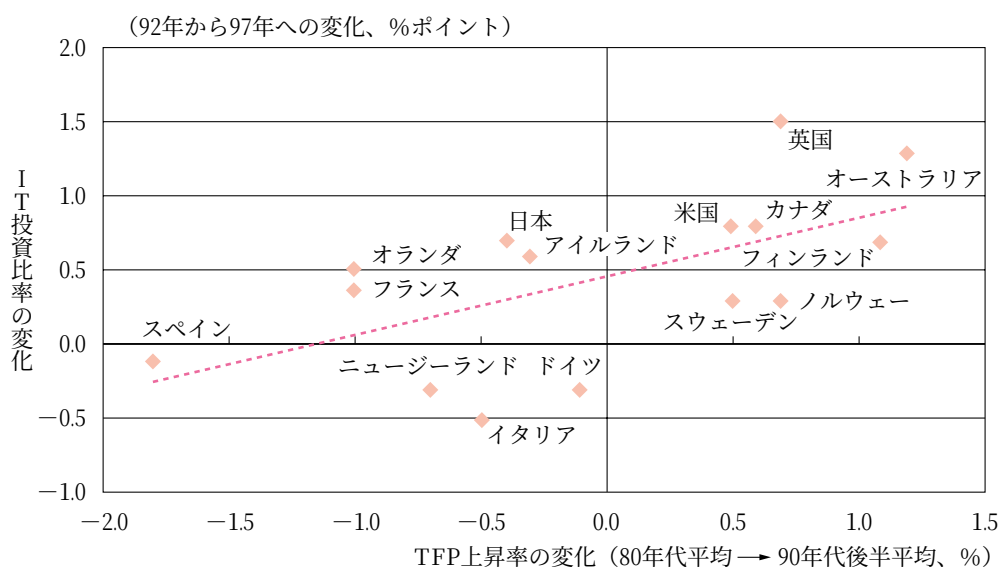
(注) ソフトウェア等を除くベース
(出所) Sehreyer (2000)

図表22 各国におけるIT産業の拡大と経済全体の効率性（TFP）上昇率の関係⁽¹⁾



(注) IT産業比率は、IT産業の付加価値の名目GDPに占める割合

図表23 各国のIT投資比率上昇率と経済全体の効率性（TFP）上昇率の関係⁽²⁾



(注) IT投資比率は、IT投資/GDP比率

(出所) Bassanini, Searpetta and Visco (2000), Daveri (2000), Credit Suisse First Boston Securities (2000)

ングできるソフトへの不足

- ソフト、文書規格の統一ができていない

㊦ 慣習、規制⁽¹⁸⁾

- 閉鎖的といわれる日本独自の取引慣行の見直し

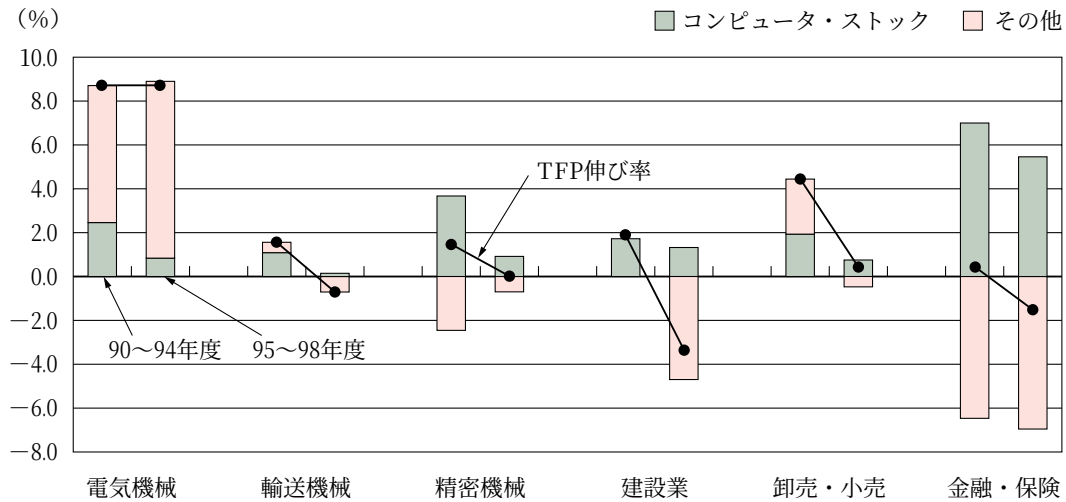
- 再販価格制度、酒類、医薬品販売の規制、懸賞規制等の規制緩和策

13) コンピュータこそが仕事のやり方そのものを変えるものとして、上記ア及び米国における大部分の研究と異なり、通信設備等を含めていない。

14) このうち、電気機械、建設業、卸売・小売業、金融・保険業についてはコンピュータ・ストック比率の高い業種であるが、輸送機械及び精密機械についてはコンピュータ・ストック比率の低い業種である（図表6）。

15) 米国のCIO（チーフ・インフォメーション・オフィサー）も、5年程度以前には現在の日本と同じように、その権限が情報化のみに限定されていたため、期待されたような成果が上がらなかった。その反省から、最近の米国では、CIOに対し、企業の情報化だけでなく組織や業務形態の見直しの権限を与えることが一般的になっている。

図表24 業種別TFP上昇率の要因分解⁽²⁾



参考文献

- (1) 斎藤克仁「ITの生産性上昇効果についての国際比較」日銀、2000.10
- (2) 経済企画庁「IT化が生産性に与える効果について」2000.10.31
- (3) 田村正紀（プレジデント、2000.10.30）
- (4) 郵政研究所「1999年度アンケート調査」（2000.1）
- (5) 日本情報処理開発協会「1999年度コンピュータ利用状況調査」
- (6) JISA（情報産業サービス協会）「情報システム化の現状と将来動向の調査」（1999.9）
- (7) エリック・ビルンジョルフソン、ロリン・ヒット「生産性パラドクスを超えて」（1998.8）
- (8) 米国商務省「デジタル・エコノミー2000」
- (9) 篠原三代平「異説・IT革命論」（エコノミスト2000.10.3）
- (10) 池田琢磨「情報化による生産性向上について」（郵政研究所月報No. 124（1999.1））「続・情報化による生産性向上について」（郵政研究所月報No. 140（2000.5））
- (11) ザ・エコノミスト「Solving the Paradox」、2000.9.23
- (12) Stephen D. Oliner, Daniel E. Sichel「The Resurgence of Growth in the Late 1990s: Is Information Technology the Story?」（FRB, May, 2000）
- (13) Paul David「Digital Technology and the Productivity Paradox: After Ten Years, What Has Been Learned?」（Stanford Univ. & Oxford Univ., May 20, 1999）
- (14) Michael J. Mandel、ビジネスウィーク編集委員「来るべきインターネット不況」
- (15) アンソニー・パーキンス他「インターネットバブル」（2000.4.17）
- (16) Andorea Bassanini他「knowledge, technology and economic growth: Recent Evidence From OECD Countries」（Economics Department Working Papers No. 259）2000.10
- (17) Michael J. Mandel「The New economy-It works in America. Will it go global?」
- (18) 湯元健治（Japan Research Review, 2000.10）
- (19) 経営科学研究所「IT経営度調査（第1回）」2000.4
- (20) 日本総合研究所2000.4
- (21) 杉山博史「個人及び企業におけるIT利用と効果」郵政研究所月報2000.11

付録1 IT利用の効果についてのミクロ的分析

IT利用による企業単位（ミクロ）の生産性向上については、米国の1,300社を対象とした研究「生産性パラドクスを超えて」⁷⁾がある。

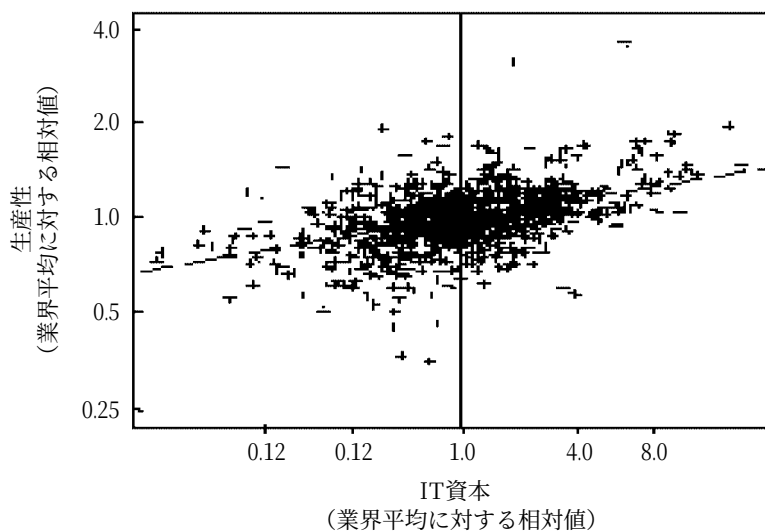
ここでは、従来のようにIT投資額だけを要因として生産性への影響を分析するのではなく、組織の分権化（フラット化）や人材育成の程度を考慮すべきことが指摘されており、付図表1－1、2のように、IT投資に組織の分権化等が伴わないと生産性の向上が期待できず、逆に、組織の分権化に否定的な企業が大きなIT投資を行うと、そのIT投資がサンク・コストとなるため、却って生産性が低下する、という結果が示されている。

付図表1－1 米国におけるIT投資及び組織の分権化と生産性の関係⁷⁾

		IT投資	
		低	高
組織の分権化等	低	0 %	－3.66%
	高	+1.61%	+4.55%

（注） 数字は「IT投資」、「組織の分権化等」とともに「低」の場合を基準（0 %）とした相対値

付図表1－2 生産性のIT投資に関する企業間の多様性



付録2 「米国における生産性の推移」⁽⁸⁾

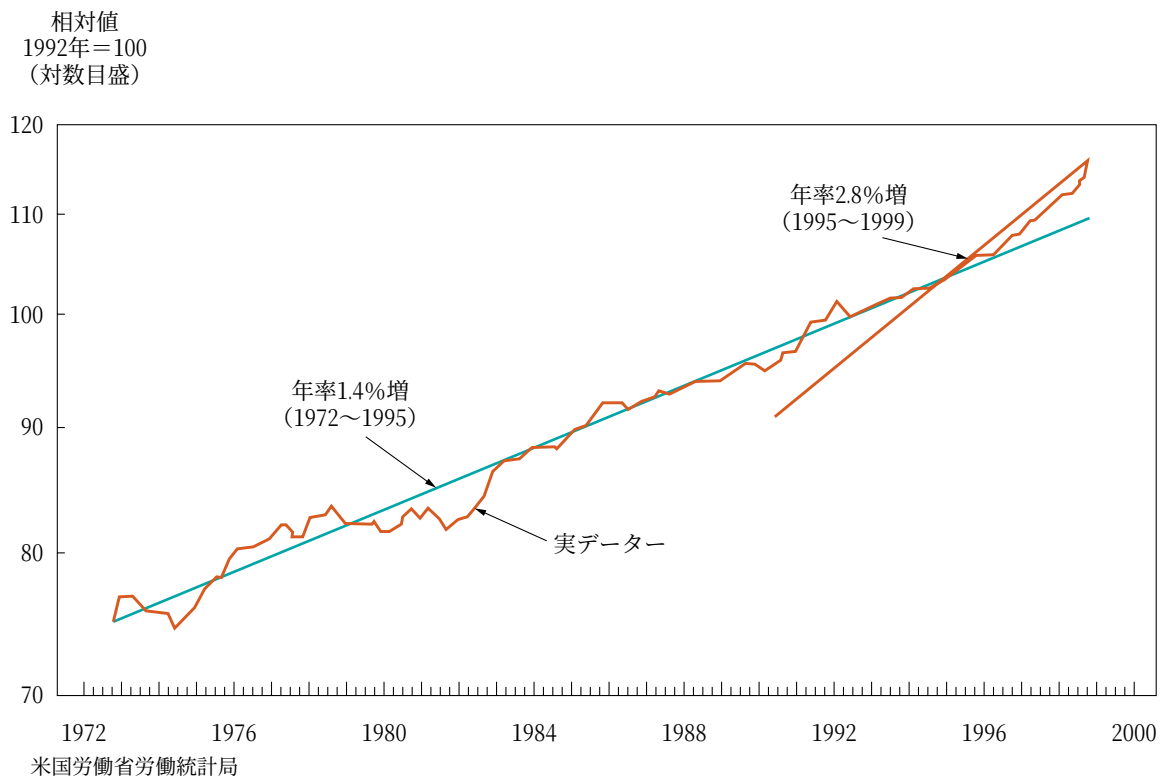
米国の生産性について、米国商務省の報告書「デジタル・エコノミー」シリーズの最新版「デジタル・エコノミー2000」⁽⁸⁾では、以下の2点が示されている。

①「IT産業」が急成長しGDPに対するシェアも着実に増大させている。

②「非農業産業」全体の生産性のデータ（付図表2-1）で、1990年代後半にその傾きが上向いている。

ただ、上記②については、同図の生産性曲線を直線近似する際、2本目の直線を引くために十分な期間のデータがあるといえるのか、疑問が残る。

付図表2-1 米国における非農業生産性の推移⁽⁸⁾



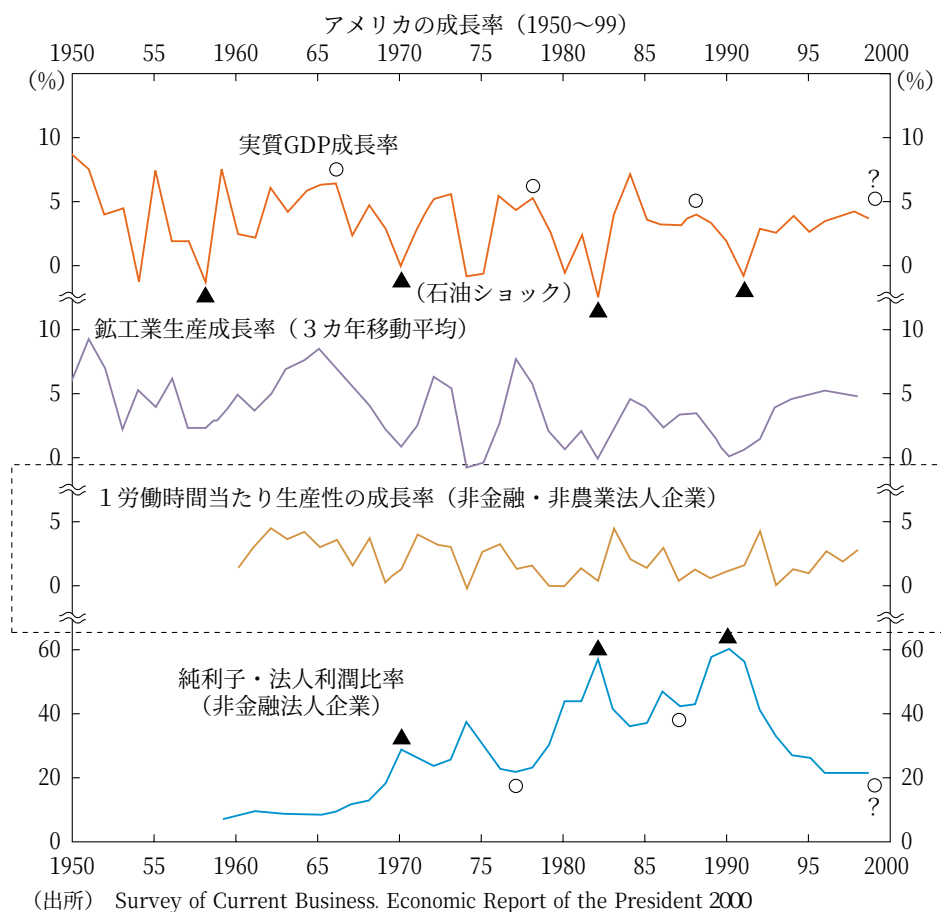
付録3 米国の生産性向上についての疑問（例）

大統領経済報告のデータを付図表3-1に示す。この図では「非金融・非農業の生産性上昇率」の顕著な上昇は認められず⁽⁹⁾、1990年代後半に生産性の上昇率が高まっているとはいえない。

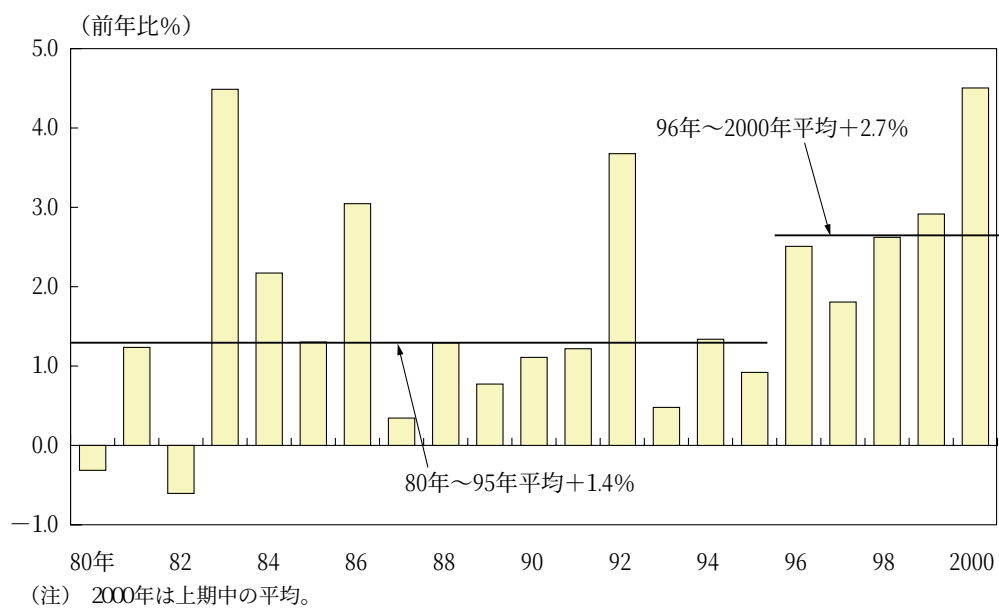
一方、付図表3-2は、同じ生産性上昇率のデータを1980年～2000年で切り取って拡大し、1990年代後半とそれ以前を対比したものであり、

デジタルエコノミー2000等の議論のベースとなっているものである。しかし、1990年代後半に生産性上昇率が高まっている「可能性」があることは否定できないが、この図だけからは、1990年代後半において生産性上昇率が従来よりも明らかに高まっていると結論付けることは、難しいと思われる。

付図表3-1 米国におけるGDP、生産性等の成長率の推移



付図表3－2 米国の労働生産性上昇率（非農業部門）⁽¹⁾



付録4 IT投資による生産性への影響についての統計的問題

米国においてIT投資の効果として生産性の変化が統計的に現れてこなかった理由については、以下の4種類の説がある。

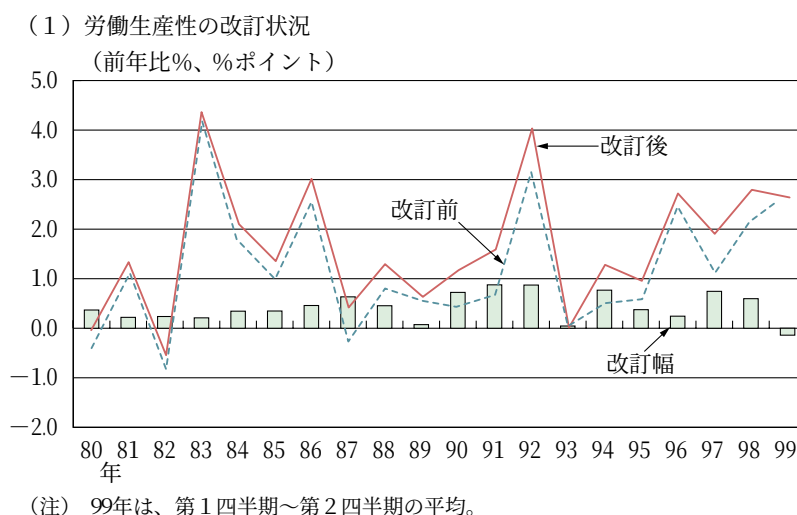
- ①「時間的ラグ説」：蒸気機関や電気の発明のように、革新的な技術の採用と生産性向上までには相当の時間が必要〔ポール・デビッド（オックスフォード大）等〕
 - ②「技術革新効果相殺説」：新セクターの急拡大と旧セクターの相対的縮小が同時発生（IT革命により、既存の企業間・企業／消費者間の取引、流通経路が縮小など）
 - ③「資本蓄積過小説」：既存の資本ストックが十分大きいため、情報化投資に伴う資本ストックの追加の影響が相対的に小さくなる
 - ④「統計不備説」：ソフト等の新たな財を統計が補足していない、など
- これについて、郵政研究所⁽¹⁰⁾の検討結果では、

①「時間的ラグ説」及び②「技術革新効果相殺説」は妥当するが、③「資本蓄積過小説」は妥当しない、とされている。

また、④「統計不備説」については、米国政府が、これまで中間投入財として扱ってきたソフトウェア¹⁶⁾を無形固定資産に計上するGDP統計の遡及改訂を行ったため、付図表4－1のように、GDP成長率の上方修正幅が大きくなった。特に、95～97年の業種別データでは、金融及び卸売業界において上方修正幅が極めて大きくなっている。

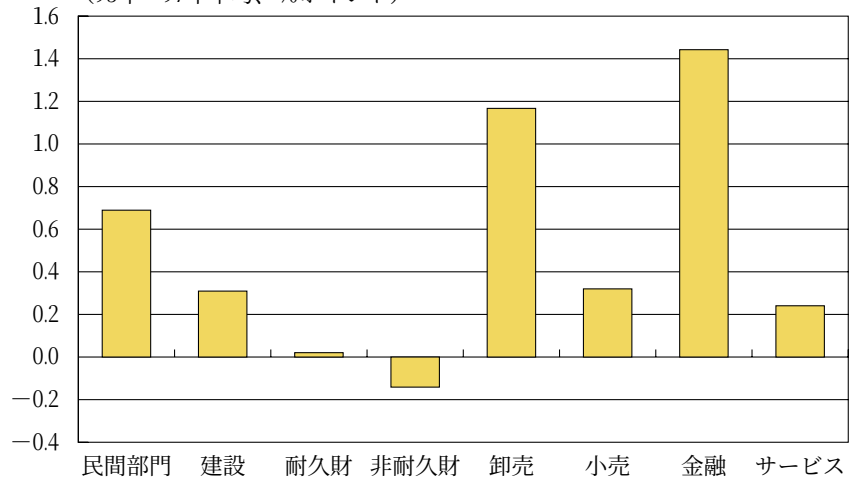
同様に日本政府も、今年10月、ソフトウェアをGDP統計に含めるため、国民経済計算を改訂した。

付図表4－1 米国におけるGDP成長率の改訂の影響^(a)



16) ソフトウェアには、①外注ソフト、②内製ソフト、③汎用ソフトの3種類がある。
米国では、これら3種類のすべてが統計に含まれているが、日本では、②及び③は統計に含まれていない。しかしながら、①に比べて②及び③の規模が6分の1程度といわれており、大きな違いにはならないと思われる。

(2) 業種別の労働生産性改訂状況
(95年～97年平均、%ポイント)



(注) 95年～97年における改訂後の平均伸び率から改訂前の平均伸び率を差し引いたもの

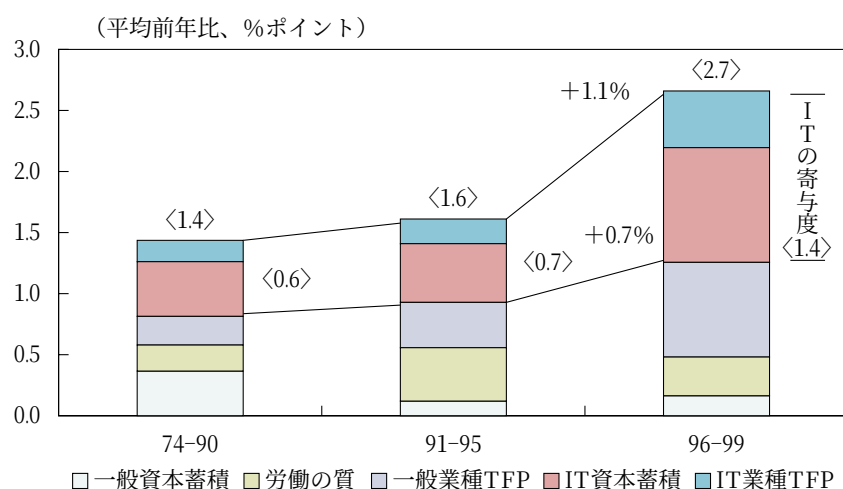
付録5 「IT産業の効率性上昇」及び「ITストックの蓄積」の効果

米国における最近の主な学術的研究では、付図表5－1及び2に示すように、90年代後半に90年代前半と比べて労働生産性上昇率が1%程度高まっている中で、「IT産業」の貢献（①「IT産業の効率性（TFP）向上」及び②「IT産業のストッ

ク（資本）蓄積」）がその5～7割程度を占める、とされている⁽⁸⁾。

これらの研究結果は、コンピュータ等のIT産業が成長し、その他の産業でもITへの設備投資により資本が蓄積されることにより、労働生産性

付図表5－1 労働生産性の向上に対する「IT産業」及び「IT資本蓄積」の寄与度



(注) ITの寄与度は、IT資本蓄積要因とIT業種TFP要因の合計

(出所) Oliner and Sichel (2000)

付図表5－2 米国の労働生産性に対するITの貢献度⁽⁸⁾

		Jorgenson & Stiroh	Oliner & Sichel	Whelan	大統領経済 レポート	議会予算局
比較期間		90—95年→ 95—98年	91—95年→ 96—99年	74—95年→ 96—98年	73—95年→ 95—99年	74—99年→ 95—99年
技術進歩	①IT産業	0.19%	0.26% ^(*)	0.27%	0.23%	0.20%
	他産業	0.44%	0.41%	n.a.	0.70%	n.a.
ITユーザの 資本の蓄積	②IT投資	0.31%	0.45% ^(**)	0.46%	0.47%	0.40%
	その他	0.18%	0.03%	n.a.	n.a.	n.a.
③労働生産性の加速		1.0%	1.04%	0.99%	1.47%	1.10%
④ITの貢献 (①+②)		0.5%	0.71% ^(***)	0.73%	0.70%	0.60%
生産性の加速に対する ITの貢献度 (④/③)		50.0%	68.3%	73.7%	47.6%	54.5%

(*) 「IT産業」のTFPの上昇（付図表5－3）は、96～99年における産業全体のTFP上昇率+1.25%を+0.47%（約5割）高めており（付図表5－4）、91～95年と比べるとTFP上昇率を+0.26%高めた（TFP上昇率の加速）ことになる。

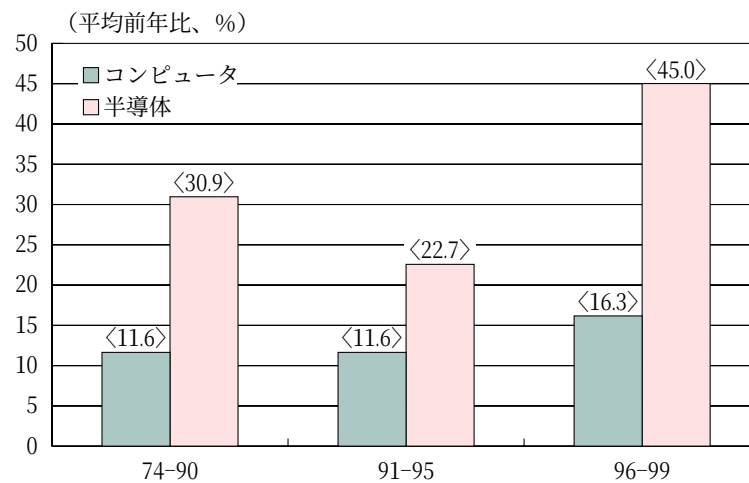
(**) 資本ストック中のITストックの割合は99年末に14%弱に増大（付図表5－5）。「IT資本」の蓄積が生産性上昇率に及ぼす貢献は、91～95年の年平均+0.48%から、96～99年の+0.94%へと、+0.46%増加（付図表5－6）。

(***) 全産業のTFP上昇+1.1%に対する「IT産業」及び「IT資本蓄積」の貢献の合計は、+0.71%（付図表5－7）。

を押し上げていることを主張しているが、これは、
ITの効果が蒸気機関や電気の効果と同様に必ず
生産性向上に結びつくとする議論である。

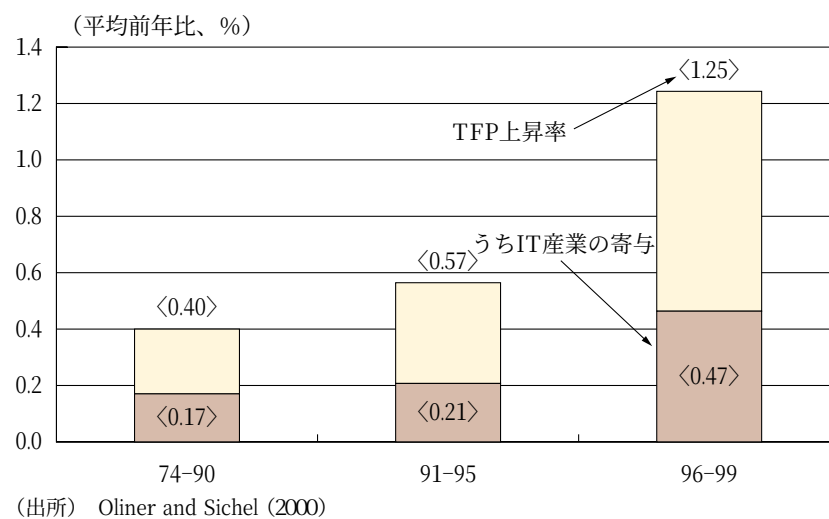
付図表5－3 「IT産業」①^㉒

IT産業のTFP上昇率



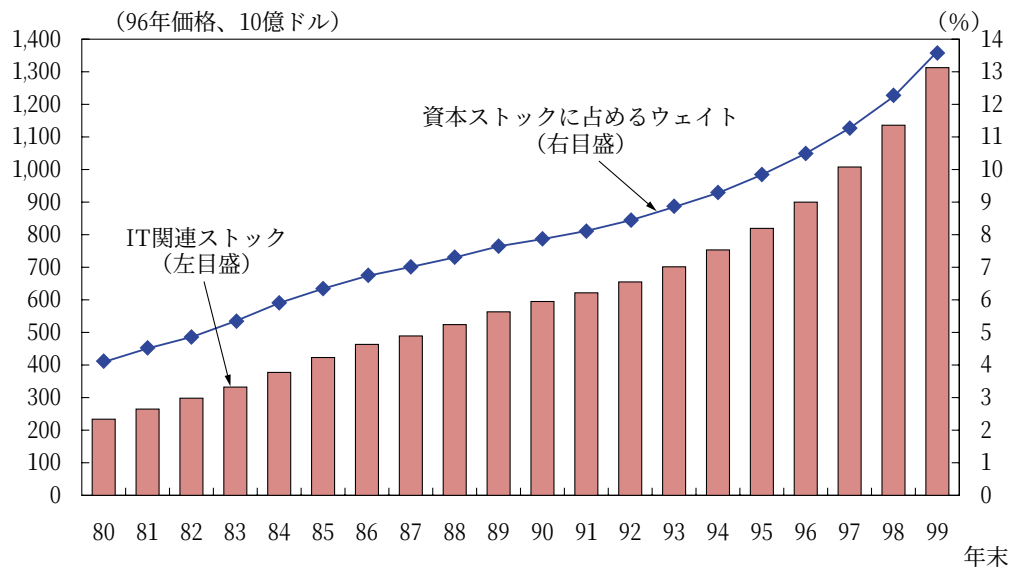
付図表5－4 「IT産業」②^㉒

TFP上昇に対するIT産業の寄与

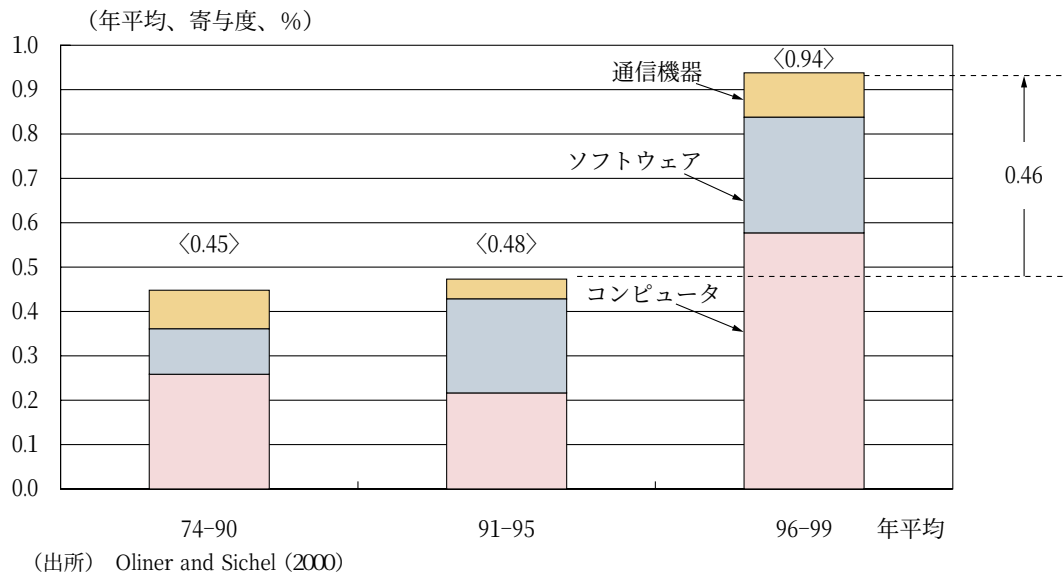


付図表5－5 「IT資本蓄積」①^(a)

資本ストックに占めるウェイト

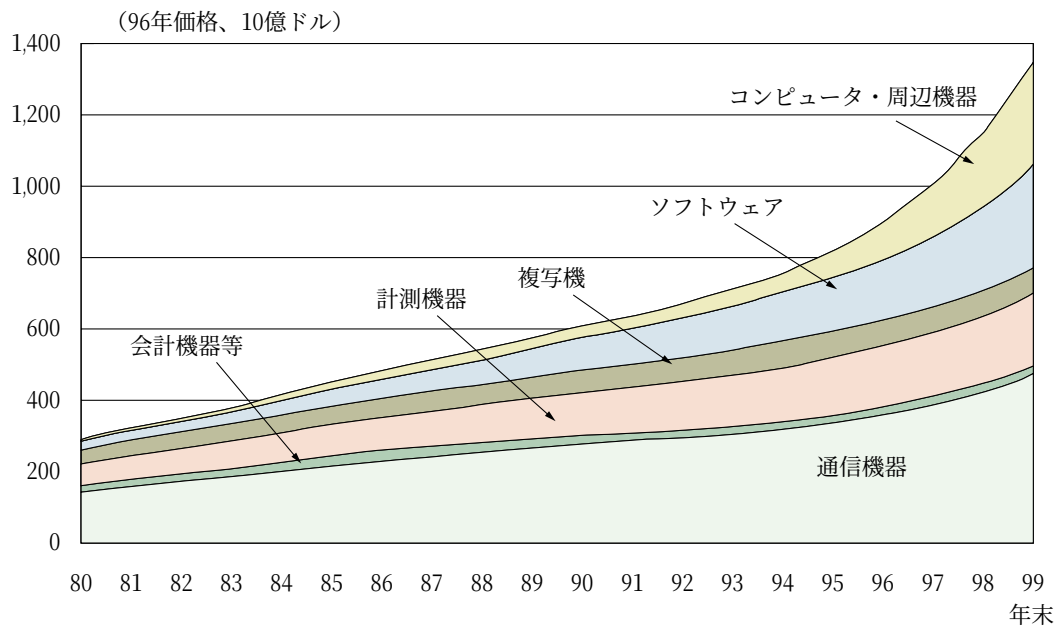


付図表5－6 「IT資本蓄積」②
全産業のTFP上昇に対する「IT資本蓄積」の寄与度



付図表5－7 米国のIT関連資本ストックの内訳^(a)

IT関連資本ストックの内訳



付録6 日本企業における情報化の効果分析⁽²⁾

(1) IT化、人的資本、企業組織¹⁷⁾と、生産性等の関係

上場・店頭企業（金融・保険を除く）について、IT化が人的資本、企業組織とともに、財務データ上の効率性（TFP）に与える効果は、以下のとおりであり、「IT化が進むと同時に、人的資本のレベルが高く、企業組織のフラット化が進んだ企業が、相対的に高い生産性を享受する可能性が高い」、すなわち、「IT化がその効果を発揮して幅広い生産性上昇につながるためには、人的資本や企業組織のあり方の変革も同時に必要」という米国と同様の結果が得られている（付図表6－1）。

- 「IT化が進み人的資本のレベルが高い企業」及び「IT化、組織のフラット化とも進んだ企業」は、それぞれ、両方が低い企業と比べると高い生産性を示す。
- 2つの要素の一方は高いがもう一方が低い企業は、両方が低い企業と比べて統計的に生産性が

ほとんど変わらないことが多い。

(2) 企業サイドから見たIT化の効果

企業サイドで把握しているIT化の効果（付図表6－2）は、以下のとおりである。

- 「サービスの向上」、「社内情報の共有化」、「業務の合理化、効率化」、「企画力等の向上」など外部からは分かりにくいものを中心。
- 「売上高等の増加」、「新規顧客の獲得」、「新サービス等の開始」といった量的拡大に関する効果はそれほど広範に現われていない。
- 「組織のフラット化」が進展したと回答した企業も比較的少ない。

付図表6－1 IT化、人的資本、企業組織が、生産性に与える効果⁽²⁾

① IT化と人的資本の効果

		IT化の進展	
		低	高
人的資本の充実	高	+	++
	低	0	0

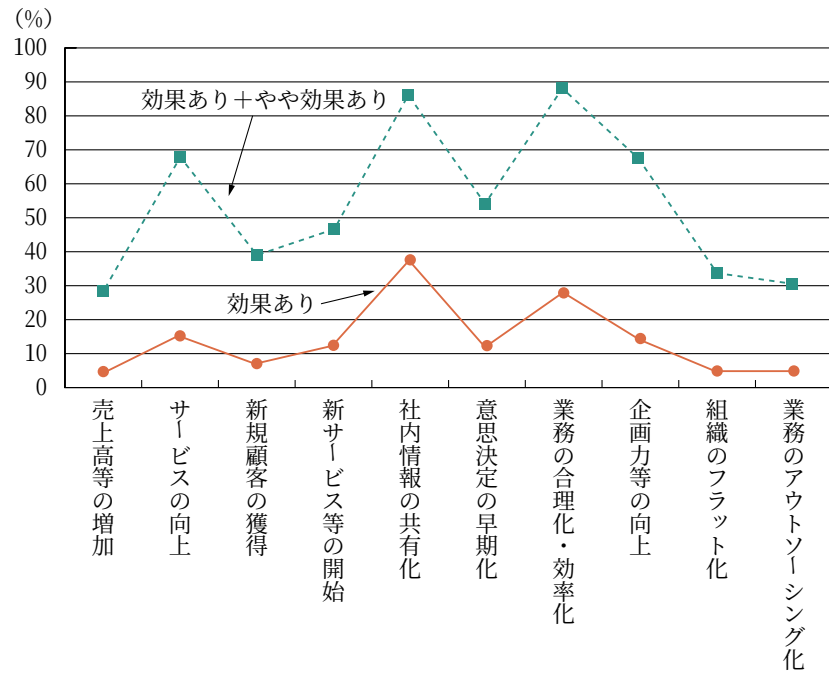
② IT化と企業組織の効果

		IT化の進展	
		低	高
企業組織のフラット化	高	0	+
	低	0	0

（注）明らかに効果のあるもの；＋、特に効果が顕著なもの；++、統計的に効果が認められないもの；0

17) 3要素を示す指標：IT化＝「1人当たりパソコン台数」、人的資本＝「大卒・大学院卒者の割合」、企業組織＝「フラット化の進展度合い」。

付図表6－2 ITの効果に対する企業自身の評価⁽²⁾



付録7 日本企業における情報化投資の目的⁽⁴⁾

情報化の目的については、付図表7-1に示したように、全般的に「情報共有化」及び「経営スピード向上」が7～8割と最も多く、次に「損益管理徹底」、「ローコスト経営」及び「サービス向上・顧客満足獲得」が4～5割と続き、「市場機会発見」及び「新しい能力と技術の創造」の手段としている企業は約2割と少数である。

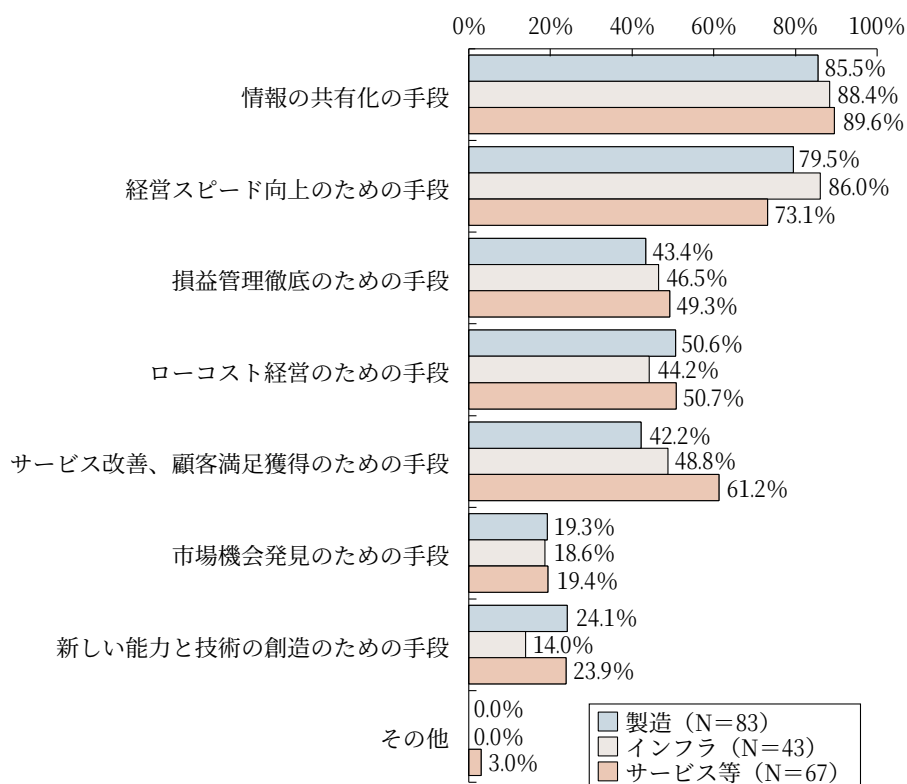
これは、本文の図表8に示した「情報化のフロー」からも理解できる傾向であり、まず、情報化を志す企業は、「情報共有」のためにLANや電子メールからデータベース（商品DBレベル）の整備へと進み、損益管理や経営コスト削減等の「社内活動の効率化」を行う。この段階で、「損益管理徹底」や「ローコスト経営」まで実現する

ためには、企業トップのリーダーシップが鍵となり、データベースの作り込みやその維持・利用促進のための社内リテラシー（単に情報システムを利用するためのリテラシーではなく、その目的を十分理解し、その実現に努める姿勢までを含めたリテラシー）の向上が重要となる。

その次の段階として、顧客と向き合う必要性に気づいた企業が取引DBやCTIを整備して「サービス向上・顧客満足獲得」に力を入れ出す。ここでも、単にお題目としてCRMを導入するのか、企業全体として顧客満足度を最優先する意識を持たせることができるかが、成否の分かれ目となる。

顧客とのコミュニケーションが良好な企業の中で、特に意識の高い企業のみが、その情報を活用

付図表7-1 業種別、情報化投資の目的⁽⁴⁾



(注) インフラ業；鉱業、建設業、運輸業、電気・ガス・熱供給・水道業、通信業
サービス等業；卸売・小売・飲食店、金融・保険業、不動産業、情報サービス・調査業、サービス業

して新しい「市場機会」を発見したり「新しい能力と技術」を創造するところまで到達することができる。

なお、業種間では大きな差は見られないが、比

較的、「インフラ業」で「経営スピードの向上」、また「サービス等業」で「サービス改善、顧客満足獲得」への回答が多い。

付録8 日本企業における体制上の課題⁽¹⁹⁾

ITを導入した企業でも、これを十分活用できている企業はあまり多くない。

付図表8－1は、自社の情報システムに対する評価の調査であるが、「大変便利で積極的に利用している」のは僅か18%で、「積極的に推進する責任者がいない」が27%、「使い難い」及び「操作ができない」が合わせて34%もある。

積極的に導入を推進する責任者の存在については、IT予算を執行する際には6割近いCEOが積極的に関与しているが、IT戦略を指揮するCIOについてはその4分の1が役員ですらなく、7割が他の担当との兼務でCIOの業務に裂く時間が3割以下、という貧弱な体制にある。また、IT戦略を策定するメンバー（複数回答）も、最高意思決定機関（45%）に対して、社内の情報システム部

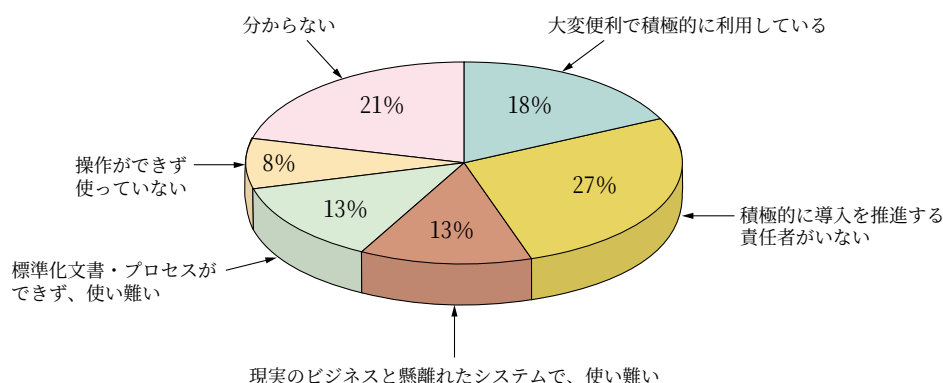
門（74%）、経営企画（50%）と、全社的な対応を行っている社は少なく、また、「IT部門が孤立化している」と答えた会社が39%もある⁽¹⁹⁾。

さらに、付図表8－2に示すように、CIOを任命している社の割合は、わずか31%に過ぎない。また、情報システムの構築や運用に当たっての問題点として、経営企画部門の43.9%、情報システム部門の45.1%が、「業務プロセスの改善が進んでおらず、情報化の効果が上がりにくい」ことが指摘されている。

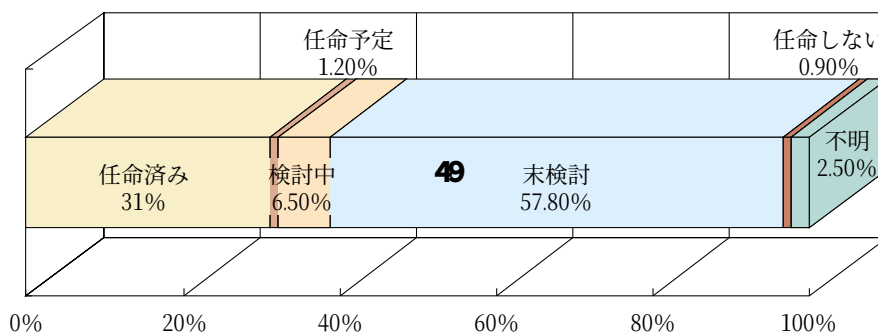
このように、我が国の企業においては、CIOの育成・権限拡充を含めた体制整備が大きな課題となっている。

「情報化はトップダウンでなければ成功しない。」「社員の情報リテラシー向上の努力が欠かせ

付図表8－1 日本企業における自社の情報化に対する評価⁽²⁰⁾



付図表8－2 日本企業におけるCIOの任命状況⁽⁶⁾



ない。」というのは既に日本でも常識化している。これらの点をクリアした先進的な企業でも、現場が動かないというトラブルに直面することが多い。その場合、「本当にトップの意気込みが現場に伝わっているか」「現場が情報化の活用メリットを実感しているか」「システムを使わずに済む逃げ道を与えていないか」のチェックが不可欠といわ

れている。

このような全社的な取組みがあって初めてIT化投資が活き、企業の生産性も向上していくものと思われる。このためにも、CIOの任命と権限強化、CEOのリーダーシップが必要であるが、日本企業はようやくこの点を認識した段階である。

一般局における郵便内務作業のレイアウト要素の 近接性について

通信経済研究部研究官（技術開発研究担当） 相良比呂志

【要約】

郵便事業においては、これまで小型郵便物における機械化等、業務の効率化へ向けて積極的な取組が図られてきた。しかし、その成果をフルに発揮するための郵便作業室内のレイアウトについては、担当者の経験に基づく試行錯誤による方法が用いられてきた。

そこで、合理的で体系的な郵便作業室のレイアウト手法を明らかにするために調査・研究を行った。本稿では、その成果の中から設備・機器の配置に最も大きな影響をもつレイアウト要素の近接性について述べる。

調査・分析に当たっては、これから最も建設予定が多く、区分機の配備予定の多い規模の郵便局を対象とし、現況レイアウト・処理郵便物数・稼働人員等について調査を行い、現在有効であることが示されているシステムのレイアウト計画の技法を援用して分析を行った。

この結果、郵便内務作業におけるレイアウト要素の近接性についてある程度明らかにすることができ、また今までの経験則によるレイアウト手法に対して定量的な裏付けを与えることともなった。

はじめに

郵便事業においては、これまで小型郵便物における「郵便物あて名自動読取区分機」等の機械化やバーコードによる道順組立までの機械化を行う新郵便処理システムの導入など、業務の効率化へ向けて積極的な取組が図られてきた。しかし、その成果をフルに発揮するための郵便作業室内のレイアウトについては、多くの要因が複雑に交錯し、問題規模も大きいところから従来は担当者の経験

に基づく試行錯誤による方法が用いられてきた。

そこで、郵政研究所通信経済研究部（技術開発研究担当）では、現状の郵便の内務作業について実用上有効なことが示されているシステムのレイアウト計画の技法¹⁾を援用して合理的な方法で調査・分析し、効率的で機能的な郵便作業室の体系的なレイアウト手法を明らかにすることを試みている。本稿では、その成果の中から**レイアウト要素²⁾**の近接性について述べる。

1) 岩田一明他「生産システム学」（精密工学講座13）185頁

2) 郵便作業室における郵便内務作業の処理機能及び作業単位を指す

1 レイアウトについて

レイアウトは、目的とする最大の効果を生み出すために物的な資源を最も有効に配置することといわれ³⁾、その目的が何かによりレイアウト計画の段階での重点の置き方が変わってくる。郵便局におけるレイアウトの意義は、迅速性、正確性、容易性及び経済性の達成にあるといわれている⁴⁾。これを言い換えるならば郵便局におけるレイアウトの目的は、作業性と経済性の向上にあるといえる。これはいうまでもなくあらゆる生産施設の究極の課題である。一般には上記の課題解決のために、生産工学及び人間工学的な視点からレイアウト計画に求め得るものは、④スペースの利用効率の向上、⑤運搬コストの低減、⑥作業効率の向上、⑦安全で快適な作業環境の確保、⑧将来の変化に適応できる融通性の確保であり、この5項目がレイアウト計画の目的であるといわれている⁵⁾。

2 レイアウト原則

作業場所や設備機器のレイアウトは、作業空間内に物理的（設備）構造を与え、作業の良否に直接的かつ顕著な影響を与えるため、レイアウト計画に当たっては詳細な検討が求められ⁶⁾、先の目的を満足させるために特に考慮しなければならない事項として、次の7原則があるとされている⁷⁾、①総合化の原則、②最短距離の原則、③適正面積の原則、④流れの原則、⑤弾力性の原則、⑥安全と満足 of 原則、⑦管理容易化の原則。

レイアウト要素の近接性は、「最短距離の原則」

を満足するために最も必要とされるものである。

3 研究の目的

今回の研究は、郵便局における一般的なレイアウト条件を探り、郵便作業室の体系的なレイアウト手法を明らかにしようとするものであるから、現状の工程・作業方法を前提として、前記の7原則に沿ってレイアウトの研究を進めることとした。

4 郵便作業室レイアウトの実態調査

4-1 調査目的

①処理機能⁸⁾の確定、②処理機能を構成する作業単位⁹⁾の確定、③作業単位的面積の確定及び④作業単位相互間の近接性の優先度を明らかにするために必要なデータの収集。

4-2 調査対象

研究の成果が広く反映されることを期待して、今後最も建設予定が多くかつ新型区分機の配備予定が多いのが、郵便の内務作業室面積が1,000～3,000m²で新型区分機が1台配備される局であるところから、下記の条件に適合する局を東京・関東郵政局管内より5局選出し調査を行った。

(1) 必要条件

- ・普通局（地域区分局を除く）
- ・郵便作業室面積（郵便予備室を除く）が1,000～3,000m²の局
- ・新型区分機を1台配備している局（改造型を含む）

3) 日本経営工学会編「経営工学ハンドブック」834頁

4) 郵政省編「郵便業務管理」363頁

5) 日本能率協会「作業改善の技術・下巻」第6章以下

6) 岩田一明他・前掲著179頁以下

7) 佐藤良明「物流・配送センター」69頁

8) 郵便作業室内における差立区分等の処理システム及びそれにより処理される郵便物を組み合わせたもの、5-1参照

9) 各処理機能の工程内でこれ以上細分化できない機能の単位、5-1参照

- ・郵便作業室（同上）が1階層若しくは2階層で完結している局
- ・現在新築移転中や仮局でない局

② 優先条件

- ・新築（増築も含む）年度が新しい局
- ・郵便（内務）作業室が整形な局
- ・郵便作業室が狭隘でない局（郵便一人当たり面積が15m²以上）

4-3 調査項目

① 現況レイアウト調査

臨局し、各部の寸法を測定し郵便内務事務室の詳細レイアウト図を作成する。

② 処理物数調査

日報類から処理されている郵便物数を、各処理機能ごとに把握する。

③ 稼働調査

ワークサンプリング¹⁰⁾により作業人員とその作

業流動状況及び業務スケジュールを把握する。

④ 使用機器調査

各処理機能が必要とする設備、機械、備品、各種附帯用具の種類と仕様、数量の検数を行う。

⑤ 結束表調査

運送便のスケジュールと郵便局の業務スケジュールの関連を調査する。

⑥ ヒアリング調査

管理者に対しインタビューを行い、主としてレイアウト計画上の問題点と意見を聴取する。

4-4 調査局の概要¹¹⁾

図表1 調査局の概要

局 名	局 舎 全 体				郵 便 関 係				定 員					
	新 築 月	構 造	延面積 (㎡) ㎡	定員1 人当り 面 積 (㎡)	作業室 面 積 (㎡)	予備室 面 積 (㎡)	計 (㎡)	郵便1 人当り 面 積 (㎡)	全体 (人)	郵便内務		郵便外務		
										本務者 (人)	P.T (人)	本務者 (人)	P.T (人)	
A郵便局	S54.03	RC2, B1	5,026	53.5	1,139	702	1,841	33.5	94	15	9.1	40	2	
B郵便局	S55.09	RC3, B1	7,330	31.1	1,454	1,226	2,680	18.1	236	31	13	117	2	
局 名	配 達 区 数			区 内 状 況			取 扱 物 数							
	通 常		小 包	面 積	人 口	世帯数	引 受		配 達		年 賀			
	団 地	委 託	通 常				小 包	通 常	小 包		引 受	配 達		
									取 集	自 局				
													個	千
区	区	区	Km²	千人	千	千	千	個	個					
A郵便局	23	9	2	15	96	36	13	7	49	46	967	647	2,361	2,352
B郵便局	67	17	4	46	294	109	30	14	319	134	2,461	988	5,463	6,040

全国普通郵便局局別施設概要一覧表（平成10年10月1日現在）による

10) 一定時間間隔で、各作業単位で作業に従事している人数を観測する方法

11) レイアウト要素の近接性を分析するに当たって必要とされる処理物数及び稼働人員については、A・B局でしか有効なデータの採取が出来なかったため、他の3局は図表1からは除いている。

4-5 調査結果

(1) 現況レイアウト調査結果（省略）

(2) 処理物数調査結果

郵便局で記録されている日報類から郵便物数を把握し、各作業単位間を流動する郵便物の量をFrom-to Chartにより整理したのが下記の図表2及び3である。

図表2 A郵便局 郵便物数（通数）

From to Chart	発着口	取集口	区分機	自動取揃押印機	小型通常差立手区分	大型通常差立手区分	速達差立手区分	小型通常配達手区分	大型通常配達手区分	速達配達手区分	特殊室	外務
発着口			43867					9064	6043	410	1138	
取集口				8436	3607	485	182				484	
区分機	6102				2334							41341
自動取揃押印機			6102									
小型通常差立手区分	3790											
大型通常差立手区分	485											
速達差立手区分	182											
小型通常配達手区分												9064
大型通常配達手区分												6043
速達配達手区分												410
特殊室	484											1138
外務												

図表3 B郵便局 郵便物数（通数）

From to Chart	発着口	取集口	区分機	自動取揃押印機	小型通常差立手区分	大型通常差立手区分	速達差立手区分	小型通常配達手区分	大型通常配達手区分	速達配達手区分	特殊室	外務
発着口			126221					20833	11510	373	1091	
取集口				20405	8946	7250	1343				3373	
区分機	43765				28172							124514
自動取揃押印機			43765									
小型通常差立手区分	8946											
大型通常差立手区分	7250											
速達差立手区分	1343											
小型通常配達手区分												20833
大型通常配達手区分												11510
速達配達手区分												373
特殊室	3373											1091
外務												

図表4 A郵便局移動人数(人・回)

From to Chart	取 集 口	自動 取 揃 押 印 機	区 分 機	小型 通常 差立 手区分	大型 通常 差立 手区分	速 達 差 立 区 分	発 送 口	V C S	小型 通常 配達 手区分	大型 通常 配達 手区分	速 達 配 達 区 分	特 殊 室
取 集 口		11	4	9	5	1	1	1	11	1	1	1
自動取揃押印機	6		4						1			
区 分 機	8		1	9		2	1	1	2			1
小型通常差立手区分	16	1	12		3		2	1	4	3	1	1
大型通常差立手区分	3			3			1	2		1		1
速 達 差 立 区 分	1	2	1	1			3		1	1		
発 着 口	3	1		2	2	3		4		3	2	
V C S	1		5	4					9			
小型通常配達手区分	12		14	3						3	1	1
大型通常配達手区分	1		1	1			2		6		1	
速 達 配 達 区 分				1			1					6
特 殊 室	2		1		1	1					6	

図表5 B郵便局移動人数(人・回)¹²⁾

From to Chart	取 集 口	自動 取 揃 押 印 機	区 分 機	小型 通常 差立 手区分	大型 通常 差立 手区分	速 達 差 立 区 分	発 着 口	V C S	小型 通常 配達 手区分	大型 通常 配達 手区分	速 達 配 達 区 分	特 殊 室
取 集 口		4	5	7		2	2	5	4	3		
自動取揃押印機	6		6	5	1	1						
区 分 機	13	6		30	2	12	10	10	14	21		
小型通常差立手区分	7		25		2	5	4		7	6		
大型通常差立手区分	1		1	1		1			1			
速 達 差 立 区 分	4	2	13	3	1		9		5	3		
発 着 口	8		11	1		4		8	4	2		
V C S			12	2						14		
小型通常配達手区分	9	3	17	3		4	4			4		
大型通常配達手区分	1	1	24	4	2	4			11			
速 達 配 達 区 分												
特 殊 室												

(3) 稼働調査結果

内務作業に従事する職員を対象に、3分間隔で何人の職員が、どの場所で、何の作業を行っていたかをワークサンプリングにより記録し、各作業単位間を移動した職員の数推計し、From-to

Chartにより整理したのが下記の図表4及び5である。

(4) 使用機器調査結果(省略)

(5) 結束表調査結果(省略)

(6) ヒアリング調査結果(省略)

12) 速達配達区分と特殊室の移動については記録出来なかった。

5 郵便内務作業のレイアウト要素の近接性の分析

レイアウト計画の原則の中で、レイアウト要素の近接性に関係の深い「流れの原則」「最短距離の原則」と合わせて、調査結果を用いレイアウト要素の近接性の分析結果を示す。

5-1 流れの原則

この原則は「設備・備品等を工程の流れに沿って配置する。」というもので、この原則を満足させるためには、郵便作業室内における差立区分等の処理システム及びそれにより処理される郵便物の種別（両者を組み合わせたものを以下、処理機能という）を確認し、各処理機能の工程内でこれ以上細分化できない作業単位（例えば、小型通常郵便物の手区分等）を確定する必要がある。

レイアウトを構成する要素を確定するという意味で、レイアウト要素の近接性を論ずるについては重要な意味を持つ。

(1) 処理機能

調査局においても、一般の郵便局と同様、郵便内務作業室では、①郵便物の処理システム、②郵

図表6 郵便内務作業室内の処理機能

機 能	郵便物の種別
1 差立区分	A 小型通常郵便物
2 配達区分	B 大型通常郵便物
	C 速達郵便物
	D 特殊郵便物（書留その他）
	E 小包郵便物
3 管 理	

便物の種別が組み合わされて処理機能が形作られ、それに③管理機能が加わり全体が構成されている。

郵便物の処理機能には①差立区分と②配達区分があり、その各々に小型通常大型通常速達特殊小包の各郵便物の処理機能が形作られている。

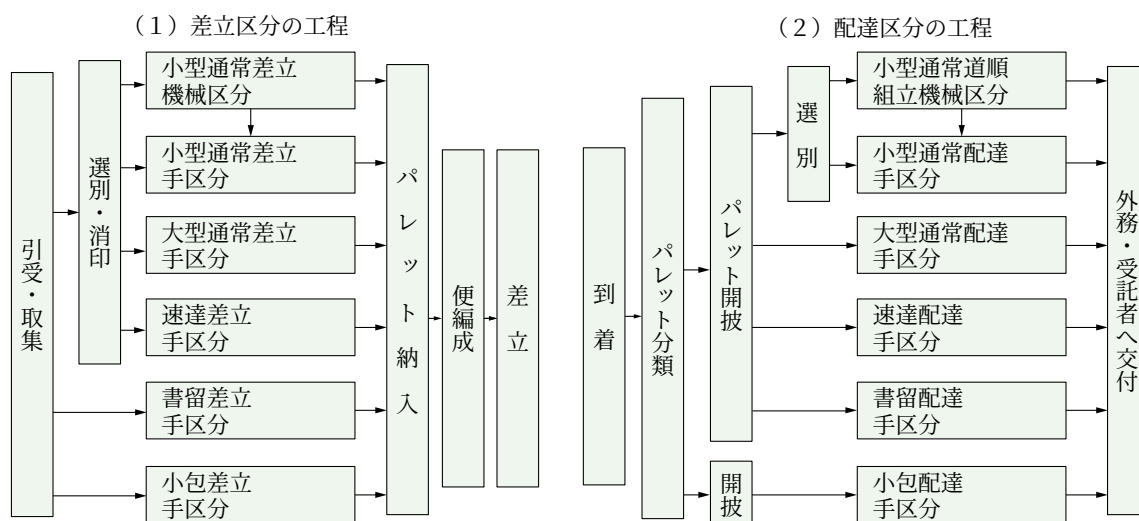
管理機能は郵便物の流れには直接関与しない独立の機能として存在している。この機能区分に基づいて作業単位の確認を行う。

(2) 作業単位

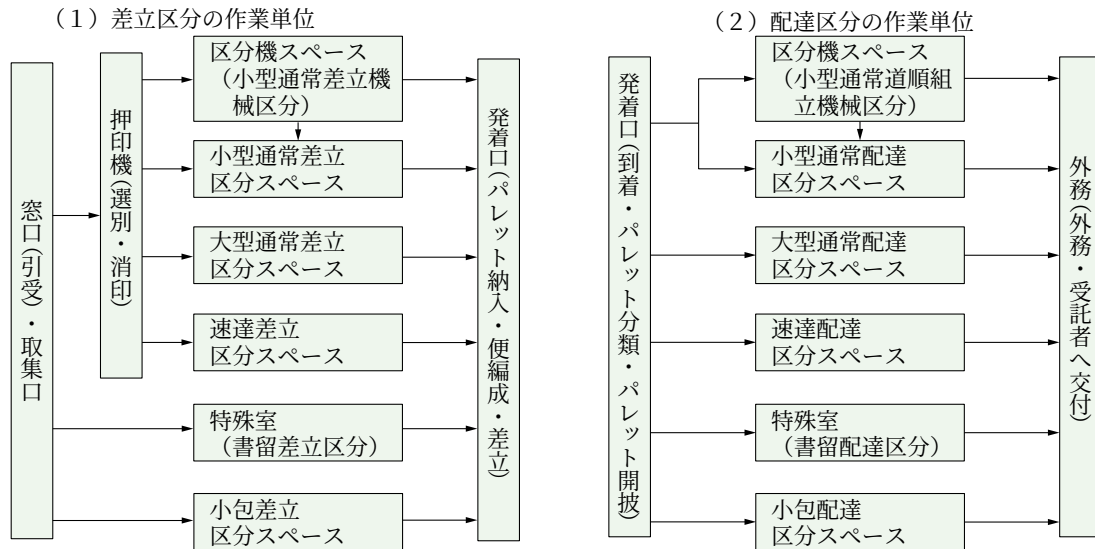
各局における差立・配達機能の各郵便物の種別ごとの工程を図表7に示す。この工程に基づき、作業内容をスペースに置き換えて図表8のとおり各処理機能における作業単位を確定した。

実際の作業は、各作業単位の中でより細かく分

図表7 各処理機能の工程



図表8 各処理機能の作業単位



かれているが、作業単位の近接性を判断する場合はこれ以上の細分化は不要と考えられる。

5-2 最短距離の原則

この原則は「人や物の移動・運搬の距離・時間を短くする。」というもので、基本的なレイアウトは「流れの原則」により工程に沿ってレイアウトされるが、各工程が分岐や交錯する場面で最短距離を判断するためには、各作業単位間の結びつきの強弱を明らかにしなければならない。この場合に必要となるのが各作業単位の近接性である。

近接性の優先度を判断するための因子としては、作業単位間の具体的なつながりを移動の量で示している①郵便物の量、②作業員の数、及び③数量では把握できない管理上等の重要な関係がある。

(1) 郵便物の量による分析

(ア) 分析方法

近接性の優先度を判断する指標としては、①数量、②運搬回数、③運搬時間が考えられるが、運搬時間を指標とすることは調査する局舎(作業室)の形態に左右されるため適当ではない。また、単に数量を指標とすることも大型郵便物と小型郵便物を一律に数えることとなり適当ではない、そこで数量を輸送容器で補正した値(運搬回数)を指標としこれにより優先度を判断することとした。

一般には、From-to Chartにより整理された、各作業単位間を移動している郵便物の量をロールパレット、ファイバー、1パス保管棚等の運搬手段により換算し、その回数を比較し、近接性の優先度を決定することが考えられる。今回は、作業単位間を移動した郵便物をファイバーに換算した上で輸送容器別¹³⁾に換算した。更に郵便局間の比較を行うため、作業単位間の運搬回数が最大のものを100%とし、各作業単位間の比率(運搬比率)を求めた。ただし小包の数が大きいため、小包を

13) 輸送容器換算値は、配達機械区分された郵便物は外務交付の保管棚数に交付回数(午前2回、午後2回)を掛けて運搬回数とした。また、ファイバーが多数で実態として台車等で運搬している場合は、5個を一回で運搬すると仮定した。それ以外のはファイバーを1個ずつ運搬するものとした。小包はロールパレット1台当たり100個とした。

図表9 A郵便局運搬比率

	発着口	取集口	区分機	自動取揃押印機	小型通常差立手区分	大型通常差立手区分	速達差立手区分	小型通常配達手区分	大型通常配達手区分	速達配達手区分	小包差立区分	小包配達区分	特殊室	外務
発着口			7%		2%	2%	2%	2%	12%	2%	7%	15%	2%	
取集口				12%	2%	10%	2%				732%		2%	
区分機				10%	5%									10%
自動取揃押印機														
小型通常差立手区分														
大型通常差立手区分														
速達差立手区分														
小型通常配達手区分														12%
大型通常配達手区分														100%
速達配達手区分														2%
小包差立区分														
小包配達区分														1463%
特殊室														2%
外務														

図表10 B郵便局運搬比率

	発着口	取集口	区分機	自動取揃押印機	小型通常差立手区分	大型通常差立手区分	速達差立手区分	小型通常配達手区分	大型通常配達手区分	速達配達手区分	小包差立区分	小包配達区分	特殊室	外務
発着口			12%		1%	6%	1%	3%	10%	1%	10%	9%	4%	
取集口				14%	6%	64%	1%				1039%		3%	
区分機				14%	19%									8%
自動取揃押印機														
小型通常差立手区分														
大型通常差立手区分														
速達差立手区分														
小型通常配達手区分														14%
大型通常配達手区分														100%
速達配達手区分														1%
小包差立区分														
小包配達区分														909%
特殊室														1%
外務														

除いて最大のものを基準としている¹⁴⁾。

(イ) 運搬比率

図表9及び10に各局の各作業単位間の運搬比率を示す。

(ウ) 分析結果

上記の結果を運搬比率が高い順に並べたのが下記の図表11である。

上記より、D局及びE局の双方で10%以上の運搬比率を持つ¹⁵⁾下記の作業単位間について、強い近接性があると判断する。

① 外 務¹⁶⁾ ー小包配達区分

② 取集口 ー小包差立区分

③ 外 務 ー大型通常配達手区分

④ 取集口 ー大型通常差立手区分

⑤ 取集口 ー自動取揃押印機

⑥ 外 務 ー小型通常配達手区分

⑦ 区分機 ー自動取揃押印機

⑧ 発着口 ー大型通常配達手区分

また、片方の局で10%以上の運搬比率を持つ下記の作業単位間については、弱い近接性があると判断する¹⁷⁾。

⑨ 区分機 ー小型通常差立手区分

図表11 郵便物の運搬比率による近接度

	作 業 単 位	作 業 単 位	D 局	E 局	計
1	外 務	小包配達区分	1463	909	2372
2	取 集 口	小包差立区分	732	1039	1771
3	外 務	大型通常配達手区分	100	100	200
4	取 集 口	大型通常差立手区分	10	64	74
5	取 集 口	自動取揃押印機	12	14	26
6	外 務	小型通常配達手区分	12	14	26
7	区 分 機	自動取揃押印機	10	14	24
8	区 分 機	小型通常差立手区分	5	19	24
9	発 着 口	小包配達区分	15	9	24
10	発 着 口	大型通常配達手区分	12	10	22
11	発 着 口	区分機	7	12	19
12	外 務	区分機	10	8	18
13	発 着 口	小包差立区分	7	10	17
14	取 集 口	小型通常差立手区分	2	6	8
15	発 着 口	大型通常差立手区分	2	6	8
16	発 着 口	特殊室	2	4	6
17	発 着 口	小型通常配達手区分	2	3	5
18	取 集 口	特殊室	2	3	5
19	発 着 口	小型通常差立手区分	2	1	3
20	発 着 口	速達差立手区分	2	1	3
21	発 着 口	速達配達手区分	2	1	3
22	取 集 口	速達差立手区分	2	1	3
23	外 務	特殊室	2	1	3
24	外 務	速達配達手区分	2	1	3

14) 小包を最大とすると、他の作業単位間の値が小さくなり比較が困難となるからである。

15) D局、E局とも10%以上の運搬比率をもつ作業単位間の累積運搬比率が98%を占めるため、この範囲をカバーすれば充分と考えられるからである。

16) 配達が委託の場合は、委託業者となる。

17) 外務ー区分機間については、外務ー配達区分間の相関関係がはるかに強いため除いている。

- ⑩ 発着口 一小包配達区分
- ⑪ 発着口 一区分機
- ⑫ 発着口 一小包差立区分

る場合

②工程の時系列に関係ない作業を並行的に行い、
タイミングを見計らって作業を切替える場合。

今回の分析に作業員の移動を含めたのは、観察
の結果、上記の②の空移動が多いことに着目して
行ったものである。From to Chartで整理されて
いる移動数を、郵便局間の比較を行うため最大移
動回数を100%としてその比率（移動比率）を算
出した。

② 作業員の数による分析

ア) 分析方法

作業者が、作業切替等で空移動¹⁸⁾を行う原因は、
次の2点が考えられる。

①作業工程にしたがって工程の時系列的に移動す

図表12 A郵便局移動比率

	取 集 口	自動取揃押印機	区 分 機	手 区 分 機	手 区 分 機	手 区 分 機	速達差立区分	発 着 口	V C S	手 区 分 機	手 区 分 機	手 区 分 機	速達配達区分	特 殊 室
取 集 口		68%	48%	100%	32%	8%	16%	8%	92%	8%	4%	12%		
自動取揃押印機			16%	4%		8%	4%		4%					
区 分 機				84%		12%	12%	24%	64%	4%		8%		
小型通常差立手区分					24%	4%	16%	20%	28%	16%	8%	4%		
大型通常差立手区分							12%	8%		4%		8%		
速 達 差 立 区 分							24%		4%	4%		4%		
発 着 口								16%		20%	12%			
V C S									36%					
小型通常配達手区分										36%	4%	4%		
大型通常配達手区分											4%			
速 達 配 達 区 分													48%	
特 殊 室														

図表13 B郵便局移動比率

	取 集 口	自動取揃押印機	区 分 機	手 区 分 機	手 区 分 機	手 区 分 機	速達差立区分	発 着 口	V C S	手 区 分 機	手 区 分 機	手 区 分 機	速達配達区分	特 殊 室
取 集 口		18%	33%	25%	2%	11%	18%	9%	24%	7%				
自動取揃押印機			22%	9%	2%	5%			5%	2%				
区 分 機				100%	5%	45%	38%	40%	56%	82%				
小型通常差立手区分					5%	15%	9%	4%	18%	18%				
大型通常差立手区分						4%			2%	4%				
速 達 差 立 区 分							23%		16%	13%				
発 着 口								15%	15%	4%				
V C S														
小型通常配達手区分										27%				
大型通常配達手区分														
速 達 配 達 区 分														
特 殊 室														

18) 郵便物の移送など実作業を伴わない移動。

(イ) 移動比率

図表12及び13に各局の各作業単位間の移動比率を示す。

(ウ) 分析結果

上記の結果を移動比率が高い順に並べたのが下記の図表14である。

前記の結果より、D局及びE局の双方で20%以上の移動比率を持つ、下記の各作業単位間については強い近接性があると判断する。

- ① 区 分 機—小型通常差立手区分
- ② 取 集 口—小型通常差立手区分
- ③ 区 分 機—小型通常配達手区分
- ④ 取 集 口—小型通常配達手区分
- ⑤ 区 分 機—取 集 口
- ⑥ V C S—区 分 機
- ⑦ 小型通常配達手区分—大型通常配達手区分
- ⑧ 速達差立区分—発 着 口

また、双方で10%以上¹⁹⁾の運搬比率を持つ、下記の各作業単位間については弱い近接性があると判断する。

- ① 自動取揃押印機—取 集 口
- ② 区 分 機—速達差立区分
- ③ 区 分 機—発 着 口
- ④ 小型通常差立手区分—小型通常配達手区分
- ⑤ 区 分 機—自動取揃押印機
- ⑥ 取 集 口—発 着 口
- ⑦ 小型通常差立手区分—大型通常配達手区分
- ⑧ V C S—発 着 口

(3) 判断因子の優先順位

近接性の優先度を判断する因子として①郵便物の運搬、②作業員の移動について検討を加えてきたが、次にこのどちらを優先するかという検討を要する。一般的には郵便物の移動を優先すると考えるのが普通と思われるが、今回は双方の移動時間²⁰⁾に着目して検討を加える。

(ア) 総工数²¹⁾

- ① E郵便局 観測総工数
：5,236回×3分=15,708（人・分）
- ② D郵便局 観測総工数
：1,916回×3分=5,748（人・分）

(イ) 郵便物の運搬工数（運搬時間）

- ① E郵便局 内務の運搬工数
：218回×3分=654（人・分）
（総工数比 4.2%）
- ② D郵便局 内務の運搬工数
：114回×3分=342（人・分）
（総工数比 5.9%）

(ウ) 作業員の移動工数（移動時間）

- ① E郵便局 作業員移動工数 78（人・分）
（総工数比 0.5%）
- ② D郵便局 作業員移動工数 45（人・分）
（総工数比 0.8%）

(エ) 結 果

郵便物の運搬工数が作業員の移動工数に対し、約8倍の比重をもつ。

この結果よりレイアウト計画の際は、郵便物の移動経路の相互関係を優先的に考える必要があることが判断できる。

19) A局およびB局の作業員の移動比率の累積相対度数が、頻度20%ラインで累積度数約70%、頻度10%ラインで累積度数約90%を満足しており、作業員の移動をほとんどカバーしているからである。

20) 移動時間は、それぞれ固有のレイアウトを前提としているため絶対的な基準値としての使用はできないが、同一レイアウト内における郵便物の実移動時間と作業員の空移動時間の相対的な比較には十分有効である。

21) ワークサンプリングの結果から運搬時間を集計した。ワークサンプリングの結果の数字は、観測された人数と回数を表しておりこれを時間値に置き換えるには3分を掛けることにより工数に置換できる。

図表14 作業員の移動比率による近接度

	作 業 単 位	作 業 単 位	D 局	E 局	判 定
1	取集口	小型通常差立手区分	100%	25%	◎
2	取集口	小型通常配達手区分	92%	24%	◎
3	区分機	小型通常差立手区分	84%	100%	◎
4	自動取揃押印機	取集口	68%	18%	○
5	区分機	小型通常配達手区分	64%	56%	◎
6	区分機	取集口	48%	33%	◎
7	V C S	小型通常配達手区分	36%	0%	×
8	小型通常配達手区分	大型通常配達手区分	36%	27%	◎
9	取集口	大型通常差立手区分	32%	2%	×
10	小型通常差立手区分	小型通常配達手区分	28%	18%	○
11	V C S	区分機	24%	40%	◎
12	小型通常差立手区分	大型通常差立手区分	24%	5%	×
13	速達差立区分	発着口	24%	23%	◎
14	V C S	小型通常差立手区分	20%	4%	×
15	大型通常配達手区分	発着口	20%	4%	×
16	V C S	発着口	16%	15%	○
17	区分機	自動取揃押印機	16%	22%	○
18	取集口	発着口	16%	18%	○
19	小型通常差立手区分	大型通常配達手区分	16%	18%	○
20	小型通常差立手区分	発着口	16%	9%	×
21	区分機	速達差立区分	12%	45%	○
22	区分機	発着口	12%	38%	○
23	速達配達区分	発着口	12%	0%	×
24	大型通常差立手区分	発着口	12%	0%	×
25	V C S	取集口	8%	9%	×
26	V C S	大型通常差立手区分	8%	0%	×
27	区分機	手押印	8%	7%	×
28	自動取揃押印機	速達差立区分	8%	5%	×
29	取集口	速達差立区分	8%	11%	×
30	取集口	大型通常配達手区分	8%	7%	×

- ◎ 双方で20%以上の移動比率をもつ作業単位
○ 双方で10%以上の移動比率をもつ作業単位
× 片方が10%以下の移動比率しかない作業単位

(4) 重要な関係による分析

郵便作業室内における、各作業単位についての重要な関係を抽出するために、地方郵政局及び郵便局にアンケート調査を行った結果が下記の図表である²²⁾。

図表15は、郵便物の移動及び人の移動により導き出されない作業単位の課長席、計画席、役職席、休息コーナーのレイアウト理由を記したもので経験則による重要な関係と判断できる。また、特殊室は、郵便物及び作業員の移動による分析の対象でもあるが、防犯上の理由が強く、この経験則によるレイアウト理由を重要視する必要がある。

(5) まとめ

以上の結果から、郵便内務作業における作業単位の近接性の優先度は、郵便物の運搬比率から①同一機能内の作業単位内の近接性について、作業員の移動比率²³⁾から②他機能間の作業単位の近接性について、重要な関係による理由²⁴⁾から③管理性等、郵便物の運搬比率及び人の移動比率から判断できない近接性について判断すれば良いことが分かる。

以下に各項目の優先順位を示す。また、図表16にその相互関係²⁵⁾を表している。

(ア) 郵便物の運搬比率による作業単位間の近接性の優先度

- ① 外 務²⁶⁾ ー 小包配達区分 (☆)
- ② 取集口 ー 小包差立区分 (☆)
- ③ 外 務 ー 大型通常配達手区分 (☆)
- ④ 取集口 ー 大型通常差立手区分
- ⑤ 取集口 ー 自動取揃押印機 (★)
- ⑥ 外 務 ー 小型通常配達手区分 (☆)

- ⑦ 区分機 ー 自動取揃押印機 (★)
- ⑧ 区分機 ー 小型通常差立手区分 (★)
- ⑨ 発着口 ー 小包配達区分 (☆)
- ⑩ 発着口 ー 大型通常配達手区分
- ⑪ 発着口 ー 区分機 (★、☆)
- ⑫ 発着口 ー 小包差立区分 (☆)

(★) が付定されている項目は人の頻度にもその理由がみられるもの

(☆) が付定されている項目は経験則にもその理由がみられるもの

(イ) 作業員の移動比率による作業単位間の近接性の優先度

- ① V C S ー 区分機 (☆)
- ② 小型通常配達手区分
ー 大型通常配達手区分 (☆)

- ③ 区分機 ー 速達差立区分
- ④ 小型通常差立手区分 ー 小型通常配達手区分
- ⑤ 取集口 ー 発着口
- ⑥ 小型通常差立手区分 ー 大型通常配達手区分
- ⑦ V C S ー 発着口

(☆) が付定されている項目は経験則にもその理由がみられる

(ウ) 重要な関係による作業単位間の近接性の優先度

課長席を課内全体を把握できる位置に設けることを前提として、

- ① 課長席 ー 計画席
- ② 課長席 ー 役職席
- ③ 課長席 ー 特殊室

おわりに

今回の調査研究の成果は、各作業単位の近接性

22) 地方郵政局及び郵便局の担当者のアンケート結果から、過半数以上の同意があったものを記入している。

23) 郵便物の運搬比率に属するものを除いている。

24) 郵便物の運搬比率及び人の移動比率に属するものを除いている。

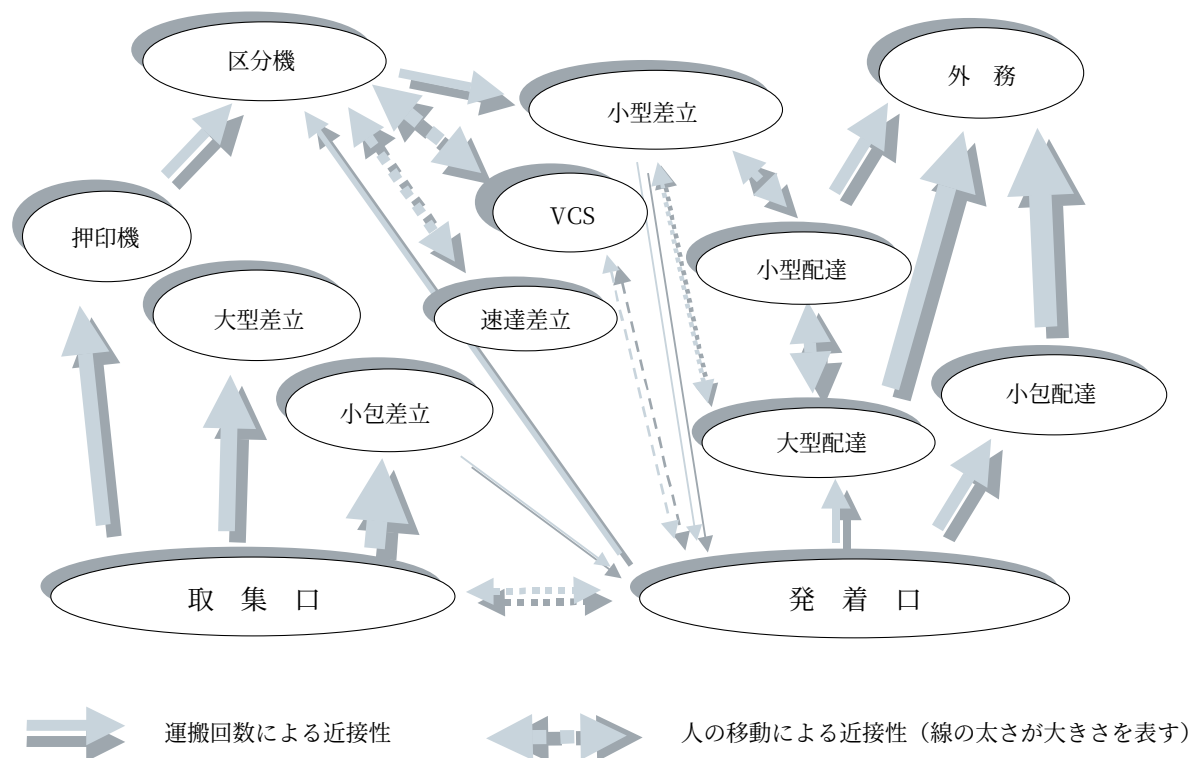
25) 経験則による相互関係は除いている。

26) 配達が業者委託の場合は、委託業者の作業場となり、集配課ではないので注意を要する。

図表15 経験則によるレイアウト理由

	作業単位名	レイアウト位置及び理由	(%)
1	課長席	課内全体を把握できる位置に設ける。	100
2	計画席	課長席の近くに設ける。	94
3	通路スペース	郵便物の処理動線が短くなるように設ける。	88
4	役職席	課長席の近くに設ける。	82
5	特殊室	管理者席の近くに設ける。	53
6	休息コーナー	窓や壁際等、レイアウト変更に与える影響が少ない場所に設ける。	53

図表16 郵便内務作業の作業単位相互関係図



の優先度を明確にした点である。結果としては、今まで経験則でいわれていたことを追認しただけに過ぎないかもしれない。しかし、経験則に対して定量的な裏付けを与える試みを行ったことは評価できていると考えている。ただし、全国に分布する集配郵便局の特性を考えると、この結果が果たして一般化できるかどうかについては疑問の余地が残るため、今後、データの簡単な分析により郵便局独自のレイアウト要素の近接性を明らかに出来

る方向での検討を加える必要があると考えられる。

最後に、お忙しい中にもかかわらず調査にご協力いただいた関係者の皆様に御礼申し上げます。

参考文献

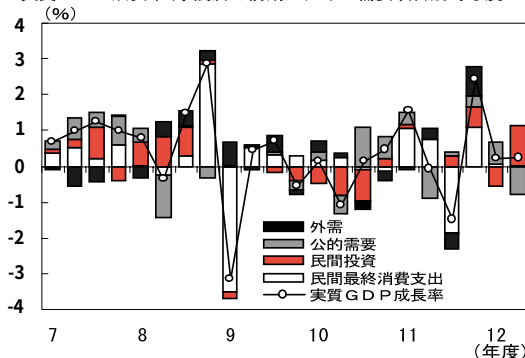
- [1] Tompkins/White/Bozer/Frazelle/Tanchoco/Trevino・吉本一穂監修・施設計画研究会訳「施設計画の理論と実践」[1997] 日本能率協会マネジメントセンター
- [2] 日本経営工学会編『経営工学ハンドブック』[1994] 丸善
- [3] 実践経営研究会編「IE 7つ道具」(現場実践シリーズ2) [1993] 日刊工業新聞社
- [4] 佐藤良明「物流と配送センター」[1993] 日刊工業新聞社
- [5] 北岡正敏「物流システム設計の考え方」[1991] 白桃書房
- [6] 高橋輝男「ワークデザインによる物流システム設計」[1990] 白桃書房
- [7] 甲斐章人「中小企業のための生産管理の実務」(日経文庫406) [1989] 日本経済新聞社
- [8] 千住鎮雄編「作業研究」(経営工学シリーズ14) [1987] 日本規格協会
- [9] 岩田一明・沖野教郎・佐田登志夫・橋本文雄・室津義定・大場史憲「生産システム学」(精密工学講座13) [1983] コロナ社
- [10] 郵政省郵務局監修「郵便実務必携 内務」[1997] 郵政国際協会郵政教育センター
- [11] 郵政省郵務局編「郵便計画必携」[1988]



景 気 の 現 状

○国民所得統計速報・・・7-9月期の実質GDPは、前期比+0.2%と3四半期連続のプラス成長に

実質GDP成長率(季調済み前期比、%)と需要項目別寄与度



実質GDP需要項目別伸び率(寄与度)の推移

		平成 10年度	平成 11年度	11年度 10-12月	1-3月	12年度 4-6月	7-9月
実質国内総生産	前期比	▲0.6	1.4	▲1.5	2.4	0.2	0.2
国内民需	寄与度	(▲1.2)	(0.8)	(▲1.6)	(1.7)	(▲0.5)	(1.1)
民間最終消費	前期比	1.3	1.5	▲3.3	2.0	0.1	0.0
民間住宅	前期比	▲10.4	5.1	▲2.1	4.6	▲5.4	0.5
民間企業設備	前期比	▲5.2	▲1.0	2.6	1.9	▲2.5	7.8
民間在庫	寄与度	(▲0.6)	(▲0.1)	(0.0)	(0.1)	(0.1)	(▲0.1)
公的需要	寄与度	(0.5)	(0.6)	(0.1)	(0.3)	(0.6)	(▲0.8)
政府最終消費	前期比	2.5	4.0	0.3	1.0	1.2	0.5
公的固定資本	前期比	1.8	▲0.7	1.1	1.5	5.4	▲10.7
政府在庫	寄与度	(▲0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(▲0.0)	(▲0.0)
外需	寄与度	(0.2)	(0.0)	(▲0.4)	(0.8)	(0.0)	(▲0.1)
輸出	前期比	▲3.7	5.3	2.8	4.4	4.0	0.0
輸入	前期比	▲6.6	6.2	3.6	0.4	3.9	1.1

(年度) (注) 括弧内の数字は寄与度。年度の伸び率は前年度比。

《ポイント》

- 「四半期別国民所得統計速報」によると、平成12年7-9月期の実質GDPは、公共投資の大幅な減少を設備投資がカバーし、季調済み前期比で+0.2%(年率+1.0%)と3四半期連続のプラス成長となった。
- 需要項目別にみると、設備投資は、前期比+7.8%と2四半期ぶりにプラス、住宅投資も同+0.5%と2四半期ぶりにプラスに転じた。また、消費は同+0.0%と3四半期連続のプラスを維持した。この結果、国内民需は前期比寄与度+1.1%ポイントとなった。公的需要は、公的固定資本形成が前期比-10.7%と4四半期ぶりにマイナスに転じたことが主因となり、前期比寄与度-0.8%ポイントとなった。この結果、内需は同+0.3%ポイントと2四半期連続でプラス寄与となった。外需は、輸出が前期比+0.0%と伸びが鈍化する一方、輸入は同+1.1%となったため、外需の寄与度は前期比-0.1%ポイントとなった。なお、今次QEから93SNA方式へ移行した。

(出所:経済企画庁 12月4日発表)

【概 要】

全体

・**景気は全体としては緩やかな改善を継続。**家計部門の改善が遅れる等、厳しい状況をなお脱していないが、企業部門中心に自律的回復に向けた動きが続いている。個人消費は収入がやや回復してきたが、概ね横ばい。住宅建設はこのところ増加してきた持家着工が減少し、やや水準を下げた。設備投資は製造業を中心に増加、公共投資は前年に比べて低調な動き。輸出は概ね横ばい、輸入は緩やかに増加。生産は堅調に増加。雇用情勢は依然厳しいが、残業時間や求人が増加傾向にある等改善の動きが続いている。

内需面

- 10月の実質家計消費支出：前年同月比-0.2%(2か月ぶりの減少)。
- 10月の新設住宅着工戸数：年率換算値で116.4万戸(3か月ぶりの120万戸割れ)。
- 10月の機械受注(船舶・電力を除く民需)：前月比+8.3%(2か月ぶりの増加)。
- 10月の公共工事請負金額(前払金保証実績)：前年同月比-18.6%(5か月連続の減少)。

外需面

- 10月の通関貿易黒字：前年同月比-41.0%(4か月連続の縮小)。

生産面

- 10月の鉱工業生産指数：前月比+1.5%(2か月ぶりに上昇)。
- 10月の在庫率指数(=在庫/出荷)：前月比+2.0%(2か月連続の上昇)。

雇用面

- 10月の完全失業率：4.7%(前月比横ばい)。
- 10月の有効求人倍率：0.64倍(2か月ぶりの改善)。

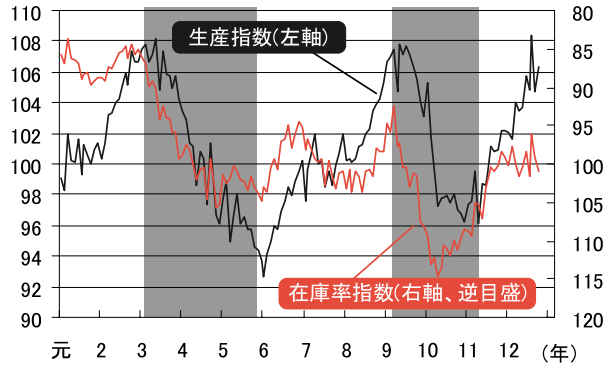
物価面

- 10月の全国消費者物価(生鮮食品を除く総合)：前年同月比-0.6%。11月の国内卸売物価：同-0.2%。

生産

○鉱工業生産……10月の鉱工業生産指数は前月比+1.5%と2か月ぶりに上昇

(平成7年=100)



《ポイント》

- ・出荷指数は前月比+0.8%と2か月ぶりに上昇した。在庫指数は同+1.3%と2か月ぶりに上昇した。在庫率指数は前月比+2.0%と2か月連続で上昇した。
- ・生産予測指数は、11月が前月比+0.1%、12月が同+1.0%と2か月連続で上昇することが見込まれている。
- ・通産省は、「生産は上昇傾向で推移している」とし、8月に9か月ぶりに上方修正した総括判断を据え置いた。

(出所：通商産業省 11月29日発表)

設備投資

○機械受注(船舶・電力を除く民需、季節調整値)……10月は前月比+8.3%



(注) グラフは原数値

《ポイント》

- ・製造業が前月比+21.7%と大幅なプラスとなったものの、通信業や金融・保険業がマイナスとなったことから、非製造業が-0.4%と2か月連続でマイナスとなった。電気機械は大幅なプラスだった。

(出所：経済企画庁 12月8日発表)

- ・10月の資本財出荷指数(除く輸送機械、季節調整値)は前月比-2.6%。

(出所：通商産業省 11月29日発表)

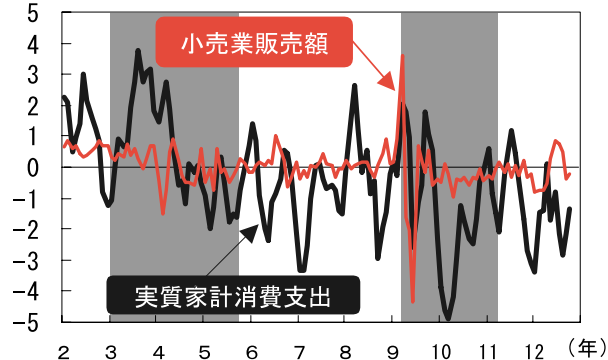
- ・10月の建築着工床面積(民間非居住用)は前年同月比-4.3%と2か月連続で減少。

(出所：建設省 11月30日発表)

家計

○実質家計消費支出……10月は前年同月比-0.2%と2か月ぶりの減少

(前年同月比、%)



(注) 3か月移動平均。シャドーは景気後退期を表す。

《ポイント》

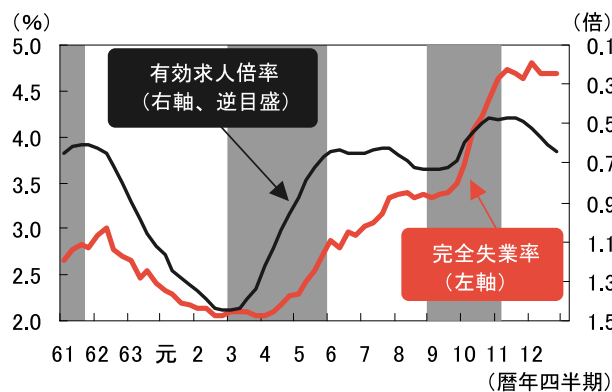
- ・費目別にみると、食料品、被服関連用品や家具(同-55.7%)を中心とした家庭用耐久財消費が大きく落ちこむ一方で、通信費(同+30.9%)や教育費、教養娯楽用耐久財の伸びが目立つ等、消費の選別傾向が顕著になっている。
- ・小売業販売額は、6業種中、「自動車」、「飲食料品」小売業の2業種で前月比マイナスとなり、全体では横ばい。大型小売店販売額はスーパーでの販売が前月比で大幅な伸びを示し、全体では同+2.3%とやや持ち直した。

(出所：総務庁 12月7日発表)

通商産業省 11月27日発表)

雇 用

○完全失業率（季調値）……10月は4.7%と前月比横ばい



(注) シャドーは景気後退期を示す。

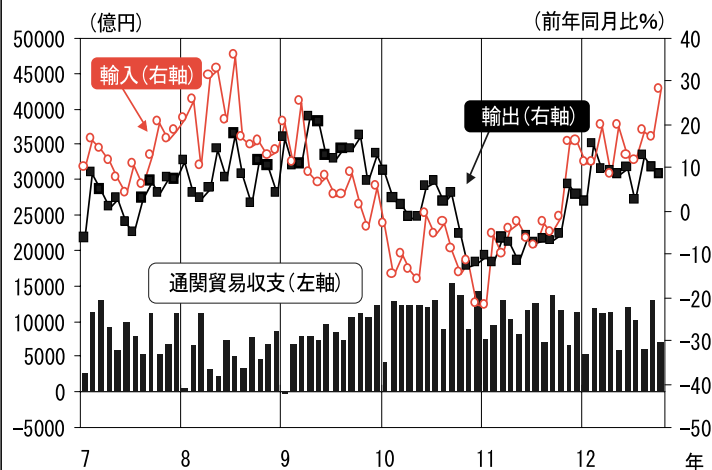
《ポイント》

- ・前年比で、完全失業者数は+3万人、非自発的離職者数は+4万人といずれも2か月連続増加。一方、就業者数の内訳をみると、自営業主等は-40万人だが、雇用者数が+42万人と大幅増となった。その結果、就業者数は+8万人と33か月ぶりに増加。
- ・有効求人倍率（季調値）は、前月比+0.02ポイントの0.64倍と2か月ぶりに改善。内訳は、有効求人数が前月比+3.2%、有効求職者数が同+0.5%。新規求人数は情報サービス業を中心に大幅な伸びを示している。

(出所：総務庁 12月1日発表
労働省 12月1日発表)

国 際 収 支

○通関貿易収支……10月の通関貿易黒字は前年同月比-41.0%と4か月連続の縮小



《ポイント》

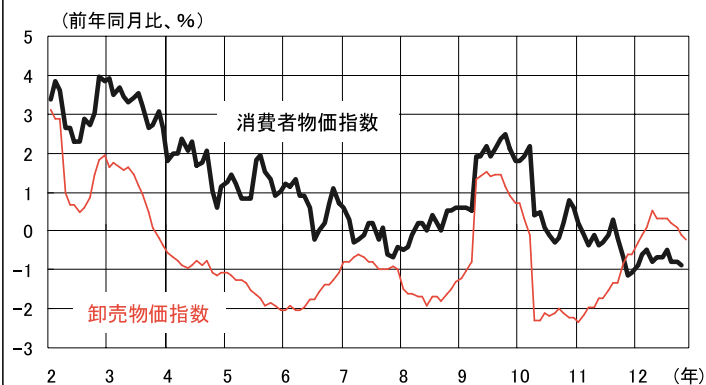
- ・輸出は、EU向けは前年同月比で3か月振りのマイナスとなったが、アジア向けが17か月連続、米国向けが3か月連続のプラスとなり、全体では同+8.3%と12か月連続のプラスとなった。
- ・輸入は、EUからの輸入が3か月連続のプラスとなり、米国及びアジアからの輸入もプラスを続けたため、全体でも同+27.6%と12か月連続のプラスとなった。
- ・この結果、通関貿易黒字は、前年同月比-41.0%の6,902億円となり、4か月連続で前年同月の水準を下回った。

(出所：大蔵省 11月28日発表)

物 価

○全国消費者物価……10月の全国の指数は前年同月比-0.9%、コアで同-0.6%

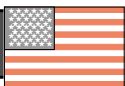
○国内卸売物価……11月は前年同月比-0.2%



《ポイント》

- ・消費者物価指数：項目別では家賃(前年同月比+0.4%)、自動車等関係費(同+1.6%)等が上昇したが、生鮮野菜(同-12.6%)、通信(同-5.1%)等が下落、14か月連続のマックス。
- ・国内卸売物価指数：項目別では石油・石炭製品(同+14.9%)等が上昇したが、電気製品(同-3.8%)、農林水産物(同-2.9%)、電力・都市ガス・水道(同-0.7%)等が下落した。前年同月比マックスは2か月連続。

(出所：総務庁統計局 12月1日発表)
(出所：日本銀行調査統計局 12月8日発表)



米 国 経 済

景 気 の 現 状

○雇用の現状・・・11月の非農業部門雇用者数は、前月差+9.4万人の増加



(注) シャドーは景気後退期を示す。

《ポイント》

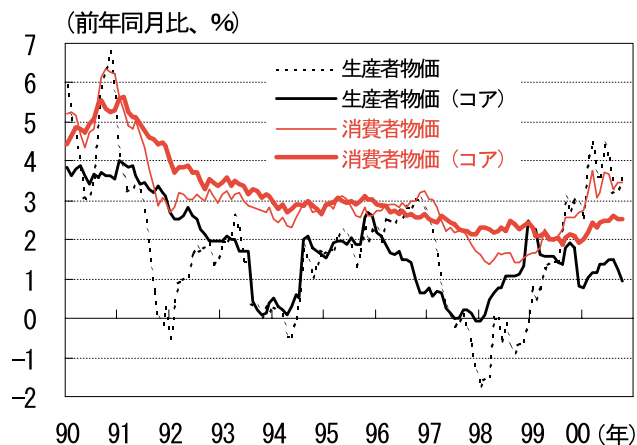
- ・11月の非農業部門雇用者数は、前月差+9.4万人の増加となり、2か月連続して10万人を下回る水準となった。政府雇用が5.4万人減少しており、民間雇用は14.8万人と堅調を維持しているものの、増加のペースはやや鈍化傾向となっている。内訳をみると、製造業は同+0.1万人と増加に転じたものの、建設業が同-0.6万人と減少し、財生産部門では同-0.4万人の減少となった。サービス生産部門では、小売が+4.6万人増加するなど、全体では同+9.8万人の増加となった。
- ・失業率は、9月及び10月は2か月続けて30年来の低い水準となる3.9%で推移していたが、11月は0.1%ポイント上昇し4.0%となった。雇用者数の伸びが年後半以降は鈍化傾向にあるものの、失業率は依然として低い水準に留まっている。インフレ関連指標とされる平均時給は、前月比+0.4%の上昇となり、2か月続けてやや高めの上昇となっている。

(出所：労働省 12月8日発表)

物 価

○生産者物価指数（10月）・・・季節調整済み前月比+0.4%の上昇

消費者物価指数（10月）・・・季節調整済み前月比+0.2%の上昇



《ポイント》

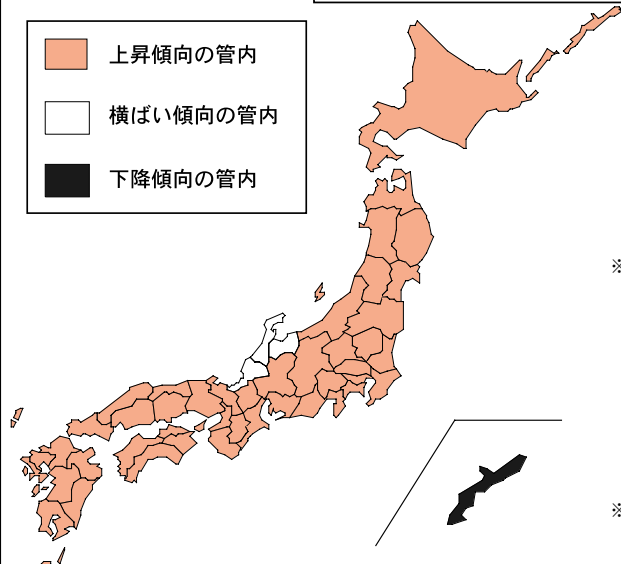
- ・10月の生産者物価指数は、前月比+0.4%の上昇となった。前月に続きやや高めの推移となっているが、エネルギーが+1.4%上昇しており、変動の大きい食品とエネルギーを除いたコアは、同-0.1%の下落と、落ち着いた動きが続いている。
- ・10月の消費者物価指数は、総合・コアとも前月比+0.2%の上昇と、引き続き安定した推移である。燃料油は上昇したものの、ガソリンは下落し、エネルギー全体でも同+0.2%の上昇に留まっている。

(出所：労働省 11月9日発表)

同 11月16日発表)

地域経済

総合的な指標の動き



《9月の動き》

- ・上昇傾向の管内：北海道、東北、関東、東京、信越、中国、東海、近畿、四国、九州
- ・横ばい傾向の管内：北陸
- ・下降傾向の管内：沖縄

※ 以下の指標を用いて郵政局管内別地域経済総合指標（C I）を作成し、後方3か月移動平均後の前月比増減をもとに傾向を判断する。

一致指標…鉱工業生産(季節調整値)、有効求人倍率(季節調整値)、大型小売店販売額(店舗調整済)、入域観光客数(沖縄のみ)

先行指標…新設住宅着工戸数、建築着工床面積(商工業・サービス用)、新車販売台数(乗用車)

遅行指標…実質家計消費支出

※ 景気判断には12月11日現在発表の指標を用いており、今後新しい指標の公表や改定により判断を変更する場合がある。

(○：上昇、－：横ばい、×：下降)

	9月	10月	11月	12月	12年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
北海道	－	○	○	○	○	○	○	－	×	○	○	○	○
東北	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
関東	－	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
東京	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
信越	－	×	－	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
北陸	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	－
東海	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
近畿	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
中国	－	○	○	○	○	○	○	○	○	○	－	－	○
四国	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
九州	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
沖縄	×	○	○	○	○	○	○	○	－	○	－	×	×
全国	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

主要経済指標の動き

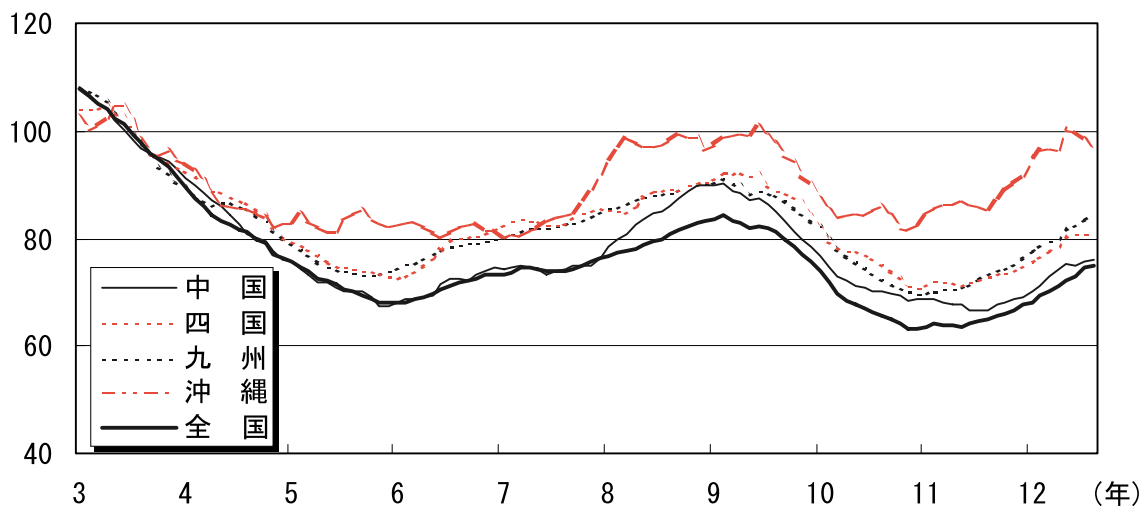
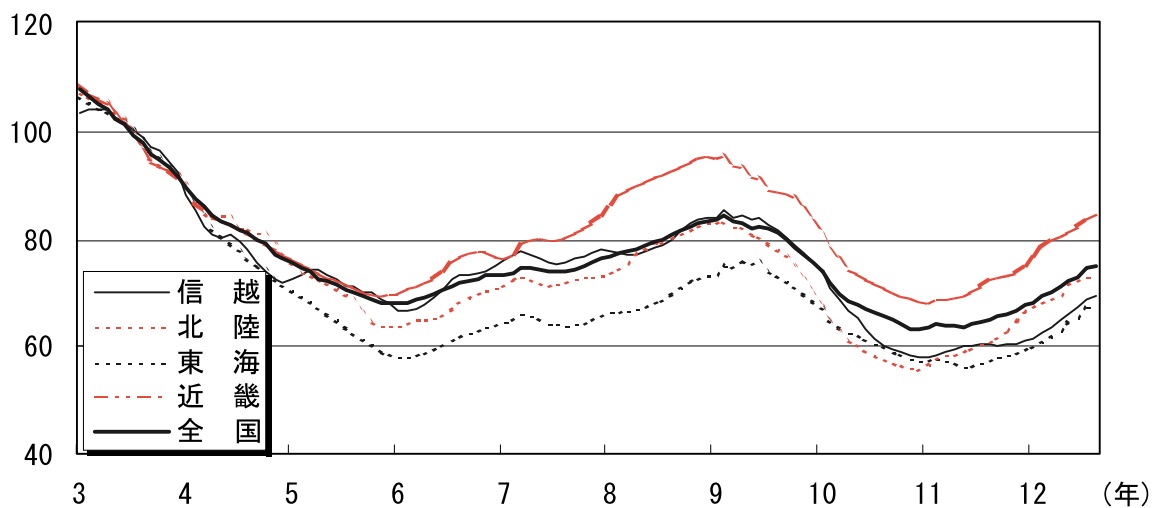
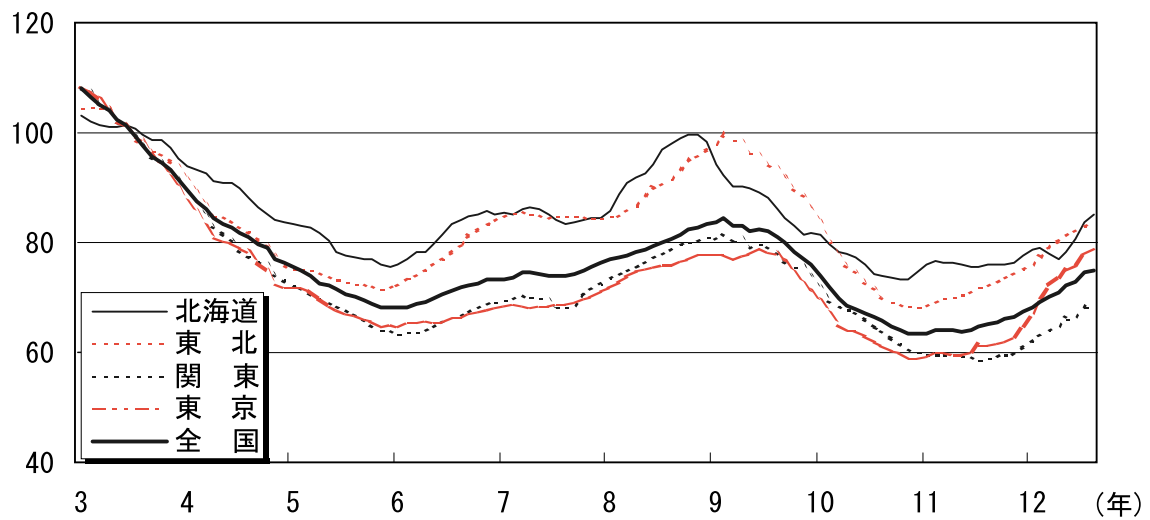
鉱工業生産指数(季節調整値)は、沖縄管内を除く11管内で前月比下降となった。有効求人倍率(季節調整値)は、東北等7管内が前月比横ばい、その他5管内が上昇となった。大型小売店販売額(店舗調整済)は、東京管内を除く11管内で前年比減少した。建設関連の指標のうち新設住宅着工戸数は、沖縄等7管内が前年比減少、東京等5管内が増加となった。建築着工床面積は、東京等5管内が前年比減少、四国等7管内が増加となった。新車販売台数については、東海及び沖縄管内が前年比増加となったが、その他の10管内で減少した。実質家計消費支出は、近畿及び四国管内で前年比増加、その他の10管内で減少した。

	北海道	東北	関東	東京	信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全国
鉱工業生産指数(季節調整値、前月比) ①	-2.8	-1.8	-4.0	-6.8	-3.0	-2.4	-6.1	-1.2	-5.3	-2.3	-2.3	2.9	-3.4
有効求人倍率(季節調整値、前月差) ②	0.01	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00
大型小売店販売額(店舗調整済、前年比) ③	-5.6	-6.2	-7.7	0.7	-5.0	-6.1	-6.2	-5.6	-3.5	-2.9	-2.9	-3.9	-5.0
新設住宅着工戸数(前年比) ④	-6.4	7.8	0.1	19.2	0.6	-8.6	-6.9	-21.0	-10.9	11.3	11.3	-29.7	-3.1
建築着工床面積(商工業・サービス用、前年比) ④	-15.2	22.8	11.0	-56.1	-12.3	44.4	8.5	-9.6	-14.5	105.4	38.0	9.7	2.5
新車販売台数(乗用車、前年比) ⑤	-3.4	-2.6	-1.9	-2.7	-2.6	-1.0	7.0	-0.8	-1.3	-0.1	-0.7	2.9	-0.4
実質家計消費支出(勤労者世帯、前年比) ⑥	-41.4	-4.4	-0.3	-2.4	-13.4	-2.4	-1.3	5.1	-9.2	0.8	-2.1	-7.8	1.0
C I(平成3年=100、3か月移動平均)	85.1	83.6	68.4	79.1	69.4	72.5	67.7	84.7	75.9	81.0	84.2	96.1	74.9
C I(平成3年=100、3か月移動平均、前月比)	1.8	0.8	0.6	1.4	0.9	-0.5	0.7	1.3	0.3	0.1	0.5	-2.5	0.4

(資料) ①：通商産業省、各都道府県 ②：労働省 ③：通商産業省 ④：建設省 ⑤：日本自動車販売協会連合会 ⑥：総務庁
なお、管内ごとのデータについては、各都道府県別データをもとに郵政研究所にて集計

地域経済の動向

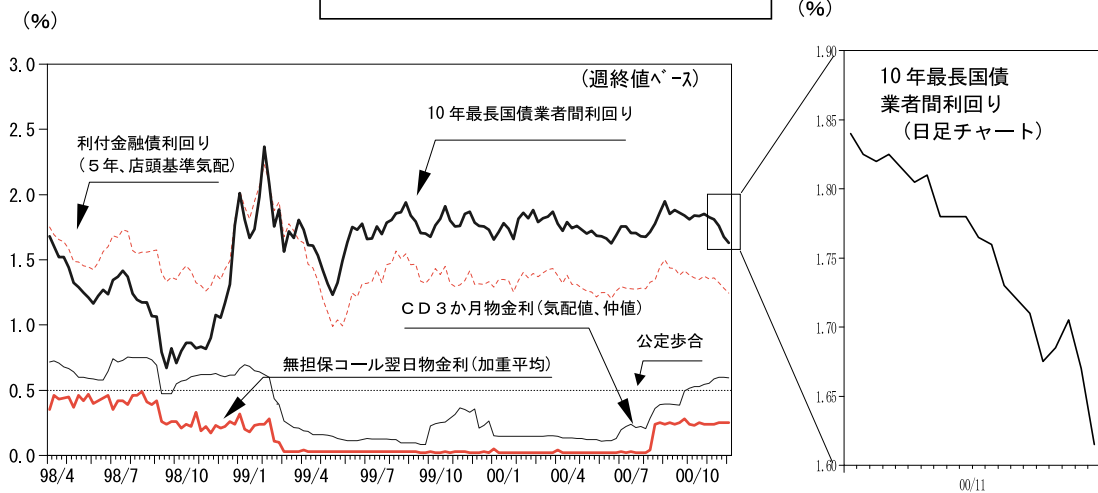
管内別地域経済総合指標（平成3年＝100、後方3か月移動平均）の推移





金 融 市 場 (11月期)

国 内 金 利

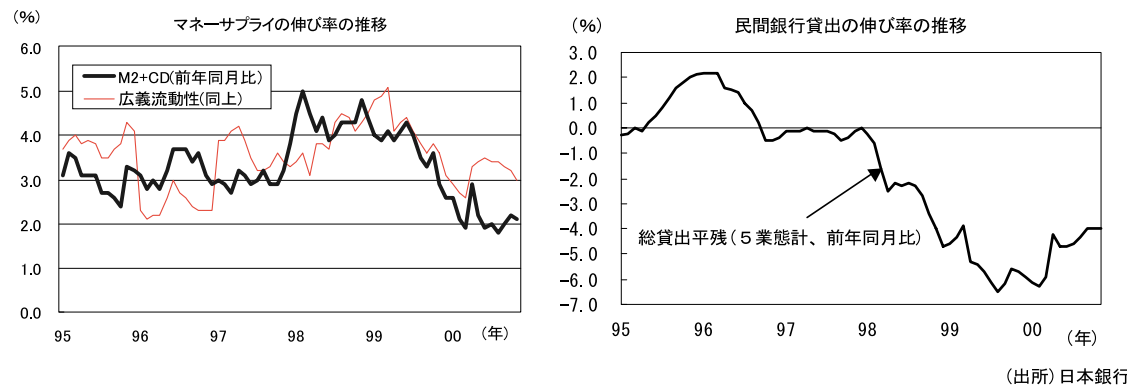


- ・ 11月の無担保コール翌日物金利は、0.23～0.26%で推移した。
(無担保コール翌日物加重平均金利：0.26% 11月30日現在)
- ・ 11月のCD 3か月物金利は、出合いが見られなかった。売り気配値は0.45～0.51%で推移。
(CD 3か月物金利 売り気配値 0.50% 11月30日現在)
- ・ 11月上旬の10年最長国債利回り(業者間)は、1.8%台前半を中心として推移した後、8日の30年債の入札結果が予想よりも良かったとの見方から買い安心感が広がったことや日経平均株価が15000円割れするなど株価が軟調に推移したことを受けて1.800%まで低下。10日の機械受注統計は予想を下回ったものの、10-12月期の見通しが堅調だったことから、強弱感が混在し、目立った反応はなかった。
中旬は、13日に株価が大きく下落したことから、1.8%台を割り込んだ。その後も株価が下落基調で推移したことや内閣不信任案が採決されるなど政局の混乱を背景に、20日に1.725%まで低下。
下旬は、21日に10年債の入札結果が好調だったことから1.685%まで低下。8月9日以来約3か月ぶりに1.6%台をつけた。その後は29日に株価の下落と予想を下回る鉱工業生産の発表をきっかけに低下傾向となり、30日は今年6月19日以来の1.615%まで低下。

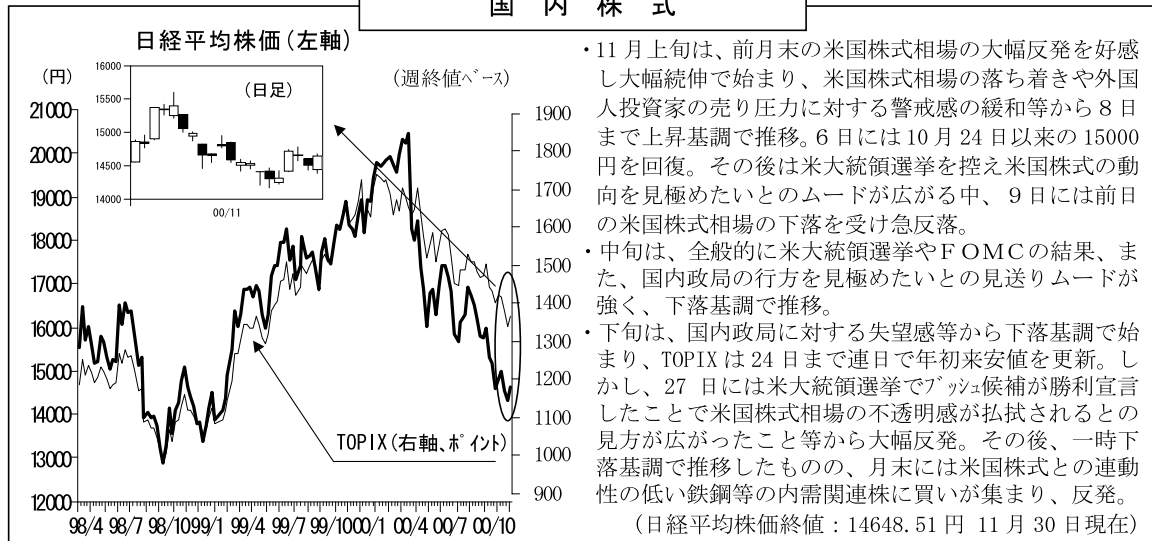
(10年最長国債業者間利回り 引け値:1.615% 11月30日現在)

マネーサプライ

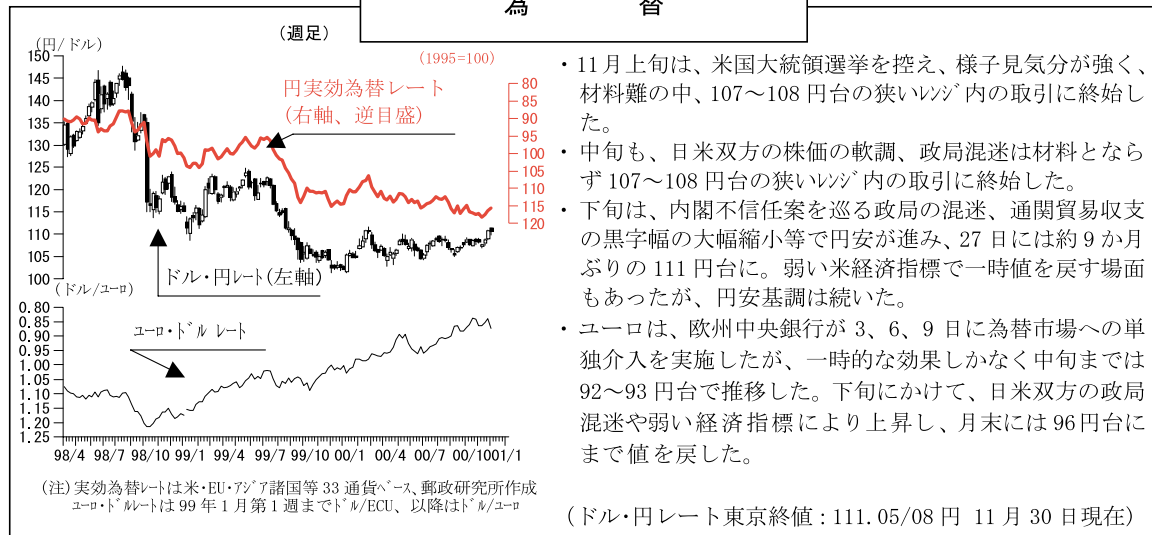
- ・ 11月のM2+CD(平残)は前年同月比+2.1%。預金通貨が前年同月比+4.1%と7か月連続でプラス幅が縮小、準通貨は同一1.6%と12か月連続のマイナス。
- ・ 11月の貸出平残の5業態計は、前年同月比-4.0%と35か月連続でマイナス。マイナス幅は前月と変わらず。



国内株式



為替



米国金融



日本主要経済指標(1)

	1999 3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q	2000 1
鉱工業生産	100.4	101.8	102.6	104.3	106.0	102.1
前期比	2.7	1.3	0.8	1.7	1.6	-0.1
前年比	2.7	5.3	4.5	6.6	5.5	6.1
鉱工業出荷	102.1	104.1	104.6	106.5	108.8	104.3
前期比	3.0	2.0	0.4	1.8	2.1	-0.2
前年比	3.1	5.7	4.4	7.5	6.6	5.2
うち資本財（除く輸送機械）	101.9	101.9	109.5	107.4	113.0	107.3
前期比	3.0	0.1	7.4	-1.9	5.2	4.2
前年比	-2.3	2.1	6.4	8.6	10.9	4.3
鉱工業在庫	95.1	94.0	94.8	95.7	95.3	94.3
前期比	-1.6	-1.2	0.9	0.9	-0.4	1.0
前年比	-8.8	-7.3	-3.5	-1.0	0.1	-4.1
在庫率指数	101.2	99.2	99.3	100.2	98.9	100.2
前期比	-3.8	-1.9	0.0	0.9	-1.3	1.2
前年比	-8.8	-9.6	-7.9	-4.8	-2.3	-7.8
稼働率指数	96.2	96.7	98.5	99.0	100.1	97.7
前年比	1.4	3.2	3.9	6.3	4.1	3.5
第三次産業活動指数	103.9	104.2	104.8	106.0	106.5	105.3
前月比	0.7	0.2	0.6	1.2	0.4	0.7
前年比	1.8	2.5	2.0	2.8	2.4	1.6
実質可処分所得（勤労者世帯）	98.3	97.3	98.7	98.4	97.9	99.4
前期比	-1.3	-1.1	1.5	-0.3	-0.5	4.6
前年比	-3.1	-2.8	-1.5	-1.2	-0.4	-1.7
実質消費支出（勤労者）	97.7	95.8	96.5	98.7	95.8	96.1
前期比	-1.1	-1.9	0.7	2.3	-2.9	2.3
前年比	-0.7	-3.1	-0.2	-0.1	-1.9	-3.1
消費水準指数（勤労者）	97.8	96.2	96.5	99.7	96.8	96.7
前期比	-1.5	-1.6	0.3	3.3	-2.9	2.3
前年比	-1.2	-3.5	-1.2	0.4	-1.1	-3.1
平均消費性向（勤労者）	71.9	71.3	70.8	72.7	70.9	70.0
小売販売（商業販売統計）	93.3	93.0	90.9	91.4	92.2	91.6
前期比	-0.5	-0.3	-2.3	0.6	0.8	-1.0
前年比	-1.9	-1.4	-3.0	-2.5	-1.2	-2.2
東京百貨店売上（店舗調整）	-3.5	-1.8	0.9	-2.8	-0.6	2.0
大型小売店販売（店舗調整）	-3.8	-4.8	-3.2	-5.4	-5.9	-5.8
新車登録台数（年率・万台）(含む軽)	419.6	399.9	436.7	441.2	424.5	460.8
前期比	-1.3	-4.7	9.2	1.0	-3.8	12.1
前年比	1.8	-4.0	3.0	3.8	1.2	3.7
有効求人倍率	0.47	0.49	0.52	0.57	0.61	0.52
前年差	-0.03	0.02	0.04	0.10	0.14	0.04
新規求人倍率	0.87	0.90	0.95	1.03	1.09	0.96
完全失業者（万人）	320	314	326	317	313	317
前年差	11	5	4	-1	-2	11
完全失業率	4.7	4.6	4.8	4.7	4.7	4.7
所定外労働時間（製造業：30人以上）	13.5	14.7	14.7	15.0	15.4	13.4
NSA 前年比	4.6	7.8	13.6	15.7	13.5	13.6
常用雇用指数（5人以上）	101.5	101.5	101.6	101.2	101.4	101.6
前期比	0.0	0.0	0.1	-0.4	0.2	0.0
前年比	-0.2	-0.2	-0.2	-0.3	-0.1	-0.2
現金給与総額（5人以上）	100.5	100.1	102.2	101.7	101.0	102.8
前期比	-0.2	-0.4	2.1	-0.6	-0.7	6.9
前年比	-0.6	-0.7	0.6	1.0	0.5	1.3
取引停止処分	2,725	2,977	3,028	3,016	3,140	935
前年差	-619	94	1,079	418	415	336
倒産負債総額（10億円）	2,949	1,434	2,458	4,497	6,417	604
前年差	-40	-43	-2,291	76	3,468	-148
単位労働コスト*	101.6	99.9	101.3	98.7	96.7	102.3
前期比	-2.8	-1.7	1.4	-2.6	-2.1	7.0
前年比	-3.4	-5.8	-3.9	-5.5	-4.8	-3.6

（注）注記なきものは、季節調整済み系列。単位労働コストは、常用雇用指数×現金給与総額／鉱工業生産指数で定義。

2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
101.6 −0.5 8.2	104.0 2.4 4.5	103.4 −0.6 6.3	103.7 0.3 7.6	105.7 1.9 7.2	104.8 −0.9 7.2	108.4 3.4 7.2	104.7 −3.4 7.2	106.3 1.5 7.2	106.41 0.1 4.1	107.47 1.0 5.2
103.8 −0.5 8.8	105.7 1.8 4.7	105.1 −0.6 7.8	105.8 0.7 8.1	108.7 2.7 7.8	106.7 −1.8 4.7	110.9 3.9 4.7	106.9 −3.6 4.7	107.8 0.8 4.7	(11-12月は 予測値。)	
106.0 −1.2 8.4	115.2 8.7 9.7	104.5 −9.3 1.5	105.5 1.0 −1.7	112.2 6.4 5.8	108.4 −3.4 −5.9	117.0 7.9 12.0	113.6 −2.9 7.7	110.7 −2.6 −1.3		
94.4 0.1 −4.2	95.6 1.3 −2.2	96.0 0.4 −1.4	95.5 −0.5 −1.1	95.5 0.0 −0.7	95.4 −0.1 0.2	95.7 0.3 0.2	94.7 −1.0 0.2	95.9 1.3 0.2		
97.6 −2.6 −10.8	100.0 2.5 −4.8	101.5 1.5 −3.6	100.5 −1.0 −6.2	98.5 −2.0 −4.5	101.6 3.1 −1.0	96.0 −5.5 −1.0	99.0 3.1 −1.0	101.0 2.0 −1.0		
97.9 4.1	99.8 4.0	98.1 7.1	98.6 4.9	100.4 7.0	100.0 5.0	102.3 6.0	98.0 1.2			
103.6 −1.6 1.6	105.5 1.8 2.7	104.9 −0.6 2.0	105.8 0.9 2.6	107.4 1.5 3.7	106.0 −1.3 2.3	107.3 1.2 2.8	106.1 −1.1 2.2			
99.9 0.5 −0.1	96.8 −3.1 −2.8	101.8 5.2 3.4	98.7 −3.0 −1.7	94.8 −4.0 −5.1	97.7 3.1 −0.3	98.0 0.3 0.6	98.1 0.1 −1.4	99.6 1.5 0.5		
98.6 2.6 3.9	94.7 −4.0 −1.4	101.0 6.7 3.6	99.2 −1.8 −1.2	95.8 −3.4 −2.6	96.1 0.3 −3.6	94.4 −1.8 −3.0	96.9 2.6 0.9	96.5 −0.4 −0.1		
96.6 −0.1 0.5	96.3 −0.3 −0.9	102.0 5.9 3.8	100.2 −1.8 −0.8	96.9 −3.3 −1.7	97.3 0.4 −2.5	95.2 −2.2 −2.3	97.8 2.7 1.6	97.5 −0.3 0.6		
71.5	70.8	71.9	72.9	73.2	71.3	69.7	71.6	70.2		
90.6 −1.1 −3.5	90.5 −0.1 −3.2	90.2 −0.3 −4.1	91.3 1.2 −2.4	92.8 1.6 −1.1	92.3 −0.5 −1.0	92.6 0.3 −1.1	91.7 −1.0 −1.5	91.7 0.0 −2.2		
1.6	−1.0	−0.6	−2.5	−5.4	−5.6	−1.7	5.4	−1.8		
−0.9	−2.8	−5.2	−6.0	−5.0	−4.3	−5.7	−7.6	−4.9		
431.4 −6.4 4.7	418.0 −3.1 0.7	421.4 0.8 1.7	444.3 5.4 3.6	457.9 3.1 6.2	395.6 −13.6 −0.7	461.1 16.6 5.0	417.0 −9.6 −1.0	399.3 −4.2 3.9		
0.52 0.04	0.53 0.05	0.56 0.09	0.56 0.10	0.59 0.12	0.60 0.13	0.62 0.15	0.62 0.14	0.64 0.16		
0.93	0.97	1.02	0.97	1.10	1.08	1.08	1.11	1.11		
329 14	332 9	327 4	308 −6	316 −8	314 −13	307 −10	318 3	317 3		
4.9	4.9	4.8	4.6	4.7	4.7	4.6	4.7	4.7		
15.0 12.8	15.8 14.5	15.6 16.4	14.3 14.4	15.1 16.2	15.3 14.2	14.9 14.6	15.9 12.0	16.1 11.8		
101.7 0.1 −0.2	101.6 −0.1 −0.1	101.2 −0.4 −0.4	101.2 0.0 −0.3	101.2 0.0 −0.2	101.4 0.2 0.0	101.4 0.0 −0.2	101.4 0.0 −0.2	101.4 0.0 −0.1		
102.6 −0.2 1.1	101.3 −1.3 −0.6	102.3 1.0 0.6	102.3 0.0 0.7	100.4 −1.9 1.8	98.4 −2.0 −0.4	101.5 3.2 1.0	103.1 1.6 1.0	103.1 0.0 1.1		
905 337	1,188 406	1,017 215	973 54	1,026 149	1,056 146	1,064 182	1,020 87	1,002 48		
1,207 394	647 −2,537	946 −20	1,676 62	1,875 34	4,264 2,909	1,378 443	774 116	8,561 7,929		
102.7 0.4 −3.1	99.0 −3.6 −5.0	100.1 1.2 −6.9	99.8 −0.3 −4.4	96.1 −3.7 −5.2	95.2 −1.0 −5.6	94.9 −0.3 −5.9	99.9 5.2 −3.0	98.3 −1.5 −4.2		

日本主要経済指標(2)

	1999 3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q	2000 1
新設住宅着工戸数（年率、万戸）	123.3	116.8	126.8	123.6	120.1	135.2
前期比	-1.1	-5.2	8.6	-2.5	-2.8	16.4
前年比	7.1	2.3	4.8	-0.9	-2.6	16.7
公共工事請負金額	2,045	1,861	2,042	1,800	1,804	1,184
前期比	-0.7	-9.0	9.7	-11.9	0.3	-18.5
前年比	-8.2	-12.7	-7.7	-12.6	-11.7	-6.1
機械受注（船舶電力除く民需）	8,269	8,991	9,436	9,725	10,525	9,622
前期比	2.3	8.7	4.9	3.1	8.2	-0.3
前年比	-6.0	6.2	12.9	20.3	27.3	20.3
建築着工床面積（鉱工業商業サービス）	3.60	4.09	4.86	4.51	4.30	5.39
前期比	-0.7	13.5	19.0	-7.3	-4.6	34.1
前年比	-15.5	10.2	24.9	24.3	19.4	48.9
通関収支（兆円）	3.21	2.56	1.07	1.00	0.94	1.05
前年差	-0.4	-0.7	-2.3	-2.1	-2.3	-0.22
通関輸出数量	115.9	118.8	125.5	125.6	125.4	121.5
前期比	4.6	2.5	5.7	0.0	-0.1	1.4
前年比	4.1	9.0	13.5	13.4	8.2	6.7
通関輸入数量	111.0	117.8	119.3	123.2	123.0	113.4
前期比	1.7	6.1	1.3	3.2	-0.1	-7.3
前年比	9.4	16.4	10.4	12.9	10.8	8.7
原油価格（通関・ドル）	18.93	23.59	25.96	26.60	29.04	25.28
前期比	27.2	24.6	10.1	2.4	9.2	1.4
前年比	43.4	70.6	129.6	78.7	53.4	121.3
貿易収支（兆円）	3.45	3.12	1.19	1.16	1.00	1.29
前年差	-0.51	-0.78	-2.62	-2.42	-2.45	-0.18
経常収支（兆円）	3.13	2.71	1.22	1.14	1.06	1.28
前年差	-1.02	-1.19	-2.11	-2.17	-2.07	-0.07
証券投資（兆円）	-1.47	-0.54	0.87	-1.47	-0.66	4.35
前年差	3.28	-5.05	2.77	-2.92	0.80	4.46
対米貿易収支（億ドル）	178.6	168.5	57.6	57.3	59.5	45.2
前年差	47.1	18.3	-66.6	-87.2	-119.1	2.3
ドル相場（月中平均）	113.1	104.4	107.0	106.7	107.7	105.3
前期比	-6.4	-7.7	2.5	-0.3	1.0	2.6
前年比	-19.2	-12.6	-8.1	-11.7	-4.8	-7.1
輸入物価（円ベース）	102.7	101.5	104.4	104.2	106.8	102.0
前期比	-0.4	-1.2	2.9	-0.2	2.6	1.0
前年比	-11.0	-2.7	4.7	1.0	4.0	3.4
国内卸売物価	96.1	96.0	96.1	96.1	96.3	96.0
前期比	0.3	-0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
前年比	-1.4	-0.7	-0.1	0.4	0.2	-0.3
消費者物価（東京都都区部）	101.8	101.4	101.2	100.6	100.6	101.2
前期比	0.2	-0.4	-0.2	-0.6	0.0	0.0
前年比	0.1	-1.3	-0.8	-1.0	-1.1	-1.0
消費者物価コア（東京）	101.7	101.6	101.5	101.1	100.9	101.5
前期比	0.0	-0.1	-0.1	-0.4	-0.2	-0.1
前年比	0.0	-0.4	-0.4	-0.6	-0.8	-0.5
M2 + CD（平残）（兆円）	618	620	624	631	631	627
前期比	0.3	0.3	0.6	1.2	0.0	-0.1
前年比	11.3	10.9	11.1	11.3	2.1	2.6
銀行貸出（5業態・平残前年比） 特殊要因調整済み	-6.3	-5.7	-6.1	-4.5	-4.3	-6.1
						-2.2
貸出約定平均金利（新規）	1.79	1.81	1.73	1.74	1.77	1.76
前年差	-0.1	-0.1	-0.1	0.0	0.0	-0.1
CD 3ヶ月金利	0.11	0.28	0.15	0.13	0.60	0.15
前年差	-0.6	-0.3	-0.3	0.0	0.0	-0.5
10年国債利回り	1.78	1.78	1.79	1.72	1.74	1.72
前年差	0.7	0.7	-0.1	0.2	0.7	-0.1
TOPIX	1,478	1,589	1,677	1,608	1,097	1,658
前年比	25.9	47.0	48.6	19.5	15.4	53.3

2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
121.2 -10.3 2.3	124.1 2.3 -3.7	123.6 -0.4 0.0	120.7 -2.3 -1.2	126.6 4.9 -1.3	116.4 -8.0 -0.6	121.9 4.7 -3.8	122.0 0.1 -3.1	116.4 -4.6 1.5	
1,249 5.5 -1.4	3,694 195.8 -10.2	1,944 -47.4 -28.5	1,696 -12.7 8.6	1,758 3.6 -7.3	1,766 0.4 -16.7	1,660 -6.0 -7.1	1,988 19.8 -10.8	2,012 1.2 -18.6	
9,579 -0.5 12.9	9,106 -4.9 6.0	9,004 -1.1 14.1	9,406 4.5 17.8	10,765 14.4 28.4	9,501 -11.7 18.0	12,031 26.6 46.0	10,044 -16.5 18.0	(10-12月期は 前期比7.6% の見通し)	
4.60 -14.7 9.5	4.60 0.0 19.2	4.39 -4.6 4.3	4.80 9.3 47.7	4.33 -9.8 26.6	4.65 7.4 38.4	4.50 -3.2 19.4	3.75 -16.7 2.2	3.47 -7.5 -7.5	
1.23 0.27	0.94 -0.18	1.14 0.10	0.75 -0.25	1.11 0.03	0.93 -0.24	0.90 -0.06	0.99 -0.10	0.61 -0.47	
128.1 5.5 20.0	127.0 -0.9 14.3	124.0 -2.4 11.9	121.4 -2.0 13.1	131.4 8.2 15.1	120.6 -8.2 6.2	129.7 7.5 12.3	126.0 -2.9 6.3	120.6 -4.3 2.8	
120.0 5.8 7.3	124.6 3.8 15.1	115.9 -7.0 4.7	128.9 11.3 20.1	124.8 -3.2 14.1	117.5 -5.8 11.2	129.6 10.3 13.2	122.0 -5.9 8.1	126.6 3.8 17.0	
25.32 0.2 125.7	27.29 7.8 141.9	27.30 0.0 111.0	24.86 -8.9 62.7	27.62 11.1 68.1	28.75 4.1 69.4	29.17 1.4 53.8	29.19 0.1 40.0	31.38 7.5 38.7	
1.31 0.20	0.96 -0.26	1.37 0.19	0.99 -0.27	1.13 -0.02	1.07 -0.10	0.95 -0.17	0.97 -0.19		
1.53 0.40	0.85 0.00	1.25 0.42	1.09 -0.22	1.07 -0.09	1.01 -0.17	1.11 0.06	1.05 0.16		
-0.02 0.84	-1.73 -0.80	1.79 -0.51	-2.29 -2.77	-3.90 -2.57	-0.29 -2.84	0.09 0.52	-1.79 1.80		
62.8 27.3	64.8 19.0	68.6 20.6	43.1 0.6	60.3 6.2	57.4 -3.0	50.3 3.2	70.8 -0.3	59.5 1.0	
109.4 3.9 -6.2	106.3 -2.8 -11.0	105.6 -0.6 -11.8	108.3 2.6 -11.2	106.1 -2.0 -12.1	108.2 2.0 -9.3	108.1 -0.1 -4.5	106.8 -1.2 0.0	108.4 1.5 2.3	109.0 0.5 4.2
106.4 4.3 6.6	104.7 -1.6 4.1	103.7 -1.0 2.2	104.7 1.0 0.8	104.1 -0.6 0.2	106.9 2.7 2.3	107.4 0.5 4.6	106.2 -1.1 5.3	108.6 2.3 6.7	109.7 1.0 8.0
96.1 0.1 -0.1	96.1 0.0 0.1	96.2 0.1 0.5	96.1 -0.1 0.3	96.1 0.0 0.3	96.3 0.2 0.3	96.3 0.0 0.2	96.2 -0.1 0.1	95.9 -0.3 -0.1	95.8 -0.1 -0.2
101.2 0.0 -0.8	101.1 -0.1 -0.7	100.8 -0.3 -0.9	100.6 -0.2 -0.9	100.4 -0.2 -1.2	100.8 0.4 -0.8	100.6 -0.2 -1.3	100.4 -0.2 -1.4	100.3 -0.1 -1.2	100.4 0.1 -1.1
101.5 0.0 -0.4	101.4 -0.1 -0.4	101.2 -0.2 -0.5	101.2 0.0 -0.4	100.8 -0.4 -0.9	101.0 0.2 -0.7	100.9 -0.1 -0.8	100.7 -0.2 -1.0	100.7 0.0 -0.9	100.7 0.0 -0.9
620 -1.0 2.1	624 0.6 1.9	633 1.5 2.9	630 -0.4 2.2	629 -0.2 1.9	633 0.5 2.0	630 -0.5 1.7	631 0.3 2.6	635 0.6 3.1	
-6.3 -2.4	-5.9 -2.1	-4.2 -1.8	-4.7 -2.2	-4.7 -2.2	-4.6 -2.1	-4.3 -2.0	-4.0 -1.8	-4.0 -1.8	-4.0 -1.8
1.74 -0.1	1.67 -0.1	1.75 0.0	1.74 0.0	1.74 0.0	1.76 -0.1	1.79 0.0	1.75 0.0	1.93 0.1	
0.15 -0.4	0.15 -0.1	0.13 0.0	0.12 0.0	0.12 0.0	0.22 0.1	0.31 0.2	0.40 0.3	0.53 0.3	0.59 0.2
1.84 -0.2	1.82 0.1	1.75 0.2	1.71 0.4	1.70 0.0	1.73 0.0	1.77 -0.1	1.89 0.1	1.83 0.0	1.76 -0.1
1,712 55.4	1,662 38.1	1,662 25.0	1,595 20.0	1,566 13.7	1,553 5.4	1,493 1.9	1,484 -0.8	1,443 -5.0	1,392 -13.6

米国経済主要経済指標

	99 3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q	2000 4
非農業部門雇用者数（百万人）	129.1	129.8	130.6	131.6	131.6	131.4
前期差（万人）	0.5	0.5	0.6	0.7	0.1	41.0
失業率（％）	4.2	4.1	4.1	4.0	4.0	3.9
NAPM景気総合指数：製造業	55.1	56.9	56.3	53.3	50.4	54.9
鉱工業生産指数	140.1	142.1	144.4	147.1	148.4	146.3
前期比（％）	1.4	1.4	1.6	1.9	0.9	0.8
前年比（％）	4.4	5.1	5.8	6.5	5.9	6.5
設備稼働率（％）	81.3	81.6	82.0	82.6	82.4	82.5
製造業新規受注高（億ドル）	3,617.4	3,686.1	3,783.2	3,888.1	3,813.5	3,704.2
前期比（％）	3.9	1.9	2.6	2.8	-1.9	-3.8
耐久財受注高（億ドル）	2,057.8	2,084.7	2,144.7	2,232.3	533.3	2,065.6
前期比（％）	4.9	1.3	2.9	4.1	-76.1	-5.8
消費者景気信頼感指数(85年=100)	135.5	136.4	140.9	140.5	142.1	137.7
小売売上高（億ドル）	2,524.6	2,581.3	2,663.4	2,676.6	2,714.0	2,671.2
前期比（％）	2.4	2.2	3.2	0.5	1.4	-0.5
住宅着工件数（万戸）	166.3	168.9	173.2	160.5	152.5	165.2
非防衛資本財受注（億ドル）	558.3	577.7	604.8	644.2	652.6	615.1
前期比（％）	7.0	3.5	4.7	6.5	1.3	1.9
貿易収支（国際収支億ドル）	-242.4	-254.3	-283.7	-297.6	-304.4	-296.4
生産者物価（82年=100）	133.6	134.7	136.3	137.5	138.3	137.0
前期比（％）	1.0	0.8	1.2	0.8	0.6	-0.4
前年比（％）	2.3	2.9	3.7	3.9	3.5	3.6
食品・エネルギー除く	146.1	147.0	147.1	147.7	148.1	147.4
前期比（％）	0.2	0.6	0.1	0.4	0.3	0.1
前年比（％）	1.5	1.5	1.0	1.3	1.4	1.2
消費者物価（82/84年=100）	167.2	168.4	170.2	171.7	173.0	171.3
前期比（％）	0.6	0.7	1.0	0.9	0.8	0.0
前年比（％）	2.3	2.6	3.2	3.3	3.5	3.1
食料・エネルギー除く	177.7	178.7	179.8	181.1	182.2	180.8
前期比（％）	0.5	0.6	0.6	0.7	0.6	0.2
前年比（％）	2.0	2.1	2.2	2.4	2.5	2.3
時間当たり平均報酬	13.31	13.41	13.54	13.67	13.79	13.64
前期比（％）	0.9	0.8	0.9	1.0	0.9	0.4
前年比（％）	3.7	3.6	3.6	3.6	3.7	3.8
公定歩合	4.67	4.92	5.25	5.83	6.00	5.50
FFレート誘導目標水準	5.17	5.42	5.75	6.33	28.57	6.00
財務省証券利回り：10年	5.87	6.13	6.47	6.16	5.89	5.98
NYダウ：工業30種	10,900.6	10,820.7	10,768.9	10,702.5	10,881.8	10,944.3
WTI先物期近物終値	21.71	24.50	28.73	28.60	-0.17	25.48
CRBインデックス（67年=100）	195.4	204.0	210.9	218.8	223.2	211.28

5	6	7	8	9	10	11
131.6	131.6	131.6	131.5	131.7	131.8	131.9
17.1	5.7	-4.0	-7.9	19.5	7.7	9.4
4.1	4.0	4.0	4.1	3.9	3.9	4.0
53.2	51.8	51.8	49.5	49.9	48.3	47.7
147.2	147.9	147.6	148.6	149.0	148.8	
0.6	0.5	-0.2	0.7	0.3	-0.1	
6.4	6.7	5.7	5.9	6.1	5.2	
82.7	82.7	82.3	82.5	82.4	82.0	
3,879.1	4,080.9	3,750.3	3,823.7	3,866.5	3,739.1	
4.7	5.2	-8.1	2.0	1.1	-3.3	
2,213.9	2,417.5	2,098.8	2,158.6	2,206.5	2,083.0	
7.2	9.2	-13.2	2.9	2.2	-5.6	
144.7	139.2	143.0	140.8	142.5	135.8	133.5
2,674.2	2,684.4	2,706.5	2,705.5	2,730.1	2,731.7	
0.1	0.4	0.8	0.0	0.9	0.1	
159.1	157.1	152.7	151.9	153.0	153.2	
608.2	709.4	622.8	649.9	684.9	602.4	
-1.1	16.6	-12.2	4.4	5.4	-12.1	
-297.9	-298.5	-316.9	-298.1	-342.6		
137.1	138.3	138.1	137.8	139.0	139.5	
0.1	0.9	-0.1	-0.2	0.9	0.4	
3.6	4.5	4.1	3.2	3.3	3.6	
147.8	147.8	147.9	148.0	148.5	148.4	
0.3	0.0	0.1	0.1	0.3	-0.1	
1.4	1.4	1.5	1.5	1.2	1.0	
171.5	172.4	172.8	172.7	173.6	173.9	
0.1	0.5	0.2	-0.1	0.5	0.2	
3.2	3.7	3.7	3.3	3.5	3.5	
181.1	181.4	181.8	182.1	182.6	182.9	
0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	
2.4	2.5	2.5	2.6	2.5	2.5	
13.66	13.70	13.75	13.80	13.83	13.89	
0.1	0.3	0.4	0.4	0.2	0.4	
3.6	3.6	3.6	3.8	3.6	3.8	
6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	6.50
6.43	6.08	6.04	5.84	5.79	5.73	5.70
10,580.3	10,582.9	10,663.0	11,014.5	10,967.9	10,441.0	10,666.1
28.80	31.53	29.71	31.13	33.86	32.93	34.26
220.42	224.72	220.51	220.83	228.23	226.35	226.55

欧州主要経済指標

	1999 1Q	2Q	3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q
ユーロ（EMU11ヶ国）							
実質GDP成長率（前期比％）	0.8	0.5	1.0	1.0	0.9	0.8	0.7
（前年同期比％）	1.9	2.1	2.5	3.3	3.5	3.7	3.4
鉱工業生産指数（前期比％）	0.1	0.7	1.8	1.5	1.0	1.6	
生産者物価指数（前期比％）	-0.6	0.6	1.0	1.1	1.5	1.4	
消費者物価指数（前期比％）	0.3	0.6	0.3	0.3	0.8	0.7	0.7
失業率（％）	10.2	10.0	9.9	9.6	9.4	9.1	9.0
欧州中央銀行政策金利（％）	3.00	2.50	2.50	3.00	3.50	4.25	4.50
マネーサプライ（M3）（前年同期比％）	5.4	5.4	5.9	6.0	5.9	5.9	5.4
為替相場（期中平均、ドル/ユーロ）	1.11	1.04	1.07	1.02	0.96	0.93	0.90
（期中平均、円/ユーロ）	130.7	127.7	118.7	108.4	105.5	99.6	97.4
ドイツ							
実質GDP成長率（前期比％）	0.9	-0.1	0.9	0.8	0.9	1.1	0.6
IFO業況指数（91年＝100）	90.6	91.3	94.8	98.1	100.5	101.2	
鉱工業生産指数（前期比％）	0.8	0.8	1.7	0.7	1.1	1.9	1.6
製造業新規受注（前期比％）	0.8	2.4	5.2	1.7	1.2	5.4	0.6
設備稼働率（％）	84.9	85.3	86.0	87.0	88.0	87.7	87.7
小売売上数量（前期比％）	3.0	-2.0	-0.2	-0.2	1.8	2.4	-1.7
貿易収支（億マルク）	322.7	291.4	322.7	328.6	312.9	273.8	238.6
消費者物価指数（前期比％）	-0.2	0.4	0.1	0.1	-0.3	0.6	0.3
失業率（％）	10.6	10.5	10.5	10.2	10.1	9.6	9.4
マネーサプライ（M3）（前年同期比％）	9.0	10.9	10.4	8.4	7.5	3.7	2.3
フランス							
実質GDP成長率（前期比％）	0.6	0.8	1.0	1.0	0.6	0.8	0.7
鉱工業生産指数（前期比％）	0.2	0.5	1.9	1.4	0.7	0.2	1.3
設備稼働率（％）	83.8	83.9	84.4	84.8	85.2	86.0	86.5
工業品家計消費（前期比％）	1.2	0.5	1.9	0.4	1.5	0.6	0.1
貿易収支（億フラン）	286	275	356	189	161.6	153	-91.2
消費者物価指数（前期比％）	0.0	0.6	-0.1	0.5	0.5	0.6	0.3
失業率（％）	11.5	11.4	11.2	10.8	10.2	9.8	9.6
マネーサプライ（M3）（前年同期比％）	3.3	4.1	6.1	8.7	7.7	6.7	7.7
イギリス							
実質GDP成長率（前期比％）	0.4	0.8	1.0	0.7	0.5	0.9	0.7
鉱工業生産指数（前期比％）	-0.6	0.8	1.5	0.1	-0.8	1.4	0.6
小売売上数量指数（前期比％）	1.2	1.1	1.3	1.2	1.4	0.3	1.3
貿易収支（億ポンド）	-76	-62	-57	-72	-70	-75	-76.7
消費者物価指数（前期比％）	-0.4	1.1	0.1	0.7	0.4	1.9	0.2
失業率（％）	4.5	4.4	4.2	4.1	4.0	3.8	3.6
イングランド銀行政策金利（％）	5.50	5.00	5.25	5.50	6.00	6.00	—
マネーサプライ（M4）（前年同期比％）	6.5	5.5	3.1	3.8	5.3	6.7	9.2
為替相場（期中平均、ドル/ポンド）	1.63	1.61	1.60	1.63	1.61	1.53	1.48

（注1）ユーロ圏、ドイツ及びフランスの鉱工業生産指数は建設を除くベース。

（注2）イギリスのマネーサプライは末残ベース。

2000 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.0	0.8	0.9	0.6	0.6	−0.5	0.5	0.5	0.8		
0.6	0.5	0.5	0.3	0.7	0.4	0.6	0.3	0.9	0.5	
0.1	0.4	0.4	0.1	0.1	0.5	0.2	0.0	0.5	0.0	
9.5	9.4	9.3	9.2	9.1	9.0	9.0	9.0	9.0	8.9	
3.00	3.25	3.50	3.75	3.75	4.25	4.25	4.25	4.50	4.75	4.75
5.2	6.1	6.5	6.6	6.0	5.4	5.2	5.6	5.4	5.3	
0.97	0.96	0.96	0.91	0.94	0.95	0.93	0.89	0.88	0.84	0.86
106.5	107.6	102.6	99.9	98.1	100.7	101.4	97.8	93.1	92.7	93.3
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
100.2	100.9	100.5	101.2	102.0	100.3	99.1	98.9	98.0		
−0.5	3.1	−1.2	1.1	2.5	−3.3	2.8	1.0	−1.0	−0.3	
−1.1	5.1	0.5	2.0	1.8	0.3	0.0	2.0	−4.2	3.1	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3.8	0.9	−2.4	4.9	−0.5	−2.1	0.3	−0.2	−0.7		
88.0	117.3	107.6	88.0	82.1	103.7	86.1	78.2	74.3		
0.2	0.2	0.3	0.0	−0.2	0.6	0.2	0.0	0.7	0.1	0.2
10.1	10.1	10.1	9.6	9.6	9.6	9.5	9.5	9.4	9.4	9.3
8.1	8.0	7.5	6.5	4.4	3.7	3.0	2.8	2.3	1.3	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.3	0.7	0.4	−0.4	0.2	−0.1	1.3	0.0	0.1		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.6	1.7	−1.3	0.2	1.1	0.1	1.0	−1.5	−1.0	1.5	
41.7	59	61	37	68	48	−71	−24	4		
0.0	0.1	0.5	0.0	0.2	0.2	−0.2	0.2	0.6	−0.2	
10.5	10.2	10.0	9.9	9.8	9.6	9.7	9.6	9.5	9.4	
6.1	6.3	7.7	8.5	8.3	6.7	8.3	8.1	7.7		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
−0.4	−0.5	0.8	0.7	0.2	0.3	0.5	0.5	−1.0	−0.2	
1.6	−1.3	0.4	0.0	0.4	0.5	0.2	0.4	0.7	0.0	
−25.6	−22.3	−21.6	−28.0	−23.1	−23.9	−29.0	−22.6	−25.1		
−0.4	0.5	0.5	1.0	0.4	0.2	−0.4	0.0	0.7	−0.1	
4.0	4.0	3.9	3.8	3.8	3.8	3.7	3.6	3.6	3.6	
5.75	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.0	6.0	6.0
3.2	3.2	5.3	4.8	5.1	6.7	6.9	8.7	9.2	9.4	
1.64	1.60	1.58	1.58	1.51	1.51	1.51	1.49	1.44	1.45	1.43

アジア主要経済指標

	1999 1Q	2Q	3Q	4Q	2000 1Q	2Q	3Q
中 国							
実質GDP (前年同期比%)	8.3	7.1	7.0	6.2	8.1	8.3	8.2
実質工業生産増加率 (付加価値ベース%)	9.7	9.0	9.0	7.3	10.7	11.7	
全国小売物価指数 (前年同期比%)	-2.9	-3.5	-2.7	-2.5	-1.9	-1.9	-1.7
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	4,267	3,717	11,604	9,823	5,219	7,215	6,787
うち対日収支 (100万米ドル)	-62	-1,027	-18	-281	-249	-70	31
香 港							
実質GDP (前年同期比%)	-2.9	1.2	4.4	9.2	14.3	10.8	
製造業生産指数 (前年同期比%)	-9.7	-6.9	-6.2	-3.0	-0.1	-0.9	
消費者物価指数(A) (前年同期比%)	-1.5	-3.5	-5.0	-3.0	-4.1	-3.4	-2.0
貿易収支 (通関ベース原数値100万香港ドル)	-12,930	-12,232	-6,458	-11,673	-23,712	-24,697	-16,820
うち対日収支 (100万香港ドル)	-18,716	-21,996	-23,873	-25,323	-24,757	-29,408	-19,092
韓 国							
実質GDP (産業総合・前年同期比%)	5.4	10.8	12.8	13.0	12.8	9.6	9.2
鉱工業生産指数 (産業総合・前期比%)	4.8	5.5	7.0	7.1	2.3	1.0	8.0
消費者物価指数 (前年同期比%)	0.7	0.6	0.7	1.3	1.5	1.4	3.2
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	4,687	6,982	5,329	6,935	503	3,650	4,160.0
うち対日収支 (100万米ドル)	-1,654	-2,070	-2,201	-2,355	-2,883	-3,234	
台 湾							
実質GDP (前年同期比%)	4.1	6.4	4.7	6.4	7.9	5.4	
鉱工業生産指数 (前年同期比%)	6.0	9.6	5.0	10.1	11.4	7.5	10.9
消費者物価指数 (前年同期比%)	0.7	-0.1	0.3	-0.1	0.9	1.4	1.2
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	2,639	3,555	2,440	2,267	1,298	1,376	1,943
うち対日収支 (100万米ドル)	-4,127	-4,234	-4,450	-5,880	-5,144	-6,028	-5,777
シンガポール							
実質GDP (前年同期比%)	0.8	6.6	6.9	7.1	9.8	8.0	10.2
製造業生産指数 (総合・前年同期比%)	6.8	14.9	17.1	16.4	13.3	13.3	15.5
消費者物価指数 (前年同期比%)	-0.7	0.0	0.3	0.5	1.1	0.8	1.5
貿易収支 (通関ベース原数値 100万Sドル)	1,838	1,739	84	2,487	1,545	150	1,780
うち対日収支 (100万Sドル)	-3,218	-4,144	-4,983	-4,559	-4,929	-5,549	-6,258
タ イ							
実質GDP (前年同期比%)	0.2	2.5	7.8	6.5	5.3	6.6	
製造業生産指数 (前年同期比%)	6.5	11.2	19.0	20.4	9.5	3.5	
消費者物価指数 (前年同期比%)	2.7	-0.7	-0.9	0.1	0.8	1.9	2.0
貿易収支 (通関ベース原数値 100万バーツ)	58,188	75,347	94,615	78,715	101,849	41,735	
うち対日収支 (100万バーツ)	-25,078	-37,442	-38,510	-51,555	-33,243	-47,414	
マレーシア							
実質GDP (前年同期比%)	-1.4	5.0	8.6	11.0	11.9	8.5	7.7
鉱工業生産指数 (総合・前年同期比%)	-2.4	6.6	14.2	17.9	23.5	20.1	
消費者物価指数 (前年同期比%)	4.0	2.7	2.3	2.1	1.5	1.4	1.5
貿易収支 (通関ベース原数値100万リンギ)	15,565	18,228	18,778	19,807	16,527	12,493	14,903
対日貿易収支 (通関ベース原数値・億ドル)	-164.2	-171.8	-198.1	-205.1	-191.4	-205.8	
フィリピン							
実質GDP (前年同期比%)	0.7	3.6	3.8	4.9	3.4	4.5	4.8
製造業生産指数 (前年同期比%)	1.0	7.2	11.7	15.4	14.7	17.1	
消費者物価指数 (前年同期比%)	10.0	6.8	5.6	4.5	3.0	3.9	
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	550	148	1,754	2,118	731	1,550	1,961
対日貿易収支 (通関ベース原数値・億ドル)	-164.2	-171.8	-198.1	-205.1	-191.4	-205.8	
インドネシア							
実質GDP (前年同期比%)	-7.0	3.7	1.2	5.0	3.6	4.1	5.1
製造業生産指数 (前年同期比%)	4.9	25.7	37.0	38.5	—	—	—
消費者物価指数 (前年同期比%)	55.8	30.9	6.6	1.7	-0.6	1.1	5.7
貿易収支 (通関ベース原数値100万米ドル)	4,609	5,545	7,189	7,319	7,585	8,009	

(注1) 香港の消費者物価指数は所得階層別に3種類発表され、(A)は都市部家計の50%をカバーしている。

(注2) シンガポールの鉱工業生産指数はゴム加工を除く。

2000 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
8.9	12.0	11.9	11.4	11.5	12.2	12.8	12.8	12.0	11.4	
-2.1	-1.4	-2.1	-2.4	-1.9	-1.4	-1.2	-1.3	-1.5		
1,539	1,347	2,333	2,140	3,184	1,892	1,987	2,541	2,258		
-423	-40	214	94	75	-239	-206	120	117		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
-4.2	-4.2	-4.0	-3.3	-3.4	-3.5	-2.1	-1.8	-2.0		
-3,231	-6,888	-13,593	-10,524	-7,861	-6,312	-8,119	-3,474	-5,227	-3,877	
-7,232	-8,797	-8,728	-9,960	-9,642	-9,806	-10,162	-9,017	87		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3.1	-0.9	-1.7	-2.3	6.0	2.4	3.5	3.3	-4.0		
1.6	1.4	1.6	1.0	1.1	2.2	2.9	2.7	3.9		
-426	706	223	183	1,365	2,102	799	1,404	1,958		
-807	-927	-1,149	-1,231	-955	-1,048	-1,045				
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
11.7	13.3	9.5	5.0	7.9	9.5	7.2	9.3	16.5		
0.5	0.9	1.1	1.2	1.6	1.4	1.4	0.3	1.6		
909	-22	411	101	440	835	125	665	1,176	1,321	
-1,744	-1,587	-1,813	-2,326	-1,920	-1,783	-2,081	-1,830	-1,866	-1,834	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
28.4	9.6	3.9	9.3	19.8	11.1	11.4	20.8	14.4		
0.9	1.2	1.2	1.1	0.6	0.8	1.1	1.7	1.7		
-236	643	1,138	-104	1,075	-821	455	1,049	276	1,468	
-1,439	-1,696	-1,794	-1,825	-1,725	-1,998	-2,123	-1,944	-2,190		
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
8.4	10.2	9.8	3.7	5.0	1.6	-1.3	-2.3	2.0		
0.5	0.9	1.1	1.2	1.7	2.7	2.6	2.2	1.3	1.7	1.7
47,159	16,086	38,604	17,164	21,205	3,366	32,571	16,169			
-7,504	-13,425	-12,314	-15,907	-13,363	-18,144	-15,840				
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
25.5	23.5	21.7	17.9	21.2	21.3	20.6	18.7			
1.6	1.5	1.5	1.4	1.3	1.3	1.4	1.5	1.5		
4,614	4,907	7,006	3,405	4,148	4,940	4,003	4,800	6,100	5,600	
-46.6	-52.7	-64.9	-56.4	-69.4	-63.1					
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
20.5	14.6	9.8	6.1	21.9	22.5	36.4				
2.6	3.0	3.3	3.7	4.1	3.9	4.2	4.6	4.5	4.8	
65	419	247	140	494	916	544	886			
-46.6	-52.7	-64.9	-56.4	-69.4	-63.1					
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
0.3	-0.9	-1.2	0.1	1.2	2.0	4.4	5.7	6.6	8.0	
2,225	2,674	2,686	2,673	2,458	2,862	2,867				

企業組織の再編成

第二経営経済研究部主任研究官 須澤 淳

近時、国内外で大きな会社合併、分割が相次いでいる。2000年10月アメリカ電話会社大手AT&Tが自らの持つ携帯電話やケーブルテレビ（CATV）など複数の事業部門を分離・独立させる4分割計画を発表して話題となった。わが国においても同年9月、第一勧業、富士、日本興業の3銀行が共同で持株会社みずほホールディングスを設立、2002年春を目処として持株会社のもとで顧客セグメント別・機能別に統合・分離し、分社経営に移行することを決定している。

企業組織を買収、合併、分割等により組み替えて競争力を高める動きは内外とも近年活発化していたが、欧米主要国に比較して日本の諸制度は必ずしも使い勝手のよいものではなかった。しかし、組織再編成に係る最も中心的な法制である商法が2000年の会社分割制度の創設を最後に数年来の改正作業をひととおり終了し、欧米市場に比肩し得る制度的枠組みが整備された。

（会社法制改正の背景）

東西冷戦構造の終焉という世界的な流れのなかで、社会主義諸国は市場経済体制への移行を始めた。資本主義諸国も国際的な緊張が緩和されるとともに軍備増強の必要性から解放され、企業間の国際競争が著しく激化してきた。これに市場のグ

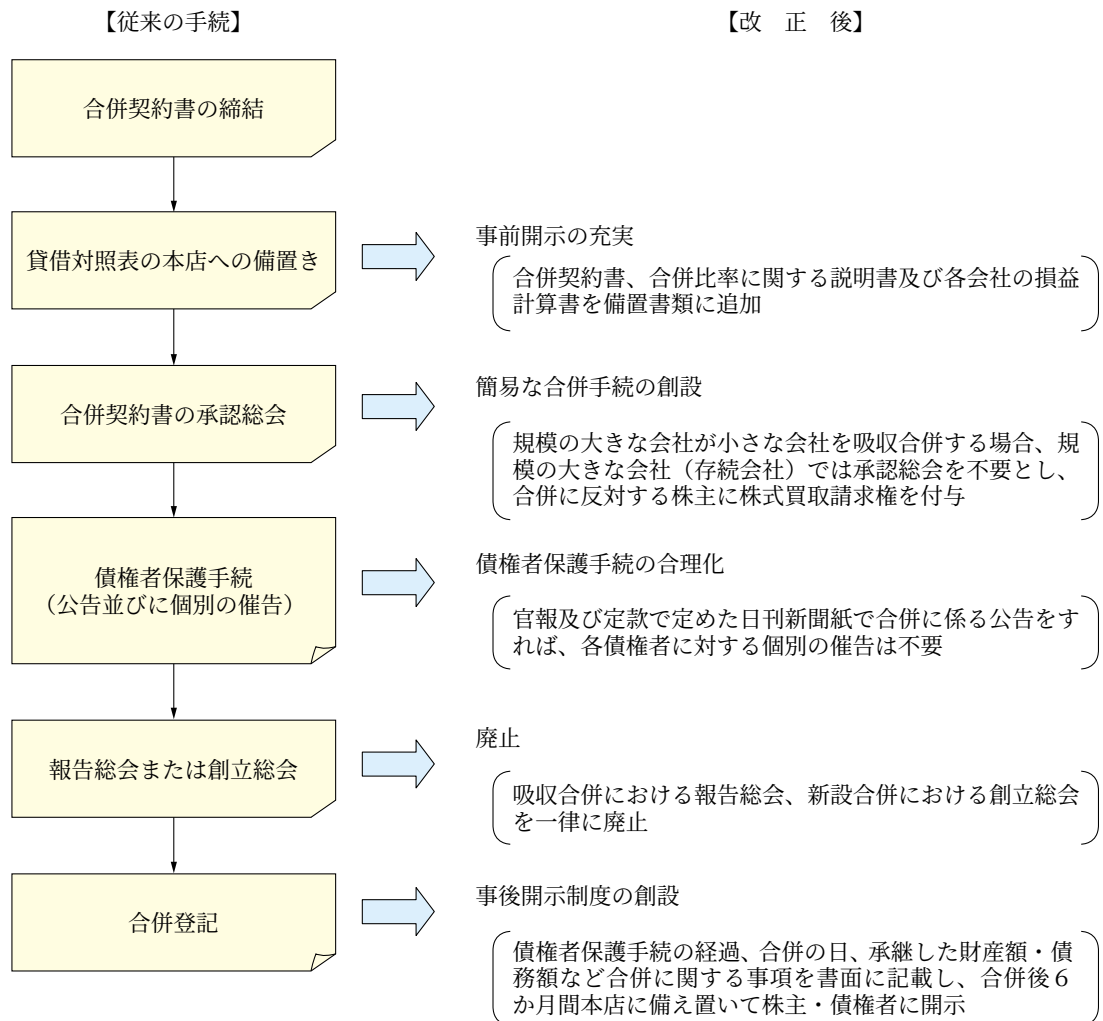
ローバル化や規制緩和もあいまって、今や世界はいわゆる大競争時代に突入した。市場での競争がより激しく、ビジネスのスピードがより速くなるにつれ、企業は市場の動向に機敏に反応するとともに、生き残りをかけた競争力強化、経営効率性の向上を追求する必要に迫られた。そして、そのひとつのツールとして企業組織再編成、すなわち組織の業容をフレキシブルに分割・譲渡・統合できる立法措置を求めることになった。アメリカやEU、イギリス、フランス、ドイツなど欧米主要国は会社合併・分割に必要な制度を整えていたが、わが国の商法においては会社合併に係る規定しか存在していなかった¹⁾。

（合併法制の合理化）

わが国合併法制は、商法に初めて登場したのが1938年、近年の形を整えたのも1960年代後半と、現在とはまったく異なる社会・経済環境下で定められたものであった。社会実態が制度から乖離していくにつれ、企業側から組織再編成・経営効率化を図る手段として利用の多い合併手続の簡素合理化が求められ、株主及び会社債権者の側からは合併情報の開示の充実が求められてきた。その結果、1997年6月に商法が改正され、同年10月施行された。主な改正内容は図表1のとおりであり、

1) 会社分割と同等の効果を持つ現物出資、営業譲渡などの制度がないわけではなかったが、後述するようにスピードが求められる競争社会の条件下では必ずしもアペイラブルなものとなっていなかった。

図表1 合併手続の概要



（備考） 商事法務（No. 1451）資料をもとに郵政研究所作成。

現代の競争市場に対応した会社合併手続のスピードアップ²⁾、合併情報の内容及び開示の充実、会社債権者保護手続の合理化などが図られた。

（持株会社の解禁）

近年、会社は企業グループを形成して事業を行うことで、国際的競争力の向上や企業経営の全体的な効率化を目指している。グループ化を進めるに当たっては、既存の会社を子会社とする親会社

を円滑かつ簡易に作り出せる環境があることが望ましい³⁾。欧米などでは、このうち特に株式所有を通じて子会社の事業活動を支配することを主たる事業とする親会社、いわゆる持株会社を核とするグループ経営形態がさかんに用いられてきた。一方わが国においては、独占禁止法⁴⁾が公正かつ自由な競争を促進するとの趣旨から持株会社を一律に禁止していた。これは、沿革的には戦前の財閥の復活を防止する目的のものであったといわれ

2) 改正前は、会社合併に少なくとも9か月程度を要していたとされる。

3) その逆については論をまたない。

4) 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律。

る。しかし、国際競争力に対応して事業者の活動を活発化し、わが国経済の構造改革を促進するとの観点から、経済界を中心に持株会社解禁への要望が高まった結果、1997年6月同法が改正、一部分を除き同年12月より施行された⁵⁾。みずほホールディングス（持株会社の新設）やソフトバンク（既存会社の持株会社への転化）などが新たな規定に基づいた持株会社の例であるが⁶⁾、同法の本来趣旨に反する、事業支配力が過度に集中することとなる持株会社の設立は依然禁止されている⁷⁾。

（株式交換、株式移転制度）

独占禁止法の改正によって、企業が持株会社方式という経営組織形態を選択する理論的枠組みは整ったものの、多数ある株主の会社所有権を現在の会社から新設するその親会社へ一括移行するという手続は未整備かつ実態上も遂行不可能であり、同法改正時の議論からも商法上の観点からも新たなツールが求められていた。こうしたなか、独占禁止法改正の附帯決議として、持株会社を作るための商法上の制度整備が国会でうたわれたことを受け、1999年8月の商法改正で創設されたのが株式交換制度及び株式移転制度である⁸⁾。もっとも、持株会社というのはあくまで独占禁止法上の概念であったために、商法上のこれら制度は持株会社の創設という形でなく、その典型的な場合に当たる完全親会社、すなわち子会社株式のすべてを有する親会社を作り上げる制度として規定されてい

る⁹⁾。

制度の概念を示したものが図表2である。株式交換はアメリカにならった制度で、既存の2つの会社で株式交換契約を締結し、株主保護の手続を経て株式交換の効力が生じる日になると、完全子会社になろうとする会社の株主が持っていた株式が、完全親会社になろうとする会社に組織法上当然に移転するというものである。この時同時に、完全親会社となろうとする会社が発行する新株が、完全子会社となろうとする会社の株主にかわり割り当てられる。したがって、最終的に子会社の株主はすべて親会社の株主になり、親会社が子会社の唯一の株主になる。

これに対して株式移転とは、既存のひとつないし複数の会社が共同で新規に完全親会社を設立する制度である。株主総会で株式移転に関する決議を行うと、株式移転が効力を生じる日に完全親会社ができ上がり、既存会社の株主は完全親会社が設立に際して発行する株式の割当てを受けて、当然にその株主となる仕組みである。この制度により、少数株主の株式を含む全株式の一括移転が可能となるとともに、親会社となる会社にとっては子会社を持つために自社新株を発行するだけでなく、買収資金の用意が不要となった。株式交換、株式移転制度は独占禁止法の改正とあいまって、持株会社を核とする企業グループの円滑、簡易な形成を可能なものとした。

5) 金融持株会社の解禁については、預金者、保険契約者、投資者の保護等のために別途銀行法等の改正が予定されていたため、その改正に施行を合わせることでされた結果、1998年6月の施行となった。

6) 改正前の持株会社の定義は定性的に①株式を所有することにより子会社の事業活動を「支配」し、②そのことを「主たる事業」とする会社とされていたが、この定義は厳密な数値基準に変更され、①は発行済株式総数の50%超（間接保有を含む）を所有すること、②は取得した子会社株式の合計価額が総資産額の50%超であること、と改められた。これにより、事業者にとって自己が持株会社に該当するか否かが容易に判断できるようになっている。

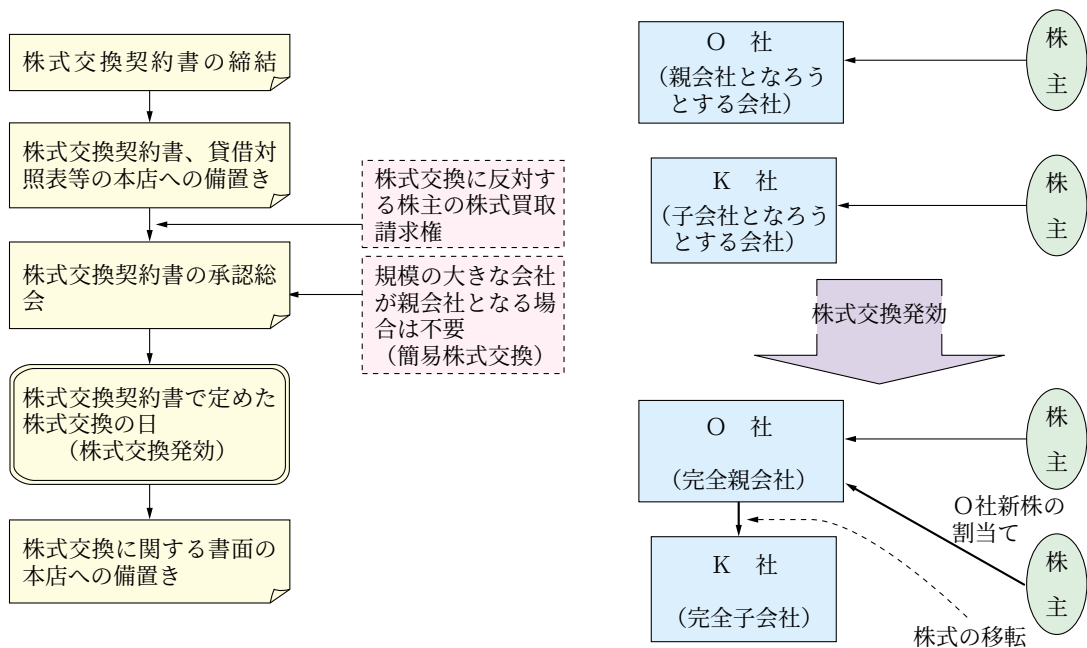
7) 事業支配力の集中度合いの判断に当たり、独占禁止法上持株会社グループの範囲が画定されているが、それによれば、持株会社自身、子会社に加えて、持株会社が実質的に事業活動を支配している会社も含まれ、支配の実態面に配慮した考え方がみとれる。なお、事業支配力の考え方については、公正取引委員会がガイドラインを作成、公表している。

8) 1999年10月施行。

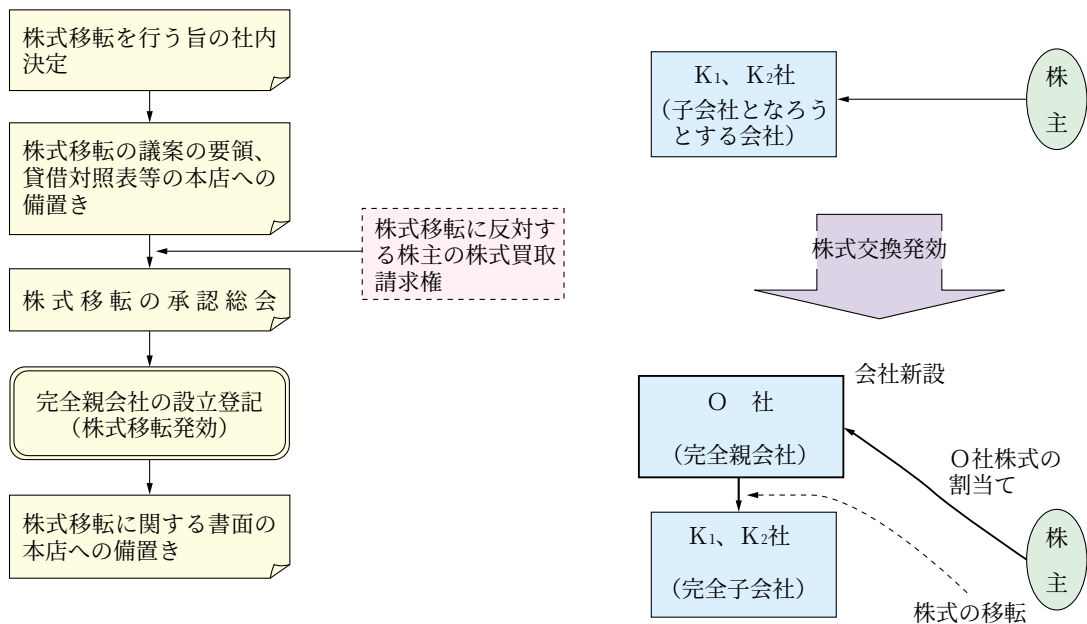
9) その後、完全親会社が所有する子会社株式の一部を任意に売却すれば、所有関係はいかようにも作り出せるからである。

図表2 株式交換制度及び株式移転制度の概念図

(1) 株式交換制度



(2) 株式移転制度



(備考)

- 1 株主と会社の間を結ぶ矢印は支配関係を示す。
- 2 郵政研究所作成。

(会社分割法制の創設)

みずほファイナンシャルグループの計画を例にとると、第一勧業、富士、日本興業の3銀行が共同でホールディングカンパニーを設立するところまでは1999年段階でも行えたが、3行の重複部門を分離・集約して事業部門別分社体制に改組することは組織再編成のための最後のツール、会社分割法制なくしては困難である。特定の目的を実現するために分社化等に関する商法の特例を設ける例もみられたが¹⁰⁾、企業再編成を総合的かつ容易に実施するためには会社分割制度を欠くことはできないとの認識から、経済界が制度創設を強く要望していた。政府も同様の認識に立ち、規制緩和推進3か年計画（1999年3月閣議決定）に会社分割法制の整備を盛り込むなどして取り組んだ結果、2000年5月一連の商法改正の掉尾^{ちようび}を飾ることとなった。遅くとも1年内には施行される運びである¹¹⁾。

(会社分割の効果)

新制度の内容について詳細にみよう。会社分割とは、最も単純な例ではひとつの企業が複数の企業に分かれることであるから、複数の企業がひとつになる会社合併の逆の現象ととらえることができる。しかし、企業とは経営資源たる人と物と金の集合体であって、それらがどの企業にどう分かれるのかによって、企業の契約当事者としての地位、債務者としての企業の信用、従業員の雇用環境の確保などが不安定となってしまうことが会社合併との根本的な相違である。最初の2点の問題を解決するため、商法は会社分割を会社の営業の

全部または一部を他の会社に承継させる行為と定義した。営業をひとまとまりの単位として移転させることで、契約の相手方が分割後どの企業を当事者として認識すべきかが明確になる。個々の権利義務関係の承継についても、営業の一体性を保つことでいちいち利害関係者の同意を要しない仕組みとされた。分割をこうした包括承継と位置づけることで、利害調整の手数を省き手続のスピードアップを企図しているわけである。また営業単位での移転と構成したことが、3点めの従業員の雇用について、突然の職場消滅を生じさせないという一定の効果を生み出している。しかし、個々の従業員が新会社に承継されるのか否かを元の会社が恣意的に決定できるものとする、労働者側に不利益が生じることが当然想定される。このため、雇用関係については商法上労働者との事前協議義務を定めたほか、労働関係承継ルールを明確化して労使間トラブル防止と労働者保護を図るための労働契約承継法の立法による手当てがあわせてなされた¹²⁾。なお株式交換等と同様、営業は会社分割の効力発生と同時に一括して、法律上当然に移転するものと構成されている。

(分割の諸類型)

会社分割の規定は分割の態様によっていくつかの類型を認めているが、それらを組み合わせて用いることで、企業戦略や実体経済に対応した幅広い使い方ができるようになっている。類型のひとつは物的分割と人的分割である。人的分割はこれまで行われてきた分社経営における子会社を機動的に設立するものであり、分社型分割と呼ばれる。

10) 産業活力再生特別措置法は、経営資源をより高い生産性が見込める中核的事业にシフトさせる事業再構築計画の認定を受けた企業が実施する現物出資等を円滑化するため、検査役手続の簡略化、簡易な営業譲受制度を整備しているが、これはバブル時代から企業が抱えていた過剰設備の清算を促進して企業の再生を図る目的のものであるうえ、2002年度末までの時限措置である。

11) 2001年4月の施行が見込まれている。

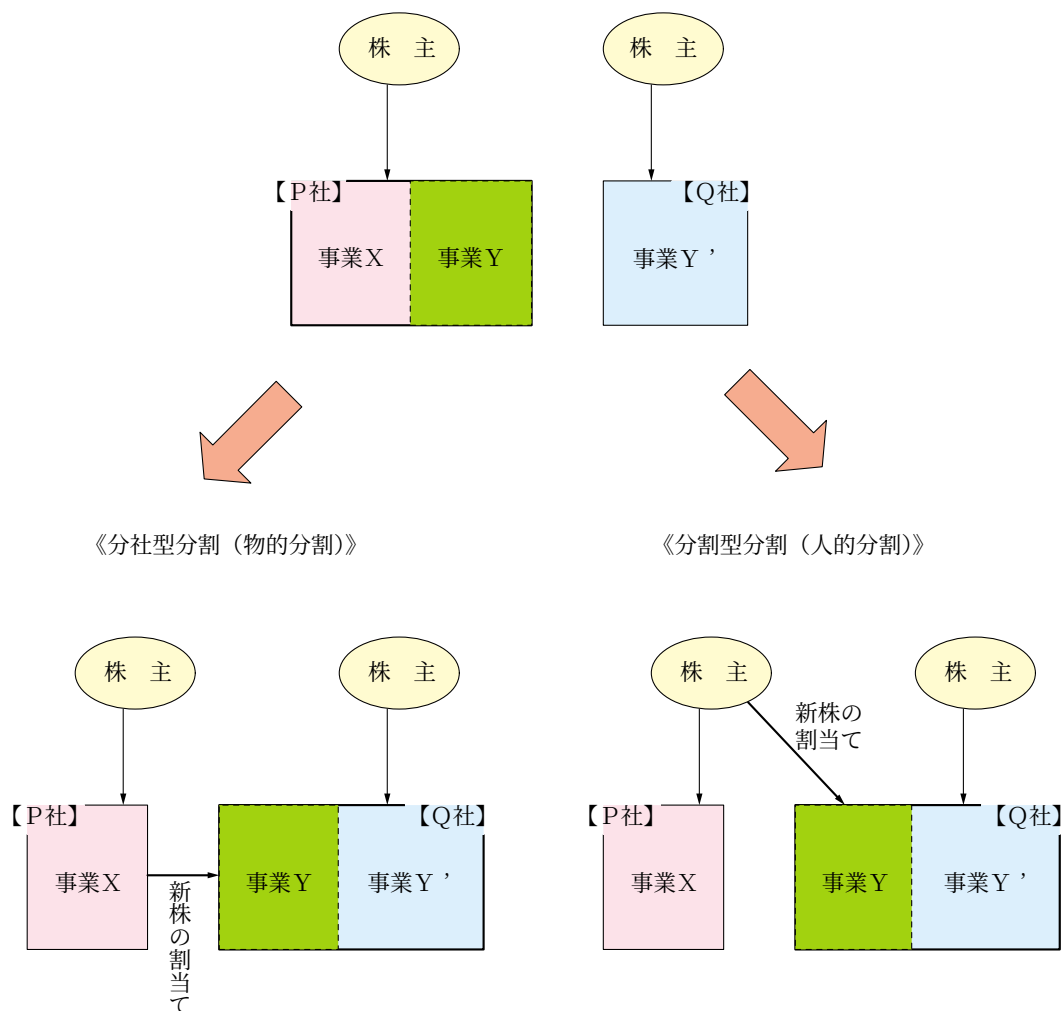
12) 会社の分割に伴う労働契約の承継等に関する法律。

物的分割は分割型分割と呼ばれ、アメリカなどで広く用いられるスピンオフと同じ効果を持つものだが、これまでわが国では実施することができなかった類型である。それぞれの概念を図表3にまとめた。企業P社が自社の事業Yを分割して他社Q社に譲渡する場合、Q社は業容の拡大となるので資本を増額するため新株を発行する¹³⁾。この株式を元のP社に完全に割り当ててしまうのが分社型であり、営業の承継を受けたQ社はP社の支配

を受ける。これに対して、分割型はQ社の新株を元のP社の株主に人的に割り当てるもので、P社の株主からみればP社Q社は兄弟会社の状態になる。

いまひとつの類型は吸収分割と新設分割である。吸収分割は図表3におけるQ社のように既存の別の会社に営業を承継させる分割であり、新設分割は営業を承継する会社を分割と同時に新しく設立する手法である。ある会社が複数の事業部門を有

図表3 会社分割の概念図



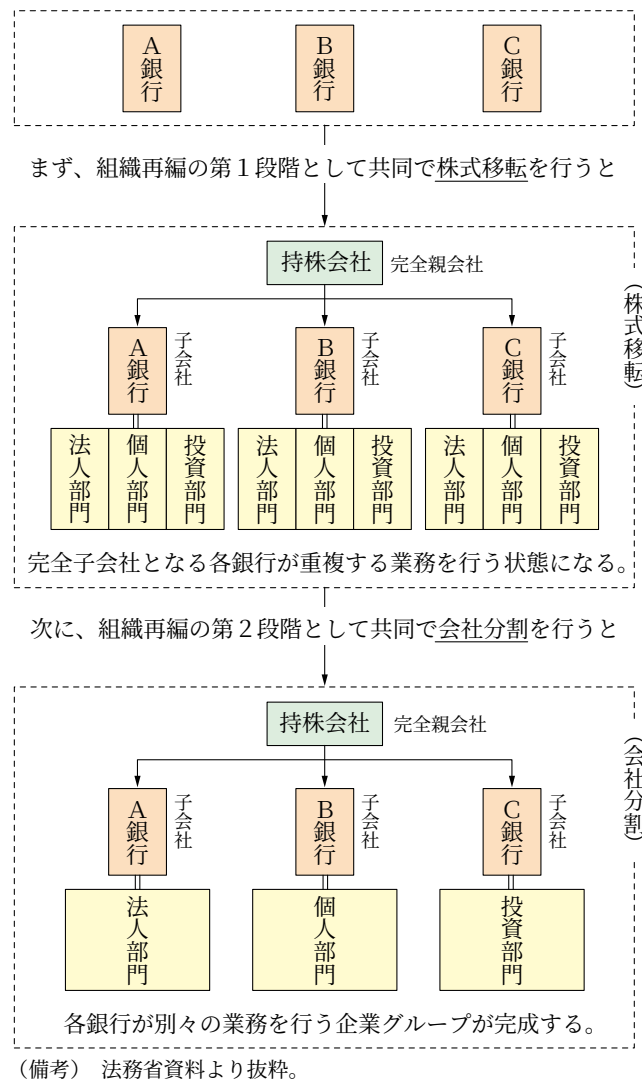
（備考）

- 1 株主と会社の関係を表した図における矢印は支配関係を示す。
- 2 郵政研究所作成。

13) 新株の発行を行わず金銭売買で営業を譲り受けるのは商法上の営業譲渡ないし事後設立である。会社分割制度は営業の承継に当たって新株を割り当てる仕組みに限定しているため、株式交換と同様、分割に際して資金を用意する必要がない。

図表 4 会社分割を用いた金融機関の再編成の例

独立した三つの銀行がグループ化するため、組織の再編成を行う。



する場合に、各部門をそれぞれ独立会社とすることで経営の効率性を向上させるケースが新設分割の典型的な利用形態であろう。吸収分割は、みずほファイナンシャルグループのように、各銀行の法人格を生かしながらその有する法人部門、個人部門、投資部門を分離して、それぞれに特化した専門銀行として再構築したいというケースを想起

すれば分かりやすい（図表4）。

（各分割類型の採用によるメリット）

従来制度との比較で考えてみると、分社化、すなわち会社の事業部門を子会社化するための手法としては現物出資や財産引受け、営業譲渡、事後設立などが用いられてきた。しかし、これらによ

14) これらはいずれも会社財産の重要な部分に係る取引であり、資本充実の脱法行為として悪用される可能性があるため、商法は厳重な監視体制をとっている。なお、会社の設立に当たって営業を出資者が譲渡するものが現物出資、出資者以外が譲渡するものが財産引受け。会社設立後の営業譲受けは営業譲渡の規定により、特にそれが設立後2年内の行為であれば事後設立の規制を受ける。

る場合は裁判所が選任する検査役の調査を要するなど、高い規制のハードルが設けられていた¹⁴⁾。例えば営業の現物出資を行えば、検査役の調査は現物出資の履行完了を前提に実施されるため、調査中は営業を停止せざるを得ない、検査役は会社の資本充実の観点から出資された営業の価格が適切か否か詳細に調査するため、分社が成立する時期の見込みが立たない¹⁵⁾、営業に含まれる債務の移転についても個別債権者の同意を要する、などである。その他の手法の場合もほぼ同様であり、結局分社化の手続を短期間で機動的に行うことは困難であった。しかし、今回導入された分社型分割によれば、検査役の選任が不要であるため営業を停止する必要がある。一定の債権者保護手続を踏むことで会社債権者個々の同意も不要となり、非常に合理化された規制となった。

他方、分割型分割は従来存在しなかった制度であるが、仮に図表4の第2段階を分社型分割で行えばA、B、C各銀行間に株式の持合いが生じてしまうところを、この制度を用いることですべての株式が持株会社に行き、完全な親子会社関係を維持したままそれぞれの会社に独占的に営業をさせることができるメリットがある。

その他有効な用途として、営業を承継する新設あるいは既存会社が発行する株式の一部を元の会社に、残りを元の会社の株主に割り当てる、いわゆる一部分割という手法も採用できる。承継会社の株価上昇や上場を見込んで、株式の流動性を確保する場合などに活用が期待される。さらに、中小企業内での株主間の紛争を解決する有効な手段

ともなり得る。これは非按分型分割と呼ばれ、全株主の同意があれば、例えば3人兄弟で経営している会社の営業を3分割し、それぞれが発行する新株を兄弟1人ずつに割り当てることで、他の兄弟の影響を受けないまったく独立した3会社をそれぞれ作ることができる¹⁶⁾。もちろん、ひとつの会社が複数の営業を分割するとか、複数企業が共同で合併会社を設立する、複数企業が複数子会社を作り出すといった弾力的な分割形態をとることも許されている。ただし、トータルでみて負債超過となっている事業部門のみを分割して新設会社とすることは、資本充実の原則から行い得ないものとされている。

このほか、分社型の会社分割を行う際に、承継される財産額が一定の額より大きくない場合には、元の会社の株主総会による承認手続を省くことが認められている(図表5)¹⁷⁾。これは簡易分割と呼ばれ、株主の意向を直接に保護する必要性が薄いことによる便法である¹⁸⁾。簡易分割によることができる場合は、結局取締役会の承認のみで分割が実行可能である。さらに一定の要件を満たせば、営業を承継する既存会社における株主総会の議決も省略することができ、迅速な組織再編成の実行に資するものとなっている。

(期待される会社分割の活用)

会社分割制度を利用することによって、高収益分野を別会社としたり、不採算部門をグループから切り離したりすることが容易になる。現時点では改正商法が施行されていないため実現事例は存

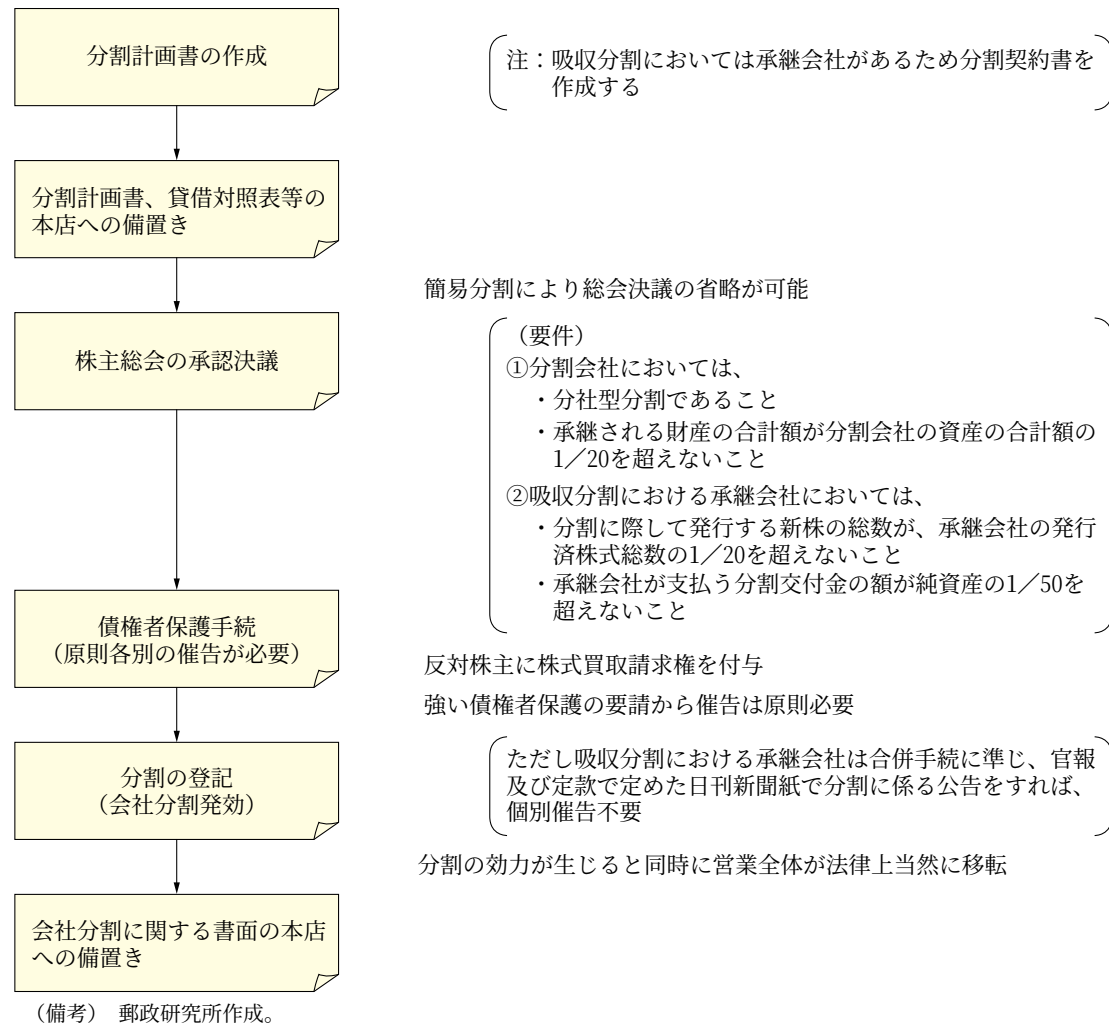
15) 検査役による資産評価は半年から1年の期間を要するといわれる。

16) 非按分型分割は株主平等の原則を破るものであり、明文の規定はないが全株主の同意が揃えば可能と解されている。なお、元の会社に対して他の2人が有していた株式は、各新会社において消却することになる。

17) なお、株主総会における会社分割の承認決議は、会社経営に重要な影響を与えるものであるため、通常の決議よりも加重された特別決議(発行済株式総数の過半数となる出席株主のうちの2/3以上の賛成)を要するものとされる。会社合併、株式交換・移転についても同様である。

18) 分社型の分割においては、株主は分割後もなお元の会社を通じて間接的に、承継を受けた会社に対して支配権を行使することができるからである。

図表5 会社分割の手続



在しないが、その特徴を生かして従来のさまざまな問題点をクリアする活用法が期待されている。前節で挙げた合併会社の設立が一例だが、いまひとつの例は資産流動化である。資産流動化とは、資産（貸付債権、売掛債権、不動産等）をオフバランスにしてその資産の生み出すキャッシュフローを裏づけとした資金調達を行うことである。原資産の保有者は、資産に対する支配力を残しつつ資産単体での格付けを得ることができ、特に優良債権を基礎とした調達に用いられるが、会社分割を用いて優良資産を持つ営業を新会社として独

立させれば、その会社の発行する株式を売却することによって実質的に資産流動化と同等の資金調達効果が得られるほか¹⁹⁾、従業員も営業に付随して転籍するため、単なる資産の譲渡と比較して失業者が出ないメリットもある。

また、MBOに応用することも期待される。MBO（Management Buyout）とは経営者による企業買収であり、ノウハウや技術力に秀でた社員が、自己の統括する会社の一部門を買い取って独立するのが典型的な形態である。特に、大手企業からベンチャーとして独立する際に採られる手法

19) ただし、当該営業に含まれる不良資産のみを除外することはできない点に留意が必要である。

だが、一般に社員単独では十分な開業・運転資金を調達するのが困難なことが指摘されていた。ここに会社分割を用いれば、簡素な手続で独立会社を設立できるうえ、買収の対価として新会社の株式を割り当て、貴重な現金の流出を回避できる。株式により生じる元の会社との資本関係を、営業その他の手段として利用することも可能となろう。このほか、独占禁止法上の事業支配力集中（シェア独占）を一部事業の分割によって分散、回避することにも応用できるかも知れない。

実質的な効果を求めるものとして、企業グループ内の再編にも生かすことができる。グループのなかで複数の事業部門を持つ会社あるいは会社群から製造、卸売、販売、人事、経理等同種の事業を切り離しそれぞれ独立の会社に統合することで、グループ内の事業を効率化できると同時に、戦略目的から特定部門をグループ外に売却することも容易となる。これがスピノフである。

（スピノフ）

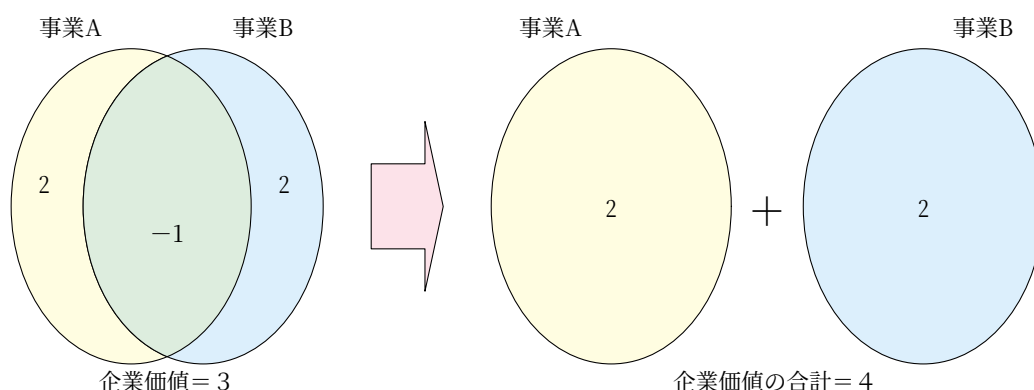
親会社が、新設した子会社に事業用資産の一部を子会社株式と交換で現物出資し、得た株式を親会社の株主に分配する会社分割が、アメリカではスピノフ（Spin-off）と呼ばれる。最終的な所

有形態をみれば、日本でこのたび整備された分割型新設分割に相当するものである。1990年代後半より欧米でさかんに行われるようになり、企業の競争力強化や株主価値の向上を実現している。

スピノフの基本的理念はコングロマリット・ディスカウントの解消にあるといわれる。図表6の左側の状態で、それぞれの価値が2であるようなまったく別個の事業部門を持つ会社は、シナジー（相乗）効果が働いて、合計で4以上の企業価値を持っているだろうと市場は期待する。しかし、なんらかのロスが生じて単純合計を下回っている場合、会社は市場の評価を回復するため、事業を2分割して合計価値を4に戻そうとする。つまり、ひとつの組織に異質な利害を複数抱え込むことからくる内部調整等の非効率を、組織分割により解消しようとする手法なのである。

この原理から分かるように、スピノフの究極の目標は市場における企業価値の追求、すなわち会社所有者たる株主の利益の極大化及び顕在化にあるといっていよい。アメリカにおいては株主の権利意識が非常に強い一方で、わが国の会社は短期的な配当の向上より事業拡大による中長期的な利益計上を指向するという違いが、スピノフの発想に影響しているのではないと思われる。図表

図表6 スピノフによる企業効率化



（備考） 後掲小本恵照 [2000] より抜粋。

図表7 IT関連分野における最近のスピンオフ事例

年月	企業	スピンオフ（分割）の内容
2000.1	電気機器大手IBM	ホームネットワーク事業Home Director Inc. を分割すると発表
	情報機器・ソフトInprise	データベース開発・管理事業部門を分割すると発表
	コンピュータメーカーSGI	メディアサーバソフト事業Kasenna Inc. を分割
2	ネット機器販売 Cabletron Systems	通信サービス企業向けハード販売Riverstone Networks 企業データネットワーク機器販売Enterasys Networks ネットワークコンサルティング／サービスGlobal Network Technology Services ネットワーク管理ソフト販売のAprisma Management Technologies に最終的に4分割すると発表
3	通信機器用部品メーカー Lucent Technologies	LAN構築・データ事業を分割すると発表
	コンピュータソフト大手Microsoft	不動産サイトMSN HomeAdvisorを分割すると発表
	ネット機器メーカー 3Com	携帯端末事業のPalmを分割
4	OS販売Applix	ソフト提供事業VistaSourceを分割すると発表
6	ビジネス情報大手D&B	格付機関Moody's Investors Serviceを分割すると発表
	コンピュータ大手Hewlett-Packard	試験・計測器メーカーAgilent Technologiesを分割
7	通信機器大手Qualcomm	半導体・ソフトウェア事業Qualcomm Spincoを分割すると発表
8	ネットワーク管理 Computer Associates	アプリケーション配信技術iCan-ASPを分割すると発表
9	グラフィックチップメーカーS3	情報端末事業Frontpathを分割すると発表
	半導体メーカーConexant Systems	ネット機器向け部門を分割すると発表
10	オンライン事業NBCi	企業向けネットサービス事業AllBusinessを分割すると発表
	電話会社大手AT&T	携帯電話部門AT&Tワイヤレス、CATV部門AT&Tブロードバンドを分割すると発表

（備考）後掲ZD NET NEWS記事から2000年入り後アメリカで計画発表または実施されたスピンオフの代表的な事例を抽出、郵政研究所においてまとめた。

7にIT関連分野における最近のスピンオフの事例を列挙したが、大手企業のみならずベンチャー企業による例も多いといわれる。後掲Alberto Torres [2000]によれば、1999年に既存の会社からスピンオフして株式公開したアメリカ企業は30社近くに上り、前年の3倍に増えたとされる²⁰⁾。アメリカにおいては、企業はスピンオフによって

組織を身軽にすることで、戦略的な経営資源の集中と経営のスピード化を実現し、変化の速い市場に即応することを求められているものとみられる。改正商法施行後は日本にもスピンオフが根づくだろうか？企業グループとしての業績向上による株式のキャピタル・ゲインを求めるわが国株主の傾向からすれば、急成長の可能性を秘めた事業を

- 20) Torres [2000] は、1996年のLucent Technologies（通信機器、AT&Tより独立）や1999年のPalm（携帯端末、3comより）、2000年のAgilent Technologies（情報機器、Hewlett-Packardより）など一部の企業は、スピンオフにともなう株式公開により数百億ドルもの市場評価額を得た、とも言及している。
- 21) 例えば、株式の上場に当たって、東京証券取引所は①会社設立後3年以上経過していること、②連結P/L上過去一定額の利益を計上していること、等を求めているが、新設分割により設立された会社は当然これを満たすことができない。
- 22) 現にアメリカでは、例えば資産の売却で収益を認識するところを、スピンオフによる営業の分割と構成することで譲渡益課税を免れる、といったケースが多発したため、非課税の適用条件が厳格化されることとなった。
- 23) 例えば現行の現物出資において、一定の条件の下で圧縮記帳等による課税繰延べが認められていることなどとの整合性を図ったものである。

グループ外に放出してまで短期的利益を求めるべきだと考える株主は少数派だと思われる。スピンオフと同時に株式公開ができるのか、という手続上の問題も指摘されている²⁴⁾。しかし、著名企業でアメリカ型スピンオフの成功事例が出現すれば、意外に多くの企業が検討・実施に移るのではないだろうか。インターネットやIT関連市場の展開は急速かつグローバルなものであり、世界の動静に遅れをとれないとするわが国企業の潜在的ニーズは小さくないと思われる。利益還元の実現は、別の株主の権利意識覚醒の呼び水となり得る。多角経営に起因する非効率改善のため、採算のとれない部門を本体から切り離して連結からはずすという、ある意味では消極的な活用も、経営者の決断の選択肢にのぼる可能性がある。

(わが国経済が順応するに当たって)

いかなる経緯をたどるかとはともかくとしても、わが国企業は整備された会社分割制度を効果的に用いて、経営の効率化、国際競争力の強化を図っていかなければならない。一部繰返しになるが、制度への順応に当たっては、今後越えなければならないハードルがいくつか存在すると考えられる。その筆頭は経営者の意識の転換である。将来有望な事業を育成すれば、それを核にすえて経営基盤を確実なものとし市場の信頼を得るとするのが従

来の経営者の考え方であった。それをあえてグループから切り離すという行動に出るには、抵抗感が強いだろうと想像される。この点、激化する国際競争と市場のグローバル化を踏まえつつ、株主利益重視の観点に立った意識の転換が求められるところであろう。元の会社に残るものが現金でなく株式のみ、ということも経営者が抵抗を感じる背景にあらうから、株式公開に係る規制の緩和や分割手続の一層の簡略化など環境整備も望まれる。

また税制の問題も存在する。アメリカではスピンオフが非課税で実施できたことが、その普及の大きな要因のひとつであったといわれている。非課税措置を無制限に認めては課税回避に悪用されて逆効果となるため²⁵⁾、バランスをとるのは容易でないが、制度のフィージビリティを損なわないためにも、組織再編成を目的とした適正な分割は非課税とカテゴライズされるべきところであろう。現在税制改正の作業が行われており、報道によれば、会社分割にともなう資産の移転は薄価ベースとして課税繰延べを認めるほか²⁶⁾、株主に発生する株式譲渡益についても繰延べを容認する模様である。課税回避を防止するため、税当局では法令に分割の客観基準を設ける方向であるが、経営戦略としての会社分割の活用範囲を必要以上に狭め

24) なお、資産の承継会社が元の会社から繰越欠損金を引き継ぐことについては、移転する営業分の欠損金を計算するのが難しいことから、引継ぎを認めない模様である。

25) スtockオプションは従業員持株制度ともいわれ、経営参加意識を高める目的で役員、管理職、従業員に、自社株式をあらかじめ決められた価格で購入する権利を与えるものである。努力の結果株価が行使価格より上昇すれば、従業員等は行使価格で自社株を購入し、市場で時価で売却することにより利益が得られ、会社側も直接報酬を拠出することなく、従業員等に経営努力のインセンティブを与えることができる。しかし、子会社従業員に親会社のstockオプションを与えることは認められていないため、持株会社制度への対応に不備があるとの議論がある。

26) 反面、株価が子会社業績を反映するにもかかわらず株主には子会社の議決権がなく、配当に当たっては直接の発行主体である親会社の業績の影響を受ける。

27) 例えば、電話会社大手AT&T（2000年10月）や通信事業大手WorldCom（同年11月）がトラッキングストックの発行を発表している。

28) 導入を目指して議論が進められているところであるが、成立時期は未定である。

29) 株式を公開すれば親会社ソニーの支配力が希薄化し、グループとしてのシナジー効果が失われることに配慮しての措置といわれる。

30) アメリカ法制が情報開示を徹底しているのに対し、わが国では株式未公開会社には法律上詳細なディスクロージャーを行う義務がなく、投資家保護に欠ける可能性がある。なおソニーでは、商法が優先株と劣後株以外の種類株式を否定しているわけではないとの解釈により、日本版トラッキングストック発行の余地があると判断したとされるが、情報の開示手段や発行手続、利害関係の調整における基準は現時点で未整備である。

ない措置とすることが望まれる²⁴⁾。

いまひとつの点として、労働者の帰属意識の希薄化が挙げられるのではないか。分割が頻繁に行われるようになると、労働者のグループ企業への愛着心や経営者への忠誠心といった帰属意識が薄れてくるおそれがある。いわゆる日本型雇用システムの変貌による影響もあろうが、放置すれば従業員の勤労インセンティブまで削ぐ結果ともなりかねない。これを防ぐ手だてとしては、ストックオプション（Stock Option、自社株購入権）の付与によるグループ企業への求心力維持などが考えられる²⁵⁾。従業員を移籍させる前提として事前協議をきめ細かに行うことや、移転する営業に当然には付随しない福利厚生取扱いに遺漏なきを期することなどにより、個々の労働者に自己の職業上の位置づけをその都度確認させる試みも励行されるべきである。

（トラッキングストック）

最後に、会社分割に類似した効果をもたらすことができるトラッキングストック（Tracking Stock、部門収益連動株式）について言及しておきたい。トラッキングストックとは、企業グループのある特定の子会社の業績を基礎に、親会社が

発行する株式を指す。アメリカで多用されている資金調達手法で、投資家は親会社の株主となるが、配当は子会社株式を有する場合と同様のものを得ることができる仕組みである²⁶⁾。グループとしてシナジー効果が発揮できていなくとも、業績の挙がっている優良子会社に投資対象を限定することで、資金調達を容易にする効果をもたらす。配当の基礎となる子会社に株式を公開させる必要がないため、優良子会社を引き続きグループの支配下においておきたいと考える経営者にとって、有力な資金調達のツールとして利用されている²⁷⁾。わが国商法はこうした特殊な株式の発行を想定していないが²⁸⁾、2000年11月、ソニーが日本版トラッキングストック（子会社業績連動株式）を発行することを発表して話題となっている。これにより、インターネット子会社、ソニーコミュニケーションネットワーク（SCN）は株式公開をすることなく、かつソニーの完全子会社のままで容易に資金調達を行うことが可能となったが²⁹⁾、現行法上明記された制度に依拠したものでないため、投資家保護などの面で問題点も指摘されており³⁰⁾、経済界では汎用性のあるアメリカ流トラッキングストックの解禁を要望している。

（参考文献）

- Alberto Torres [2000]「スピノフが今後も続くと考える理由」ZD NET/USA
あさひ法律事務所他編 [2000]「平成12年改正商法 会社分割のすべて」中央経済社
池尾和人 [2000]「総合金融化が陥る「範囲の不経済」というリスク」週刊東洋経済2000. 11. 4
居林次雄 [1999]「商法改正の重点逐条解説」税務経理協会
鵜瀬恵子 [1997]「持株会社解禁に係る独占禁止法改正の概要」ジュリストNo. 1123
小本恵照 [2000]「「会社分割」法制導入と企業経営」ニッセイ基礎研REPORT2000. 7
金融庁ホームページ（企業会計審議会、www.fsa.go.jp）
公正取引委員会ホームページ（www.jftc.admix.go.jp）
商事法務No. 1448～1452商事法務研究会
鈴木竹雄・竹内昭夫 [1990]「法律学全集28会社法 [新版]」有斐閣

大和証券ホームページ (www.daiwa.co.jp)

法務省ホームページ (www.moj.go.jp)

みずほファイナンスグループホームページ (www.mizuho-fg.co.jp)

横山会計事務所ホームページ (www.hi-ho.ne.jp/yokoyama-a)

米山秀隆 [2000] 「日本企業の事業再構築とM&A」 FRI研究レポートNo. 75

ZD NET NEWSホームページ (ソフトバンク系情報サイト、www.zdnet.co.jp)

日経、日経産業、日経金融、毎日、産経、日本工業各紙記事

トピックス

インターネットと米国の選挙

官房企画課総括専門官 大寺 廣幸

1 はじめに

商務省は、昨年10月に報告書「Falling Through The Net: Toward Digital Inclusion」を発表した。これを見ると、8月現在、全世帯の41.5%がインターネットにアクセスしている。ほぼ1年半前（98年12月）が26.2%であるから急速な普及ぶり

である。アジア系、白人家庭の利用は多く、また、高学歴、高所得世帯になるほどアクセス率が高い。これらのアクセス率の高い上位グループと下位グループの黒人・ヒスパニック、低学歴、低所得の家庭を比較すると、世帯の絶対数ではその差は開く傾向にある。ただ、下位グループの増加率は高く、いずれ上位・下位のグループ間の格差は縮小

図表1 インターネットアクセスの世帯比率 (%)

	1998. 12(a)	2000. 8(b)	増加% (b-a)	変化率 (b-a)/a
全世帯	26.2	41.5	15.3	58.4
白人（ヒスパニックを除く）	29.8	46.1	16.3	54.7
黒人（ヒスパニックを除く）	11.2	23.5	12.3	109.8
アジア・オセアニア系	36.0	56.8	20.8	57.8
ヒスパニック	12.6	23.6	11.0	87.3
年収15,000ドル未満	7.1	12.7	5.6	78.9
15,000—24,999ドル	11.0	21.3	10.3	93.6
25,000—34,999ドル	19.1	34.0	14.9	78.0
35,000—49,999ドル	29.5	46.1	16.6	56.3
50,000—74,999ドル	43.9	60.9	17.0	38.7
75,000ドル以上	60.3	77.7	17.4	28.9
中卒以下	5.0	11.7	6.7	134.0
高 卒	16.3	29.9	13.6	83.4
各種カレッジ	30.2	49.0	18.8	62.3
カレッジ卒	46.8	64.0	17.2	36.8
大学院卒	53.0	69.9	16.9	31.9
農村地域	22.2	38.9	16.7	75.2
地方都市地域	27.5	42.3	14.8	53.8
大都市地域	24.5	37.7	13.2	53.9

図表2 インターネットアクセスの年齢層別比率 (%)

	1998.12(a)	2000.8(b)	増加% (b-a)	変化率 (b-a)/a
3-8才	11.0	15.3	4.3	39.1
9-17才	43.0	53.4	10.4	24.2
18-24才	44.3	56.8	12.5	28.2
25-49才	40.9	55.4	14.5	35.5
50才-	19.3	29.6	10.3	53.4

すると見込まれる。また、年齢別のインターネットアクセスを見ると、49才までの年齢層はさほど格差がなくなっている。高齢者の苦手意識はまだ根強いようだ。

このように、インターネットは、人種・民族、学歴、所得、年齢といった観点から、利用環境に格差が厳然とあり、その格差是正への取組みが急がれている。しかし、一般的にはインターネットは、ラジオ、テレビといったメディアがそうであったように急速に日常生活の必需品となってきた。

米国では、昨年の大統領選挙、上下両院議員選挙などでインターネットが様々な形態で利用された。候補者や政党は自ら構築したウェブサイトを使って政策のアピール、ボランティアの募集、募金に努めた。アメリカオンラインなどの商用ポータルサイトも政治専門ポータルサイトも、CNNやニューヨークタイムスなどのマスメディアや公益団体も自らのウェブサイトを使って、インターネットで積極的に選挙関係のニュースや解説を流した。選挙制度の枠組みを定める連邦選挙委員会（Federal Election Committee：FEC）は、インターネットの利用が連邦選挙キャンペーン法（Federal Election Campaign Act）でどのように扱われるべきか、につき、事例に応じ見解（advisory opinion）を公表してきたが、一昨年11月包括的な規制案を世の中に提案しパブリックコメントを求めた。昨年8月、これまでの見解を集大

成したガイドラインを発表した。

インターネットは発展途上のメディアであり、米国の政治、選挙への利用においても、なお試行錯誤の連続である。しかし確実に言えることがある。ルーズベルト大統領のラジオを使っの炉辺談話や、1960年大統領選のケネディ・ニクソン両候補のテレビ討論に象徴されるように、ラジオ、テレビは、政治活動、選挙運動と密接なつながりを持つようになった。これと同じように、インターネットも早晩、政治活動、選挙運動に不可欠な道具になるということである。

米国の選挙でのインターネットの利用についてサーフィンしてみたのが、この小稿である。

2 インターネットの特色

インターネットの一般的なメディア特性が政治活動や選挙運動への活用に興味深い効果を与え、開かれた政治、一般国民の政治参加を促す誘因になるのではないかと期待されている。

① 非集中性（分散性）

従来のマスメディアは、情報伝播チャンネルが限定されており、比較的少数の組織団体がゲートキーパーとして機能している。他方、インターネットの情報流通構造は集中型ではなく分散型である。ゲートキーパーなしに機能する構造になっている。

② グローバル性

インターネットは、世界中から即時アクセスが

可能である。電子メールは、道路を隔てた向こうへも、海を超えた海外への、同じく簡単に安くメッセージを送ることができる。また、WWW上のサーチエンジンは、国内外を問わず必要な情報があるサイトを選び出す。ミラー機能は、サイバースペースに匿名性を与える。

③ 情報の豊饒

インターネットの仮想空間では、発言者の数に制約はない。マスメディアには、たとえば新聞紙面、24時間のテレビ放送枠など、希少性がある。インターネットには希少性はほとんど存在せず、情報の量、多様性において無限である。

④ コストの安さ

米国の選挙運動を規する法制には暗黙の前提がある。候補者は有権者から支持を得るためキャンペーン活動が不可欠だ。その主要なキャンペーン手段は、テレビコマーシャルや集会、ダイレクト・メールなどだ。このようなキャンペーン活動には多額の経費がかかる。一方、インターネットでは「スピーチは廉価」。インターネットでは、個人や、組織的に緩い紐帯で結ばれた団体の間にコミュニケーションがあり、これは他のメディアにない特色である。電子メディアとしては歴史上初めてすべての利用者が出版者になりうる。地理的、社会的、政治的な障壁を超えて利害を共通するコミュニティを形成でき、また、このようなコミュニティに参加できる。自己の考えを電子メールの形で多数の人に一斉に発信できる。ポータルサービスを使い、ウェブページを作って意見交流の場を提供したりできる。それも個人に手の届く費用で。

⑤ 双方向性

ラジオやテレビのほとんどの番組においては情報の送り手と受け手が画然と分かれているが、インターネットは、本質的に双方向の機能をもつ。一から一へ、一から多数へ、多数から一へ、と情

報は往復する。

⑥ 利用者がコントロール権

テレビやラジオは、おおむね受け手である個人に情報受容の決定権は与えられていない。インターネットは違う。利用者が情報受容のコントロールができるメディアである。

3 96年選挙の経験

インターネットが選挙運動に用いられたのは96年の選挙からと言っていいだろう。大統領選での民主党のクリントン・ゴア陣営と共和党のドール・ケンプ陣営は、いずれも有権者に対し情報を提供しボランティアを募り、選挙キャンペーンの主なイベントの情報を流した。注目すべきは、非公式な組織化されていない「草の根」的なウェブサイトが多く登場したことである。選挙に関連するニュースレター、広告宣伝、選挙ガイドなどがこれらのウェブサイトから発信された。

96年選挙でのインターネット利用の状況はいろいろな角度、視点から調査された。

AP通信の調査結果を紹介しよう。16,338人に対する出口調査によれば、その26%がインターネットを日常使用していた。インターネットを日常使用する18歳以上の人の90%が投票登録をすでに行っていた。また、ワシントンポストによれば、投票者の7%がインターネットを選挙の主要な情報源とし、3分の1が情報源の1つとしていたと回答した。別の電話聞き取り調査(有効回答1,050人)から推計して96年に投票を行った11人に1人(850万人)がインターネット上の情報から影響を受けたと推定された。ちなみに雑誌から影響を受けた者の比率は11%、ラジオからは19%で、やはりなおテレビと新聞は主要な情報源であり、有権者の60%以上はテレビと新聞を有力な情報源としたと答えた。

「政治参加は自ら意見を表明することだ」と定

義すれば、96年の選挙はより多くの有権者が政治に参加した。市民がウェブページを自ら開設し意見を出し、関連サイトをサーフィンする。ポータルサイトのオンラインフォーラムへ書き込み、電子メールで意見を交換し合う。たとえば、アメリカオンラインの「政治チャンネル」では、多数のインターネット利用者が候補者への賛否の理由を書き込んだという。

Georgia Tech Research Corp. の調査によれば、インターネット利用者の40%がインターネット利用以来、政治への関心が高まったと回答した。最も一般的な活動は、政治家への投書（31%）、政治活動団体への寄付（27%）、政策課題の議論（23%）、請願に対する署名（22%）である。

4 98年中間選挙

98年中間選挙は、有権者参加型の民主主義の可能性が見い出され、普通の平均的な市民が政治過程に再び結びつく期待を抱かせた選挙である。今でもよく引用される事例を紹介しよう。

ミネソタ州で、泡沫候補とみられていた改革党の知事候補ジェシュ・ベンチュラが逆転当選した。

注目されたのは、ベトナム戦争で海軍特殊部隊SEALの隊員として従軍し、除隊後プロレスラー、テレビ・ラジオ司会者、俳優になり、90年代前半ブルックリンパーク市長を経た、その異色の経歴からではない。インターネットを最大限利用して勝利したからである。マスメディアをバイパスし、直接、有権者、それも30代以下の有権者にアプローチし民主・共和の両候補を負かした。3千名

の市民がボランティアとして活動し、また、ウェブサイトを通じ11万ドル以上の寄付を集めた。この選挙運動のウェブサイトは、インターネットと選挙との新たな出会いの記念碑として今も閲覧することができる。

そのホームページはきわめてシンプルである。しかし、さまざまな創意工夫の跡がうかがえる。ベンチュラと副知事候補のメイ・シュンクの顔写真と標語「人々の為に働く。政党の為でなく…」の下に、「ジェシュの経歴」、「ジェシュの政策」などのことばがならび、クリックすれば各ページにつながる。「経歴」、「政策」のほかに、「記者発表」、「キャンペーン日程」、「ボランティア募集情報」、「寄付の依頼」、「Tシャツなどのキャラクター商品の販売」、「有権者から寄せられた候補者へのメッセージ」、「候補者から有権者へのメッセージ」、「候補者の動静を伝えるマスコミの報道」、「支持者からマスコミへ投稿してほしい手紙の案文」、「掲示板」、候補者の最大の公約である「教室へもっと多くの教師を」、選挙運動終了直前の「勝利へのドライブツアー」などの簡潔な言葉が並び、その各々のページにクリック一つで画面は替わる。

ウェブを構築・管理したボランティアのフィル・マドスンのコメントは興味深い。彼は、それまでウェブサイトを構築した経験はなく、ただ92年の大統領選に出たロス・ペローを支援して以来、草の根支援の体験があるだけである。

初期投資はマイクロソフトの「フロントページ98」の購入費など総額で200ドル足らず。ウェブサイトのホスト管理費は月額30ドル。極めて低コ

図表3 98年知事選の得票数等

18才以上の州人口	348万3,000人	ベンチュラ	77万3,713票
投票者総数	210万5,377人	共和党候補	71万7,350票
投票率	60.45%	民主党候補	58万7,528票

図表4 ベンチュラ氏のウェブサイト

The Jesse Ventura For Minnesota Governor Campaign 98 Home Page is Shown Below

Click Here To Go To The Current Home Page

More Info About The Campaign: 98 Web Site

Jesse Ventura For Governor Mae Schunk For Lt. Governor

**Serving
The People,
Not The Parties**

Jesse Ventura Mae Schunk

[Jesse's Biography](#) [Mae's Biography](#) [Jesse On The Issues](#)

[News Releases](#) [Campaign Schedule](#) [Volunteer Info](#)

[Contributors](#) [Campaign Gear](#) [Ventura's Highway](#)

[Your Message To Jesse](#) [Late Breaking News](#) [Jesse's Message To You](#)

[Letters To Editors](#) [Class Size Task Force](#) [Voters' Involvement](#)

[Message Board](#) [Site Contents](#) [How To Visit Your](#)

[Search This Site](#)

[Staff Contact Info](#) www.jesseventura.org

Copyright © 1998 and 1999 Jesse Ventura Volunteer Committee. All rights reserved.
Prepared and paid for by the Jesse Ventura Volunteer Committee.
PO Box 297 • Circle Pines, MN • 55014
Office: (612) 585-0102 • Fax: (612) 585-0215 • Toll Free: 1-866-352-3527

Jesse Ventura For Minnesota Governor Volunteer Sign-up Page

[Home Page](#) [Site Contents](#)

[FrontPage Save Results Component]

Please provide the following contact information:

First Name
Last Name
Street Address
Address (cont.)
City
State Zip Code
Home Phone FAX
E-mail

Check the boxes below to indicate your volunteer interests.

Volunteer Tasks

☐ Media/PR	☐ Bookkeeping
☐ Event Help	☐ Courier/Driver
☐ Office Help	☐ Fundraising Help
☐ Phone Help	☐ Local Leadership
☐ Mail Stuffing	☐ Campus Organizer
☐ Issues Work	☐ On Line Advocacy
☐ Display Lawn Sign	☐ Distribute Literature
☐ Display Large Sign	☐ Canvass Door To Door
☐ Deliver Lawn Signs	☐ Photographer/Videographer
☐ Other (specify in notes)	☐ Computer Help (specify in notes)

Notes/Comments

If you have a professional skill or trade you are willing to share to help elect Jesse and Mae (carpenter, lawyer, computer programmer, research librarian, etc.), indicate that skill here. We may not need your professional skills right away, but when a particular need arises, we'll look first in the Ventura/Schuck database for the skilled people that are needed at the time.

Professional Skills

This form is for illustrative purposes only. It was used in the 1998 Jesse Ventura For Governor campaign. The submit button for this form has been removed. To sign up as a volunteer today, [click here](#)

(<http://www.jesseventura.org/98campaign/98home.htm>)

ストだ。ウェブサイトの目的は明確で、ボランティアの募集、募金、票の獲得である。その基盤としてオンラインでつながる支援者を集め、彼らに情報を流した。ウェブサイトの基本設計は「交差点型」とはせず「袋小路型」とした。他へのリンクページを敢えて置かずサイトの中にできるだけ留めようという作戦でいった。最初の頃、サイトを尋ねたサーファーは、一回当たり5～7ペー

ジの閲覧であった。次第にサイトのページの分量を増やした結果、一回の閲覧は9～11ページになった。2月のサイト立上げから11月までのヒット数は約200万で、その75%は、選挙前3週間に集中した。

「ジェシュエネット」と称する支援者のネットは、「ジェシュエネットに参加して輪の中に入ろう。そしてキャンペーンから電子メールで最新情

報を得よう。」の合言葉で参加を呼びかけた。選挙前までにネットに参加した人数は3千名に達した。ジェシュエネットの参加者に対しては、受け取った電子メールの情報を友人に伝え、また、ポータルサイトの掲示板にその情報を掲載するよう呼びかけられた。

有権者の関心事項に応じて特定の政策に限って知らせていた従来方式は採用しなかった。その代わり、ウェブサイトに見れば候補者の全政策を知ることができるようにした。この結果、元プロレスラーの泡沫候補というレッテルは消え、マスコミはまともに取り扱うようになった。「政策」ページは「経歴」ページについてヒット数を記録した。マスコミは、ベンチュラの政策をそのウェブから引用して報道に使った。

ウェブサイト立上げ目的の一つが選挙運動資金の獲得である。ベンチュラの選挙資金源は主にTシャツ販売と50ドル寄付であった。選挙終了後12月段階で、総額45万～50万ドルの資金が選挙にかかった。そのうち32.6万ドルは州の選挙資金支援基金からで、残り12.4～17.4万ドルは寄付金でまかなわれた。うち5万ドル以上がインターネット経由の寄付であった。さらに、州からの拠出32.6万ドルは、選挙後の12月になって初めて入金される仕組みであった。泡沫候補と呼ばれた選挙運動の当初は、つなぎ資金を銀行からなかなか貸してくれず、個人1名当たり2千ドルを上限に借りた。6万ドルを借りたが3万ドル強はウェブサイトを通じてであった。

「ベンチュラは合法化された売春を容認している」とマスコミが報じた。その時、敵陣営はこぞってその情報を援用した。数時間とたたずに、それは誤報であるとの反論の報道発表を、ウェブサイト上に掲載し、またジェシュエネットの支援者へメールを送った。支援者は確固たる確信をもって地域有権者に真実を語った。1、2日で虚

報は雲散霧消した。

ジェシュエネットに参加する人が増えるにつれ、ボランティアの確保も容易になった。たとえば、州のフェアでベンチュラ支援ブースのスタッフが足りないとき、このネットでボランティアを募集した。以前なら電話を掛けまくって一人のボランティアを確保したものだが、今では一つのメールを一斉に送りボランティアを多数見つけることができた。

従来の感覚での選挙事務所も、選挙運動前半はなかった。二本の電話だけ引かれたオフィスは、Tシャツの販売取次ぎ店兼倉庫だった。キャンペーンマネージャーを一人、最後の二ヶ月雇用しただけで、後はすべてボランティア。スタッフの打ち合わせは、ほとんど携帯電話、ファックス、電子メール、ウェブサイトだった。

州のフェアでは、フェアに集まった市民の多くがステッカーやポスターを求めた。そのうち約5千人がボランティアの申込みをした。投票日も間近に迫りこれらのボランティアへメールを送るため急遽、宛名用のデータベースを作らなくてはならなくなった。申込み書を特別に入力できるウェブサイトを構築し、データ入力のボランティア48名の協力を得て入力した。

ベンチュラの選挙運動で最も関心と呼んだのは「最後の3日間のキャラバン」である。投票日の2週間前に、州全域をバスや自家用車で回り一カ所当たり30分程度の集会を開催するキャンペーンのアイデアが突然出てきた。10月26日に電話で「28日準備の打ち合わせをしたい」と連絡。28日夜250名が集まり、アイデアと参加ボランティアの役割を盛り込んだ計画を発表した。参加者は、自分の役割を決めて散会。この計画はウェブ上に「勝利へのドライブツアー」として載った。キャラバンは10月30日スタート。ツアーのルートと集会の場所は、購入した市場調査資料で決めた。い

くつかの地域には支援者は全くいなかったが、インターネットと携帯電話でボランティアに集まってもらって集会を準備した。

このキャラバンは、先に進むにつれテレビ局の取材クルーも同伴し出した。このツアーの参加者は、いくつかのコミュニティでは500名にも上った。ウェブ上に掲載されたツアー計画を見てボランティアは、近隣住民にキャラバンへの同行、集会への参加を自発的に呼びかけた。ボランティアは携帯電話でキャラバンに電話をしその地域のリーダーになりたいと申し出た。キャラバンの到着を待ち、集会場所まで案内する地点など、必要な詳細な事項がウェブサイトを使って指示された。

キャラバンは、なかなか時間通りには進まない。キャラバン一行の中のボランティアが、携帯電話で自宅にたえず連絡し、自宅の端末から、キャラバンの現在地を数分ごとに入力。他方、集会の会場でも、携帯電話で自宅を呼び出しキャラバンの位置を確認。集会に集まった人たちは、キャラバンの居場所や遅延理由、到着予定時間といった情報をたえず得ていたので、帰ってしまうということとはなかった。

さらに、コンピュータおたくのボランティアは、キャラバンや集会の模様をビデオやデジタル写真で撮り、すぐに携帯電話で自宅のパソコンにその画像を送りインターネット上に流した。

5 候補者のウェブサイト

98年中間選挙などで活用されたインターネットは、選挙候補者のウェブサイトを専門に構築するコンサルティング企業を生み出した。その一つ Internet Campaign Solutions, Inc. が興味深いレポートを出しているので紹介しよう。それは、昨年の選挙において、民主・共和両党の連邦上下両院候補者がウェブサイトを構築・運営している実態を8月時点で調査した結果である。

約半分、48.5%の候補者がウェブサイトを構築・運営している。インターネットは選挙地盤が弱い新人にとり、有権者にアピールする有力な武器になると一般に言われているが、ウェブサイト構築比率はこれまで議席を有してきた前議員より新人のほうがはるかに高い。興味深いのは、民主党よりも共和党、下院よりも上院と、共和党や上院の立候補者のほうがインターネット利用に積極的なことだ。

また、立候補者がどのようなページをウェブサイトで作成しているか、に関しても興味深い結果が示されている。経歴、政策、演説・記者発表といった定番の項目に加え、選挙運動に協力してくれるボランティアの募集や寄付の要請といった項目の比率が高い。この調査で異色なのは「候補者関連のドメインネームを選んでいるか」の項目である。この項目の背景に、特定のドメインネームをめぐる売買市場の争いをうかがい知ることができる。たとえば、www.gwbush.comのドメインネームを先行取得されたブッシュはドメインネームの法外な購入要請を拒否した。その後、このウェブサイトは、ブッシュに反対するサイトとなった。

6 候補者のウェブサイト構築の利点・課題

大統領予備選に立候補した有力候補者はいずれもウェブサイトを構築した。ミズリー大学のBenoit夫妻が昨年の大統領選挙予備選に立候補した12名のウェブサイトの優劣を評価をしている(<http://acjournal.org/holdings/vol3/Iss3/rogue4/benoit.html>)。その中で候補者がウェブサイトを持つことの利点や課題を論じている。デジタルデバイドなどインターネット普及途上の課題はあるものの、有権者の政治離れを食い止め、有権者のニーズをくみ取り市民の政治参加を促すため、候補者はウェブサイトをもつべきであ

図表5 yahoo（米国）で internet campaign consulting をsearchした結果のページ

YAHOO! Personalize Help - Check Email

Search Result Found 0 categories and 20 sites for **internet campaign consulting**



Categories	Web Sites	Web Pages	Related News	Events
------------	-----------	-----------	--------------	--------

Yahoo! Site Matches (1 - 20 of 20)

Business and Economy > Business to Business > Communications and Networking > **Internet** and World Wide Web > Consulting

- mindshare Internet Campaigns - specializes in helping associations, non-profit organizations, and candidates.
- Sage Marketing - marketing, promotional and communications **consulting** firm providing strategic planning advice for businesses in both **Internet** and traditional **campaigns**.

Business and Economy > Business to Business > Government > Political **Consulting** > Internet Services

- Votenet - provides up-to-date news and information on politics and offers online solutions for **campaigns** and organizations.
- Campaign Advantage - offers web sites, electronic fundraising and database solutions for political **campaigns**.
- Internet Campaign Solutions - providing services to political candidates trying to enhance their overall **internet** presence.
- QuorumCall - provides site design, hosting, and database management for Democratic candidates. Local, state, and national **campaigns** served.
- Campaign Zone - designing web pages for political candidates.
- netcontribute.com - serving progressive Democratic and nonpartisan candidates as well as ballot initiatives and issue **campaigns**.
- Capitol City Consulting - marketing and design firm specializing in political **campaign** web sites of all sizes.
- Online Campaign - site design and hosting for Democratic political candidates and public affairs organizations.
- Politics Online - provides **internet** information and tools for political professionals, including a secure online fundraiser and a step-by-step program for using the **internet** in **campaigns**.
- Go-GOP - **Internet consulting** web design and hosting for Republican political **campaigns**.

Business and Economy > Business to Business > Government > Political Consulting

- Hockaday Donatelli Campaign Solutions - Republican firm specializing in **internet**, telemarketing and direct mail services.

Regional > U.S. States > New York > Cities > Scarsdale > Business and Shopping > Business to Business > Communications and Networking

- Brooks New Media - focuses on creating effective web **campaigns/** marketing.

Regional > U.S. States > New Jersey > Cities > Marlton > Business and Shopping > Business to Business > Communications and Networking > Internet and World Wide Web

- Electioneer, Inc. - provides design, hosting, and **consulting** services for **campaign** and political web sites.

Search Books!

BARNES & NOBLE

- INTERNET CAMPAL
- Great Gift!
- Free Shipping!

図表6 民主・共和両党候補者：ウェブサイト構築・運用を行っている候補者の割合(%)

		上院	下院	計
民主党	計	60.7	42.7	44.8
	前議員	54.5	25.6	27.1
	新 人	62.0	56.2	57.1
共和党	計	75.6	50.1	52.3
	前議員	77.8	37.6	40.9
	新 人	74.1	59.3	60.6
総 計	計	67.0	46.4	48.5
	前議員	69.0	31.6	34.1
	新 人	66.2	57.8	58.8

ると結論づけている。

利点と課題を紹介してみよう。

6.1 候補者にとっての利点

既存メディアは、候補者の政策や人柄などを伝えるよりも選挙レースの勝敗に力点を置きがちである。さらに、候補者のメッセージにフィルターをかけ、メディアなりの解釈を加える傾向がある。インターネットを利用することによって、候補者は、有権者に直接メッセージを伝えることができ

る。

- ① 演説、新聞・テレビ広告、ダイレクトメールなど既存の選挙運動メディアを追加・補完する。30秒のテレビ広告は放送枠が限定されるがその広告はウェブサイトに掲載すれば常時視聴できるようになる。
- ② 既存メディアは、文字、写真、音声、動画像などの組み合わせが困難なものが大半であるが、インターネットでは組み合わせることができ、受け手が最も効果的に受容できるようアレンジして情報を発信することができる。
- ③ インターネット利用者は多数にのぼりさらに急増中であり、早晩、候補者にとって有権者との対話の有力な手段になる。
- ④ テレビ広告などの制作費、広告掲載費に比してきわめて安価である。ちなみに96年の大統領選挙ではドール、クリントン、ペローの3候補は合わせて2億ドルをテレビ広告に使ったといわれている。
- ⑤ 選挙運動のメッセージを個々の受け手に合わせて個別化が可能である。有権者は、自ら関心を有する政策にアクセスできる。また、有権者

図表7 民主・共和両党候補者のウェブサイト：下記のページがある割合 (%)

	計	民主党	共和党	下院	上院	前議員	新人
寄付の要請	56.2	57.3	54.9	52.4	78.9	55.8	56.2
政策	79.7	76.7	81.0	77.0	95.8	75.5	81.2
経歴	94.2	96.2	91.4	93.5	98.6	93.2	94.4
ボランティアの募集	63.3	65.4	60.8	60.8	78.9	72.1	59.6
電子ニュースレター送付の署名	37.1	39.3	34.7	33.6	57.7	44.2	34.0
演説・記者発表	64.9	68.8	60.8	61.7	84.5	54.4	69.1
他のサイトへのリンク	39.8	37.6	41.0	41.8	28.2	44.2	37.9
演説会等のイベント情報	27.7	27.4	27.6	28.8	21.1	32.7	25.6
音声・ビデオによる演説等	12.4	13.2	11.6	9.7	28.2	12.9	12.1
候補者関連のドメインネームを選定	94.4	93.6	91.8	93.3	100	95.9	93.5
有権者の投票の登録	21.5	28.2	15.3	20.6	26.8	27.9	18.8
選挙収支報告	2.6	3.0	2.2	2.8	1.4	4.8	1.7

図表8 投票日当日のGore候補のサイト



Updated 11/7/00 | 1:01 AM EST

GET TO KNOW US



Meet the Gores and the Liebermans
Al and Tipper, Joe and Hadassah

TAKE ACTION

Your participation is critical to our campaign.
Choose a way to Take Action:

Your State
Pick your state

Voter Outreach
Pick Your Group

GoreNet
A Network of Young Americans

Send this page
Help spread the word

Join the Gore I-Team
Build your support webpage

Instant MessageNet
Add your handle now

Get Involved
Volunteer for Gore 2000

Join the Fight!
Make a donation to Gore 2000

MyElection
Update your online preferences

ISSUES Select an issue

NEWS | SPEECHES | TOWN HALL | EN ESPAÑOL

TIME TO GET OUT THE VOTE

Call Ten Friends and Remind Them that Today is Election Day!

Today is Election Day! When you are out and about today, don't forget to remind people about the critical election - and the big choices facing America. Polls are open all day, so there's no excuse not to vote!

30 Hours, 15 Cities, 11 States, 1 Big Choice

Al Gore's Final Campaign Swing Focuses on the Big Choice Voters Face on Election Day

On the campaign trail - November 6 - Beginning today, Al Gore and Joe Lieberman will campaign for more than 30 hours straight. Al Gore, Joe Lieberman and their wives will visit 15 different cities in 11 different states and focus on the big choice voters face on Election Day: "Will we move America forward, or will we go back to the failed policies of the past?"

"On Election Day, the people of America will face a choice -- a simple, but important choice," said Gore. "I want to spend the final hours discussing this choice and encouraging every American to go to the polls and vote. We have to make the right choices to extend our prosperity and make sure that it enriches not just the few, but all our families."

Call Seniors in your neighborhood and offer to take them to the polls on Tuesday!

We need your vote this Tuesday, but we also want to be sure that seniors who support Al Gore and Joe Lieberman are able to cast their ballots. Do you know someone who needs a ride to the polls? How about someone who would just like some company as they make the big choice that this year's election presents?

Newspapers Endorse Al Gore

Cite "Gravitas," Responsible Policies, Experience

Nashville - October 26 - Nashville - Newspapers across the country have begun to endorse Al Gore for president. The Atlanta Constitution's endorsement cited Gore's "gravitas" and his performance in the three presidential debates. In West Virginia, The Charleston Gazette discussed Gore's experience and his "deep familiarity...with topics a leader must know." [more](#)

Download Gore/Lieberman Publications

Bringing Prosperity Home Prosperity for America's Families Medicare at a Crossroads

[download "Bringing Prosperity Home: Choices for America's Families" - Adobe pdf - 1738k](#)
[download "Prosperity for America's Families" - Adobe pdf - 835k](#)
[download "Medicare at a Crossroads" - Adobe pdf - 279k](#)

Paid for by Gore/Lieberman, Inc.
601 Mainstream Drive
Nashville, TN 37228
615-340-2000
TTY (For the hearing-impaired)
615-340-3260
Contact us on the web:
townhall@algore2000.com

Contributions to Gore/Lieberman
GELAC are not tax deductible for
federal income tax purposes.

<http://www.algore.com/>

図表9 BUSH候補のサイト



Please e-mail us with your stories of Bush at [stories](mailto:stories@georgebush.com).

- Under Trading
- Through the Tax
- Lookphoto
- Bush at Bat
- Texas by the Numbers
- Texas Drug Use under Bush
- Myth of Bush's Goodhearting
- Ethics are left in the Street
- Foreign Policy incompetence?
- Compassionate Conservatism

News Clips

- Bush's Money
- Bush's Business Partners
- Bush Fundraising

GEORGE W.

BUSH 2000

"Candidates without ideas hiring consultants without convictions to run campaigns without content."

President Gerald Ford, June 1999

Texas Rankings Under Bush: Do you Want Some of This?

AUSTIN, TEXAS -- A look at Texas under Bush:

	National Ranking Among 50 States
The Education Governor of Texas	
Teacher salaries at beginning of 1st term	36 (1)
Teacher salaries at beginning of 2nd term	38 (1)
% Change in Average Salaries 1989-99 constant \$	-1.1% (1)
Teacher salaries plus benefits	50 (1)
High school completion rate	48 (2)
SAT scores - 1996 combined math & verbal 995	44 (13)
SAT scores - 1997 combined math & verbal 995	45 (13)
SAT scores - 1998 combined math & verbal 995	44 (13)
Bush Family Values in Texas	
Highest number of children living in poverty	2 (3)
Highest number of children without health insurance	2 (3)
Highest % of children without health insurance	1 (3)
Highest % of poor working parents without insurance	1 (3)
Highest % of population without health insurance	2 (3)
Highest number of people stripped of Medicare benefits	1 (24)
Highest teen birth rate	5 (4)
Per capita funding for public health	48 (4)
Delivery of social services	47 (4)
Mothers receiving prenatal care	45 (4)
Child support collections	45 (3)
Number of executions	1 (31)
Teen smoking - down nationally, flat in Texas	(5)
Teen drug use - down nationally, up 30% in Texas w/ Bush	(5)
Pollution in Texas	
Pollution released by manufacturing plants	1 (4)
Pollution by industrial plants in violation of Clean Air Act	1 (4)
Greenhouse gas emissions	1 (4)
Quality of Life in Texas	

Preview of a Bush White House & Republican Majority - Bush, Trent Lott & Tom DeLay

One doctrine of which Bush is certain is that heaven is only open to those who accept Jesus Christ. - Houston Post
October 2, 1994

George skips year of National Guard. [AWOL](#)

QUOTES

"I will do everything in my power to restrict abortions."
— George W. Bush, Dallas Morning News, October 22, 1994

"I saw the report that children in Texas are going hungry. Where? You'd think the governor would have heard if there are pockets of hunger in Texas."
— George W. Bush, whose state ranks 2nd in total number of children living in poverty to Austin American Statesman, 12/18/99

"Please," Bush whimpers, his lips pursed in mock desperation, "don't kill me."

— Bush mocking what Karla Faye Tucker said on Larry King when asked, "What would you say to Governor Bush?" prior to her execution by lethal injection as reported by [Zell magazine](#), September 1999

"An atmosphere of adolescence, a lack of

<http://www.georgebush.com/>

の関心事項に合わせた情報をピックアップした電子メールを個々の有権者に発信できる。

- ⑥ 候補者と有権者との間の双方向的な意見交換ができる。有権者に政策の是非などの問いかけ、また、有権者からの提案などを受けることが容易になる。チャットルームでは候補者が多数の有権者と直接対話、議論ができる。
- ⑦ 候補者は、有権者に対し、30秒のテレビコマーシャルでは不可能な、意を尽くした詳細なメッセージを送ることができる。有権者もまた候補者の主義主張を十分に理解できる。

6.2 有権者にとっての利点

- ① 知りたい情報を取得できる。
- ② インターネットアクセスのコストが低廉化し情報取得費用がわずかですむ。
- ③ 有権者は、知りたいときに情報を入手できる。
- ④ 有権者は、自らの判断で情報の種類、量を管理できる。
- ⑤ インターネットは、多種多様な情報にアクセスできる。たとえば、対立候補、政党、メディアなどのサイトで情報を得ることが可能。

6.3 候補者にとっての課題

- ① インターネットによる選挙運動は、当面、インターネットを利用しない有権者を排除してしまうことになる。多くの調査によれば、インターネットを利用しない比率が大きいグループは、高齢者、低学歴層、低所得層である。
- ② インターネットの利用者であっても、現実問題としては、候補者のウェブサイトを見る人は限られている。テレビのチャンネルを回すと、候補者のテレビ広告が飛び込んでくるということはない。インターネットは、利用者が候補者のウェブサイトにはサーフィンしないとつながらない。

③ 確かにウェブサイトのコストは低廉であるが、やはりそれなりの構築・維持費が必要だ。最新情報に更新する費用は無視できない。

④ インターネットの利用者のアクセス速度はまちまちである。静止画、動画のダウンロードには時間がかかりがちであり、利用者は待ち時間に苛立ち、他のウェブサイトにはサーフィンしてしまうおそれがある。

6.4 有権者にとっての課題

- ① インターネット利用者の中には、なお基本的なインターネットの使い方がわからず候補者のウェブサイトにはアクセスできない人も多い。
- ② サーチエンジンのキーワード検索では似通った名前のウェブサイトがあり、必ずしも候補者のオフィシャルサイトに行けない。
- ③ 候補者のサイトは、当然、自分に有利で都合のよい情報が多く含まれている傾向があり、有権者の情報ニーズを満足させない危険はある。

7 昨年の選挙での有権者のインターネット利用動向

昨年の選挙については、様々な角度から調査分析が行われるであろう。その調査分析の結果が一つインターネットに掲載された。Pew Research Center for the People & the Pressが実施したものだ。投票日前後の10月から11月にかけて電話調査を実施した結果を見てみよう。(有効回答4,186)
(<http://www.people-press.org/online00rpt.htm>)

米国人の18%がインターネットで選挙関係のニュースを入手した。(96年のそれから4%のアップ)。投票に行った人に限ると28%に比率は上がる。この数字はVoter News Serviceの行った出口調査での30%という数字と近似している。インターネットを利用している人の中では3人に

図表10 ゴアのホームページから著者あてに届いたメール

From: Gore Mail [mailto:usinfo@aligore2000.com]
Sent: Tuesday, November 07, 2000 9:19 AM
To: imsters@sluts.org
Subject: Help get out the vote! Email everyone you know and ask them to VOTE FOR AL GORE!

***Get Out The Vote Mail - November 6, 2000 ***
get wired in to the Gore-Lieberman campaign @ <http://www.aligore.com>

Send an E-Mail to Your Personal E-Mail List!
Tell Folks Why You are Voting for Al Gore and Joe Lieberman!

Dear Friends,

Tomorrow is Election Day! Help us spread Al Gore's and Joe Lieberman's message by sending an email to as many people as you can. Tell them to vote! And tell them the election is about big choices and real differences. Al Gore has an agenda that benefits all Americans, not just a few.

* Gore's middle-class tax cuts would fit within a balanced budget to ensure that all Americans benefit from the nation's current prospects. George W. Bush's massive tax cut would put prosperity in peril, returning the nation to deficits and making it "impossible" to eliminate the debt. Almost half of Bush's tax cuts are targeted toward the few who make more than \$200,000 a year.

* Gore would take steps to protect Social Security for seniors and provide a new choice to encourage younger workers to save for retirement. George W. Bush has made a promise he cannot keep. He

From: Gore/Lieberman InstantMessageNet [mailto:imsters@aligore2000.com]
Sent: Wednesday, November 08, 2000 8:15 AM
To: imsters@sluts.org
Subject: What you can do - online and offline - to help Al Gore win

*** Gore-Lieberman InstantMessageNet News - November 7, 2000 ***
get wired in to the Gore-Lieberman campaign
@ <http://www.aligore.com/im>

Dear Friends,

As expected, the race is extremely close and you can help out in a number of ways. We are winning in key states such as Florida, Michigan, and Pennsylvania, and are neck in neck in states we were not supposed to be close in like Arizona and Colorado, so it is extremely close and every vote counts. The momentum is on our side!

While online, go to the following message boards and chat rooms and talk about how well Gore/Lieberman are doing nationally and in key states. Momentum is building and you can help strengthen it by going to message boards and chat in:

<http://www.gmnet1>
<http://www.al.com>
<http://www.aligore.com>
<http://www.aligore.com>
<http://www.burmes.com>

1人がインターネットで選挙情報を得ている。年齢別では、インターネットで選挙情報を得ている比率は、18～29歳の階層が50歳以上の階層の2倍以上である(25%対10%)。ただ、これがインターネット利用者に限ってみると、年齢による差はあまりない(18～29歳：34%、50歳以上：30%)。学歴による利用の差は大きく、大卒以上の学歴の人は高卒以下の3倍以上である(大卒以上：33%、高卒以下：8%)。また、年収による比較では、5万ドル以上の収入を得ている家庭では30%に対し、3万ドル以下では10%しかインターネットで選挙関係の情報を得ていないという結果であった。インターネット利用年数での比較によれば、利用年数が多いほどニュース取得比率は高まり、3年以上の経験を有する人では45%に達する。6か月しかインターネットの経験のない人だと17%に過ぎない。選挙情報をインターネットで入手する人の7人に1人は、候補者の政策スタンスを調べている。

選挙情報をインターネットで得た人の43%は、その情報が投票の意思決定に影響を与えたと答え

た。96年では31%であった。18歳から29歳では約半数がインターネットから得た情報によって候補者の選択を行っている。

56%の人が、インターネットを選挙情報源とした主な理由をその便利さ、手軽さであると言っている。なおインターネットが発展途上であった前回では、53%の人が、既存メディアで得られない情報を補完的に得るためにインターネットを利用すると回答した。

インターネットは、候補者と有権者との間の双方向コミュニケーションの構築に役立ち始めている。35%の人がインターネット上の選挙予測などの投票に自分の意見を書き込んでいる。22%の人が電子メールを候補者に送っている。また、5%の人は、インターネットを通じて寄付に応じている。

インターネットへのアクセスは、投票日が近づくにつれ多くなった。投票日の11月7日前後では12%の人がインターネットで選挙関係のニュースを得ており、投票後は18%に跳ね上がった。ちなみにこの数字は、それまでの期間の4倍以上のア

図表11 インターネットへのアクセス等

		1996年	2000年
インターネットを利用して選挙ニュースを得たか	全体	4%	18%
	インターネット利用者	22%	33%
なぜ選挙ニュースをインターネットで得たか	便利さ	45%	56%
	他のメディアでは十分な情報が得られないから	53%	29%
	他では得られない情報を得られるから	26%	12%
	インターネットの情報源への個人的な関心から	24%	6%
	その他・わからない	9%	12%
インターネットの選挙情報が投票の選択に影響を与えたか	はい	31%	43%
	いいえ	69%	55%
	わからない	0%	2%

クセス数である。

8 連邦選挙法とインターネット

インターネットは、選挙運動を大きく変革する可能性を秘めている。それは、他方で選挙を公正に実施するために築かれてきた選挙制度にも改革を求めている。

連邦選挙法（Federal Election Act）は、大統領、上下両院議員などの候補者から有権者に対するコミュニケーションは金がかかるとの前提に立って、支出行為の禁止・制限や報告の義務づけを行っている。個人、法人、労働組合や政治委員会（Political Committee）による政治活動を規制する連邦法の体系は、支出額の簿記を基礎としている。

インターネットの登場は、この前提を崩しつつある。連邦選挙運動資金法を解釈し執行する権能を有する連邦選挙委員会（FEC）は、試行錯誤の連続である。個人は、一度に多数にメールを送ることができる。団体がそのウェブサイトメッセージを載せれば数千人を動員することができる。企業も公益法人も政治ニュースをインターネットに流すことができる。候補者や政党のウェブサイ

トとリンクを張ることはいとも簡単だ。候補者の選挙向けパンフレット、インタビューなどの情報は、ウェブサイトからダウンロードして印刷することが容易である。一つの現実パソコンを操作することやメールを送付すること、リンクを張ることにほとんど追加的費用がかからない点だ。今やいくつかのインターネットサービスプロバイダーは基本サービスの一部として加入者に対しウェブサイト構築のソフトを利用できるようにしており、ウェブサイトの構築に特別の経費は不要だ。通信費がかからなければ現行法は措置なしである。

昨年8月にFECは、それまで個別に示してきた勧告的意見（advisory opinion）や一昨年11月包括的な規制案を世の中に提案しパブリックコメントを求めた結果を集大成したガイドラインを発表した。（<http://www.fec.gov/pages/inter-netuse.htm>）このガイドラインは、インターネットなど存在しなかった時代に築かれた選挙規制秩序との整合性を図りつつ、可能な限り選挙キャンペーンにインターネットを取り入れようとする意図が反映されたものだ。

9 終わりに

これまでのマスメディアの選挙報道は、ともすると投票や勝敗に焦点をあてがちであるが、インターネットでは、候補者の政治姿勢、政策、政治活動履歴などの多面的な情報を入手することが可能になる。さらに、重要なことは有権者と候補者との間の情報交流が可能になる点だ。99年6月、Communications Decency Actに対し違憲判決を下した米国連邦判事Stewart Dalzellは、その判決の中で「インターネットは、歴史上、最大の参加型のマス言論市場であるといっても過言ではない。」と述べている。アリゾナ州の民主党員Dean Axelrod氏のことばが印象的である。「アリゾナ州は政治的に過疎地帯であった。民主党員は近隣にいないので政策決定者や政党自体との連携ができなかった。しかし、ホワイトハウスや民主党のウェブサイトアクセスできたので、個人的に地域の政党組織への関与が可能になった。民主党のウェブサイトの掲示板に参加し州の選挙区ミーティングに行き候補者と直接話げできた。インターネットは同じ部屋で直接話すのと代替できるわけではないが、自分の場合は孤立したオフィス

から世界へ…。政治が真実の意味を持つようになった。」

インターネットは、情報の自由な流れの加速、政治無関心層の取りこみ、政策論議への直接参加、草の根市民層の活動の支援などに対して、肯定的なインパクトをもつ。しかし他方で、政治への否定的なインパクトがある。たとえば、急激な懷疑主義への傾斜、不正確な情報の広範・急速な伝播、衆愚政治の危険などである。インターネット上の広範に信じられる噂は、マスメディアで真偽を調査すべきであろう。また、当然のことながらハッカーへの対策は怠ってはならないし、プライバシー保護は万全でなければならない。

インターネットでの世論調査、住民投票、選挙投票が関心を呼んでいるが、今一つ踏み切れないのは、上記の理由からである。

しかしながら、インターネットは日常生活に不可欠な存在になることも確実である。政治や選挙の世界にもインターネットは、一層錯綜し複雑なリンクを張っていくであろう。米国の動向は、選挙制度を異にする我が国においても注視していかなければならないと考える。

郵政研究所通信

1 刊行物等の発行

- (1) 金融・経済解説紙等の発行
 - 「NEWS BRIEF（経済指標解説）」（随時発行）
 - 「IPTP トピックス（金融経済解説）」（適宜発行）
 - 「IPTP ECONOMIC WEEKLY（週単位の経済・金融分析）」（毎週金曜日発行）
 - 「IPTP ECONOMIC MONTHLY（月単位の経済・金融見通し）」（毎月発行）

2 広報活動

- (1) P-sat放映
 - 「デジタルパーク郵政館」毎週水曜日放映（1ch）
 - 「月例経済・金融概観の解説」（10月）
 - 「月例経済・金融概観の解説」（11月）
 - 「小規模事業所のDM利用状況」（11月14日）
 - 「アメリカ郵便庁の技術開発状況」
- (2) 新聞・雑誌・学会誌等への掲載
 - 「郵政研がDMリスポンス率を集計 第14回全日本DM大賞応募作品から」（DM NEWS 337号）
 - 「日本における遺産動機と経済行動」保険展望（10月号）
 - 「地方財政計画」かんば資金（10月号）
 - 「6月の地域経済指標の総合的な動き」かんば資金（10月号）
 - 「平成12・13年度経済・金融見通し」郵政（10月号）
 - 「平成12・13年度経済・金融見通し」通信協会雑誌（10月号）
 - 「平成12・13年度経済・金融見通し」郵便局経営（10月号）
 - 「平成12・13年度経済・金融見通し」郵政研究（10月号）
 - 「知的所有権」かんば資金（11月号）
 - 「7月の地域経済指標の総合的な動き」かんば資金（11月号）
 - 「平成12・13年度経済・金融見通し」保険展望（11月号）
 - 「Web調査の利用可能性」日本工業新聞［シンクタンクの目］（10月4日）
 - 「インターネットコマースの取引信用に関する新しい動き」情報通信ジャーナル（10月号）
 - 「各国の一番最初の切手」郵政（10月号）
 - 「ブックレビュー」通信協会雑誌（10月号）
 - 「エレキテル」朝日新聞掲載（10月2日）
 - 「20世紀初頭の郵便局」郵政（11月号）
 - 「ていぱーく120%活用術」郵政研究（11月号）
 - 「初代貯金のユウちゃん」郵政東北

3 学会・大学・講演会等での発表

「BIS比率と長期貸出」日本金融学会秋季大会（11月5日）

4 ていぱーくの特別展

- ・日蘭交流400周年記念「郵便切手の原画展」ハウステンボスギャラリー
(9月8(金)～11月14(火))
- ・げーむぱーく2000～ボンボン人気キャラクター大集合!～(10月6日(金)～10月29日(日))
- ・電波法・放送法施行50周年記念行事(12月2日(土)～3日(日))
- ・「セサミストリート」展(12月9日(土)～12月24日(日))

◆Opinion—読者の声—◆

本号に掲載した論文等について、皆様からのご意見をお寄せください。本誌の中で随時取り上げていきます。宛て先は下記まで、所属先及び氏名を明記の上、お送り願います。

なお、郵政研究所では大学・研究機関等のホームページと積極的にリンクを設定していきたいと考えております。リンクをお考えの方は下記までE-mailにてお知らせ下さい。

【御意見等の宛て先】

〒106-8798 東京都港区麻布台1-6-19 郵政省郵政研究所 研究交流課

TEL: 03-3224-7310 FAX: 03-3224-7382

URL <http://www.iptp.go.jp/>

E-mail: www-admin@iptp.go.jp

編集後記

新年明けましておめでとうございます。

年明けとともに省庁再編、郵政研究所は総務省の附属機関となります。本省は大変ですが、郵政研究所は引越しはしないので、お正月返上、ということはありません。そのうち、とても立派とうわさに聞く総務省の新庁舎を見に行こうと思います。

いろいろと批判も多い省庁再編ですが、名前や組織や環境が変わると、職員の意識も仕事の中身も大きく変わっていきます。結果を見ないうちは誰にもわかりませんが、10年後どうなって欲しいかを考えながら、中の人も外の人もちよっとずつがんばるしかないでしょう。ぼろぼろになってるか、きらきらしてるかは我々次第です。

郵政研究所では、研究の成果のほとんどをインターネットで公開しています。

郵政研究所ホームページアドレスはこちら→ <http://www.iptp.go.jp/>

省庁再編に伴い、関係の部署は引越しされるところも多いと思います。

月報の送付先につき、住所変更等ございましたら、FAXにて下記までお知らせください。(倉澤)

FAX 03-3224-7382

IPTP

Institute for Posts and Telecommunications Policy

郵政研究所月報

第14巻 第1号 通巻148号 2001年1月1日発行

編集・発行 郵政省郵政研究所

〒106-8798 東京都港区麻布台1-6-19

TEL : 03-3224-7310 FAX : 03-3224-7382

URL <http://www.iptp.go.jp/> E-mail www-admin@iptp.go.jp

※本誌の無断転用、複写を禁じます。
本誌は再生紙を使用しています。