

1. 高コスト構造・活性化阻害の現状

日本のガス料金は諸外国に比べて2倍以上と割高である（94年9月時点（1ドル＝100円）で比較）。

2. 高コスト構造・活性化阻害の要因

① 供給固定費等

- ・需要家1件当たりのガス使用量が、欧米の1/3から1/4で供給設備の効率が悪い。
- ・道路構造保全のため、導管埋設に係る諸規制が、道路環境の異なる欧米より厳しい。

② 原料費、製造固定費等

- ・欧米では天然ガスがパイプラインを通じて直接ガス事業者に送られるのに対し、我が国は産ガス国においてガスを液化した上で液化天然ガス（LNG）として輸入し、それをガス会社が再度気化してガスを供給していることから、LNGの貯蔵・ガス化設備が必要であり、このため原料費、製造固定費のコストが高い。

③ 保安規制等

- ・ガス消費機器等に関する知識が必ずしも十分でない需要家が保安確保のための措置を自主的にとることは困難であること等に鑑み、我が国ではガス事業法により、ガス事業の根幹である保安確保のため、必要最小限度の社会的規制として、ガス事業者負担による内管・消費機器の調査等が義務づけられている。

④ その他

- ・我が国の検針回数は欧米に比べ2～6倍。また、ガス料金の集金について、口座引き落とし・払込のみの欧米に対し、我が国は一部訪問集金も残っている。これらは、需要家のニーズに合わせたきめ細かいサービスであるが、コスト高要因ともなっている。
- ・各国に比べ我が国の賃金水準が高いことが、ガス事業についてもコスト高要因となっている。

（備考）

ガス事業の公益的性格、安全確保のため、ガス事業法により各国と同種の規制が行われている。平成7年3月の法改正により参入規制については、大口需要者を対象として緩和され、料金規制については、大口需要者については自由交渉による供給条件設定が認められた。

3. 目標

(1) 目標

低廉なガス供給を確保するため、大口供給部門への新規参入の拡大、ガス冷房の普及促進等負荷平準化、料金規制の改善等による効率化を目指す。

(2) 点検指標

- ・一般ガス事業者による供給区域外の大口需要者への供給規模
- ・一般ガス事業者以外の者による供給規模
- ・需要家1件当たり販売量
- ・ガス冷房の普及の状況

4. 具体的な対応策

(1) 規制緩和

① 大口需要者への供給拡大

- ・一般ガス事業者は、一定の条件下で供給区域外の大口需要者にガスを供給できることとする（「改正ガス事業法」（平成7年3月1日施行））。
- ・一般ガス事業者以外の者が大口需要者に対するガス供給の事業に参入することを新たに認めることとし、一定の条件下で、大口需要者にガス供給できることとする（「改正ガス事業法」（平成7年3月1日施行））。
- ・ガス事業者の保有するガス導管を用いた託送を積極的に推進する（ガス事業法改正に伴う措置として、7年7月に都市ガス事業料金制度分科会においてガイドラインを策定）。

② 料金制度

- ・一般ガス事業者が大口需要者にガスを供給する場合について、現行の料金規制を緩和し、原則として当事者間の自由交渉による供給条件の決定を認める（「改正ガス事業法」（平成7年3月1日施行））。
- ・ガス料金については、事業者の自主的な経営効率化を促すため、料金の透明性を確保し、総括原価方式の枠組みを維持しつつ、事業の特性を踏まえたヤードスティック方式（各事業者の経営に係る諸指標を比較し、効率化の度合いに応じて査定に格差を設ける方式）等を導入する（「改正電気事業法」施行後）。

③ 保安規制の合理化

- ・電気事業法との重複適用を排除するため、準用事業者のうち電気事業法の保安規制の適用を受ける者をガス事業法の保安規制の適用対象から除く（「改正ガス事業法」（平成7年3月1日施行））。
- ・ガス工作物に係る工事計画認可・届出、使用前検査及び定期検査等について審査及び検査の簡素・合理化を図る（「改正ガス事業法令」（平成7年3月1日施行））。

④ 導管埋設

・ガス導管の埋設深さについて、道路構造の保全の観点等を踏まえて、技術的検討を実施し、基準の緩和の可否を検討する（7年度以降、検討結果を踏まえ対応）。

(2) 負荷平準化の推進

ガス冷房の普及・拡大、負荷調整契約料金制度の活用、等。

(3) 検針・集金の効率化

検針・集金に係る業務の効率化方策についての検討。

(4) その他

① 原料費調整制度の導入

・為替レート等に左右される原料費の変動を外部化し、これらの変動を迅速に価格に反映（「改正電気事業法」施行後）。

② 経営効率化目標の設定

・ガス事業者は、各事業者の自主目標として、数量的な内容を含みつつ経営効率化目標を設定し公表する。

なお、経営効率化目標の内容は、各事業者の創意工夫が最大限発揮されるべきであるという観点から、できる限り事業者の自己責任に基づく判断に委ねることが適当である。

1. 高コスト構造・活性化阻害の現状

流通費は、財の性質、卸・小売の業態等により異なるとともに、製造部門・消費部門とも密接に結びついており、これだけを取り出して国際比較をすることは困難である。但し、流通業の一人当たり付加価値額を製造業と比較すると約6割と低く、その格差は縮小しておらず、また、他の先進国よりも製造業との格差は大きい。

近年では、消費者の価格志向の強まり、累次の大店法の規制緩和、輸入浸透度の上昇、郊外型立地店舗の増加等を背景に、ディスカウントストア、チェーンストア等による低価格販売が実現され、流通システムの変革につながる動きが見られている。一方、既存の商店街は、従来より、消費者の多様な選択の一つとして、また、まちの核として多様な役割を担ってきているが、流通を巡る環境変化に伴い中心市街地の商業の空洞化が懸念されており、その活性化がまちづくり等の観点からも急務となっている。

2. 高コスト構造・活性化阻害の要因

(1) 流通の零細性・多段階性

日本の流通については、従来より、小売店の零細性や卸売の多段階性が指摘されている。ただし、それぞれ消費者の多頻度小口買いや小売店の零細性に対応するものとの面もあり、これらが直ちに流通の非効率を意味するとは言えない。なお、近年では、小規模店の減少・大規模店の増加、 W/R 比率の低下が見られ、零細性・多段階性は弱まる方向にある。

(2) 商業マージン率の動向

産業連関表（～1990）により消費財の商業マージン率を見ると、長期的に上昇傾向にある。これを基に、国際競争にさらされた製造業の生産性の伸びに商業が追いついていないとの仮説もある。なお、バブル崩壊後の消費低迷・価格低下の動きもあり、近年では、マージン率は卸売業で低下、小売業では横ばいで推移している。

(3) 商業マージンの構成

商業実態基本調査（～1992）により消費財の商業マージンの構成を見ると、人件費の割合が最も高い。人件費比率は80年代半ばまで上昇を続け、営業余剰を圧迫してきた（小売業では86～92年は下落）。ただし、卸・小売ともパートタイム就業者比率の増加を図りこれに対応している。

(4) 規模別・業態別の営業費（販売管理費）比率

卸売業の売上高営業費比率を規模別に見ると、小規模であるほど高い。小売業については、派遣店員等の有無により規模別の比較は難しいが、業態別に見た販売管理費比率では、中小小売店の中で、スーパー、コンビニエンス・ストア等に比べその他の小売店の販売管理費比率が高くなっている。

(5) 公的規制

流通分野に関しては、出店(大店法等)、販売(再販売価格維持制度等)、物流に関する規制が存在し、流通効率化の観点からは、その阻害要因となっている。3次にわたる大店法の緩和により出店申請が大幅に増加する等、近年の流通に関する規制緩和は、大規模なディスカウントストア等新たな業態の成長を促し、低価格販売の実現の一つの要因となった。

(6) 商慣行

商慣行は、流通当事者間の取引の円滑化のためにそれぞれ一定の合理性を持って形成されたものと考えられるが、価格の硬直化(例:建値制)、新規参入の抑制(例:系列制)等をもたらしやすいとの指摘もあり、また、流通当事者の効率化へのインセンティブを阻害する面もある。最近では、消費者ニーズの多様化、ディスカウントストア等の新たな業態の進展等、流通を巡る環境変化を背景に、流通当事者の中からも商慣行を見直す動きが出てきている。

(7) 消費者の購買行動

日本の消費者の価格感応度が低いことが流通の構造変化を緩やかにしているとの指摘があるが、逆に日本の流通構造(規制や商慣行により価格の店舗間格差が小さいこと)がそのような消費者を形成したとの意見もある。近年は価格に敏感な消費者が増加している。

3. 目標

(1) 目標

消費者ニーズに対応した多様な流通業態の発展を図りつつ、現在、製造業の約6割となっている流通業の労働生産性を国際的に遜色のない水準に向上させることを目標とする。

(2) 点検指標

- ・流通の多段階性の動向(W/R比率)
- ・単位売上げ当りの販売コストの動向(売上高販売管理費比率)
- ・価格低下等の状況変化への企業の対応動向(商業マージン率、販売管理費比率、営業利益率)
- ・共同化の推進度合(中小企業による物流共同化の実施状況、フランチャイズチェーン・ボランタリーチェーンに参加している事業者数等)
- ・情報化の推進度合(POS導入店舗数、JICFSアイテム数・利用企業数等)
- ・中小商業や商店街の活性化の度合(商業基盤施設が整備された商店街の数、中小商業活性化基金の活用による集客力向上事案件数等)
- ・モータリゼーションへの対応(客用駐車場を有する商店の数)

4. 具体的な対応策

(1) 規制緩和

- ① 大店法の制度の見直し(9年度目途)
- ② 販売に係る規制の見直し(酒類販売免許の基準見直し(8年度)、医薬品の一般販売業の店舗面積基準の緩和(8年度)等)
- ③ 再販売価格維持制度の見直し(9年度末まで)

(2) 商慣行の是正

- ① 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の周知徹底による競争制限的な行為の排除
- ② 商慣行の実態と問題点を把握するための実態調査の実施
- ③ 商慣行改善指針等の周知徹底による方向づけ
- ④ 事業革新円滑化法の活用
(取引慣行の改善に資する設備投資に対する税制金融上の措置等)
- ⑤ 取引流通に係る情報化の推進

(3) 物流コストの低減

- ① 業種別の物流コスト実態把握調査を通じた意識改革、取引条件の明確化への支援
- ② 物流合理化ガイドライン(平成4年)の業際的な視点を取り入れた見直し
- ③ 共同仕入れ等物流共同化事業への支援
- ④ 物流に関する規格の推進、一貫パレチゼーションの推進
- ⑤ 物流に関する情報化の推進
- ⑥ 物流に関する規制緩和(物流の項参照)
- ⑦ 物流インフラの整備(物流の項参照)

(4) EDI(電子データ交換)等情報化の推進による流通システム全体の効率化

- ① 各種ビジネスプロトコルの標準化
- ② 情報化の進展を想定していない諸制度の見直し(各種法律により保存が義務づけられている書類の電子データによる保存等)
- ③ 情報化進展の障害となる商慣行の見直し
- ④ POS導入店舗数、JICFSアイテム数・利用企業数の増大

(5) 中小卸・小売業の活性化対策

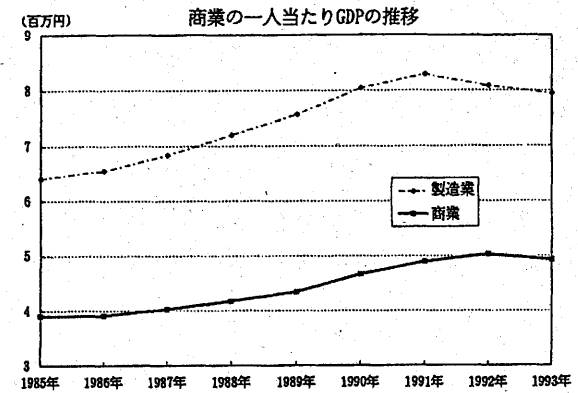
- ① 中小卸売業
 - ・水平的、垂直的連携の強化(フルライン一括供給体制の整備、異業種連携の推進、共同化・協業化による物流効率化、卸商業団地の活用等)
 - ・卸売機能の革新(リテールサポート、商品企画等の機能の強化等)
 - ・人材の育成・確保(中小企業大学の研修事業の充実等)
- ② 中小小売業
 - ・商業集積面でのハード及びソフト整備(多様で個性的な商店街の整備・商業集積、まちづくりと一体化した整備)

- ・新たなネットワーク形成等による業務革新（共同仕入れ、商品開発等のための水平・垂直連携、情報化の推進）
- ・魅力ある個店づくりへの支援（地域密着性、専門性、顧客への相談機能等の一層の充実のための人材育成、情報化・国際化の推進等）

(6) 地域活性化の視点からの流通業の活性化

- ① 特定商業集積法等の活用等によるまちづくりとの一体的な商店街等の整備
- ② 商業基盤施設が整備された商店街数の増大
- ③ 中小商業活性化資金の活用による集客力向上事業等の推進

(参考) 商業の労働生産性



(備考) 経済企画庁「国民経済計算年報」

商業の就業者一人当たりGDPの推移 (百万円/人)

	1985年	1989年	1993年
商業	3.90	4.34	4.92
製造業	6.41	7.57	7.94
商業/製造業	60.9%	57.4%	62.0%

(備考) 同上

商業と製造業の労働生産性（一人当たりGDP）格差の国際比較（製造業=100%）

	日本	米国	英国	ドイツ	フランス	イタリア
1985年	61%	72%	60%	67%	87%	87%
1990年	58%	66%	62%	69%	83%	88%
5カ年平均	60%	67%	61%	69%	83%	89%

(備考) 1. OECD*National Accounts*

2. 英国のデータは商業にレストラン、ホテル業を含む。

1. 高コスト構造・活性化阻害の現状

我が国の電気通信産業は、昭和60年に電気通信事業法が制定され、市場の全分野に競争原理が導入されるとともに、日本電信電話公社が民営化され、2,400社を超える新規事業者が新たに市場に参入した。この結果、国内長距離電話料金や国際電話料金が昭和60年当時と比べて6割程度低廉化し、遠近格差も40倍から17倍へと縮小するという成果が見られた。また、サービスの多様化も進んだ。

特に、携帯・自動車電話市場においては、PHSを含む多数の新規参入の実現、NTTの移動通信業務の分離、分割による公正な競争条件の整備などにより、競争を通じて、急速な料金の多様化・低廉化とともに市場が急拡大するなど活性化が図られた。

また、情報化の進展により、パソコン通信利用者が延べ200万人を超えるなか、パソコン通信利用者を念頭においた深夜時間帯の定額料金制が導入されたところである。

更に、今後の技術革新や国際化等の環境変化により、異業種の融合が進展していくことが期待される。

しかしながら、国際的にみると、長距離料金が割高のため、遠近格差が米国の13倍に比べて依然大きく、全体としてみると、日本の電話料金は米国に比べ高い。また、提供されるサービスの種類は米国のそれとほぼ同等であるが、利用者の多様なニーズにきめ細かく対応するといった面においては、NTT交換機のデジタル化が完了していないことから一部サービスが提供されておらず、まだ不十分との指摘もある。

第1種電気通信事業者の参入状況を見ると、自由化以降一貫して増加している。また、NTT、NCCのシェアについて、県間通話回数の割合で見ると、平成6年度にはNCCが3割を占めるなど、NCCの占める割合が増加している。しかし、地域内通話については、事業者間の競争が進展せず、依然としてNTTの事実上の独占状態にある。

2. 高コスト構造・活性化阻害の要因

(1) NTTの経営効率

・ NCCはNTT地域網との接続が必要不可欠であり、長距離系NCCはNTT地域網を利用する対価として電話収入の約5割を接続費用として支払っている。したがって、NTT地域網の効率化は我が国の電気通信料金の低廉化の前提条件となるが、NTTの費用構造をみると実質的な人件費の割合は増加しているなど経営効率化は十分ではない。

(2) NCCとNTTの接続

・ NCCは競争相手でもある独占的なNTTの地域網に接続して初めてサービ

ス提供ができるという市場構造の下にあるが、NTTとNCCとの間の接続に関する協議は必ずしも円滑に行われていない状況にあり、多様な接続形態の実現、新規サービスの提供に時間を要している。

(3) 料金体系

- ・ NTTの役務別損益状況を見ると、市外通話は収支率が高水準にある。
- ・ 現在の電話の料金体系をそのままマルチメディア通信に適用した場合、利用抑制的な料金になる可能性がある。

3. 目標

(1) 目標

- ・ 長距離料金の低廉化により遠近格差をおおむね米国並みに縮小し、全般的な料金の低廉化を引き続き図る。また、専用線料金の低廉化を図る。
- ・ マルチメディア時代にふさわしい、定額制の導入など、需要喚起型の料金体系の実現を図る。
- ・ 高度情報通信社会構築に向けて、光ファイバ網について、需要の顕在化等を勘案しつつ、平成22年を念頭において早期の全国整備を目指す。

(2) 点検指標

- ・ NTTの生産効率の向上（従業員数、人件費の経費、経常利益率等）
- ・ 回線利用効率の向上（回線当たり通話時間）
- ・ 役務別損益状況
- ・ 料金低廉化状況
- ・ 新規サービスの導入状況
- ・ 事業者数の推移
- ・ NTTとNCCのシェア
- ・ デジタル化、光化率の推移
- ・ 情報流通量の推移

4. 具体的な対応策

(1) NTTの経営効率化

行政監察（平成7年6月）により「新たな合理化計画を自主的に作成し、各業務分野について、更に業務運営及び要員の効率化を図るよう指導する必要がある」との指摘がなされており、NTTにおいて勧告の内容に沿った合理化計画を早急に作成し、経営効率化を図る。

(2) 電気通信市場における競争条件の整備

NCCとNTTとの間の多様な形態による接続を推進する。具体的には、NTTの地域通信網に依存せざるを得ないNCCとNTTとの間の接続協議を容易・