

DIENSTLEISTUNGEN IN DER JAPANISCHEN WIRTSCHAFT: EIN ÜBERBLICK

Hendrik MEYER-OHLE

1. DIENSTLEISTUNGEN IM BLICKPUNKT

Trends im Konsumverhalten der Haushalte, eine veränderte industrielle Arbeitsteilung in Asien, neue Möglichkeiten der Informationsversorgung sowie die kommende Altengesellschaft haben das Interesse von Politik und Medien an dem nichtproduzierenden Sektor in Japan in den letzten Jahren stark erhöht bzw. verändert. Das Weißbuch der Wirtschaft des Jahres 1996 geht ausführlich auf Entwicklungen im Dienstleistungssektor ein, das mit dem japanischen Arbeitsministerium verbundene Japanese Institute of Labour betreibt ein großangelegtes Projekt unter dem Titel „Fort-schreitende Verdienstleistung der Wirtschaft und Veränderungen im Arbeitsleben und der Beschäftigungsstruktur“, die japanische Statistik versucht, stärker als in der Vergangenheit auch Dienstleistungen zu erfassen, seit 1989 unter anderem mit einer eigenen Statistik für den Dienstleistungssektor. Schließlich betrifft auch der Großteil der durchgeführten bzw. noch geplanten Deregulierungsmaßnahmen der japanischen Regierung den tertiären Sektor. Wird in internationalen Vergleichen immer noch gerne die simple Aufteilung in nur drei Sektoren verwendet, Agrarwirtschaft, Industrie und Dienstleistung oder auch nichtverarbeitendes Gewerbe, ermöglicht die jüngere intensive Betrachtung, ein facettenreicheres Bild von Dienstleistung in Japan zu zeichnen.

Der Begriff Dienstleistung wird heute in vielerlei Hinsicht verwendet:

- Unter Dienstleistungsindustrien werden die Unternehmen zusammengefaßt, die Dienstleistungen produzieren.
- Dienstleistungsprodukte werden nicht nur von hierauf spezialisierten Unternehmen erstellt, sondern häufig auch als sogenannte industrielle Dienstleistungen von Industrieunternehmen in Kombination mit Waren angeboten.
- Dienstleistung als eine spezifische Form der Arbeit umfaßt alle Tätigkeiten, also auch die im verarbeitenden Gewerbe, die nicht direkt der Güterproduktion dienen. Dienstleistung als Funktion wird in diesem Sinne auch von Individuen im eigenen Haushalt unentgeltlich erfüllt (GERSHUNY 1987: 105–106).

In der Statistik wird Dienstleistung häufig nur als Restgruppe, als nicht-güterschaffender Teil der Wirtschaft, abgegrenzt. Eine positive Definition von Dienstleistung fällt schwer und muß sich an die folgenden Merkmale dieses Begriffes halten (OCHEL und WEGNER 1987: 10):

- Das Produkt Dienstleistung ist nicht lagerbar und häufig immateriell. Dienstleistungen werden im Moment ihrer Erstellung konsumiert.
- Die Produktion von Dienstleistungen erfordert in der Regel eine intensive Interaktion zwischen Anbieter und Abnehmer.
- Dienstleistungen bewirken nicht nur die Veränderung von Produkten, sondern auch von Personen.

Im folgenden wird vor allem die institutionelle Sichtweise verwendet, Dienstleistung als spezifische Aktivität, die von hierauf spezialisierten Unternehmen für Haushalte und Unternehmen erbracht wird. Die Heterogenität der Aktivitäten von Dienstleistungsunternehmen erfordert ausgehend von der simplen Dreiteilung schrittweise eine weitere Disaggregation, wobei schon an dieser Stelle auf die Unmöglichkeit einer überschneidungsfreien Vorgehensweise hingewiesen werden muß (OCHEL und WEGNER 1987: 12).

Ziel dieses Aufsatzes ist es, durch einen Überblick über den japanischen Dienstleistungssektor die Bedeutung von Dienstleistungen für die japanische Wirtschaft darzustellen. Die Wahl der zu behandelnden Fragestellungen ergibt sich aus der zur Entwicklung des Dienstleistungssektors bestehenden theoretischen und empirischen Literatur (für einen Überblick siehe etwa OCHEL und WEGNER 1987; DELAUNAY und GADREY 1992; HÄUSERMANN und SIEBEL 1995; MARSHALL und WOOD 1995). Dargestellt werden müssen:

- das Angebot und die Nachfrage nach Dienstleistungen für Endverbraucher vor dem Hintergrund einer stärkeren Berufstätigkeit von Frauen, einer höheren Bedeutung von Freizeit und einer veränderten demographischen Struktur der Gesellschaft;
- das Angebot und die Nachfrage von Dienstleistungen für Unternehmen vor dem Hintergrund einer Restrukturierung des verarbeitenden Gewerbes und einer zunehmenden internationalen Arbeitsteilung.

Übergreifend muß die Beschäftigung mit dem Thema Dienstleistung jedoch vor allem folgendes Problem aufgreifen, das sich allen entwickelten Industrieländern stellt und das auch Japan zunehmend betrifft. Konfrontiert mit den gesellschaftlichen und finanziellen Problemen steigender Arbeitslosigkeit besteht einerseits ein starkes Interesse an einer Sicherung der Beschäftigung. Infolge einer fortschreitenden internationalen Arbeitsteilung sind jedoch der Ausweitung der Beschäftigung in der Industrie

Grenzen gesetzt, oder es findet sogar ein Abbau durch eine kontinuierliche Verlagerung in das Ausland statt. Neue Beschäftigungsmöglichkeiten scheint fast ausschließlich der Wachstumssektor Dienstleistung zu bieten. Dieser Entwicklung entgegen stehen andererseits jedoch berechnigte Befürchtungen um Produktivität, Wirtschaftswachstum und Qualität der Beschäftigungsmöglichkeiten in einer Volkswirtschaft, in der Dienstleistungen eine stärkere Rolle spielen. In dieser Hinsicht werden Dienstleistungen auch als ein Hemmschuh der zukünftigen Wirtschaftsentwicklung gesehen (COHEN und ZYSMAN 1987).

Die möglichen Entwicklungspfade angesichts dieses Dilemmas, wie sie sich in einzelnen Volkswirtschaften auch schon abzeichnen, sind sehr unterschiedlich. Es soll so auch versucht werden, die zukünftige Entwicklung Japans, als Land, das – wie gezeigt werden wird – im internationalen Vergleich noch eine stark industrielle Prägung besitzt, in dieses Spektrum einzuordnen.

2. BEDEUTUNG DES DIENSTLEISTUNGSSEKTORS IN JAPAN

2.1. Dienstleistung in Japan im internationalen Vergleich

Die Bedeutung von Dienstleistungen hat in den letzten Jahren weltweit zugenommen. In allen Industrienationen ist die Mehrzahl der Beschäftigten in diesem Sektor tätig, ein Großteil der Wertschöpfung wird hier erzielt. Zwischen einzelnen Ländern bestehen jedoch noch erhebliche Unterschiede (Tab. 1).

	Landwirtschaft				Produzierendes Gewerbe				Dienstleistungen			
	1970	1980	1990	1993	1970	1980	1990	1993	1970	1980	1990	1993
Japan	17,4	10,4	7,2	5,9	35,7	35,3	34,1	34,3	46,9	51,5	58,7	59,8
Deutschland*	8,6	5,3	3,4	3,0	49,3	43,7	39,8	37,1	42,0	51,0	56,8	59,9
USA	4,5	3,6	2,8	2,7	34,4	30,5	26,2	24,1	61,1	65,9	70,9	73,2
Schweden	8,1	5,6	3,3	3,4	38,4	32,2	29,1	25,4	53,5	62,2	67,5	71,2

Tab. 1: Anteil des tertiären Sektors an der Beschäftigung im internationalen Vergleich (in %)

Anm.: * nur alte Bundesländer

Quelle: OECD (1995a).

Erklärungsbedürftig erscheint vor allem der geringere Anteil der Beschäftigten im tertiären Sektor, den sich Japan mit Deutschland teilt. Ein wich-

tiger Hinweis ist sicher die starke Exportorientierung der beiden Volkswirtschaften. Daneben zeigt aber eine Argumentation von HÄUSSERMANN und SIEBEL (1995: 51–66), die für Deutschland einen hohen Erklärungswert aufweist, daß weitere Faktoren zu berücksichtigen sind. Erster Schritt ihrer Vorgehensweise ist eine Unterteilung wirtschaftlicher Aktivitäten in einen primären, rohstofforientierten Bereich, einen güterorientierten Bereich und einen konsumorientierten Bereich. Der konsumorientierte Bereich umfaßt Groß- und Einzelhandel, Gaststätten- und Hotelgewerbe und öffentliche, soziale und persönliche Dienste (OECD-Kategorien 6 und 9). Zweiter Schritt ist eine Veränderung der Bezugsgröße: Bei der Berechnung der Verteilung wird nicht die Gesamtzahl der Beschäftigten, sondern die Zahl der Personen im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 und 64 Jahren als Bezugsgröße verwendet.

	Rohstofforientierter Bereich				Güterorientierter Bereich			
	1970	1980	1990	1993	1970	1980	1990	1993
Japan	12,6	7,5	5,3	4,5	31,5	33,2	35,0	36,2
Deutschland	6,7	4,0	2,7	2,1	39,2	35,4	34,0	32,4
USA	3,2	3,0	2,5	2,3	28,8	28,7	30,2	28,2
Schweden	6,4	4,7	2,9	2,6	36,4	36,2	36,5	29,5
	Konsumorientierter Bereich				nicht beschäftigt			
	1970	1980	1990	1993	1970	1980	1990	1993
Japan	26,8	30,0	31,9	33,2	28,8	29,3	27,8	26,1
Deutschland	21,8	25,5	27,0	28,3	32,3	35,1	36,3	37,2
USA	30,0	34,1	38,8	40,3	38,0	34,2	28,5	29,2
Schweden	30,4	38,5	42,4	38,9	26,8	20,6	18,2	29,0

Tab. 2: Stand und Entwicklung der Anteile der Erwerbstätigen in verschiedenen Wirtschaftsbereichen an der Bevölkerung im Alter zwischen 15 und 64 Jahren (in %)

Anm.: * nur alte Bundesländer

Quelle: Eigene Zusammenstellung nach HÄUSSERMANN und SIEBEL (1995: 54); OECD (1995a).

Für Deutschland ergibt sich aus dieser Vorgehensweise ein relativ klares Bild: Der Unterschied in der Bedeutung des Anteils des güterorientierten Bereichs zu anderen Nationen verringert sich stark. Eine deutliche Differenz ist im konsumorientierten Bereich festzustellen, die nach HÄUSSERMANN und SIEBEL (1995: 55) mit der hohen Zahl der nicht berufstätigen bzw. arbeitslosen Personen im erwerbsfähigen Alter zusammenhängt. Vereinfacht ergibt sich nach den Autoren folgendes Erklärungsmuster:

Haushaltsführung, Kindererziehung und -pflege seien weit weniger als in anderen Ländern über den Markt (USA) bzw. durch staatliche Initiative (Schweden) organisiert und würden damit in Deutschland in geringerem Maße von Personen erbracht, die in einem Erwerbsverhältnis stehen. Produktivitätsunterschiede in Industrie und Dienstleistung spiegelten sich in Deutschland nicht entsprechend in den Lohnkosten wider. Dies erhöhe die Kosten der Inanspruchnahme von Dienstleistungen und damit auch den Anreiz, die Dienstleistung selbst zu erbringen und nicht am Markt zu beziehen. Deutschland sei in dieser Hinsicht eine *Selbstbedienungsgesellschaft*. Gestützt würde dieses System durch ein ausgebautes soziales Absicherungssystem und eine starke Berufsorientierung der Beschäftigten, Faktoren, die auch bei einem Verlust des Arbeitsplatzes in der Industrie einen Wechsel in den Dienstleistungssektor unattraktiv machten. Weniger als in Schweden sei von staatlicher Seite die Bereitschaft vorhanden, eine höhere Berufstätigkeit in der Dienstleistung durch die Organisation des Angebots einerseits und die Subventionierung der Inanspruchnahme von Dienstleistungen andererseits zu fördern. Die unterschiedliche Bedeutung der Beschäftigung in der Dienstleistung in verschiedenen Ländern sei somit auch auf starke Unterschiede im politisch-gesellschaftlichen System zurückzuführen (HÄUSSERMANN und SIEBEL 1995: 62–66).

Die Zahlen für Japan zeigen auf den ersten Blick ein weniger deutliches Bild. Einer sehr hohen Erwerbsquote steht ein sehr hoher Anteil der Beschäftigung im güterorientierten Bereich gegenüber. Die Beschäftigung im konsumorientierten Bereich ist zwar niedriger als in Schweden und den USA, aber höher als in Deutschland. Diese Zahlen erschweren eine Interpretation der Bedeutung von Dienstleistung in Japan. Schon an dieser Stelle muß jedoch darauf hingewiesen werden, daß eine Konzentration auf die haushaltsbezogenen Dienstleistungen, wie sie Häußermann und Siebel vornehmen, für Japan als nicht ausreichend erscheint. Auch unternehmensbezogene Dienstleistungen müssen berücksichtigt werden.

2.2. Stellung der Dienstleistung in der japanischen Wirtschaft

Japan zeigte bisher im internationalen Vergleich einen niedrigen Anteil der Aktivitäten im tertiären Sektor (Tab. 3). In den frühen 1990er Jahren kam es jedoch zu erheblichen Veränderungen, die sich zunächst in der Verteilung der Wertschöpfung niederschlugen. Nach Zugewinnen der Industrie in den 1950er und 1960er Jahren bis auf einen Anteil von über 35% am Bruttosozialprodukt in den frühen 1970er Jahren bewirkten die Ölkrisen einen schnellen Rückgang auf 30%. Danach verlangsamte sich diese Tendenz. In der ersten Hälfte der 1990er Jahre ist infolge der starken Yen-

Aufwertung und der Wirtschaftskrise nach dem Ende der *bubble economy* erneut eine starke Abnahme des sekundären Sektors zu sehen, von 28,1 % 1991 auf 24,5 % 1994, die mit derjenigen nach der Ölkrise vergleichbar erscheint. Hinter dieser Entwicklung steht in erster Linie eine zurückgehende absolute Wertschöpfung dieses Bereiches. Der tertiäre Sektor ist zwar absolut weiter gewachsen, auch hier ist es jedoch zu einer Verlangsamung gekommen.

	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994
Agrar-, Fisch-, Forstwirtschaft	6,1	5,5	3,7	3,2	2,5	2,4	2,3	2,1	2,1
Bergbau	0,8	0,5	0,6	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
verarbeitendes Gewerbe	36,0	30,2	29,2	29,5	28,2	28,1	27,1	25,5	24,5
Bau	7,7	9,7	9,4	7,9	10,1	10,2	10,3	10,8	10,8
Elektrizität, Wasser, Strom	2,1	2,0	2,7	3,2	2,6	2,6	2,7	2,7	2,8
Groß- und Einzelhandel	14,4	14,8	15,3	13,4	13,6	13,7	13,5	12,9	12,7
Finanzen und Versicherungen	4,3	5,3	5,2	5,3	5,9	5,5	5,2	4,9	5,2
Immobilien	8,0	8,2	9,4	10,1	10,9	10,9	11,5	12,2	12,7
Transport und Kommunikation	6,9	6,4	6,2	6,6	6,6	6,5	6,4	6,4	6,4
übrige Dienstleistungen	9,6	11,0	11,7	14,5	14,8	15,1	16,0	16,7	16,8
öffentliche Dienstleistungen	6,3	8,9	8,5	8,2	7,6	7,5	7,6	7,7	7,9
nichtkommerzielle Dienstleistungen für Haushalte	1,0	1,6	1,8	1,9	2,0	2,0	2,0	2,1	2,2

Tab. 3: **Wirtschaftliche Aktivität und Wertschöpfung (Anteil in %)**

Quelle: Zusammengestellt nach KKC (1996a: beiliegende CD-ROM, DATEI 55CM3N1.WK1).

In der Betrachtung der Beschäftigung ist zunächst auf den hohen Anteil des Agrarsektors hinzuweisen, den dieser Bereich noch bis in die 1980er Jahre innehatte (Tab. 4). Der stetigen Abnahme der Bedeutung dieses Bereichs und weniger der des verarbeitenden Gewerbes entspricht der anteilige Zuwachs der Dienstleistung. Das Wachstum der Dienstleistungen ist kein neues Phänomen, sondern hält schon seit den 1970er Jahren an.

	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994
Agrar-, Fisch-, Forstwirtschaft	19,7	15,4	12,9	10,8	8,8	8,3	7,9	7,5	7,4
Bergbau	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
verarbeitendes Gewerbe	26,7	25,4	24,0	24,2	24,0	24,3	24,3	23,7	23,2
Bau	8,1	9,4	10,1	9,0	9,6	9,8	9,9	10,2	10,4
Elektrizität, Wasser, Strom	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
Groß- und Einzelhandel	16,0	17,2	17,8	18,0	17,2	17,0	16,8	16,8	16,7
Finanzen und Versicherungen	2,4	2,7	3,0	3,2	3,3	3,3	3,2	3,2	3,1
Immobilien	0,6	0,8	1,0	1,2	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Transport und Kommunikation	5,5	5,8	5,7	5,5	5,5	5,4	5,4	5,5	5,5
übrige Dienstleistungen	12,7	14,1	16,1	18,7	20,9	21,4	21,7	22,3	22,7
öffentliche Dienstleistungen	5,8	6,5	6,7	6,4	6,1	6,0	6,0	6,0	6,0
nichtkommerzielle Dienstleistungen für Haushalte	1,4	1,7	2,0	2,2	2,4	2,4	2,5	2,5	2,6

Tab. 4: Wirtschaftliche Aktivität und Beschäftigung (Anteil in %)

Quelle: Zusammengestellt nach KKC (1996a: beiliegende CD-ROM, DATEI 70FC32.WK1).

Nicht alle wirtschaftlichen Aktivitäten, die dem tertiären Sektor zugerechnet werden, haben gleichzeitig zugenommen. Der Anteil des Handels, der in den siebziger Jahren noch gestiegen war, stagniert inzwischen weitgehend bzw. geht sogar zurück, der Finanzsektor zeigt ähnliche Tendenzen. Wachstum verzeichnet dagegen eindeutig eine Gruppe von Aktivitäten, die als „übrige Dienstleistungen“ bezeichnet werden kann und grundverschiedene Tätigkeiten wie etwa den Betrieb von Wäschereien, Hotels, Parkplätzen, Werbung und Leasing umfaßt. Der Anteil dieser Gruppe an der Gesamtbeschäftigung nahm seit 1970 um 10 % zu, der Wertschöpfungsanteil um 6,7 %. Die hohe Bedeutung, die diese Aktivitäten inzwischen in der japanischen Wirtschaft einnehmen, zeigt sich jedoch besonders deutlich in einer Betrachtung der absoluten Zahlen. Die japanische Wirtschaft beschäftigte 1994 mit rund 66,5 Millionen gut zwölf Millionen Personen mehr als noch im Jahr 1970. Dem Wegfall von sechs Millionen

Stellen steht die Schaffung von rund 18 Millionen neuer Arbeitsplätze in diesem Zeitraum gegenüber. Von diesen neuen Beschäftigungsmöglichkeiten entstanden rund 45 % in der Kategorie „übrige Dienstleistungen“, dieser Bereich zeigt seit den 1970er Jahren ein konstantes jährliches Wachstum der Beschäftigung um über 3 % (Tab. 5). Mit 22,7 % der Beschäftigten und 16,8 % der Wertschöpfung stellen sie inzwischen die größte Kategorie unter den Dienstleistungen dar und haben das verarbeitende Gewerbe fast eingeholt.

	70-73	73-79	79-87	87-92	92-94	70-94
Agrar-, Fisch-, Forstwirtschaft	-1.703	-1.057	-1.768	-954	-88	-5.817
Bergbau	-62	-38	-37	-20	-3	-164
verarbeitendes Gewerbe	687	-1.425	747	1.546	-320	895
Bau	780	613	-291	1.015	163	2.508
Elektrizität, Wasser, Strom	28	27	54	25	9	152
Groß- und Einzelhandel	589	986	767	53	-79	2.375
Finanzen und Versicherungen	142	252	315	102	-16	777
Immobilien	82	144	233	175	32	670
Transport und Kommunikation	234	108	22	239	-15	668
übrige Dienstleistungen	751	1.644	2.868	2.210	311	8.225
öffentliche Dienstleistungen, Strom, Elektrizität, Wasser	25	21	0	3	1	51
öffentliche Dienstleistung	98	201	145	3	-3	444
Verwaltung	176	192	-37	2	13	368
nichtkommerzielle Dienstleistungen für Haushalte	89	240	306	259	80	999
Zunahme	1.914	1.910	3.325	4.656	84	12.150
Neue Beschäftigte	3.681	4.428	5.457	5.632	609	18.132

Tab. 5: Veränderung der Beschäftigung (in 1.000 Personen)

Quelle: Berechnet nach KKC (1996a: beiliegende CD-ROM, DATEI 70FC32.WK1).

Während über das japanische Distributions- und Finanzsystem inzwischen relativ viele Arbeiten vorliegen, sind die Aktivitäten, die in der Kategorie „übrige Dienstleistungen“ zusammengefaßt werden, bisher kaum thematisiert worden. In der folgenden Betrachtung der Organisation und der Entwicklungsdeterminanten von Dienstleistungsaktivitäten in Japan soll deshalb diese Kategorie im Vordergrund stehen.

3. UNTERNEHMENSORIENTIERTE UND HAUSHALTSORIENTIERTE DIENSTLEISTUNGEN – ORGANISATION UND ENTWICKLUNGSDETERMINANTEN

Die Darstellung der Organisation und der Entwicklungsdeterminanten von Dienstleistungsaktivitäten muß solche für private Haushalte und solche, die von Unternehmen nachgefragt werden, unterscheiden. Dies ist nicht immer unproblematisch. Der Einzelhandel wendet sich zwar in erster Linie an den Endverbraucher, zählt aber auch Gewerbetreibende zu seinen Abnehmern. Banken, Versicherungen und Wertpapierhäuser richten sich sowohl an Privatkunden als auch an Unternehmen. Für die Kategorie der übrigen Dienstleistungen ist bis auf Pkw-Werkstätten eine relativ eindeutige Einteilung möglich (Tab. 6). Insgesamt wickeln Betriebe dieser Kategorie 32,6 % ihrer Umsätze mit Privatkunden ab. 62,9 % der Umsätze werden mit anderen Unternehmen getätigt und der Rest entfällt auf Umsätze, die aus der Leistungsabrechnung im gleichen Unternehmen entstehen. Eine weitere Gruppe von Dienstleistungen, die sich relativ eindeutig den Dienstleistungen für Endverbraucher zuordnen lassen, sind Wohlfahrts- und Gesundheitsdienste.

Die einzelnen Dienstleistungen zeigen unterschiedliche Wachstumstendenzen (Tab. 7). Während sich die Bedeutung der Dienstleistungen für den Endverbraucher im gesamten Zeitverlauf relativ gleichmäßig erhöhte, fällt in den 1970er Jahren eine starke, personelle Aufstockung in den medizinischen Dienstleistungen und in den 1980er Jahren die starke Zunahme der Unternehmensdienstleistungen auf.

Vor der getrennten Betrachtung von Dienstleistungen für private Haushalte und solche für Unternehmen muß darauf hingewiesen werden, daß auch nach der Unterteilung in diese beiden Gruppen die Aktivitäten noch äußerst heterogen sind. So erfordert der Betrieb von Hotels, Wäschereien, Glücksspielbetrieben oder Parkplätzen eine deutlich unterschiedliche Arbeitsorganisation, Kapitalausstattung und Standortwahl. Das gleiche gilt für den Betrieb einer Werbeagentur, eines Software- oder eines Leasingunternehmens. Die vorliegenden Statistiken informieren nicht nur über die Beschäftigung und die Zahl der Betriebsstätten, sondern geben auch Aufschluß über Löhne und Umsätze. Dagegen liegen auf dieser disaggre-

gierten Ebene keine Angaben über die Wertschöpfung vor. Sehr hohe Umsätze pro Mitarbeiter von Leasing- oder Glücksspielbetrieben, beides Aktivitäten mit einer nur geringen Wertschöpfungsquote, sagen so per se nichts über die Produktivität aus. Die vorhandenen Zahlen lassen also den Vergleich innerhalb einzelner Kategorien nach Betriebsgröße und Betriebsorganisation zu, der einfache Vergleich verschiedener Aktivitäten ist nicht möglich.

Aktivität	%
Wäschereien, Körperpflege, Badehäuser	81,5
andere persönliche Dienstleistungen (etwa Fotografie, Schneider, Haushaltsdienste)	74,4
Hotels und übrige Übernachtungsstätten	75,6
Freizeit-, Sport- und Unterhaltungsstätten	88,2
Individuelle Ausbildungsstätten	97,0
Parkplätze	79,2
Fahrzeugreparatur	50,1
Wartung und Reparatur von Maschinen	10,3
Vermietung und Leasing	10,0
Film- und Videoproduktion	3,2
Rundfunk, Fernsehen	26,4
Information und Software	1,5
Werbung	0,9
Professionelle Dienstleistungen (Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung, Veterinärdienste, technische Beratung und Planung, Design)	12,5
Andere Dienstleistungen für Unternehmen (Kopier- und Schreibdienste, Warenprüfung, private Arbeitsvermittlung, Wachdienste, Gebäudeerhaltung)	8,1
Abfallbeseitigung	22,5
Gesamt *	32,6

Tab. 6: Anteil der Umsätze mit privaten Haushalten am Gesamtumsatz nach Branchen

Anm.: *ohne Berücksichtigung der Umsätze von Glücksspielaktivitäten

Quelle: Berechnet nach STK (1996a: 368).

	1951	1963	1972	1981	1986	1991
Dienstleistungen für private Haushalte*	1.348.574 (160)	1.847.222 (192)	2.658.996 (247)	3.286.296 (279)	3.710.533 (305)	4.405.786 (356)
Unternehmensdienstleistungen	146.433 (17)	632.013 (66)	1.437.057 (134)	2.220.079 (189)	2.841.704 (234)	3.939.541 (318)
Medizinische Dienstleistungen	398.300 (47)	795.675 (83)	1.249.350 (116)	1.982.627 (169)	2.283.395 (188)	2.637.324 (213)
Ausbildung	859.804 (102)	1.206.315 (125)	1.566.736 (146)	1.960.885 (167)	2.065.466 (170)	2.188.896 (177)
Sozialversicherung und soziale Wohlfahrt	61.348 (7)	118.495 (12)	274.563 (26)	535.551 (46)	610.613 (50)	710.418 (57)
Religion, Forschungsinstitute, Verbände	517.998 (61)	303.601 (32)	410.166 (38)	562.403 (48)	650.789 (54)	731.968 (59)
gesamt	3.332.457 (394)	4.903.321 (510)	7.596.868 (706)	10.547.841 (897)	12.162.500 (1.001)	14.613.933 (1.179)

Tab. 7: Veränderung der Beschäftigung in der Dienstleistung (absolut, in Klammern: Beschäftigte pro 10.000 Einwohner)

Anm.: * mit Fahrzeugreparatur

Quelle: Zusammengestellt und berechnet nach ST (1984: 3–19); STK (1992: 3–21).

3.1. Dienstleistungen für private Haushalte

Dienstleistungen für die privaten Haushalte können aus zwei Perspektiven dargestellt werden. Wesentliche Determinante der Entwicklung dieses Sektors ist das Konsumverhalten der Haushalte, das in der Verbrauchsstatistik erfaßt wird. Daneben soll die Organisation des Angebotes von Dienstleistungen durch hierauf spezialisierte Unternehmen dargestellt werden. Diesen Aspekt erfaßt hauptsächlich die Dienstleistungsstatistik.

3.1.1. Nachfrage

Die Konsumstruktur privater japanischer Haushalte weist insgesamt eine steigende Bedeutung der Ausgaben für Dienstleistungen aus (Tab. 8). Bei näherer Betrachtung verbergen sich hinter dieser Entwicklung jedoch teilweise gegenläufige Trends. Private Haushalte konsumieren Dienstleistungen für verschiedene Zwecke und in verschiedenen Situationen: zur alltäglichen Haushaltsführung, beim Kauf von Gütern, zur Gestaltung von Freizeit und schließlich zur Körperpflege, Kranken- und Altenbetreu-

ung. Entsprechend differenziert führen Entwicklungen im Umfeld technischer, demographischer oder auch gesellschaftlicher Art zu Veränderungen in der Inanspruchnahme von Dienstleistungen.

Der Anteil der Ausgaben japanischer Haushalte für Dienstleistungen ist im internationalen Vergleich nicht niedrig. Zu relativieren ist diese Feststellung jedoch insofern, als im internationalen Vergleich die Differenz der Preise für Dienstleistungen die Differenz, die bei Konsumgüterpreisen besteht, noch übertrifft, die tatsächlich konsumierte Menge an Dienstleistungen also eher geringer ist (TSS 1995: 8). Im zeitlichen Verlauf zeigt sich eine überraschend geringe relative Zunahme der Ausgaben für Dienstleistungen. Die Gesamtveränderung wird schon fast durch den Zuwachs der Ausgaben für Transport und Kommunikation erklärt, steigende Tendenz zeigen sonst nur noch Schulgebühren und Dienstleistungen für die Freizeitgestaltung.

	1970	1980	1990	1995
Lebensmittel	31,0	25,4	21,4	19,8
Haushaltseinrichtung	4,3	4,0	3,7	3,5
Kleidung	8,4	7,3	6,8	5,6
Medikamente	0,7	0,5	1,2	1,4
Öl, Gas, Elektrizität	4,4	5,7	5,5	6,1
Schulbücher	0,1	0,2	0,2	0,2
Güter Freizeitgestaltung	1,5	1,7	4,5	4,3
Sonstige Güter	4,1	4,3	4,6	4,9
Waren	54,5	49,0	47,9	45,8
Schulgebühren	2,3	2,9	3,4	3,4
Essen außer Haus	3,0	3,7	4,0	3,8
Nachhilfe	0,3	0,6	1,1	1,1
Transport und Kommunikation	5,2	8,0	9,5	10,0
Dienstleistungen Freizeit	3,6	4,2	5,2	5,3
Dienstleistungen Gesundheit	1,7	1,6	1,6	1,6
Dienstleistungen Haushalt	0,7	0,3	0,3	0,3
Dienstleistungen Kleidung	1,0	0,6	0,6	0,5
Dienstleistungen Körperpflege	1,1	1,0	0,9	1,0
Miete	2,7	2,7	2,9	3,8
Wohnungserhaltung und -reparaturen	2,1	2,0	1,9	2,7
Dienstleistungen	28,0	30,6	31,3	33,5
Sonstiges	17,5	20,4	20,8	20,7
Gesamt – absolut pro Monat (in Yen)	79.531	230.568	311.174	329.062

Tab. 8: Struktur der Haushaltsausgaben (Anteil in %)

Quelle: STK (1994: 570); STK (1996b: 143).

Eine erste Erklärung für die Veränderungen in der Ausgabenstruktur gibt eine Darstellung der Preisentwicklung (Tab. 9). Preise von Dienstleistungen stiegen weit schneller als Preise für materielle Güter. Der Preisindex (1990 = 100) für Güter lag 1970 bei 38,9 und 1995 bei 103,5, für persönliche Dienstleistungen dagegen bei 24,3 und 116,9. Insbesondere in den 1990er Jahren zeigen sich deutliche Unterschiede in der Preisentwicklung. Die Yen-Aufwertung und die damit verbundene Importverbilligung führten zu stabilen oder sogar fallenden Preisen für Güter. Dazu trägt auch der durch Deregulierungsmaßnahmen stark intensivierte Wettbewerb in der Distribution bei, der auch zeigt, daß in diesem Sektor der Dienstleistung ein erhebliches Rationalisierungspotential besteht. Anbieter von Dienstleistungen für Endverbraucher, die der internationalen Konkurrenz nicht ausgesetzt sind bzw. deren Kostenstruktur von Personalkosten dominiert wird, erhöhten ihre Preise dagegen weiter.

Jahr	Güter	Verbrauchs- güter	Semi- Ge- brauchs- güter	Ge- brauchs- güter	Trans- port, Kommuni- kation	Persön- liche Dienst- leistun- gen	Freizeit- dienst- leistun- gen	Ausbil- dungs- dienstlei- stungen	Hauser- haltung und -repara- turen
1960	23,6	—*	—	84,5	24,1	9,6	—	—	12,3
1970	38,9	—	—	80,4	38,8	24,3	—	—	25,1
1980	86,9	87,2	78,3	108,3	88,2	71,8	—	64,2	80,0
1994	104,9	105,5	107,3	96,4	100,9	115,1	110,9	116,2	117,7
1995	103,5	104,4	106,6	93,3	101,0	116,9	111,4	119,3	121,0

Tab. 9: Entwicklung von Verbraucherpreisen (1990 = 100)

Anm.: * – noch keine Zusammenfassung

Quelle: Verbraucherpreisindex in STK (1996b: 130–136).

Einen wichtigen Erklärungsbeitrag zur Entwicklung des Konsums von Dienstleistungen durch private Haushalte liefert GERSHUNY mit seiner Hypothese der Entwicklung einer *Selbstbedienungsgesellschaft* (1987). Danach führt eine Produktivitätslücke zwischen nichtverarbeitendem und verarbeitendem Gewerbe zu einer stetigen relativen Verteuerung der Dienstleistung gegenüber Produkten. Während für Deutschland diese Produktivitätslücke inzwischen nicht mehr besteht, wird sie für Japan und die USA nach wie vor konstatiert (KKC 1996b: 232). Der Verbraucher reagiert auf diese Verteuerung der Dienstleistung mit dem Kauf von Produkten, die ihn in die Lage versetzen, die Dienstleistung selbst – in Selbstbedienung – zu erbringen. Japanische Haushalte zeigen heute einen hohen Ausstattungsgrad mit Haushaltsgeräten. Diese ersetzen einen Teil der vormals in Anspruch genommenen Dienstleistungen (z. B. Wäschereien, Haushalts-

personal); der selbstgesteuerte Pkw ersetzt Aufwendungen für öffentliche und private Transportdienstleistungen, der Neukauf von Gegenständen ist häufig günstiger als die Reparatur durch den Dienstleister.

Der Trend zu mehr Freizeit wird meist eng mit der Entwicklung zu einer Dienstleistungsgesellschaft verknüpft (NAKAMOTO 1995: 61). Der Anstieg des Anteils der Ausgaben für Dienstleistungen im Freizeitbereich (Sport, Kultur, Unterhaltung, Bildung) erscheint vor dem Hintergrund der erheblichen Veränderungen in diesem Bereich (Zunahme an Freizeit, höhere gesellschaftliche Bedeutung von Freizeitaktivitäten) jedoch eher niedrig. Weitaus auffälliger ist der Anstieg der Ausgaben für den Kauf von Produkten (Kleidung, Sportgeräte etc.), die für die Ausübung einer Reihe von Freizeitaktivitäten notwendig sind.

Eine auch zukünftig steigende Nachfrage nach Dienstleistungen wird dagegen von einem höheren Bedarf der Haushalte nach Pflegediensten ausgehen. Die Altersstruktur der japanischen Bevölkerung wird sich in den nächsten beiden Jahrzehnten drastisch verändern. Nach Vorhersagen wird der Anteil der Bevölkerung im Alter von über 65 Jahren von 12,1 % im Jahr 1990 auf 25,8 % bis zum Jahr 2025 steigen (KJK 1992: 3). Bisher wurde angestrebt, einen Großteil der Versorgung alter, pflegebedürftiger Menschen in der Familie durchzuführen, die dort erbrachten Pflegeleistungen werden dann nicht statistisch erfaßt. Auf Dauer ist jedoch der Aufbau eines umfassenden Pflegesystems nicht zu vermeiden, der zur Zeit jedoch noch durch die anhaltende Diskussion um die Finanzierung dieses Systems verzögert wird.

Insgesamt bleibt folgendes festzustellen. Die Entwicklung der Beschäftigungsstruktur rechtfertigt inzwischen durchaus auch die Bezeichnung Japans als Dienstleistungsgesellschaft. Im Hinblick auf den privaten Konsum ist zum jetzigen Zeitpunkt diese Bezeichnung jedoch noch in Frage zu stellen. Nach wie vor entfällt ein hoher Teil der Konsumausgaben auf den Kauf von Waren. Dies ist auch darauf zurückzuführen, daß die vermehrte Nutzung von Dienstleistungen oft den Kauf von Produkten voraussetzt. Steigende absolute und relative Ausgaben für Dienstleistungen basieren nicht unbedingt darauf, daß mehr Dienstleistungen in Anspruch genommen werden, sondern sind auch auf stärkere Preissteigerungen der Dienstleistung zurückzuführen.

3.1.2. Anbieter

Bei dem Angebot von Dienstleistungen für Endverbraucher kommt Klein- und Mittelbetrieben eine hohe Bedeutung zu. Die Beschäftigtenzahl der meisten Betriebe ist gering, rund 80 % verfügen über nicht mehr als vier Beschäftigte. Ebenso galten 80 % aller Betriebe 1994 als selbständige Ein-

heiten ohne Filialbetriebe. 15 % der Betriebe waren Filialbetriebe und 5 % Hauptstellen. 75 % der Betriebe befinden sich im direkten Besitz von Einzelpersonen (STK 1996a: 10, 202). Ein Überblick über die Beschäftigungssituation bestätigt das Bild eines noch stark von Klein- und Familienbetrieben dominierten Bereiches. Auffällig ist außerdem der hohe Anteil von Frauen und Teilzeitbeschäftigten (Tab. 10).

	absolut gesamt	Frauen	mitar- beiten- der Inhaber	Fami- lien- ange- hörige	ange- stellte Leiter	Ange- stellte	Teilzeit	Teilzeit - Anteil Frauen
Reinigungen und Körperpflege	1.164.938	66,8	29,3	7,3	5,0	58,5	19,8	87,0
Andere Dienst- leistungen	299.231	49,2	11,2	4,2	7,9	76,8	32,5	66,2
Übernach- tungsstätten	878.742	57,8	5,0	3,7	5,7	85,8	32,7	77,0
Freizeit- einrichtungen	930.203	48,9	3,1	1,0	5,6	90,7	37,3	60,5
Ausbildungs- stätten	502.025	58,6	21,0	2,8	3,9	72,7	46,2	60,6
Parkplätze	83.241	38,9	37,0	11,4	11,6	40,1	13,9	27,1
gesamt	3.858.380	57,4	15,1	4,2	5,5	75,4	31,2	69,7

Tab. 10: Beschäftigung im Bereich der haushaltsorientierten Dienstleistungen 1994 (absolut und Anteil in %)

Quelle: STK (1996a: 18).

Den Anbietern von konsumorientierten Dienstleistungen in Japan wird in internationalen Vergleichen oft eine besonders niedrige Produktivität unterstellt (KKC 1996b: 228). Arbeitsproduktivität ist jedoch im Zusammenhang mit der Qualität der erbrachten Dienstleistung zu betrachten, deren Angemessenheit letztendlich nur durch ihren Abnehmer bewertet werden kann. Die Erhöhung der Zahl der Kunden, die von einem Verkäufer, einem Arzt, einem Lehrer betreut werden, kann zwar zu einer Erhöhung der Arbeitsproduktivität führen, bedeutet aber nicht unbedingt eine Verbesserung der Qualität der Dienstleistung aus der Sicht des Kunden (MARSHALL und WOOD 1996: 19).

GADREY, JANY-CATRICE und RIBAUT (1996: 7) kommen auf der Grundlage eines französisch-japanischen Vergleichs zu der Feststellung, daß das höhere Beschäftigungsniveau im japanischen Einzelhandel auch auf die hohen Ansprüche von Verbrauchern an die Qualität der Dienstleistung zurückzuführen ist. Die starke Zergliederung Japans und die räumliche Enge stellen zusätzlich erhöhte Anforderungen an die Distribution und

erklären zumindest teilweise die im Vergleich zu anderen Ländern personalintensivere Organisation der Erbringung dieser Dienstleistung (PATRICK 1985: 86). Auch bei anderen Dienstleistern wie Hotels und Vergnügungsstätten ist die Bedeutung von Raumkosten und Bodenpreisen höher. Dies erklärt die Tendenz, durch den Einsatz von mehr Personal ein geringes Raumangebot durch ein höheres Serviceniveau zu substituieren (etwa kleinere Hotelzimmer) oder bestehende Flächen optimal zu nutzen (etwa höherer Kundenumschlag in Restaurants durch eine schnellere Bedienung).

Die hohe Bedeutung frischer Lebensmittel in der japanischen Ernährung erhöht die Einkaufsfrequenz und die Rolle von wohnungsnahen kleinen Verkaufsstätten (PATRICK 1985: 86). Lange tägliche Arbeitszeiten erfordern ein Angebot von Dienstleistungen auch am Abend und am Wochenende. Der Servicezensus zeigt den Samstag und den Sonntag als die am bestfrequentierten Tage vieler Anbieter von Dienstleistungen (STK 1996a: 417). In anderen Bereichen wie Hotels und Freizeiteinrichtungen behindert die Konzentration der Zeit, die japanischen Verbrauchern für Freizeitaktivitäten zur Verfügung steht, auf das Wochenende und bestimmte Feiertage eine gleichmäßige Auslastung der Angebotskapazität. Anbieter von Dienstleistungen differenzieren zwar die Preise zwischen nachfragestarken und nachfrageschwachen Perioden stark, Verbraucher können auf diese Strategie infolge langer Arbeitszeiten und nur weniger frei verfügbarer Ferientage jedoch kaum reagieren. Die Folge sind hohe Überkapazitäten der Anbieter außerhalb der Stoßzeiten (KBC 1996: 14).

Im internationalen Vergleich hohe Preise für Dienstleistungen werden aber auch auf Schwächen im Management und der Organisation der Dienstleister zurückgeführt (KBC 1996: 15). Die Situation in diesem Bereich ist jedoch nicht statisch. Es bestehen Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern, die auf erhebliche Rationalisierungspotentiale in diesem Sektor deuten. Ein Vergleich der Umsätze pro Beschäftigten zwischen Filialbetrieben und Nichtfilialbetrieben sowie Größenklassen zeigt erhebliche Vorteile von Filialbetrieben und ebenso von größeren Betrieben, die auch Unterschiede in den Personalkosten wieder ausgleichen (Tab. 11).

Die Bedeutung von Filialunternehmen als Anbieter von haushaltsorientierten Dienstleistungen steigt. Heute werden etwa 40 % aller neu errichteten Reinigungsbetriebe als Filialen eröffnet, gegenüber einem Wert von noch 20 % in den 1970er Jahren. Bei Friseuren beträgt dieser Wert zwar erst 8 %, auch dies ist jedoch eine Steigerung gegenüber nur 2,5 % in den frühen 1970er Jahren (STK 1996a: 58).

Organisation/ Größe	Filialbetrieb zu un- abhängiger Betrieb (unabhängiger Betrieb = 1)	Betrieb 10 bis 19 Beschäftigte zu Betrieb 1 bis 4 Beschäftigte (Betrieb 1 bis 4 Beschäftigte = 1)	
Kriterium	Umsatz pro Beschäftigtem	Umsatz pro Beschäftigtem	Lohnkosten pro Beschäftigtem
Branche			
Friseur	1,75	1,54	1,32
Reinigung	1,80	1,75	1,38
Hotel	1,40	1,88	1,37

Tab. 11: Umsatz und Lohnkosten pro Beschäftigtem in Abhängigkeit von Betriebsgröße und Unternehmensorganisation

Quelle: Eigene Berechnung nach STK (1996a: 178, 202, 264).

Ein weiterer Weg, der zunehmend beschritten wird, liegt in einer starken Standardisierung der angebotenen Dienstleistung. Convenience Stores, Fast-Food-Ketten, Family-Restaurants, Sportstudios, Massagepraxen, aber auch viele Hotels (*onsen* Hotels, Business Hotels, *capsule* Hotels, Love Hotels)¹ bieten ein jeweils stark standardisiertes Leistungsprogramm, das sich weniger durch Flexibilität und Abwechslungsreichtum, denn eine absolute Berechenbarkeit der Leistung für den Konsumenten im Hinblick auf Qualität, Preis und vor allem auch Zeitaufwand auszeichnet. Dem Anbieter der Dienstleistung ermöglicht diese Standardisierung eine hohe Planbarkeit der Arbeitsabläufe und deren Ausführung durch nur gering qualifizierte Mitarbeiter, oft Teilzeitkräfte.

Scheint es also auch im Bereich der Unternehmensorganisation und Leistungserstellung durchaus Rationalisierungsmöglichkeiten zu geben, so liegt aus der Sicht der Anbieter ein wesentliches weiteres Potential zu Produktivitätssteigerungen in der Möglichkeit der Einbeziehung der Endverbraucher in den Erstellungsprozeß der Dienstleistung (Selbstbedienung), oft durch den Einsatz neuer Technologien. Die beginnende Nutzung digitaler Netze zur Übertragung von Daten in die Haushalte mit der Möglichkeit der individuellen Zusammenstellung von Programmen durch die Verbraucher selbst stellt gleichzeitig für das Fernsehen, Videotheken und Kinos, Karaoke- und Spielhallen sowie Anbieter von Bildungsangeboten eine neue Herausforderung dar. Im Bankensektor findet schon jetzt in Japan ein Großteil der Transaktionen am Automaten statt. Der Schritt zur

¹ *Onsen* Hotels: Hotels meist in Erholungsgebieten, die über heiße Quellen verfügen. *Capsule* Hotels: Hotels in den Zentren, die statt Hotelzimmern nur über Kapseln verfügen.

Verlagerung dieser Transaktionen bis in die Haushalte erscheint deshalb weniger groß, erfordert jedoch dort erneut Investitionen in entsprechende Hardware. Insgesamt finden so bei den Haushalten zukünftig Veränderungen in der Qualität der genutzten Dienstleistungen statt, die mit starken Impulsen für das produzierende Gewerbe verbunden sind. Mit diesen Entwicklungen im Dienstleistungsbereich, die zu einer insgesamt kapitalintensiveren und industrialisierteren Erstellung von Dienstleistung führen werden, sind jedoch nur geringe positive, wenn nicht langfristig sogar negative Auswirkungen auf die Beschäftigungsstruktur verbunden.

3.2. Unternehmensdienstleistungen

Unternehmensdienstleistungen sind der zur Zeit am schnellsten wachsende Bereich der japanischen Volkswirtschaft. Die Fragestellungen bei der Behandlung dieses Bereichs sind zunächst die gleichen wie bei den haushaltsorientierten Dienstleistungen. Besonders stark einzugehen ist jedoch auf Fragen der Organisation und der Arbeitsteilung zwischen Unternehmen der Dienstleistung untereinander und zwischen Dienstleistungsanbietern und der Industrie (MARSHALL und WOOD 1995: 51). Die Nachfrage nach unternehmensorientierten Dienstleistungen ist jedoch so eng mit der Organisation des Angebots von Dienstleistungen verknüpft, daß dieser Punkt zuerst dargestellt werden soll.

3.2.1. Angebot und Organisation

Die Mehrzahl der Anbieter von Dienstleistungen für Unternehmen ist als kleine und mittelgroße Betriebe zu bezeichnen. 93,6 % der Betriebe verfügen über weniger als 30 Beschäftigte. Neben diesen Kleinbetrieben existiert aber gerade bei den unternehmensorientierten Dienstleistungen auch eine Zahl von Großbetrieben. 1,4 % der Betriebe vereinen immerhin 33,7 % des Gesamtumsatzes auf sich (Tab. 12).

Die Beschäftigungssituation in Betrieben, die Dienstleistungen für Unternehmen anbieten, unterscheidet sich von der Situation bei haushaltsorientierten Dienstleistungsbetrieben. Auffällig ist insbesondere der niedrigere Anteil von Frauen und Teilzeitarbeitskräften sowie ein generell höherer Anteil von abhängig Beschäftigten (Tab. 13).

Zwischen Groß- und Kleinbetrieben scheint ein Leistungsgefälle zu bestehen, das allerdings zwischen den Bereichen variiert. Eher geringen Unterschieden in der Softwareentwicklung und beim technischen und kommerziellen Design stehen starke Differenzen in der Werbung, bei Ingenieurs- und Architekturdiensten und beim Leasing gegenüber (Tab. 14).

	Betriebe				Umsatz			
	1 bis 29	30 bis 99	100 und mehr	Betriebe von Filial- unter- nehmen	1 bis 29	30 bis 99	100 und mehr	Betriebe von Filial- unter- nehmen
Maschinen- / Einrichtungspflege	95,8	3,5	0,6	32,3	54,0	26,5	19,5	80,1
Vermietung/ Leasing	96,1	3,5	0,4	55,0	51,6	20,1	28,3	89,6
Film-/ Videoproduktion	89,1	9,4	1,5	28,5	44,4	35,2	20,3	54,6
Rundfunk, Fernsehen	81,6	10,7	7,7	77,7	15,5	14,5	70,0	96,2
Information und Software	81,9	13,0	5,1	50,2	23,3	22,8	53,9	79,3
Werbung	92,6	6,2	1,2	33,8	33,9	19,0	47,1	76,2
Professionelle Dienstleistungen	98,0	1,7	0,3	10,5	64,5	18,5	17,1	45,0
Weitere Unternehmens- dienstleistungen	83,3	12,3	4,4	42,8	40,3	28,8	30,9	69,6
Abfallbeseitigung	89,7	9,4	0,9	29,5	56,4	33,3	10,3	52,5
gesamt	93,6	5,0	1,4	26,5	44,3	22,0	33,7	72,7

Tab. 12: Betriebsstätten und Umsatzverteilung nach Beschäftigtenzahl (Anteil in %)

Quelle: Eigene Zusammenstellung nach STK (1996a: 35, 154).

Diese ausgeprägten Differenzen deuten auf eine Arbeitsteilung zwischen Groß- und Kleinbetrieben hin. Für das japanische verarbeitende Gewerbe sind enge Zulieferbeziehungen zwischen Klein- und Großbetrieben als ein charakteristisches Merkmal dargestellt worden (HEMMERT 1993). Es liegt also nahe, auch im Zusammenhang mit der Organisation und Erstellung des Angebots von Unternehmensdienstleistungen diesem Merkmal nachzugehen.

	gesamt absolut	Frauen	mit- arbei- tende Inhaber	Fami- lien- an- gehö- rige	ange- stellte Leiter	Ange- stellte	Teil- zeit	Teil- zeit – Anteil Frauen
Maschinen- und Einrichtungspflege	223.607	19,1	6,8	2,2	7,1	84,0	7,8	48,5
Vermietung/ Leasing	276.587	33,3	2,5	0,8	9,4	87,3	26,5	43,1
Film-/Video- produktion	45.272	24,8	0,7	0,2	12,8	86,3	15,6	35,9
Rundfunk, Fernsehen	65.585	24,0	0,1	0,0	4,6	99,9	7,4	62,2
Information und Software	564.110	28,7	0,1	0,0	5,3	94,7	7,3	75,1
Werbung	142.943	34,0	0,7	0,2	12,6	86,5	14,2	71,8
Professionelle Dienstleistungen	972.875	36,8	10,7	1,8	12,0	75,6	9,5	66,6
Weitere Unternehmens- dienstleistungen	1.220.773	44,6	0,9	0,3	4,5	94,8	38,8	64,3
Abfallbeseitigung	130.721	20,1	1,5	0,7	12,8	85,2	10,6	36,9
gesamt	3.642.473	35,7	3,9	0,8	7,9	87,7	20,4	62,1

Tab. 13: Beschäftigung im Bereich der übrigen unternehmensorientierten Dienstleistungen (Anteil in %)

Quelle: Eigene Zusammenstellung nach STK (1996a: 18).

Organisation/ Größe	Filialbetrieb zu un- abhängiger Betrieb (unabhängiger Betrieb = 1)	Betrieb 30 und mehr Beschäftigte zu Betrieb 5 bis 9 Beschäftigte (Betrieb 5 bis 9 Beschäftigte = 1)	
Kriterium	Umsatz pro Beschäftigtem	Umsatz pro Beschäftigtem	Lohnkosten pro Beschäftigtem
Softwareentwicklung	1,80	1,33	1,17
Werbung	2,36	2,32	1,44
Vermietung/ Leasing	3,40	2,47	1,39
Design	1,35	1,15	1,01
Maschinenwartung	1,94	1,21	1,20
Gebäudedienste	1,42	0,53	0,69
Ingenieurs- und Architekturdienste	2,03	1,48	1,30

Tab. 14: Umsatz und Lohnkosten pro Beschäftigtem in Abhängigkeit von Betriebsgröße und Unternehmensorganisation

Quelle: Eigene Berechnung nach STK (1996a: 178, 202, 264).

Die Erfassung der Transaktionsbeziehungen im Dienstleistungssektor durch staatliche Stellen begann erst in den 1990er Jahren. Zu nennen sind hier vor allem zwei Studien der Foundation for Advancement of International Science (Kokusai Kagaku Shinkō Zaidan) im Auftrag des Amtes für Klein- und Mittelbetriebe (Chūshō Kigyōchō) (ZKS 1995 und ZKS 1996). Die Charakterisierung der Handelsstrukturen erfolgte in Anlehnung an die Vorgehensweise in der Industrie und im Handel. Dort wird mit *shita-uke* (wörtlich etwa „Unterauftrag“) eine enge Kooperation zwischen Produzenten und Abnehmern bezeichnet, die folgende Merkmale aufweist (HEMMERT 1993: 23):

- das auftraggebende Unternehmen ist größer als das auftragnehmende;
- die Leistungen erfolgen nach den Spezifikationen des Auftraggebers;
- es besteht ein langfristiges Lieferverhältnis.

Durch diese Merkmale erfolgt eine Abgrenzung gegenüber anderen Transaktionen wie etwa der unregelmäßigen Erbringung von vermarkteten, unspezifizierten Leistungen.

Die erste Untersuchung, eine schriftliche Befragung bei 250 Branchenverbänden (Rücklauf 57 %), die durch Interviews ergänzt wurde, zeigte die Existenz von *shita-uke*-Beziehungen in 121 von 172 Branchen, wenn auch in stark unterschiedlicher Ausprägung. Besonders intensive Zulieferbeziehungen wurden in Unternehmensdienstleistungen wie Werbung, Design, Transport, Informationsverarbeitung, -vermittlung und Softwareentwicklung festgestellt (ZKS 1995: 18–21). Die zweite Untersuchung konzentrierte sich auf diese Branchen. Befragt wurden 8.006 kleine und mittelgroße Betriebe (weniger als 50 Beschäftigte und weniger als 10 Millionen Yen Eigenkapital). Die Zahl der verwertbaren Antworten betrug 1.563 (ZKS 1996: 5).

Die Ergebnisse erlauben einen Vergleich zwischen verarbeitendem Gewerbe und Dienstleistungswirtschaft (Tab. 15). Zulieferer in der Industrie zeigen eine deutlich höhere Abhängigkeit von nur wenigen Abnehmern als Dienstleistungsanbieter und gehören auch häufiger der gleichen Branche an wie ihre Auftraggeber. Die Beziehungen zwischen Auftraggebern und Zulieferern sind dennoch auch in der Dienstleistung eng. Bei 44 % der Lieferanten sind die Abnehmerunternehmen durchgängig größer, bei weiteren 36 % überwiegen größere Unternehmen. 85 % der Unternehmen charakterisieren die Beziehungen zu ihren Kunden als kontinuierlich, und dies spiegelt sich auch in der Art der Auftragserteilung wider. 42 % der Zulieferer erhalten ihre Aufträge nur mündlich ohne eine schriftliche Fixierung (ZKS 1996: 28–40).

	Zahl der Auftraggeber			
	1 bis 2	3 bis 5	6 bis 10	11 und mehr
Industrie/Großstadt	33,9	34,3	16,2	15,6
Industrie/Land	41,3	31,6	15,7	11,4
Dienstleistung	2,7	23,0	17,7	53,8
	Branche der Auftraggeber			
	gleiche Branche wie Zulieferer		andere Branche als Zulieferer	
Industrie/Großstadt	46,5		53,5	
Industrie/Land	63,2		36,8	
Dienstleistung	32,4		64,8	

Tab. 15: Vergleich kleiner und mittlerer Zulieferer in Industrie und Dienstleistung (Anteil in %)

Quelle: ZKS (1996: 25).

Die Transaktionsbeziehungen in den einzelnen Dienstleistungsbranchen sind bisher kaum näher untersucht worden. Eine Ausnahme stellt die japanische Werbewirtschaft dar (GÖRTZEN 1995, MOERAN 1996). Hier dominieren wenige große Agenturen. Durch ihre engen Beziehungen zu den Medien ist eine Platzierung von Anzeigen in Zeitungen, Fernsehen, Hörfunk und auf den Werbeflächen der Bahnen praktisch nur über sie möglich. Große Agenturen beschränken sich jedoch weitgehend auf die Rahmenorganisation von Werbekampagnen. Die konkrete Ausführung wird an eine Vielzahl von spezialisierten, affilierten oder fremden Dienstleistungsunternehmen abgegeben (GÖRTZEN 1995: 41–43). Diese Vorgehensweise erklärt die starken Unterschiede im Umsatz pro Mitarbeiter der kleinen und großen Betriebe der Werbebranche. Der Umsatz pro Mitarbeiter der 137 Betriebe mit mehr als 100 Beschäftigten beträgt das 4,5fache des Umsatzes der 11.231 Kleinbetriebe mit weniger als fünf Beschäftigten und immerhin noch mehr als das Doppelte des Umsatzes der 694 Betriebe mit einer Mitarbeiterzahl zwischen 30 und 99 (STK 1996a: 197).

Einen Überblick über die Softwareentwicklung gibt die erste Auftragsstudie des Amtes für Klein- und Mittelbetriebe (Abb. 1). Hier gibt es nicht nur Zulieferbeziehungen der ersten, sondern auch der zweiten Stufe. Zwischen den beteiligten Unternehmen besteht eine enge Kooperation, die auch in der Bildung von gemeinsamen Planungsgremien und einem Personalaustausch ihren Ausdruck findet (ZKS 1995: 233).

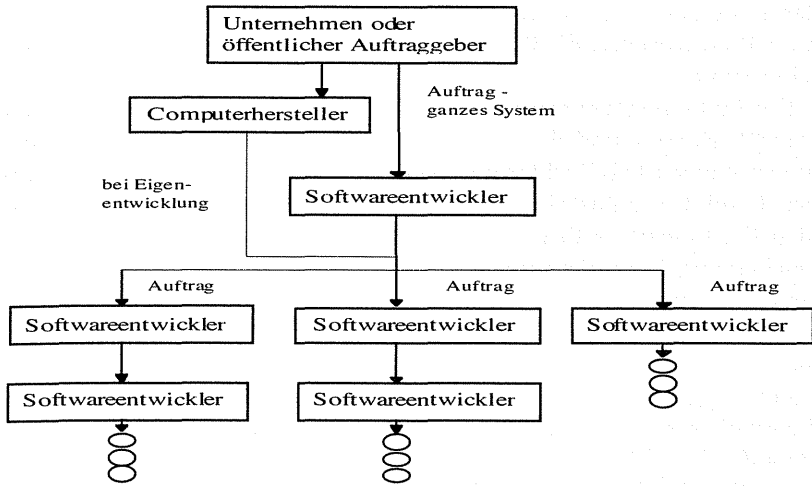


Abb. 1: Transaktionsbeziehungen in der Softwareentwicklung

Quelle: ZKS (1995: 234).

Die beiden Untersuchungen des Amtes für Klein- und Mittelbetriebe wurden mit dem Ziel unternommen, Transaktionsbeziehungen darzustellen und insbesondere auf Probleme kleiner Zulieferer gegenüber großen Auftraggebern hinzuweisen. Nach Gründen für den Aufbau von Zulieferbeziehungen wurde mithin explizit nicht gefragt. Für den Aufbau von vertikalen Kooperationen im Gegensatz zur vertikalen Integration sprechen in Japan jedoch rechtliche Rahmenbedingungen, eine größenbezogene Strukturpolitik, die Klein- und Mittelbetriebe fördert und steuerrechtlich begünstigt, und schließlich vor allem die Bedingungen auf dem Arbeitsmarkt (HEMMERT 1993: 79–103, 258). Auch bei den Dienstleistungen bestehen größen-spezifische Unterschiede zwischen Klein- und Großunternehmen hinsichtlich Arbeitszeiten, Arbeitsbedingungen und Entlohnung. Tabelle 14 zeigt die Einkommensdifferenzen der Beschäftigten in Groß- und Kleinbetrieben, die – bis auf die Ausnahme der Gebäudedienste – nicht auf einen unterschiedlichen Anteil von Teilzeitbeschäftigten zurückzuführen sind.

Das Japanese Institute of Labour (Nihon Rōdō Kenkyū Kikō) führte 1993 eine Untersuchung zur Beschäftigungssituation und zum Management bei Unternehmen durch, die hauptsächlich unternehmensorientierte Dienstleistungen anbieten (Leasing, Werbung, Information, Personalentsendung, Gebäudepflege und -betreuung, Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung) (JIL 1995). Vor der Darstellung der Ergebnisse muß jedoch

darauf hingewiesen werden, daß von den 5.000 befragten Unternehmen nur 601 antworteten, die Repräsentativität der Ergebnisse insofern eingeschränkt ist.

Die Studie zeigt zunächst enge Beziehungen zwischen Abnehmern von Dienstleistungen und deren Anbietern. Ein Drittel der Dienstleistungsunternehmen ist als Tochterunternehmen anderer Unternehmen entstanden. Besonders Industrieunternehmen und Anbieter von Unternehmensdienstleistungen selbst treten als gründende Unternehmen in Erscheinung. Der Gründungsprozeß erfolgt oft als Abspaltung bestimmter Unternehmensfunktionen. Entsprechend wird ein Großteil der Beschäftigten nicht neu eingestellt, sondern von den gründenden Unternehmen entsandt. Die als Tochterunternehmen entstandenen Unternehmen sind zwar größer als völlig neu gegründete Unternehmen, es fällt jedoch die relativ geringe Beschäftigtenzahl von im Schnitt nur 16,6 Beschäftigten auf.

Die Entscheidung zur Ausgliederung erfolgt wiederum aufgrund der spezifischen Bedingungen des japanischen Arbeitsmarktes. Neben der Verfolgung von Zielen wie einer Kumulation von Expertenwissen und der Sicherung von Fachpersonal führen die gründenden Unternehmen so auch die Ausnutzung der anderen Arbeitssituation in den Tochterunternehmen – längere Arbeitszeiten, niedrigere Löhne, die Möglichkeit der Beschäftigung von älteren Personen in kleineren Betrieben – als Grund für die Bildung von neuen Unternehmen an. Aus der Sicht der gründenden Unternehmen spielt also auch die Schaffung von personalpolitischen Freiräumen eine wichtige Rolle (DIRKS 1996; JIL 1995: 63). Als Vorteil der Neugründung wird neben dem Erreichen personalpolitischer Zielsetzungen auch eine Vergrößerung und Diversifizierung des Abnehmerkreises der angebotenen Dienstleistungen genannt (JIL 1995: 23–28).

3.2. Nachfrage

Die Statistik für Dienstleistungsbetriebe zeigt, daß Abnehmer von Dienstleistungen für Unternehmen nicht in erster Linie Industrieunternehmen, sondern häufig andere Unternehmen des Dienstleistungssektors, des Handels und der Finanzwirtschaft sind (Tab. 16). Einen Grund hierfür stellen die intensiven Zulieferbeziehungen in diesem Bereich dar, ein weiterer wesentlicher Grund ist jedoch die meist geringe Größe der Unternehmen dieses Bereiches, die eine Eigenerstellung der Dienstleistungen im Unternehmen selbst verhindert. Für die Anbieter von haushaltsorientierten Dienstleistungen ist auf die Dominanz von kleinen Unternehmen schon hingewiesen worden, und auch im Einzel- und Großhandel beste-

hen noch über eine Million Unternehmen mit weniger als vier Beschäftigten (CKC 1994: 3, 346).

Anbieter/ Branche	Abnehmer/ Branche	Privatperso- nen	Land- wirt- schaft	Berg- bau, Indu- strie	Bau- und Immo- bilien	Handel*	Finan- zen, Trans- port, Kommuni- kation**	übrige Dienst- leistun- gen	glei- ches Unter- nehmen	öffent- liche Insti- tutionen
Fahrzeug- reparatur		50,1	0,7	2,3	5,0	8,4	9,3	17,1	6,4	0,8
Maschinen- und Einrichtung- pflege		10,3	1,7	22,9	11,3	9,7	15,7	12,9	10,8	4,6
Vermietung/ Leasing		10,0	0,9	19,7	23,2	13,1	9,4	18,0	2,3	3,5
Film-/Video- produktion		3,2	0,1	3,3	0,8	2,1	2,4	79,6	4,8	3,8
Rundfunk, Fernsehen		26,4	0,3	8,7	3,2	9,6	5,1	43,6	2,0	1,0
Information und Software		1,5	0,9	24,0	2,9	9,4	18,6	24,2	11,5	7,1
Werbung		0,9	0,6	32,1	7,9	19,5	8,0	27,0	1,0	3,0
Professionelle Dienstleistungen		12,5	0,8	13,1	18,4	7,2	6,5	15,5	5,5	20,4
Weitere Unternehmens- dienstleistungen		8,1	0,7	13,2	13,5	9,5	15,6	24,9	6,0	8,6
Abfallbeseitigung		22,5	0,3	17,6	18,0	6,0	2,9	13,9	2,4	16,5

Tab. 16: **Abnehmer von Dienstleistungen (1994, Umsatzanteil in %)**

Anm.: *Einzelhandel, Großhandel, Gastronomie

**auch Versicherungen, Wertpapierhäuser, Kommunikation, Elektrizität, Gas, Wasser

Quelle: STK (1996a: 368).

Ein detaillierter internationaler Vergleich der Auslagerung von Dienstleistungsaktivitäten durch Industrieunternehmen ist schwierig. Anhaltspunkte gibt jedoch die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (Tab. 17). Dem verarbeitenden Gewerbe kommt sowohl als Lieferant als auch als Bezieher von Dienstleistungen in Japan eine hohe Bedeutung zu. Ist im Vergleich zu Deutschland und den USA der Anteil von Vorleistungen am Bruttoproduktionswert der Industrie ungefähr gleich, liegt der Anteil der aus der Dienstleistung bezogenen Vorleistungen in Japan deutlich unter dem der beiden anderen Länder.

Bedeutung des verarbeitenden Gewerbes als Bezieher und Lieferant von Vorleistungen			
	Bezieher	Lieferant	Anteil Vorleistungen am Bruttoproduktionswert
Deutschland	47,7	42,8	63,2
Japan	52,9	61,2	64,3
USA	42,3	38,6	62,5
Zusammensetzung der vom verarbeitenden Gewerbe bezogenen Vorleistungen			
	Vorleistungen des verarbeitenden Gewerbes	Vorleistungen von Dienstleistern	
Deutschland	61,2	26,9	
Japan	75,2	12,0	
USA	57,2	24,1	

Tab. 17: **Vorleistungsstruktur in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (USA und Japan 1990, Deutschland 1991; Angaben in %)**

Quelle: Berechnet und zusammengestellt nach OECD (1995b: 414); Statistisches Bundesamt (1996: 666); KKC (1996a: 190).

In den 1980er Jahren haben japanische Industrieunternehmen zwar verstärkt damit begonnen, von außen Dienstleistungen zu beziehen, gleichzeitig steigerten sie jedoch auch den Anteil ihrer Beschäftigten, die nicht direkt in der Produktion tätig sind. Von 1980 bis 1992 erhöhte sich die Zahl der in der Industrie mit Management-, Sekretariats-, Sicherheits- oder Verkaufstätigkeiten beschäftigten Personen um gut 800.000. Diesem Anstieg stand nur eine Zunahme um 510.000 Produktionsarbeiter und 600.000 Ingenieure und Techniker gegenüber. Seit 1992 ist die Beschäftigung in der Industrie rückläufig, der Abbau von Beschäftigten trifft besonders Produktionsarbeiter (Tab. 17).

Die zukünftige Entwicklung von Angebot und Nachfrage nach unternehmensorientierten Dienstleistungen wird stark von den zur Zeit von Großunternehmen der Dienstleistung und der Industrie betriebenen Restrukturierungsmaßnahmen abhängen. In der wirtschaftlichen Stagnation nach dem Ende der *bubble-economy* kam es so zunächst zu einer deutlich verminderten Nachfrage nach unternehmensorientierten Dienstleistungen wie Werbung, Leasing und Software-Entwicklung. Durch die Reduktion von fremd bezogenen Leistungen konnten bei den Nachfragern schnell durchschlagende Kosteneinsparungen erreicht werden (ISAGAI 1995: 48–58).

	1980	1992	1995
Ingenieure, Techniker	2,0	5,7	6,0
Manager und Führungskräfte	4,4	4,2	3,9
Sachbearbeiter, Schreibkräfte etc.	12,2	14,3	14,7
Verkauf	4,7	5,9	6,7
Transport	1,3	0,8	0,8
Sicherheitskräfte und sonstige Dienstleistungen	0,8	0,3	0,3
Produktionsarbeiter	72,0	66,0	65,0
Tagelöhner	2,6	2,8	2,7
gesamt – (in Millionen)	13,66	15,68	14,56

Tab. 18: Beschäftigtenstruktur im verarbeitenden Gewerbe (Anteil in % und absolut)

Quelle: STK (1981, 1993, 1996c).

Langfristig ist jedoch der Verwaltungsbereich der Unternehmen als ein wichtiges Feld für Rationalisierungsmaßnahmen erkannt worden. Die Unternehmen versuchen, das Übergewicht, das in diesem Bereich aufgebaut wurde, wieder abzubauen. Einer schnellen Reduktion der eigenen Belegschaft und der Auslagerung von Funktionen an fremde Unternehmen steht jedoch häufig die faktische Beschäftigungsgarantie gegenüber, die japanische Großunternehmen ihrer Stammbesellschaft auch heute noch gewähren. Unter Aufrechterhaltung dieser Garantie und zur Wahrung der Möglichkeit der späteren Korrektur von Personalanpassungsmaßnahmen gehen Unternehmen vermehrt dazu über, wie schon beschrieben, Dienstleistungsfunktionen und damit auch eigenes Personal in Tochterunternehmen auszulagern.

4. DISKUSSION UND FAZIT: ZUKÜNFTIGE ROLLE DER DIENSTLEISTUNG IN DER JAPANISCHEN WIRTSCHAFT

Das Wirtschaftsweißbuch des Jahres 1996 geht in dem Kapitel „Produktivität und Beschäftigungsproblematik“ ausführlich auf die Rolle der Dienstleistung in der japanischen Wirtschaft (KKC 1996b: 216–236) ein. Aufbauend auf einem internationalen Vergleich zwischen Deutschland, den USA und Japan kommen die Autoren zu folgendem Ergebnis: In Japan und den USA habe sich die Produktivitätsschere zwischen Dienstleistung und verarbeitendem Gewerbe in den 1980er Jahren zunehmend geweitet. Der Wertschöpfungszuwachs der Dienstleistung beruhe auf steigenden Preisen der Dienstleistung, denen keine entsprechenden Produktivitätszuwächse ent-

gegenständen, und sei deshalb nur nominal. Dagegen zeige in der deutschen Wirtschaft die Dienstleistung real Zuwächse. Ursache dieses Unterschiedes sei vor allem eine unterschiedliche Kapitalausstattung. In Deutschland hätten die Anbieter von Dienstleistungen ständig investiert, Sektoren mit einer traditionell niedrigen Produktivität wie der Einzelhandel seien nicht mehr weiter gewachsen (KKC 1996b: 232). Der Übergang von Beschäftigten aus der Produktion in die Dienstleistung sei anders als in den USA in Deutschland aufgrund eines hohen sozialen Absicherungslevels im Fall der Arbeitslosigkeit, einer starken Berufsorientierung der Beschäftigten sowie einflußreicher unternehmensübergreifender Gewerkschaften nur geringfügig erfolgt. Die Autoren konstatieren so für die USA ein hohes Beschäftigungslevel und gravierende Einkommensunterschiede, für Deutschland zwar eine hohe Dienstleistungsproduktivität, gleichzeitig aber hohe Lohnkosten und eine strukturelle Arbeitslosigkeit. Beide Wege erscheinen ihnen für Japan nicht wünschenswert. Sie fordern statt dessen auf der Grundlage der Erfahrungen anderer Länder für Japan einen dritten Weg. Dessen Kernpunkte sollen ein hohes Beschäftigungslevel durch einen flexiblen Arbeitsmarkt und ein wachsender Beschäftigungsanteil in Bereichen mit einer hohen Produktivität durch die Ausbildung von qualifiziertem Personal sein (KKC 1996b: 235). Leider wird dieser sogenannte dritte Weg nicht weiter ausgeführt. Für die Möglichkeit einer zumindest teilweise alternativen Entwicklung gibt es tatsächlich aber einige Anzeichen, die auch schon angesprochen worden sind.

- Der Transfer von Arbeitskräften aus der Industrie in die Dienstleistung erfolgt zum Teil direkt auf Initiative der Industrieunternehmen und nicht über den Umweg der Arbeitslosigkeit. Die geringe Berufsspezialisierung und die ständige Notwendigkeit des Erlernens neuer Tätigkeiten, die ohnehin zum japanischen Arbeitsumfeld gehören, ermöglichen dieses Verfahren.
- Für den einzelnen Beschäftigten war und ist der Eintritt in die Dienstleistung und der Aufbau einer selbständigen Existenz nach dem Ausscheiden aus einem Großunternehmen kein ungewöhnlicher Schritt. Japans kleinstrukturierter Einzelhandel hat etwa durch niedrige Zutrittsschranken schon immer eine wichtige Funktion in dieser Richtung erfüllt. Personen, die eine neue Existenz in der Dienstleistung aufbauen wollen, wird dieses zudem durch das zunehmende Angebot von Franchisekonzepten in allen Dienstleistungsbereichen immer mehr erleichtert.
- Es besteht bereits ein ausgebautes Fördersystem für kleine und mittlere Unternehmen, das auch zunehmend Betreiber von Dienstleistungsbetrieben unterstützt.
- Japan befindet sich bei dem Aufbau bestimmter Dienstleistungsberei-

che erst am Anfang, so etwa bei der Altenbetreuung und -pflege. Als Late-Comer bestünde so zumindest die Möglichkeit, auf den Erfahrungen anderer Länder aufbauend von Anfang an effiziente und finanzierbare Systeme zu schaffen.

Andere Faktoren lassen jedoch daran zweifeln, inwieweit der Dienstleistungssektor dazu beitragen kann, das derzeitig hohe japanische Beschäftigungs- und Einkommensniveau zu halten. In Japan besteht schon jetzt eine starke Differenzierung der Einkommen, und zwar zwischen Klein- und Großbetrieben und zwischen regulär Beschäftigten und Teilzeitbeschäftigten. Es ist gezeigt worden, daß in der Dienstleistung sowohl der Anteil der Teilzeitbeschäftigten als auch der der Kleinunternehmen hoch ist. So findet die Auslagerung von Unternehmensdienstleistungen zum Teil gerade auch zur Ausnutzung der bestehenden Unterschiede zwischen Groß- und Kleinbetrieben statt. Die zur Zeit festzustellenden Rationalisierungsanstrengungen bei den haushaltsorientierten Dienstleistungen zielen in die gleiche Richtung. Eine fortschreitende Technisierung und Standardisierung von Dienstleistungen und den Prozessen ihrer Erstellung ermöglicht es, den Anteil der Teilzeitarbeitskräfte über das derzeitig schon hohe Niveau hinaus weiter zu erhöhen oder aber den Abnehmer der Dienstleistung stärker als bisher in den Prozeß ihrer Erstellung zu integrieren.

Eine stärkere Rationalisierung und Industrialisierung der Erstellung von Dienstleistungen ist jedoch aufgrund der hierfür notwendigen Investitionen auch mit neuen Impulsen für die Industrie verbunden. In diesem Zusammenhang soll abschließend auf die enge Verknüpfung zwischen Dienstleistung und Industrie hingewiesen werden. MARSHALL und WOOD betonen so die Notwendigkeit einer Sichtweise des wirtschaftlichen Strukturwandels, die nicht isoliert nur Veränderungen in der Dienstleistung betrachtet, sondern diese mit Veränderungen im produzierenden Gewerbe in Verbindung setzt: „to develop a ‚service informed‘ view of economic restructuring“ (1995: 70, siehe auch LICHTBLAU, MEYER und EWERHART 1996). Für Japan konnten – auch aufgrund der bisher kaum vorliegenden Arbeiten zu diesem Gebiet – nur erste Hinweise in diese Richtung gegeben werden. Nach einer starken Konzentration auf die Organisation des verarbeitenden Gewerbes in der Vergangenheit sollte die Arbeitsteilung zwischen spezialisierten Dienstleistern und der Industrie stärker in den Blickpunkt der wissenschaftlichen Beschäftigung mit der japanischen Wirtschaft treten.

LITERATURVERZEICHNIS

- CKC (Chūshō Kigyōchō) (1994): *Dai 6 kai shōgyō jittai kihon chōsa hōkokusho* (Report on the 6th Basic Survey of Commercial Structure and Activity). Tōkyō: Tsūsan Tōkei Kyōkai.
- COHEN, Stephen S. und Jonathan ZYSMAN (1987): *Manufacturing Matters – The Myth of the Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- DELAUNAY, Jean Claude und Jean GADREY (1992): *Services in Economic Thought*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- DIRKS, Daniel (1996): *Beschäftigungsgarantie statt Arbeitsplatzgarantie*. Philipp-Franz-von-Siebold-Stiftung – Deutsches Institut für Japanstudien. Arbeitspapier 96/4. Tōkyō.
- GADREY, Jean, Florence JANY-CATRICE und Thierry RIBAUT (1996): Levels and systems of retail employment in Japan and France: a comparison. In: *Proceedings: Employment Systems and Human Resources Management in Retailing: The cases of Japan, United Kingdom, Germany and France*. Tōkyō: 22. bis 23 Oktober: Maison franco-japonaise, S. 1–30.
- GERSHUNY, Jonathan I. (1987): The Future of Service Employment. In: GIARINI, Orio (Hg.): *The Emerging Service Economy*. Oxford: Pergamon Press, S. 105–124.
- GÖRTZEN, Ulrike (1995): *Die Entwicklung der japanischen Werbewirtschaft in der Nachkriegszeit (1950–1990)*. (Marburger Japan-Reihe Bd. 13) Marburg: Förderverein Marburger Japan-Reihe.
- HEMMERT, Martin (1993): *Vertikale Kooperation zwischen japanischen Industrieunternehmen*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- HÄUSSERMANN, Hartmut und Walter SIEBEL (1995): *Dienstleistungsgesellschaften*, Frankfurt/Main: Edition Suhrkamp.
- IHARA, Tetsuo (1992): *Sābisu ekonomī* [Dienstleistungswirtschaft]. Tōkyō: Tōyō Keizai Shinbunsha.
- ISAGAI, Nobuo (1995): *Heisei fukyō to sābisu sangyō*. [Heisei-Flaute und Dienstleistungswirtschaft]. Tōkyō: Aoki Shoten.
- JIL (Japanese Institute of Labour – Nihon Rōdō Kenkyū Kikō) (1995): *Taiji-gyōsho sābisugyō no keiei to koyō dōkō ni kan suru chōsa* [Untersuchung über das Management und Beschäftigungstrends bei Produzenten von unternehmensorientierten Dienstleistungen]. Chōsa kenkyū hōkoku No. 67. Tōkyō: Nihon Rōdō Kenkyū Kikō.
- KBC (Keizai Kikakuchō Bukkakyoku) (1996): *Kurashi ni mijika na sābisu no nedan o kangaeru* [Nachdenken über den Preis von lebensnahen Dienstleistungen]. Tōkyō: Ōkurashō Insatsukyoku.
- KJK (Kōseishō Jinkō Mondai Kenkyūsho) (1992): *Nihon no shōrai suikei jinkō* [Schätzung der zukünftigen Bevölkerung Japans]. Research Series No. 274. Tōkyō: Kōseishō Jinkō Mondai Kenkyūsho.

- KKC (Keizai Kikakuchō) (1996a): *Kokumin keizai kessan nenpō 1996* [Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung]. Buch und CD-ROM. Tōkyō: Ōkurashō Insatsukyoku.
- KKC (Keizai Kikakuchō) (1996b): *Heisei 8 nenpan keizai hakusho* [Weißbuch der Wirtschaft 1996]. Tōkyō: Ōkurashō Insatsukyoku.
- LICHTBLAU, Karl, Bernd MEYER und Georg EWERHART (1996): Komplementäres Beziehungsgeflecht zwischen Industrie und Dienstleistungen. In: *iw-trends* 4/96, S. 1–23.
- MARSHALL, Neill und Peter WOOD (1995): *Services & Space – Key Aspects of Urban and Regional Development*. Harlow Essex: Longman.
- MOERAN, Brian (1996): *A Japanese Advertising Agency*. Richmond Surrey: Curzon Press.
- NAKAMOTO, Hirotsuku (1995): *Gendai no shōhi keizai to shōhisha kōdō* [Gegenwärtige Konsumwirtschaft und Konsumentenverhalten]. Tōkyō: Zeimu Keiri Kyōkai.
- OCHEL, Wolfgang und Manfred WEGNER (1987): *Service Economies in Europe*. London: Pinter Publishers.
- OECD (1995a) *Labour Force Statistics*. Paris: OECD.
- OECD (1995b) *The OECD Input-Output Database*. Paris: OECD.
- PATRICK, Hugh (1985): Comment: Services in Japanese Economy. In: INMAN, Robert P. (Hg.): *Managing the Service Economy*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 84–88.
- SAXONHOUSE, Gary R. (1985): Services in the Japanese economy. In: INMAN, Robert P. (Hg.): *Managing the Service Economy*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 52–83.
- ST (Sōrifu Tōkeikyoku) (1984): *Jigyōsho tōkei 30nen* [30 Jahre Betriebsstättenstatistik]. Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (1996): *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1996*. Stuttgart: Metzler Poeschel.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1981): *Rōdōryoku chōsa nenpō* (Annual Report on the Labor Force Survey). Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1991): *Heisei gannen sābisu gyō kihan chōsa hōkoku – dai ikkan zenkoku hen* [1989 Zensus Dienstleistungsindustrien, Bd. 1 – ganz Japan]. Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1992): *Heisei 3 nen jigyo shō tōkei chōsa hōkoku, dai 1 kan, zenkokuhē sono 1* [Betriebsstättenzählung 1991, Bd. 1 – ganz Japan, Teil 1]. Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1993): *Rōdōryoku chōsa nenpō* (Annual Report on the Labor Force Survey). Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1994): *Nihon tōkei nenkan 1995* (Japan Statistical Year Book 1995). Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.

- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1996a): *Heisei 6 nen sābisu gyō kihon chōsa hōkoku – dai ikkan zenkoku hen* [1994 Zensus Dienstleistungsindustrien, Band 1, ganz Japan]. Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1996b): *Nihon tōkei geppō* (Monthly Statistics of Japan), Juli, No. 421. Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- STK (Sōmuchō Tōkeikyoku) (1996c): *Rōdōryoku chōsa nenpō* (Annual Report on the Labor Force Survey). Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai.
- TSS (Tsūshō Sangyōshō) (1995): *Shōhizei•shōhisha muke sābisu ni kakaru naigai kakaku chōsa* [Untersuchung über Preisunterschiede von Konsumwaren und Dienstleistungen für Konsumenten im In- und Ausland] (Juni). Tōkyō: Tsūshō Sangyōshō.
- ZKS (Zaidan Hōjin Kokusai Kagaku Shinkō Zaidan) (1995): *Heisei 6 nendo sābisugyō shitaue torihiki kaizen chōsa hōkokusho* [Bericht der Erhebung zur Verbesserung der Zulieferbeziehungen im Dienstleistungssektor 1994]. Heisei 6 nendo chūshō kigyōchō itaku chōsa kenkyū [Auftragsforschung für das Amt für Klein- und Mittelbetriebe 1994]. Tōkyō.
- ZKS (Zaidan Hōjin Kokusai Kagaku Shinkō Zaidan) (1996): *Heisei 7 nendo sābisugyō shitaue torihiki kaizen chōsa hōkokusho* [Bericht der Erhebung zur Verbesserung der Zulieferbeziehungen im Dienstleistungssektor 1995]. Heisei 7 nendo chūshō kigyōchō itaku chōsa kenkyū [Auftragsforschung für das Amt für Klein- und Mittelbetriebe 1996]. Tōkyō.