

人材派遣ビジネスの地域的展開

友澤 和夫・石丸 哲史

【キーワード】人材派遣業・労働者派遣法・事業所立地・都市階層

I はじめに

「失われた10年」と呼ばれるバブル経済崩壊後の不況は、日本の企業に抜本的な変革を迫り、事業の再編合理化が進められている。再編においては、企業のコア・コンピタンス部門に経営資源が傾注される一方、周辺的な業務は外部委託を含めて軽量化が図られている。人事面においても、中核的な業務は常勤のワーカーが担うが、周辺的な業務については、パート、アルバイト、フリーター、派遣労働者など非常勤の労働力が充てられる傾向を強めている。

こうした企業の労働力構成の二分化については、すでに Atkinson (1985) がフレキシブルな企業モデルの中で取り上げている。ここでは労働力はコアワーカーと周辺的なワーカーに分化し、前者は機能的フレキシビリティを、後者は数量的フレキシビリティを担わされることが予見されている。ここでいう機能的フレキシビリティは、仕事量の変動に対応して内容の異なる業務に就くことにより確保されるものである。一方、数量的フレキシビリティとは、仕事量の変動に合わせた量的な調整を意味し、労働者は労働力需要の増減に対応した採用と解雇を被る。Atkinsonのモデルは製造業を前提とし、仕事の増減に伴う労働力の変動を説明したものであったが、現代の日本では非常勤の労働者が、あらゆる業種で、しかも短期的な仕事の増減とは関係しないような一般事務職、あるいは専門性が高いと思われる職種等においても拡大している点に特徴がある。これは、市場の不確実性が高まる中で競争力を維持するために、企業が外部の人材を活用する仕組みを導入し、かつ固定費としての人件費の削減や労務管理の軽減に取り組んでいることと密接に関係する。また、こうした企業側の要因ばかりでなく、特定の企業に束縛されない働き方を望む労働者の増加、より自らの適性に合った職を探索しようとする労働者の増加という、供給側の要因も働いている。そして、制度的には労働者派遣法が制定・改正され、人材派遣等を利用した外部の人材の活用が容易化していることも後押ししている。

上記のような労働市場を巡る一連の変化にともなって、日本では人材ビジネスが急成長している。人材ビジネスには、自社の社員や登録者を顧客のニーズに応じて派遣する人材派遣業や、顧客から外注された業務を請負う形態の請負業（アウトソーシング業）がある。さらに有料職業紹介業、再就職・転職支援業、再教育・研修業なども含まれる。また、人材派遣業にも一般労働者派遣、特定労働者派遣、紹介予定派遣等があり¹⁾、多様な展開がみられる。本稿の目的は、これ

らの中で近年最も成長が著しい一般労働者派遣業（本稿では同業を人材派遣ビジネスとする）に焦点をあて、その立地特性を明らかにすることにある。人材派遣ビジネスに対する地理学的研究は、その成長の過程や立地動向を説明した石丸・友澤（2003）による学会報告があるのみで、著者によって着手されたばかりの状態である。本稿は、人材派遣ビジネスの産業的特性を踏まえて立地合理性を導出し、実際の立地状況の把握と併せて当該産業の事業所立地の特性を明らかにすることに主眼がある。

本研究の構成は以下の通りである。Ⅱにおいて人材派遣ビジネスの成長過程と現状を捉えた後に、Ⅲで産業的特性を制度面と収益構造の点から論じる。Ⅳでは立地合理性を理論的に導出した後に、それを全国レベルでの実際の事業所立地、さらには都市内での立地状況と照合する。Ⅴでは、企業レベルに視点を移して事業所展開の時空間的パターンを見いだす。以上により研究の目的が達成されると考える。

Ⅱ 人材派遣ビジネスの成長

人材派遣業に関する統計は、厚生労働省が毎年発表する「労働者派遣事業報告集計結果」が詳しく、事業所数、派遣労働者数、売上高、派遣料金などについて集計結果が掲載されている。本稿では、この統計に基づいて人材派遣ビジネスの成長を把握する。

図1は、派遣労働者数の推移を1990～2002年の期間について示したものである。派遣労働者数には2つの求め方があり、第1は、一般労働者派遣事業による①常用労働者数と②登録者数、および特定労働者派遣事業による③常用労働者数の合計として算出される。この値は1990年度の51万人から2002年度には213万人となり、当該期間で派遣という形態で働く労働者が4倍の規模に増えたことを示している。その内訳をみると、常用労働者（①+③）は13万人から33万人に増加したにすぎないのに対して、登録者は38万人から179万人へと急増しており、派遣労働者の増加の大部分は登録者の増大によってもたらされたといえる。ただし、登録者は年間を通して雇用（派遣）状態にあるものが少ないため、④常用換算²⁾した数値で示すこともある。この値を用いるのが第2の派遣労働者数の求め方であり、①+③+④により算出される。これは常用派遣労働者数と呼ばれ、1990年度の23万人から2002年度には69万人へと3倍の規模に増加した。ただし、第1の算出法に比べると成長が緩やかである。それは登録者の年間平均労働時間が、1990年度には常用労働者の28%であったものが、2002年度には20%へ低下したことと関係しており、派遣労働者が増加する一方で雇用の不安定性が増していることを意味している。国際的な比較をすれば、日本の常用派遣労働者は労働者人口の約1%にすぎない数字であり、それが2～3%に及ぶ派遣先進国の欧米と比べると、低水準である。今後さらに規制緩和が進み派遣労働者に対するニーズが広がれば、派遣労働者数は欧米のレベルに近づくことが予想される。

図2は、図1と同期間において一般労働者派遣業および特定労働者派遣業の事業所数と売上高

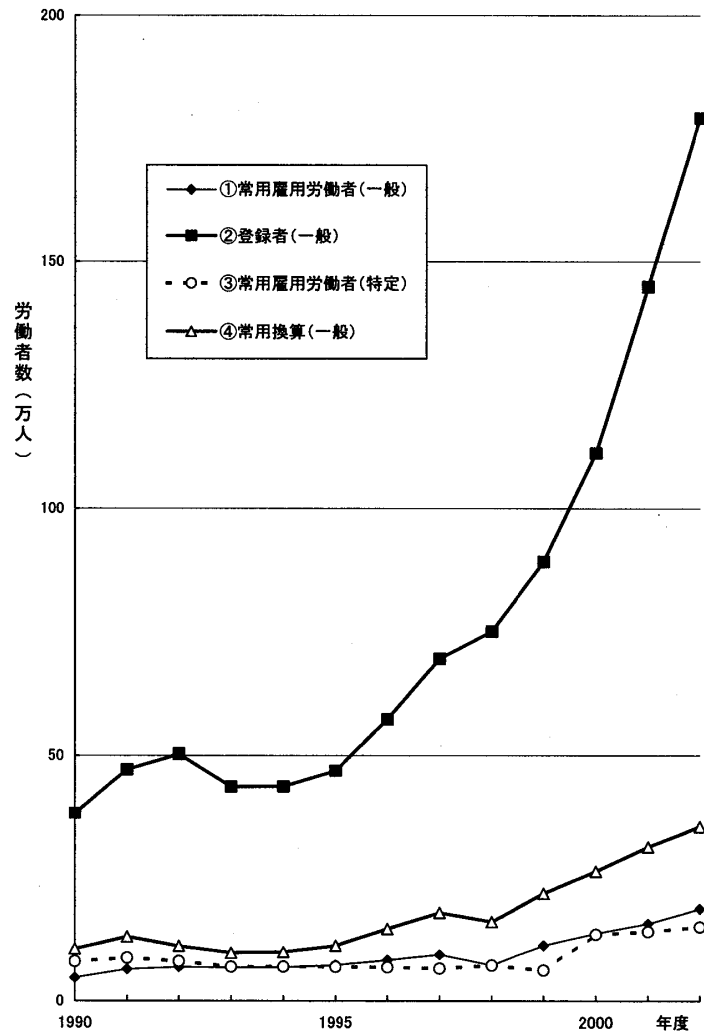


図1 派遣労働者数の推移

資料：「労働者派遣事業報告集計結果」各年により作成。

の推移を示したものである。事業所数をみると特定労働者派遣業の方が多いが、6,000~8,000の間で変動を繰り返しており、増加傾向にあるとは言い難い。また、事業所の約40%が派遣の実績がない状態にある。一方、一般労働者派遣の事業所は一貫した増加傾向にあり、2002年度には約6,500と1990年の3.3倍となっている。派遣の実績がないものは約15%に留まっており、一般の方が派遣事業所としての実体を伴っている場合が多い。売上高はこうした状況を反映しており、特定事業所が期間を通して4,000億円前後に終始して成長は認められないのに対して、一般事業所では、6,100億円から1.8兆円へと3倍のスケールに市場規模を拡大させていることが分かる。このように1990年以降の日本における人材派遣業は、登録型労働者の派遣増加、そして一般労働者派遣業の成長に特徴づけられ、本稿においても次章以降は一般労働者派遣業に焦点をあてた分析とする。

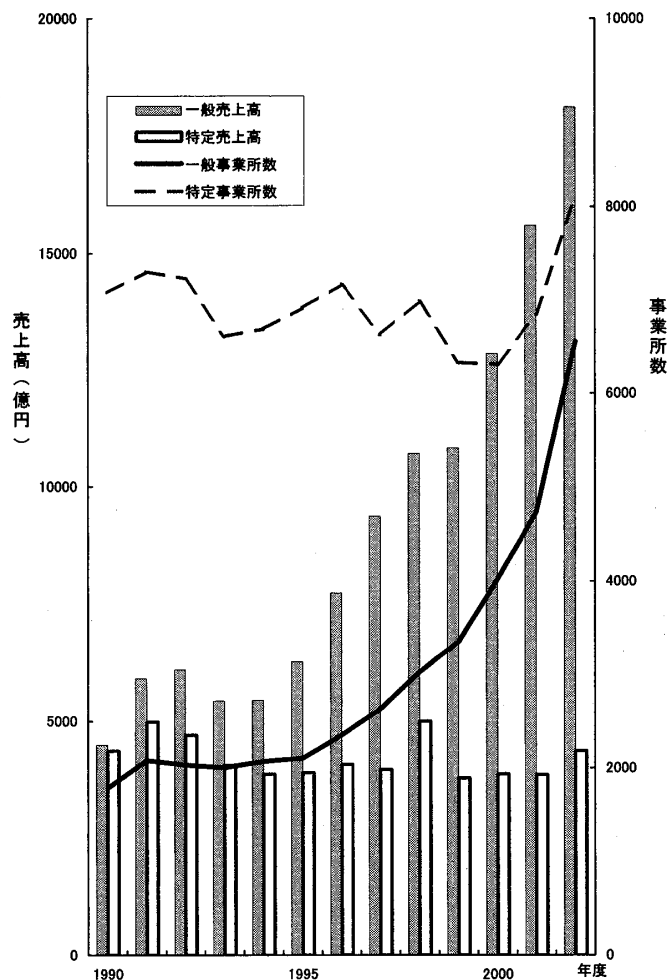


図2 人材派遣業の事務所数と売上高の推移

資料：「労働者派遣事業報告集計結果」各年により作成。

III 人材派遣ビジネスの産業特性

1. 人材派遣ビジネスをめぐる制度

前章で述べた人材派遣ビジネスの成長には制度的な変化、すなわち規制緩和が大きく作用している。それ故、本節では制度的な側面から同産業の特性を捉えることにする。

一般労働者派遣業は、労働者派遣法³⁾の適用を受ける業種であり、事業の開始にあたっては厚生労働大臣の認可を受けることが必要である。同法は、労働者派遣業を臨時的・一時的な労働力需給調整に資するものと位置づけ、1985年に制定、翌年7月に施行された。戦前の日本では、労働者とその使用者の間に第三者を介在させたことが中間搾取等劣悪な労働条件の温床となってきたという歴史的事実があり、その反省から労働力供給ビジネスは戦後長期にわたって禁止されてきた。労働者派遣法は、こうした経緯を踏まえ、派遣元、派遣労働者および派遣先の関係を定め、派遣労働者の保護の観点を中心に織り込んで人材派遣業を法的に規定し、ビジネスとして解禁し

たものである。ただし、派遣可能な業務や派遣期間等について多くの規制を伴い、施行時には13業務のみが認可（1986年の12月には16業務に拡大）されたにすぎない。その後は財界や業界からの要請を背景に数度の改正がなされ、規制緩和、すなわち派遣可能な業務の拡大と派遣期間の長期化という方向に進んでいる。以下この動きについて概略する。

労働者派遣法は施行から10年を経た1996年に最初の改正がなされ、派遣可能業務が16から26に拡大された。表1の1～16号までがそれ以前に認められていた業務であり、17～26号までが新しく解禁された業務である。1999年には大きな改正がなされた。従来は、派遣可能な業務を決めてそれ以外の業務への派遣を禁じていたが（ポジティブ・リスト方式）、この改正では派遣を禁ずる業務をまず定めて、それ以外の業務への派遣を自由化した（ネガティブ・リスト方式）。派遣が禁じられた業務は、港湾運送、建設業、警備、医療の4つであり、物の製造への派遣も当分の間見送られることになった。これにより、先の26業務は「いわゆる26業務」、新しく自由化されたものは「自由化業務」と呼ばれるようになった。派遣期間についても、いわゆる26業務は最長3年に、自由化業務は最長1年と決められた。

労働者派遣法は2004年にも改正され、業務面では物の製造業務への派遣が解禁された。派遣期間についてはいわゆる26業務は制限なし、自由化業務は最長3年、製造業務は1年となった⁴⁾。また、これまで派遣業務を行う事業所ごとに厚生労働大臣の許可を受けることが義務づけられていたが、この改正により届出・許可の対象が事業所単位から事業主、すなわち企業単位に改められた。

表1 26業務の内容

1号	ソフトウェア開発	14号	建築物清掃
2号	機械設計	15号	建築設備運転・点検・整備
3号	放送機器等操作	16号	受付・案内・駐車場管理等
4号	放送番組等演出	17号	研究開発
5号	事務用機器操作	18号	事業の実施体制の企画・立案
6号	通訳・翻訳・速記	19号	書籍等の制作・編集
7号	秘書	20号	広告デザイン
8号	ファイリング	21号	インテリアコーディネーター
9号	調査	22号	アナウンサー
10号	財務調査	23号	OAインストラクション
11号	取引文書作成	24号	テレマーケティング
12号	デモンストレーション	25号	セールスエンジニア
13号	添乗	26号	放送番組等の大道具・小道具

2. 人材派遣ビジネスの収益構造

人材派遣業の収益源は、派遣先から支払われる派遣料金である。単純には、そこから派遣スタッフに支払う賃金と必要経費を差し引いたものが利益となる。一般には派遣料の20～25%を控除した金額が派遣スタッフに支払われている。派遣料金が一定の場合、この関係を式で表すと、

$$\text{利益} = \text{控除額} \times \text{派遣件数} - \text{経費}$$

となる。この式から、利益を拡大するためには派遣件数の増加が有効となることが明らかである。そのため人材派遣業のビジネスモデルは、第1に規模を追求したものとなる。実際にも人材派遣業者の中には、派遣件数を増加するために全国に事業所を展開している企業がある。第2のビジネスモデルは、特殊専門的な派遣業務への特化である。この場合は、比較的高額の派遣料を請求できるため、1件当たりの控除額は自ずと大きくなる。また、専門特化することで競争相手が少なくなることもメリットである。実際には、上の2つのビジネスモデルを組み合わせる形で事業展開する業者が多い。

ところで、人材派遣業の実際の収益性はどのような状態であろうか。表2は、大手人材派遣企業のパソナ社と中堅のインテリジェンス社を事例に、2003年における部門ごとの売上や営業利益を示したものである。これによれば、両社ともに人材派遣による売上が大きい。その営業利益率は各々2.9%、1.6%と他部門に比べて極めて低い。確かに人材派遣は売上（派遣料金の合計）の75～80%が派遣スタッフの賃金となるため、収益率は職業紹介などに比べると本来的に低くなる。しかし、その点では同様の収支構造にあるアウトソーシング（パソナ社）やプロフェッショナル・スタッフィング（インテリジェンス社）は10%以上の営業利益率があり、それらと比較しても収益性の低さが目立っている。業界全体では、人材派遣の40%は事務用機器操作によって占められているが、その内容はオフィスでのパソコン操作であり女子労働者によって大部分が構成される。現在、こうしたタイプの派遣は派遣料金が低下しつつあり、単純に規模を拡大するのみでは低収益に留まらざるを得ないため、他の人材ビジネスを組み合わせた総合人材業化を目指す企業が多くなっている。また、人材ビジネスだけでなく各種のビジネスサービスを交えた複合経営を行う企業もみられる。

表2 人材派遣業の収益性

	パソナ社			インテリジェンス社			
	人材派遣	アウトソーシング	再就職支援	人材派遣	プロフェッショナル・スタッフィング	人材紹介	求人情報サービス
売上（百万円）	125,264	4,885	3,299	14,219	4,984	4,911	869
営業利益（百万円）	3,714	551	1,190	229	606	1,611	231
営業利益率（%）	2.9	11.3	36.1	1.6	12.2	33.8	26.6

資料：両社の決算書（2003）による。

IV 人材派遣ビジネスの立地特性

1. 人材派遣ビジネスの立地合理性

ここでは、所与の都市圏における人材派遣業の立地合理性を導出する。人材派遣業は対事業所サービス業の1つであるため、顧客（派遣先）となり得る事業所へのアクセシビリティを最大化する立地が合理的であると考えられる。これは単にビジネス機会の獲得や情報収集という点だけではなく、派遣労働者保護の観点から派遣先と密に連絡を取り合うことが制度的に要請されていることにも基づく。顧客事業所へのアクセシビリティは、他の経済立地と同様に、それらの分布の重心に立地することにより最大化できる。ついで、人材派遣業はいわば労働力の仲介業であるから、派遣の対象となる労働者を集める上での利便性を最大化する立地が望まれる。この要件は労働者分布の重心に立地することにより満たすことができる。当該都市圏の土地利用が同心円の構造をとるとすれば、上の2つの重心は中心都市、より厳密にはその都心で合致することになる。なぜなら、派遣労働市場は女子主体のホワイトカラー的労働力需給から成立しており、都心を中心に立地するオフィス分布、および都市圏内のそうした労働者の分布に対応するからである。今後、製造ラインへの派遣を行う事業所の増加が見込まれるが、これらは同様の理由で、都心ではなく工場の分布やブルカラー労働力のプールを指向した立地をみせるものと考えられる。

人材派遣業の立地に影響する制度的な側面についてもみておきたい。労働者派遣法には事業所の立地やテリトリーを規定する条文はなく、それらの設定は業者側の裁量に委ねられている。ただし、先述したように、人材派遣を行おうとする者は、事業所ごとに厚生労働大臣の認可を受けることが必要であり（2004年2月末まで）、さらに第三十六条において各事業所には派遣元責任者⁵⁾を置くことが定められている。派遣元責任者の任にあたる者が、事業所に常駐することが認可を得る際の要件にもなっているので、テリトリーは自ずと派遣元責任者が常駐の状態に対応できる地理的範囲に収まることになる。そのため大都市圏か地方かによって違いもあるが、一般的には県域あるいは都市圏が人材派遣事業所のテリトリーとなることが多いようである。こうした地域的単位で採算が取れると判断される場合に人材派遣業が開設され、その立地場所は先にみたように当該地域の中心都市の都心となるといえよう。

2. 全国的な立地動向

人材派遣業の全国的な立地をみるために、(株)日本人材派遣協会より提供を受けたデータ⁶⁾を原資料として、従業者数10万人以上を有する96都市（2001年の「事業所・企業統計調査」による）における立地件数を求めた。同資料によれば、全国に9,093の認可事業所があり、その約84%にあたる7,378事業所がこれらの都市に立地している。分析に際しては、単に絶対数による議論としないために、当該都市の人材派遣事業所数が全国に占める割合を、当該都市の従業者数が全国に占

める割合で除して立地係数を求め、相対的な比較を行うことにした。算出された立地係数が1より大きい場合は、その都市に立地する人材派遣事業所数が全国の動向に比べて相対的に多いことを意味し、1より小さい場合は立地数が相対的に少ないことを表す。

図3は、上の96都市について人材派遣業の立地係数を表したものである。これによれば、大阪、東京特別区、福岡、広島、高崎、沼津、名古屋の7都市が立地係数2以上の非常に高い値を示していることが分かる。続いて、静岡、那覇、仙台、金沢、札幌、宇都宮、高松、長野の8都市が1.5以上の値を取っている。これらを上位都市とみると、その多くは三大都市、広域中心都市、準広域中心都市であり、事業所数に占める本社や支社の割合が高い点において共通している。したがって、人材派遣業は、本社や支社というオフィスから出される労働力需要を指向した立地をみせていると捉えられる。また、宇都宮、高崎、長野、沼津のように首都圏の外延部で立地係数が高い都市が出現している点が注目される。これは人材派遣企業の事業所配置には、先の三大都市や（準）広域中心都市で進展するという階層効果的な立地パターンとともに、首都圏を中心とした近接効果的な立地パターンがあることを示唆するものである。ただし、後者の見解は予察的なものであり今後の検討が必要である。

一方、立地係数が低い都市は、どのような特徴を持つのであろうか。第1に三大都市圏内に位

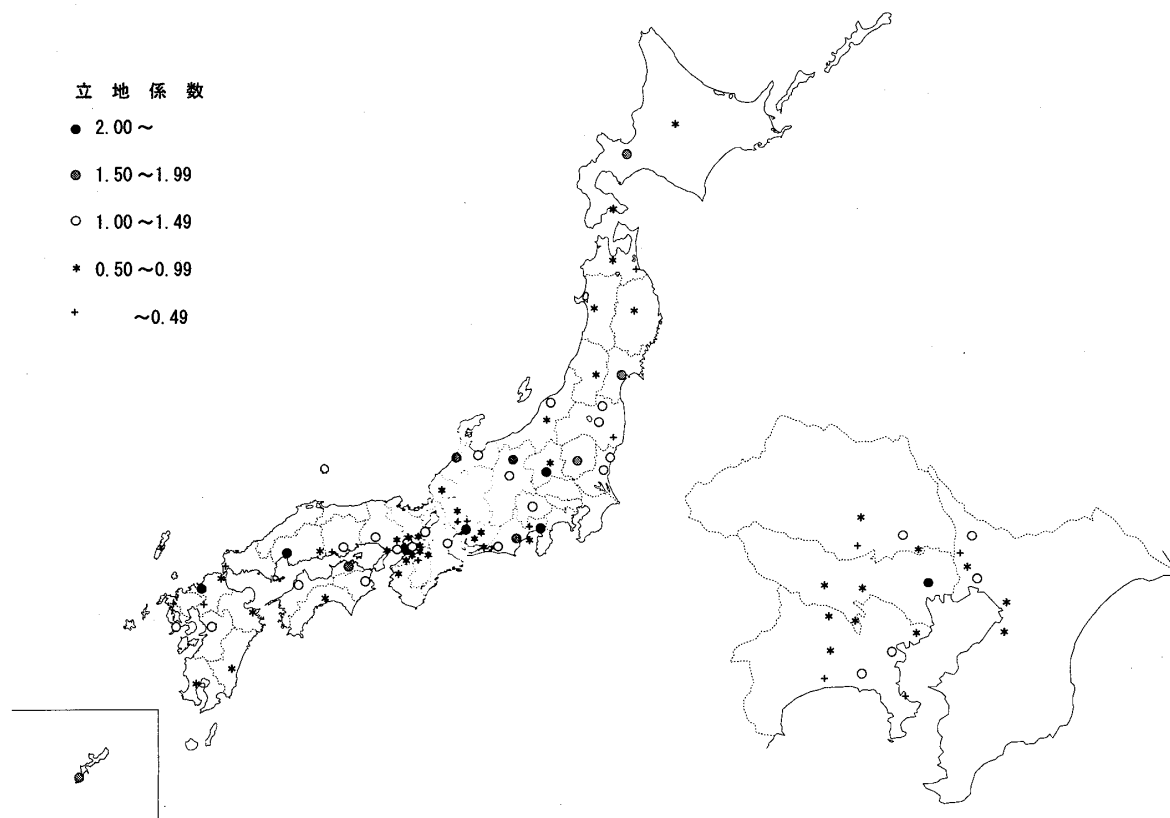


図3 人材派遣業の立地

資料：(株)日本人材派遣協会の資料および「事業所・企業統計調査」により作成。

置する場合が多い。これは、大都市圏内では顧客となる企業の（本社・支社の）立地が中心都市に偏っていることと関係しており、人材派遣事業所の立地もそれらに対応したものとなるからである。そして、中心都市に立地する人材派遣事業所は、前節での考察により導かれた内容であるが、都市圏レベルの圏域をテリトリーする機会が多いため、それ以外の都市での立地は相対的には少なくなるからである。第2に、人材派遣業は主としてオフィス向けにホワイトカラーを供給するため、八戸、いわき、倉敷、久留米、佐世保といった地方の工業都市における立地は少なくなっている。地方単位で見れば、北海道・東北地方の都市は、都市階層では同クラスにある他地方の都市に比べて立地係数が低い傾向にある。これは、同地方では人材派遣業の立地が相対的に遅れていることを示している。

3. 人材派遣業の都心立地

本章の1では、人材派遣事業所の立地は中心都市の都心となることを演繹的に導いたが、実際の状況を広島市を例として示す。(株)日本人材派遣協会の資料によれば、広島県内には250の認可人材派遣事業所が確認される。その内訳は、広島市(191)、福山市(24)、呉市(12)、東広島市(6)となっており、広域中心都市である広島市への集中度が76%と高い。

図4は、広島市における認可人材派遣事業所の分布を町丁別に表したものである。広島市の最高地価点は、図中にも示したが中区紙屋町交差点であり、そこから東方向に約1km、南方向に約

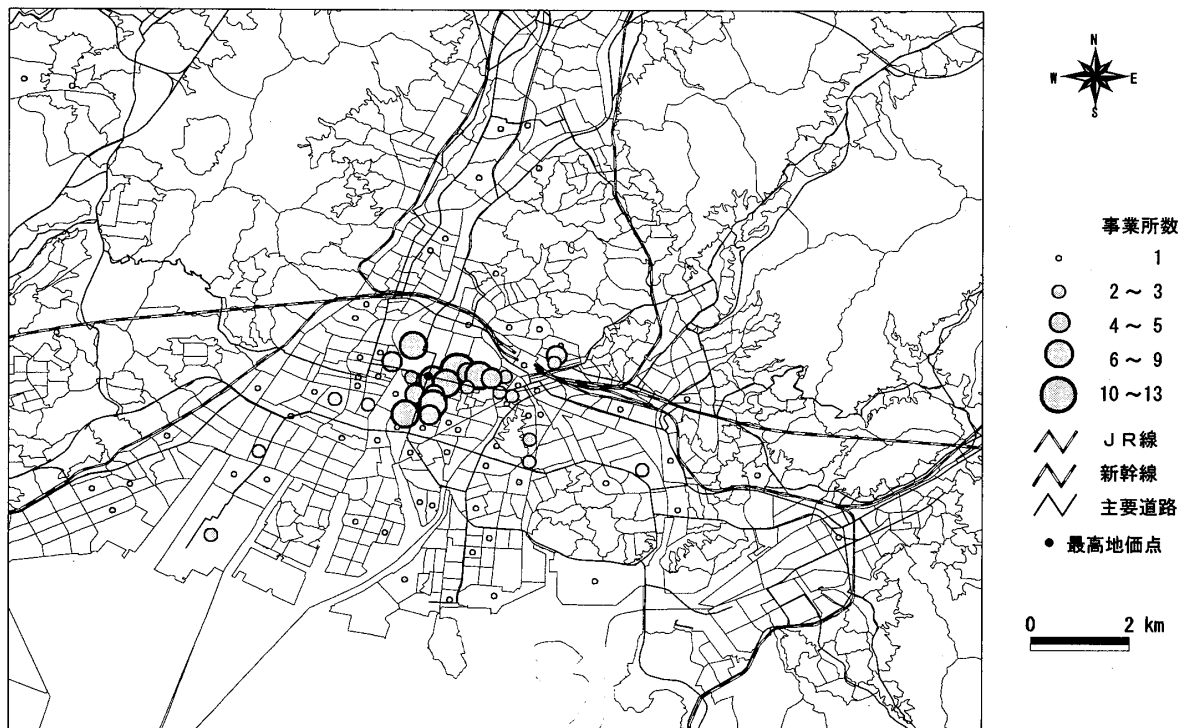


図4 広島市における人材派遣事業所の立地

資料：(株)日本人材派遣協会の資料により作成。

500mの区間がオフィス街となっている。人材派遣業の立地もまさにこの区間に集中しており、都心を指向した立地をみせていることが明らかである。都心では一般に立地をめぐる競争が激しくなるが、人材派遣業は法的には20㎡の床面積があれば開設できるため、他の都市的経済活動に比べると賃貸料が比較的少額ですみ都心部への立地は容易であることが予測される。また、1990年代はバブル経済の崩壊によって都心部の地価やオフィス賃貸料が著しく低下したことも人材派遣業の都心部立地に好条件を与えたと考えられる。広島市への立地経緯や事業の内容、派遣スタッフの特徴についても調査を実施しているが、その分析は別稿に譲ることにする。

V 人材派遣企業の立地特性

1. 人材派遣企業の設立形態

本節では、人材派遣企業の本社位置や設立の経緯等について論じるが、(社)日本人材派遣協会に加盟する企業のうち2000年までに創業され、資本金1億円以上の98社を分析の対象とした。これには業界を構成する大手・中堅企業の大部分が含まれている。表3は、対象企業の本社位置と認可事業所数の関係を示したものである。本社位置をみると、東京都である企業は2本社体制をとるものを含めて76社あり全体の約8割を占める。これに大阪、神奈川、愛知と続くが、東京との間には歴然とした格差がある。東京への一極集中は、最大の派遣労働者の需要地であることや、親会社の本社が東京に所在する人材派遣企業が多いことと関係する。地方で創業された人材派遣企業の中には、成長の過程で本社を東京に移転するものがあり、この一極集中を助長している。認可事業所数にはばらつきがみられるが、20を超える事業所を有する企業は、おおむね全国に支

表3 対象企業の本社位置と認可事業所数

本社位置	認可事業所数							計
	1	2～4	5～9	10～19	20～29	30～49	50～	
東京都	17	23	18	6	1	2	5	72
東京都・大阪府		1			1		1	3
東京都・兵庫県				1				1
大阪府	3	2	1	2				8
神奈川県	2		1	1				4
愛知県	1	1	1					3
宮城県		1						1
栃木県			1					1
千葉県	1							1
長野県		1						1
徳島県	1							1
香川県			1					1
熊本県		1						1
計	25	30	23	10	2	2	6	98

資料：(社)日本人材派遣協会の資料により作成。

表4 対象企業の主たる株主と主たる事業内容

主たる株主	計	主たる事業内容		
		人材サービス	各種サービス	その他
独立系	24	17	5	2
人材（外資）	4	4		
人材（国内）	5	5		
サービス	5	2	2	1
運輸	5	2	2	1
通信	4		2	2
金融・商社	12	11	1	
小売	2	2		
マスコミ・出版	6	5	1	
建設・不動産	11	4	1	6
メーカー	16	8	4	4
その他	4	3	1	
計	98	63	19	16

資料：(株)日本人材派遣協会の資料，各社のHPにより作成。

社・支店を展開している。これらはいずれも東京に本社を置いており、大手企業の本拠地として東京が選択されていることが示される。地方に本社を置く企業の事業所数は10未満であり、全国展開している状態にはない。

表4は先の98社について、主たる株主と主たる事業内容を示したものである。これにより対象企業の設立・経営母体と、人材ビジネスの位置づけを明らかにできる。前者については、独立系すなわち個人が創業したものが24社と最多である。また、メーカーや金融・商社業、建設・不動産業に分類される企業によって設立された（またはその一部門となっている）ものが各々10社以上あり、それ以外の業種によるものも一定数認められる。さらには、外国の人材派遣会社や国内の大手人材派遣企業が設立した子会社も計9社あり、設立母体の多様性が見いだされる。人材派遣業に参入した理由について、『人材派遣白書』に掲載されている各社の概要やホームページの情報から判断すると、個人が創業した場合は、ベンチャービジネス的に将来性を読み取って始めたものがほとんどで、経営者の中には立志伝中の人物もいる。企業が設立した場合にも、将来性を理由とするものやビジネスの多角化を目的としたものが多いが、自社やグループ各社の人材派遣需要に応じるため、そして退職者の再就職先斡旋の一貫、といった半ば自社の人事ニーズの事業化から出発したものもある。対象企業の主要事業をみると、人材派遣業を含む人材サービス業と判断される企業が63社と多いが、人材以外の事業が主であり人材業が従となっている企業も約3分の1で認められる。後者の場合は、多角化のために人材派遣を事業に追加した企業に典型的にみられる。具体的には、医療・介護、教育、情報といったサービス業や建物管理・警備・不動産販売業と人材派遣業を兼ねるケースが多い。

2. 個別企業の事業所配置

続いて、個別の企業を取り上げて人材派遣事業所の立地展開過程を把握する。98の人材派遣業企業について検討した結果、まず全国に展開する大手企業の中では事業所設立の情報が最も詳しく入手できたテンプスタッフ社を取り上げる。図5は、同社の事業所立地を設立形態・設立年が分かるように示したものである。設立形態については、①自社事業所（自社の本・支社）に加えて、②地域関連会社、および③事業子会社が設立した事業所がある。地域関連会社は地場の企業とフランチャイズ方式で設立したものが中心であり⁷⁾、事業子会社は特定の専門的な派遣分野に特化した子会社を指している。全体的にみると、テンプスタッフ社の自社事業所は関東～山陽にかけての太平洋ベルトに集中しており、東北、北陸、山陰、九州地方では地域関連会社によって事業所の展開がなされていることが分かる。この事業所立地のパターンは早い段階で骨格が形成されている。すなわち、1990年までに東京特別区内の主要駅周辺と南関東の主要都市および名古屋と大阪に自社事業所が配置される一方、地域関連会社が仙台、高崎、新潟、長野、京都、神戸、広島、福岡に設立されている。これは同社が地方への展開をフランチャイズ方式によって積極的に進めたためである。1991～2000年にかけては、京都、神戸、広島の関係会社を吸収合併し自社事業所とするとともに、太平洋ベルト内の主要都市に自社事業所を配置していった。それ以外の地域では東北は仙台の地域関連会社、九州は福岡の子会社といった形で相互にテリトリーを分け

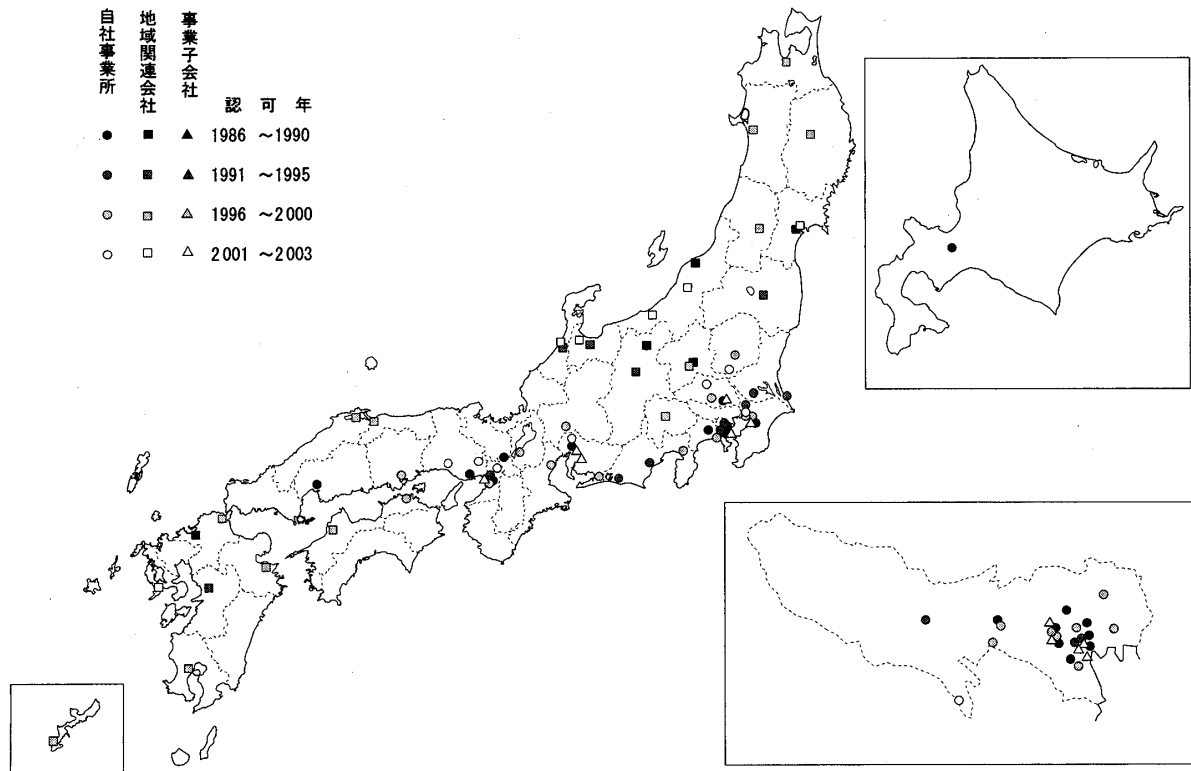


図5 テンプスタッフ社の事業所立地

資料：(株)日本人材派遣協会の資料により作成。

合いながら事業所が展開されている。2001年以降になると上のパターンにしたがった事業所立地に加えて、事業子会社による支店立地が活発に進められる。人材派遣業として認可を受けている事業子会社は11社あるが⁸⁾、これらの事業所立地は東京特別区を主体とした首都圏と名古屋、大阪に限られている。これは大都市から生まれる専門的あるいはニッチ的な人材ニーズに対応した立地といえる。以上述べてきた同社の事業所立地パターンは、規模を全国展開によって、専門ニッチ的な市場の開拓を三大都市という特定の場所に限定して、それぞれ追求した空間的な結果であると解釈できる。

大手企業から、さらに外資系のマンパワー・ジャパン社を例に取り事業所展開をみておく。同社は地域関連会社や事業子会社は有さず、事業所展開は自社直轄で行われている。図6から容易に読み取れることであるが、同社の事業所立地の特徴として大都市への集中を挙げることができる。すなわち東京特別区内の立地密度が極めて高い反面、地方の22県には事業所の立地が行われていない。また、大阪に4つ、名古屋と横浜に3つ事業所を置くほか、札幌、仙台、川崎、京都、神戸、広島、福岡には2つ配置しており、人口規模が大きく市場のポテンシャルが高い都市に選択的に事業所を展開しているといえる。時系列的には、1990年までに東京の都心・副都心と主要100万都市に進出が行われ、同社の事業所配置の骨格が形成されている。100万都市での第2事業所の配置は、それから5～10年後に行われている。

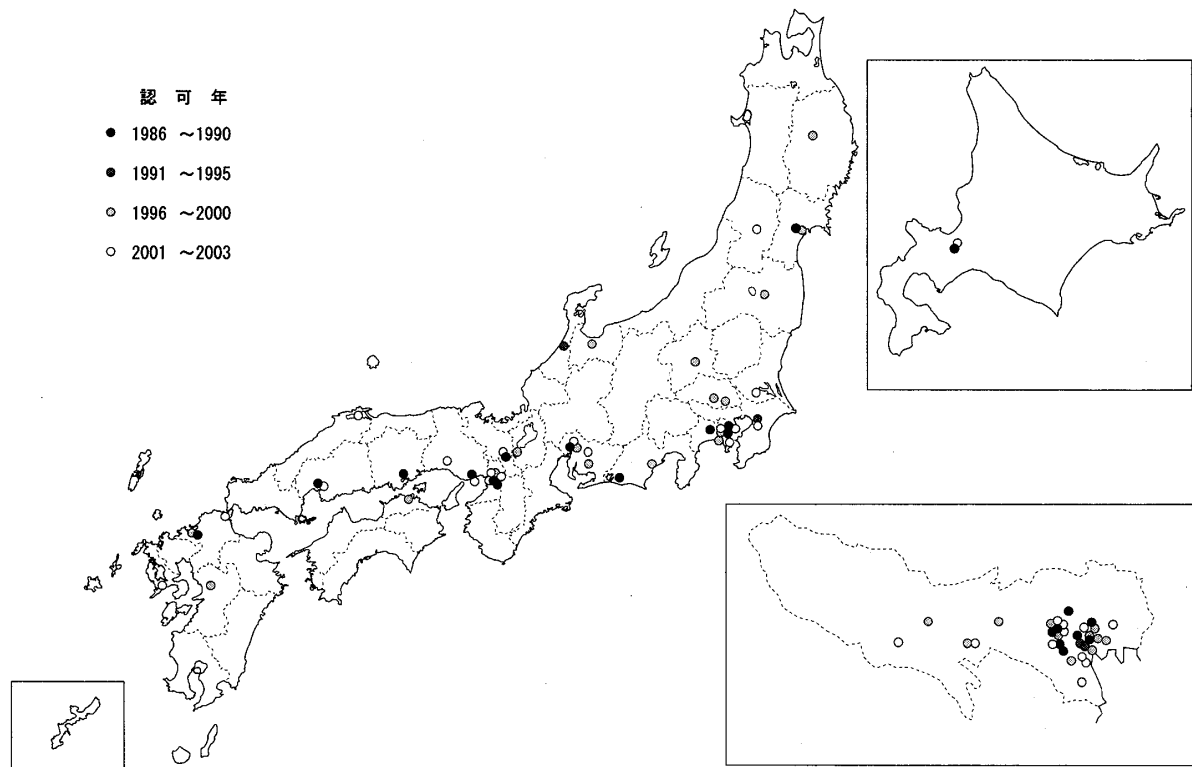


図6 マンパワー・ジャパン社の事業所立地

資料：(株)日本人材派遣協会の資料により作成。

テンプスタッフ社とマンパワー・ジャパン社以外の大手企業4社⁹⁾の事業所配置も検討したが(図は省略)、地域関連会社や事業子会社を設けるか否かは別として、三大都市から立地が始まり広域中心都市、県庁所在地級都市へと都市階層、言い換えれば市場規模に応じた立地が進められるのが一般的である。また、各社ともに首都圏とくに東京特別区内で密度の高い事業所立地がみられる点でも共通しており、以上を大手企業の事業所立地の時空間的パターンとして一般化できよう。

認可事業所数が5~10程度の中堅人材派遣企業についても同様の検討をすると、①三大都市・広域中心都市に立地するタイプ、②特定地域に立地するタイプ、③親会社の事業所所在地に立地するタイプの3つが見いだされた。図7に実際の企業例を示すが、①は三井住友海上スタッフサービス社(本社;東京)に典型であり、三大都市と広域中心地の上に事業所が置かれている。②の例として、ピープルスタッフ社(名古屋)とクリエアナブキ社(高松)を取り上げたが、前者は東海地方、後者は四国と山陽地方というように、本社の設立後、各地方の主要都市に時系列的に事業所を配置していることが明らかである。③は日立造船の子会社であるクリエイティブ社(大阪)に典型で、親会社の工場が所在する舞鶴、因島、向島、有明といった通常は人材派遣企業が立地しない場所にも事業所を置いている。全般的には②のタイプが多く、大手のナショナル

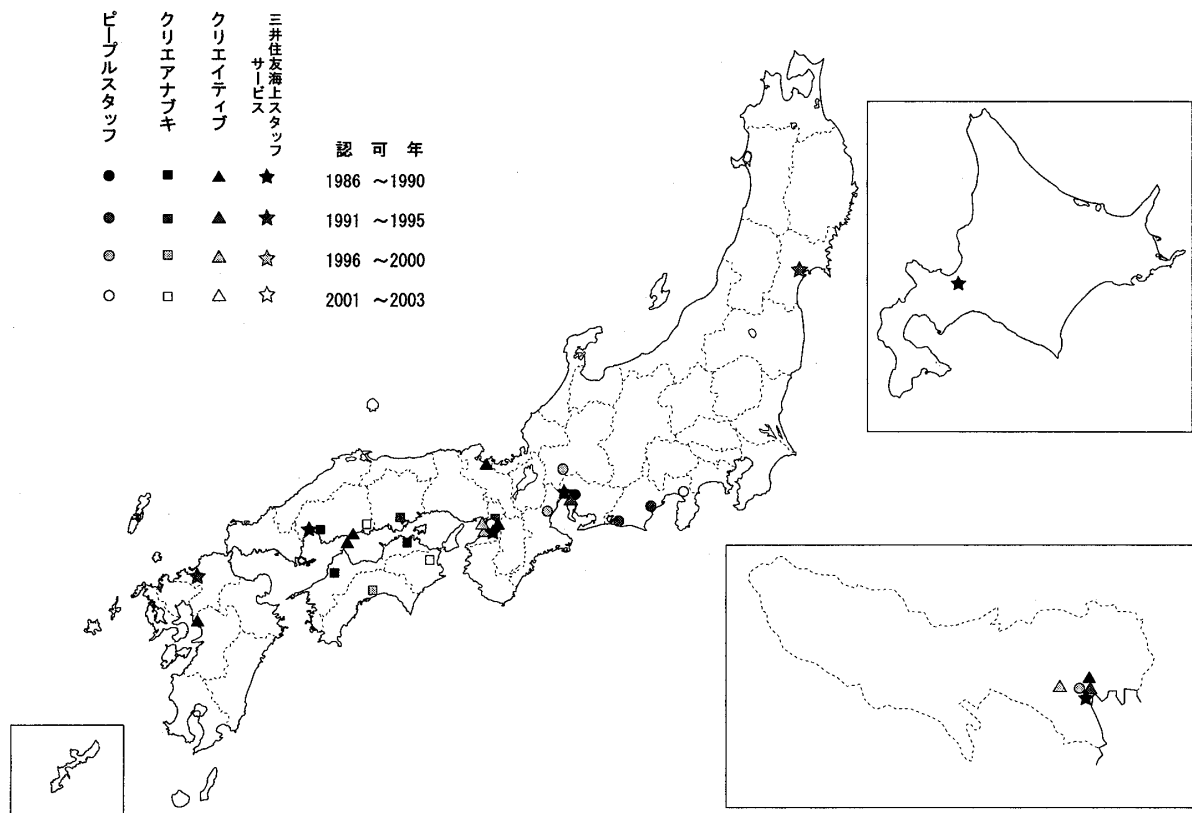


図7 中堅企業4社の事業所立地

資料: ㈱日本人材派遣協会の資料により作成。

な展開に対し、リージョナルな展開を主体としている点に中堅企業の特徴がある。

VI おわりに

本稿においては人材派遣ビジネスの産業的特性を踏まえて、その立地合理性を演繹的に導出し、実際の立地動向の分析と併せることで、当該産業の事業所立地の一般性を明らかにすることを目的とした研究を行った。分析の結果、以下の諸点が明らかとなった。

1) 人材派遣業は規模を追求するビジネスであり、全国の主要都市に事業所を展開する企業が出現している。また、専門的な市場に立脚したビジネスとしても成立し得る。近年は、規模と専門性を同時に追求する総合人材業化を目指す企業が増えている。

2) 人材派遣事業所の立地は、三大都市、なかでも東京特別区への集中が顕著である。これは東京が最大の需要地であることや、専門的な派遣業が成立することが要因となっている。また、（準）広域中心都市への立地も相対的に多く、顧客となる本社・支社等のオフィス立地数に比例した展開がみられる。

3) 都市圏レベルでは、中心都市の都心を指向したものとなることが演繹的に導かれたが、広島市を事例とした分析によっても都心部（オフィス街）への集中が確認された。これは、顧客となる事業所へのアクセシビリティと登録者を集めるための利便性を同時に追求した結果である。

4) 大手企業を対象とした分析では、事業所の立地は三大都市から始まり、（準）広域中心都市、県庁所在地級都市へと都市階層、言い換えれば市場規模に応じて立地が進められたことが明らかとなった。

本稿での考察を通じて、人材派遣業の事業所立地の一般性はある程度明らかにできたものと思われる。しかしながら、人材派遣業の立地を介して成立している労働市場の特性については、ほとんど言及することができなかった。そして、こうした人材労働市場の拡大が、現代日本の労働市場に及ぼす影響や意味についても研究の射程を広げていく必要がある。これらは今後の課題としたい。

本研究は、平成14・15・16年度科学研究費補助金・基盤研究(C)(2)「雇用のリストラクチャリングと人材派遣ビジネスの地域的展開」（課題番号14580089、代表者・友澤和夫）による研究成果の一部である。研究に際して、(有)ビジネスパートナーの田中代表より有意義な御意見を頂戴した。また、(社)日本人材派遣協会からは認可人材派遣事業所についての資料の提供を受けた。ここに記して感謝申し上げます。本稿の内容については2004年7月に開催された経済地理学会西南支部例会（広島大学）で発表した。

注

- 1) 特定労働者派遣事業は、派遣会社が常時雇用している社員を派遣する形態であり、厚生労働大臣への届け出が必要である。一般労働者派遣事業は、登録者を派遣と同時に雇用して派遣する形態であり、事業を始めるに際して厚生労働大臣の許可を得ることが必要である。なお、自社の常用雇用者の派遣を主とする場合でも、登録者の派遣が1名以上あれば、一般労働者派遣事業として認可を受けていなければならない。紹介予定派遣とはtemp・トゥ・パームとも呼ばれ、派遣期間終了後に派遣先と労働者の双方に異存がなければ派遣先による職業紹介が行われるという了解の下に行われる派遣事業である。
- 2) 常用換算とは、常用雇用以外の労働者（登録者）の年間労働時間数の合計を常用雇用労働者の1人当たりの年間総労働時間数で除したものである。なお、過去1年間に派遣労働がなかった登録者は数に含まれない。
- 3) 正式には、「労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律」である。
- 4) 自由化業務については、1年を超えて派遣する際には派遣先事業所の労働者の過半数代表者等に意見聴取する義務がある。物の製造業務は法律の施行後3年を経過するまで、派遣労働者の受入は最長1年とされた。
- 5) 派遣元責任者は、派遣労働者の指導・助言、苦情処理、個人情報管理、派遣先との連絡調整などについて責任をもって当たることが定められている。
- 6) (社)日本人材派遣協会より、人材派遣業事業所の認可年、所在住所が記されたデータの提供を受けた。これには2003年9月までに認可された事業所が掲載されている。
- 7) テンプスタッフ・カメイ（本社；仙台）、テンプスタッフグロウ（高崎）、およびテンプスタッフフォーラム（新潟）がフランチャイズ方式による展開、テンプスタッフファミリエ（長野）とテンプスタッフ福岡（福岡）が100%子会社となっている。
- 8) テンプスタッフ・テクノロジー（主要業務；ITエンジニアの派遣）、テンプスタッフ・クリエイティブ（広告、放送・映像、マスコミ、ゲーム・音楽業界への派遣）、テンプスタッフプラス（夜間・土日の派遣）、テンプスタッフマーケティング（営業・販売職の派遣）、テンプロス（中高年技術者派遣）、テンプスタッフ・ゼムス（医療・介護職の派遣）、テンプスタッフ・フーズター（フードビジネスへの派遣）、グッドジョブ（パートタイム派遣）などがある。
- 9) ニチイ学館、日本医療事務センター、パソナ、アデコの4社である。

文献

- 石丸哲史・友澤和夫 (2003) : わが国における人材派遣業の成長と立地動向. 日本地理学会発表要旨集, 63, 201.
- Atkinson, J. (1985): The changing corporation. Clutterbuck, D. ed.: *New patterns of work*. Gower, Aldershot, Hant, 79-100.

Evolution of the staffing industry in Japan

Kazuo TOMOZAWA and Tetsuji ISHIMARU

The staffing industry has been rapidly growing in Japan during the period of economic recession after the collapse of the 'bubble economy'. Most of companies concentrated their management resources into core activities and their peripheral operations tended to be reduced including contract out to outsider. They have introduced temporal workers instead of permanent employees to cut labor costs and to meet unstable fluctuation of workforce demand. Therefore, the number of temporal workers in Japan reached 2.1million in 2002, which was four times bigger than that of 1990. Deregulation of Worker Dispatch Law also accelerated the growth of labor market for temporal workers as well as the staffing industry.

This paper aimed to clarify the location pattern of the staffing industry in Japan. Following results were obtained.

1) A business model of the staffing industry tends to seek 'scale' because of low profit rate per temporal worker. This type of business sends mostly female office operators to customers. Another model is to dedicate in highly specialized staffing markets, for example IT engineers, designers, announcers, etc.

2) Business offices of the staffing industry have concentrated on the three major metropolitan areas, namely Tokyo, Osaka and Nagoya. Especially Tokyo has so much demand for temporal workers that makes it the largest agglomeration of the industry. Regional centers, typically Sapporo, Sendai, Hiroshima and Fukuoka, also enjoy location of the industry because of their branch office economies.

3) In any metropolitan areas city centers provide best accessibility to customers' offices, so that location of the staffing industry remarkably concentrated on that place.

4) Large staffing companies allocated their business offices according to the hierarchical system of cities. In the initial stage, location of their offices was mostly confined to the three major cities and four regional centers, after that they established branch offices in prefecture capitals.