



日経ビジネスに見る「経済先読み・解説」 134号

経営コンサルタント 栗田 剛志 12.03.26

発行元：m9コンサルティング

<http://www.m9consulting.biz>

このメールマガジンは、今週発売となる日経ビジネスの中から気になった記事を選び、私なりの視点で考えたことについてお伝えするものです。会社での朝礼時のネタ、取引先との会話、同僚との間の話題づくりにお役に立てたらと思い、毎週月曜日に発信いたします。

「日経ビジネス2012年3月26日号 no.1634
『さらばデフレ消耗戦～安けりゃいいが国を滅ぼす』」より

【もしも家賃が半分になったら】

約15年の間に名目GDP(国内総生産)の11%が消失し、地価は半減しました。この大きな原因として「デフレ」があります。

経済が成長するには、適切なペースのインフレが必要です。長引くデフレに危機感を持った日銀は、2月に「当面は1%を目途とする」として事実上のインフレ目標の導入に踏み切りました。この発表を受けて、為替は円安に振れ、株価も上昇しました。脱・デフレは多くの人が望んでいることなのです。

そもそも、デフレはどうして起こるのでしょうか。大きな要因として、

- ①日銀の金融緩和不足
- ②需要と供給の乖離(受給ギャップ)
- ③経済のグローバル化による安価な海外製品の流入
- ④少子高齢化と人口減少による消費減退

などが挙げられます。

この15年の間に日本がどう変わったかを数字で示してみますと、冒頭の名目GDPの減少のほか、平均給与額が12%減、正規雇用者数が13%減、生活保護の受給世帯数が2.2倍、婚姻件数が16%減、企業の廃業率が倍増、経済問題で自殺をした人が倍増など、その傷跡がどれほど深いものかが一目瞭然です。

これらすべての原因がデフレにあるというのは短絡的ですが、今の状況が良いとは決して言えません。今週は、脱・デフレに向けて企業や個人がどの道に進むべきなのかが特集されています。

デフレ下では、低価格品を出さないと売れないとされています。レトルトカレー市場では、1箱100円を切る商品まで出てきました。そこで「ハウス食品」は、スパイスや香りにこだわった一箱238円のレトルトカレーを開発し販売しようとしています。

「安くなければ売れない」という常識を覆そうと、一箱100円前後が当たり前となったユーザーを振り向かせるべく、新たな挑戦に挑んでいます。

デフレ下で躍進した業界勝ち組の「しまむら」も、「安いだけの商品作りをしては、やがて経営が行き詰りかねい」という危機感から、機能性に優れた肌着の開発・販売を始めました。特殊な技術を使った速乾性の高い肌着の価格は780円。これまで一番の売れ筋であった綿100%で2枚580円の肌着と比べて、

ざっと5倍は売れるとのことでした。

新製品を矢継ぎ早に市場に投入することで売上と単価を維持しようと試みてきた化粧品業界も考えを変えています。消費者は賢くなり、新商品だからといって飛びついてはくれません。「資生堂」は、作り込みが不十分な新商品を投入するよりも、消費者テストで合格しない限り商品化しないというルールを徹底しました。

ドラッグストアなどで売られる1000円前後の商品とはっきりとした違いを出さない限り3000円の商品に顧客はついてきません。つや、うるおい、発色がすべて持続するという違いをだすため、何回もテストを行った口紅は、国内市場の週間販売シェアが65%を占めるに至りました。

デフレを脱却するためには、買い手である消費者も意識を変えていかなければなりません。

世の中の閉塞感も、デフレが一因として考えられます。

「給料は減り、日々の節約に疲れながら仕事に追われ、趣味の時間も持てずに将来に不安を抱き続ける」

これでは、消費は低迷するばかりです。

ある調査によると、サラリーマンの昼食代の平均は490円と、ついに500円を割り込んだとのことでした。安価な食事ほど高カロリーとなる傾向がある中で、価格だけを重視した食事は栄養バランスに欠け、中長期的には健康を害するリスクをはらみます。

もし節約のために食費を切り詰めているとしたら、発病して治療したり仕事を休んだりすることによる経済的なロスの方が間違いなく大きくなります。

結婚に対する意識においても、デフレは悪影響を及ぼしています。女性が配偶者を選ぶうえで経済力は重要な条件の一つです。賃金が年々増える状況下であれば、若くても結婚に踏み切ることができました。

それが、賃金に下落圧力がかかるデフレ下では、「収入などで希望する条件を満たしている人」は限られてしまい、男性と女性の受給のミスマッチが生じます。

結婚の条件面において、「自分を幸せにしてくれる人」を探すのではなく、「お互いが幸せにできる人」を探していかなければなりません。

高級品でなくても、個人がワンランク上の消費を心がければ、企業の単価下落に歯止めはかかります。そうすれば、企業収益は安定し、賃金の上昇や雇用の拡大という形で個人に返ってきます。

個人消費の拡大によって名目GDPが伸びれば税収も比例して増加し、社会保障の安定にも結び付きます。

「景気は気だ」というように、企業、個人ともに「安けりゃいい」という意識から脱却することこそ、脱・デフレの第一歩となります。

私が思うデフレの一番の原因は「受給ギャップ」です。需要が不足する中で商品をさばこうとすると、どうしても価格は下落してしまいます。買い手が不足する大きな理由は、お金の余裕がないことです。今の世の中、所得がすぐに上がることは期待できません。コストを切り詰めようとする、それこそデフレ思考に陥ります。

そこでふと思いついたのは、「すべての家賃が半分になったら」です。

給与が変わらなくても、家賃が半分になったら、その分の多くが消費に回るでしょう。受給ギャップが解消する可能性があります。地代家賃が半減することで黒字化する企業が間違いなく増えます。雇用がうまれ、設備投資にもおカネが回ります。

固定資産税は減少しますが、消費税、事業税で十分取り返せるのではないのでしょうか。

不動産業界の方々には大変申し訳ないのですが、個人的には、土地や家賃はもっと下がるのではないかと予想しています。