



日経ビジネスに見る「経済先読み・解説」 170号

経営コンサルタント 栗田 剛志 12.12.10

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12月10日号 no.1670
『富裕層の正体～彼らが消費をやめた理由』」より

【知恵が足りない】

私たちは、新しい商品開発や事業計画を立てるときに「ターゲットは富裕層だ」などよく口にします。ところが、その「富裕層」を明確に認識しているわけではありません。一般的な商品よりも高いけれど、お金に余裕のある富裕層なら買ってくれるだろうなどと決めつけているところがあります。

実際のところ、富裕層の財布の紐は想像以上に固いようです。

総務省などの統計によると、年収1500万円以上の高額所得世帯の名目国内家計消費支出は、2000年の総額20兆円程度から急減しています。デフレによる物価下落の影響もあるのですが、2011年は約12兆円まで下落しています。

全世帯の消費総額が同じ期間で230兆円から240兆円を維持していることを考慮すれば、全体の中でも富裕層の財布の紐が特に締まっていることがわかります。

富裕層の人数が減っているわけではありません。ある調査会社のレポートによると、100万ドル以上の推定資産を有する日本人は、2004年の134万人から2011年には180万人を突破しています。むしろ増えているのです。

今週は、富裕層とはどんな人のことをいい、その富裕層にお金を使わせるにはどうしたらいいかを考えていきます。

ある調査では、富裕層と呼ばれる人たちを職業別に見てみると、1位が中小企業の社長さんたちで33.6%、2位はお医者さんで9.5%、3位は地主さんで7.1%となっています。

我々が単純に想像する著名人や弁護士、上場企業の役員といった職業の人たちは、0.3%から2%程度しかいません。

割合的に最も多い中小企業経営者のお金持ちの典型的な例として、大田区にある製造業のオーナーが取り上げられています。

その会社は、セキュリティ機器の特殊な電子回路を製造しており、ニッチな市場で長年独占状態にあります。原価3万円の製品を推定30万円の卸値で出荷しており、超のつく優良企業でありながら、社屋は木造2階建てで築30年は経過しているみすばらしい外観のままです。

社長さんも、十分な個人資産を持ちながら、努めて地味な暮らしをしています。その理由は、うまみのある市場を世間から隠すこと、取引先からの値引き要請の予防線、そして税務署に痛くもない腹を探られな

いためのカモフラージュです。

実は、こうした人が少なくないのが現実だそうです。平日の昼間、JR大森駅前を歩いているサンダル、ジャンパー姿の中老年には、数百坪の土地と数億円の現金を持つ隠れお金持ちがたくさんいるとのことですよ。

また、企業経営者の多くは多忙です。たとえ資金繰りに困らない優良企業であっても、現場での実務から経営戦略の立案、事業承継の準備までトップがやるべきことはたくさんあります。

ある会社の社長さんは、仕事優先の毎日の結果、「自宅は豪邸ではないし、屋根があって寝られれば十分だと思っている。取引先との付き合いで高級料亭にも行くが、吉野家の方が気が楽だ」と言っています。

また、洋服のブランドにもこだわりはなく、よく着るのはユニクロで、贅沢といえる趣味の一つが海外旅行であるものの、豪華なホテルに泊まることはなく、もっぱらHISのパック商品をよく使うとのことでした。

富裕層に詳しいコンサルティング会社の部長さんは、こう言っています。

「日本人企業家の富裕層の多くは余暇よりも仕事。自社を優れた会社にするための情報収集にはカネと時間を惜しまないが、それ以外のことにはあまり関心がない」

2位のお医者さんも同様のようです。

ある開業医の方はこう言っています。

「まともな医者なら、個人的な消費に回すカネがあれば、医師の確保や医療設備の投資に回したいと皆が思っている」

3位の地主さんは、比較的時間に余裕があるものの、この層が優先するのは、消費よりも先祖代々継承した土地をいかに子孫に受け渡すかについてです。古い家に住みながら建て替えもせず堅実な生活を送る人が多いようです。

また、大地主の中には、消費したくてもできない層もいるようです。期せずして土地を相続したものの、地域で悪い噂が立つことを恐れ、カネを使うに使える人は地方に相当数存在します。

このように、富裕層といっても抱えている事情は様々で、誰もが積極的にお金を使う状況にはないようです。それでも、富裕層が惜しみなくお金を使うジャンルは存在します。

そのうちの1つが「教育や子育て」です。

独自のノウハウを持つ学童保育や習い事、忙しい親に代わって子供をケアするサービスや知的玩具など、富裕層の子育て熱を商機に変えられる分野は少なくありません。

また、人との「絆」を求めるお金持ちが多いようです。

会社のスタッフと親交を深めるためにクルーザーを購入したり、別荘を所有しています。

もうひとつは、「健康」です。

聖路加国際病院が今年の10月から開始した会員制の人間ドッグ機関は、入会金189万円、年会費は63万円と高額ですが、中小企業のオーナーが既に会員になっています。

いかがでしょうか。富裕層の実態は、忙しくてお金を使う暇がなかったり、昼食で食べるものは私と変わらなかったり、変な噂が立つのを恐れてお金を使うに出来ないのが現実のようです。

ただ、消費意欲の低い富裕層でも、「教育や子育て」「絆」「健康」については、その固く締まった財布の紐が緩む可能性があるようです。

景気を良くするために、おカネを持っている人になんとか使ってもらいたいものです。そうさせるための、私たちの知恵が足りないようです。