

お忙しくても、約2分間で読めます

山内公認会計士事務所

ハートフル・ワード (心からの言葉)

TEL 098-868-6895
FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

直近の日本経済では円安はマイナス効果が大きい

酒井 才介 (みずほリサーチ&テクノロジーズ調査部上席主任エコノミスト)

- 過去20年間、これほど急激に資源高と円安が同時進行した局面は見られなかった。内外金利差拡大を受けた円安と資源高が同時に進行し、両者がいずれも輸入物価の上昇要因になることで、日本の交易条件を悪化させている状況だ。筆者の独自試算によれば、円安のメリットは自動車などの一部の業種にとどまり、石油・石炭などの鉱業や食料品、素材系業種を中心に多くの業種では、輸出入取引による為替差損が発生する。
- 一般的な経済学の教科書では、円安は日本経済にプラスの影響をもたらすと説明される。日本銀行も、円安は日本経済全体にとってはプラスの効果だと説明している。しかし、直近の日本経済では円安のメリットは希薄化している。一方で、資源輸入国である日本は、資源や食料品の輸入コスト増によるマイナス影響からは避けられない。
- ガソリンや食料品など、購入頻度の高い品目の値上げが目立つのが今回の物価上昇の特徴であり、低所得者は支出に占める日用品のウェイトが大きいことから、特に打撃が大きい。今回の対策で、低所得者に的を絞った支援、あるいは価格転嫁力の小さい中小企業の資金繰り支援を迅速かつ重点に行うことが重要だろう。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2022年5月21日号)

スーパーマーケット業界の動向

スーパー誕生70年、大転換期に

- 大きな流れで見ると、今はスーパーマーケット業態が成立して初めての転換期にある。理由は人口減少に加え、コンビニエンスストア、ドラッグストアとの競合激化が挙げられる。スーパーの市場規模(15兆円)に対し、コンビニはその8割(12兆円)、ドラッグストアは5割(7兆円)まで近づいた。しかもコンビニの販売額の6割、ドラッグの3割が食品で占められており、業態の垣根は急速に崩れている。
- ネット企業の存在感も増す。17年にアマゾンジャパン(東京・目黒)が、生鮮品を配送する「Amazonフレッシュ」を始めた。暮らしに欠かせない食品の関連市場に多様な企業が参入する。生き残るために大手は規模拡大を迫られている。中堅中小スーパーは独自の価値をつくり上げる必要に迫られている。

(参考:「日経ビジネス」2022年4月18日号)

ワンポイント経営アドバイス

デジタルで競争すれば日本企業も強い

入山 章栄 (早稲田大学大学院教授)

- 日本と米国の企業を比較したときにわかりやすいのが競争の度合いです。米国は競争が激しく、そして競争のルールを作るのもうまいんです。健全な競争の中で負けたらつらいですけど、それがあからこそイノベーションが生まれます。
- 日本企業は、バブル期以降、競争力が弱かったと思うのですが、それは競争をしないから弱いのであって、実は競争すれば強いと思っているんです。とくにデジタルの時代は世界の企業との競争は避けられませんから、デジタルをうまく活用しながら勝っていく会社が日本の地方の中小企業からも出てくると思います。

(参考:「週刊東洋経済」2022年5月14日号)

古典に学ぶ

父の寛宏^{かんこう}の精神の賜物

(解説) 幸いにかかることにもならず、及ばぬうちにも不幸の子にならずに済んだのは、父が私に孝を強わず、寛宏の精神をもって私に臨み、私の思うままの志に向かって、私を進ましめて下された賜物である。

(参考: 渋沢栄一「論語と算盤」: 国書刊行会)