

週刊

企業経営 ウェブマガジン

MAGAZINE

発行

株式会社常陽経営コンサルタンツ

1 ネットジャーナル 要旨

Weeklyエコノミスト・レター 2011年1月21日号

上向く米経済～消費主導も、背景には政策のテコ入れ

経済・金融フラッシュ 2011年1月18日号

地域経済報告(さくらレポート1月)
～景気は各地域とも足踏み状態に

2 経営 TOPICS 抜粋

統計調査資料

月例経済報告(平成 23 年1月)

3 経営情報レポート 要約版

景気回復は続くのか？

2011 年の日本経済予測

4 経営データベース

ジャンル: 営業拡大 サブジャンル: 購買心理

購買心理 - 機能やメリット

購買心理 - スイッチングコスト

上向く米経済

～消費主導も、背景には政策のテコ入れ

要旨

＜米国経済・金融の概況＞

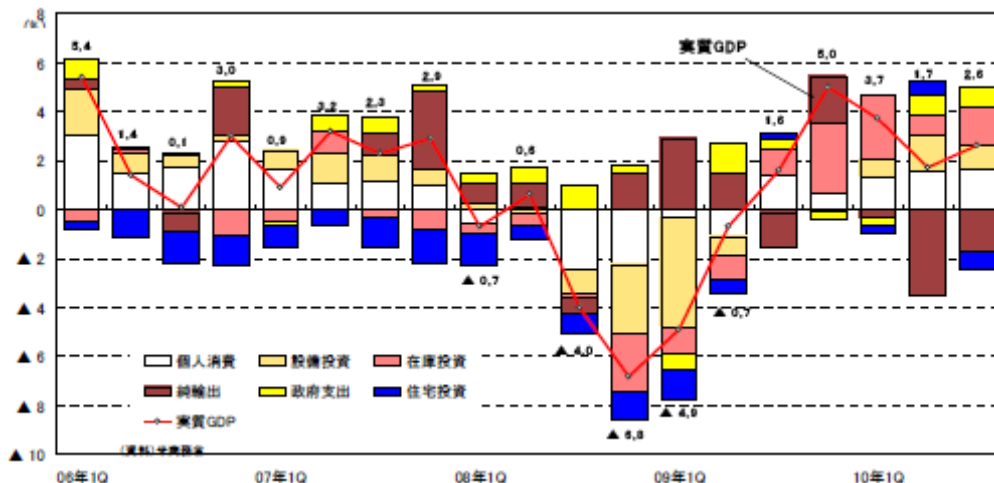
28日発表の10-12月期月期GDP（速報値）は3%台半ばの堅調予想となっている。好調なクリスマスセールや自動車販売増による個人消費の持ち直しが、GDPに寄与する見込みである。

もっとも、緩慢な雇用回復、冷え込みが続く住宅市場等、個人消費を巡る環境はなお多くの課題を抱える。こうした中での回復には、11月FOMCでの量的緩和の再開（QE2）、ブッシュ減税の延長やオバマ政権による景気対策等、政策措置にテコ入れされた面が大きいことは否めない。

景気へのテコ入れに際し、財政・金融とも政策当局が最大のターゲットとしているのは雇用回復の加速にある。インフレ指標が落ち着きを見せる中、QE2による国債買い入れ策持続の可否等、当面の金融政策の動向は雇用回復の状況に左右される局面が続こう。

一方、財政面では、景気対策により膨らんだ財政赤字への対応が注目される。2月中旬には予算教書が提出されるが、共和党が主導権を握った下院議会等との財政赤字削減策を巡る議論が注目されよう。

（図表1）米国実質GDPの推移と寄与度内訳（前期比年率、%）



「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「ネットジャーナル」よりご確認ください。

地域経済報告(さくらレポート1月)

～景気は各地域とも足踏み状態に

要 旨

1 景気判断は9地域中7地域で下方修正

日本銀行が1月17日に公表した「地域経済報告(さくらレポート)」によると、「情報関連財における在庫調整や海外経済の減速等を背景とした輸出の弱まり、一部の耐久消費財における駆け込み需要の反動減」を主因として、全国同様、各地域についても足踏み状態にあることが示された。

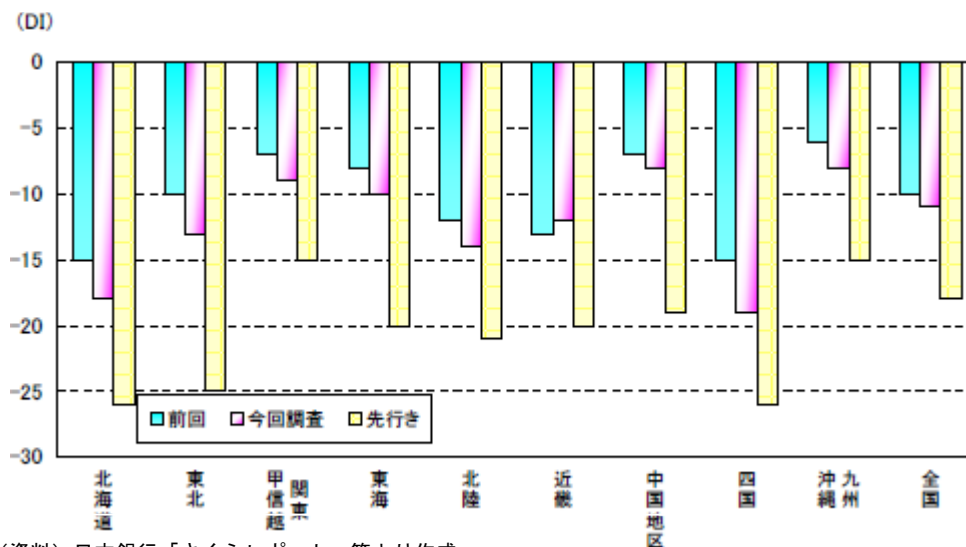
地域ごとの景気判断では、全国9地域のうち、東北、九州・沖縄を除く7地域(北海道、北陸、関東・甲信越、東海、近畿、中国、四国)の基調が下方修正となり、9地域中3地域で下方修正となった前回調査に比べ、景気回復ペースが鈍化している地域が広がった。

2 12月の業況判断DI(全規模・全産業)は近畿を除く8地域でわずかに悪化

さくらレポートと同時に公表された10年12月短観の地域ごとの業況判断DI(全規模・全産業)は、1ポイントの改善となった近畿を除く8地域で悪化した。前回調査(9月)からのDIの変化幅をみると、最も悪化した四国でも悪化幅は▲4ポイントと限定的なものにとどまった。

業種別に地域ごとの業況判断DIをみると、製造業は若干の改善となった近畿(3ポイント)、四国(2ポイント)を除く7地域、非製造業は5ポイントの改善となった北陸を除く8地域でDIが悪化した。製造業(全規模)では特に北陸、北海道の悪化が顕著であり、前回調査から北陸が▲11ポイント、北海道が▲6ポイント(全国:0ポイント)悪化した。

■ 地域別の業況判断DI



月例経済報告

(平成 23 年 1 月)

1 概況

1 我が国経済の基調判断

景気は、足踏み状態にあるが、一部に持ち直しに向けた動きがみられる。ただし、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。

- 輸出は、緩やかに減少している。生産は、下げ止まりの兆しがみられる。
- 企業収益は、改善している。設備投資は、持ち直している。
- 企業の業況判断は、慎重さがみられる。
- 雇用情勢は、依然として厳しいものの、持ち直しの動きがみられる。
- 個人消費は、持ち直しているものの、一部に弱い動きもみられる。
- 物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にある。

先行きについては、当面は弱さが残るとみられるものの、海外経済の改善や各種の政策効果などを背景に、景気が持ち直していくことが期待される。一方、海外景気の下振れ懸念や為替レートの変動などにより、景気がさらに下押しされるリスクが存在する。また、デフレの影響や、雇用情勢の悪化懸念が依然残っていることにも注意が必要である。

2 政策の基本的態度

政府は、「新成長戦略」に基づき、日本経済を本格的な回復軌道に乗せるとともにデフレを最終させるよう政策運営を行う。

現下の厳しい経済情勢や先行き悪化懸念を踏まえ、「円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策」を着実に実施する。12月22日、「平成23年度の経済見通しと経済財政運営の基本的態度」を閣議了解した。12月24日には、「成長と雇用」に重点を置いた平成23年度予算政府案を閣議決定した。

政府は、デフレからの脱却を喫緊の課題と位置づけ、日本銀行と一体となって、強力かつ総合的な政策努力を行う。日本銀行に対しては、引き続き、政府と緊密な情報交換・連携を保ちつつ、適切かつ機動的な金融政策の運営によって経済を下支えするよう期待する。

1 消費・投資などの需要動向

個人消費は、持ち直しているものの、一部に弱い動きもみられる。

個人消費は、持ち直しているものの、一部に弱い動きもみられる。消費者マインドは、おおむね横ばいとなっている。実質雇用者所得は持ち直している。需要側統計（「家計調査」等）と供給側統計（鉱工業出荷指数等）を合成した消費総合指数は、11月は前月に比べ増加した。

個別の指標について、11月の動きをみると、「家計調査」では、実質消費支出は前月から増加した。販売側の統計をみると、小売業販売額は前月から増加した。新車販売台数は、11月に減少した後、12月は増加した。旅行は、国内、海外ともに前年を上回った。外食は、前年を上回った。

先行きについては、当面は家電エコポイント制度変更等の影響が懸念されるものの、雇用・所得環境が安定的に推移するなかで、底堅く推移することが期待される。

設備投資は、持ち直している。

設備投資は、持ち直している。これを需要側統計である「法人企業統計季報」でみると、2010年4－6月期は増加し、2010年7－9月期も増加している。機械設備投資の供給側統計である資本財出荷は、おおむね横ばいとなっている。ソフトウェア投資は、緩やかに減少している。

「日銀短観」によれば、2010年度設備投資計画は大企業製造業、大企業非製造業とともに3年ぶりの増加が見込まれている。また、設備投資の動きに先行性がみられる設備過剰感は、依然残るものの弱まってきている。先行指標をみると、機械受注は、このところ増勢が鈍化している。建築工事費予定額は、持ち直しの動きがみられる。

先行きについては、設備過剰感が依然残るものの、企業収益が改善するなかで、持ち直し傾向が続くことが期待される。

住宅建設は、持ち直している。

住宅建設は、持ち直している。持家、分譲住宅の着工は持ち直している。貸家の着工は弱含んでいる。総戸数は、11月は前月比4.1%増の年率84.7万戸となった。総床面積も、おおむね総戸数と同様の動きをしている。

先行きについては、雇用・所得環境が安定的に推移するなかで、各種の政策効果もあって底堅く推移することが期待される。

公共投資は、総じて低調に推移している。

公共投資は、総じて低調に推移している。

公共投資の関連予算をみると、国の平成22年度補正予算において、約0.7兆円の予算措置を講じたが、補正後の公共投資関係費は前年度を下回っている。また、平成22年度地方財政計画では、投資的経費のうち地方単独事業費について、前年度比15.0%減としている。

2010年12月の公共工事請負金額は前年を下回った。2010年11月の公共工事受注額は前年を上回った。

先行きについては、国、地方の予算状況などを踏まえると、総じて低調に推移していくものと見込まれる。

なお、平成23年度一般会計予算案では、公共事業関係費について前年度比13.8%減（特殊要因を除けば5.1%減）としている。

また、平成23年度地方財政対策では、投資的経費のうち地方単独事業費について、前年度比22.0%程度減（特殊要因を除けば5.0%程度減）としている。

輸出は、緩やかに減少している。輸入は、横ばいとなっている。

貿易・サービス収支の黒字は、横ばいとなっている。

輸出は、緩やかに減少している。地域別にみると、アジア向けの輸出は、緩やかに減少している。アメリカ、EU向けの輸出は、ともに持ち直している。先行きについては、当面は半導体需要の弱さなどから弱めの動きが見込まれるものの、世界景気の緩やかな回復を背景に、再び持ち直していくことが期待される。

輸入は、横ばいとなっている。地域別にみると、アジアからの輸入は、横ばいとなっている。アメリカ、EUからの輸入は、ともに緩やかに減少している。

国際収支をみると、輸出金額、輸入金額がともに横ばいとなっており、貿易収支の黒字幅は横ばいとなっている。また、サービス収支の赤字幅は横ばいとなっている。そのため、貿易・サービス収支の黒字は横ばいとなっている。

2 企業活動と雇用情勢

生産は、下げ止まりの兆しがみられる。

鉱工業生産は、下げ止まりの兆しがみられる。

先行きについては、輸出が緩やかに減少していることなどから、当面は弱めの動きとなる懸念があるものの、世界景気の緩やかな回復などを背景に、再び持ち直していくことが期待される。なお、製造工業予測調査においては、12月、1月ともに増加が見込まれている。

また、第3次産業活動は、持ち直している。

「月例経済報告(平成23年1月)」の全文は、当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。

景気回復は続くのか？ 2011年の日本経済予測

ポイント

- 1 2010年日本経済の総括
.....
- 2 2011年日本経済の見通し
.....
- 3 企業経営の状況と今後の予測
.....

1 2010年日本経済の総括

■ GDPはプラス成長に転じる

2010年12月に発表された政府の「月例経済報告」によると「景気はこのところ足踏み状態となっている。また、失業率が高水準にあるなど厳しい状況にある。」とされています。

また、政府が2010年7月～9月の実質国民総生産（GDP）を前年比プラス1.1%と発表したことを踏まえ、ニッセイ基礎研究所と第一生命経済研究所は、2010年度の実質GDP成長率の見通しを、プラス3.3%と大幅に上方修正しました。

政府は、「先行きについては、当面は弱めの動きがみられるものの、海外経済の改善や各種の政策効果などを背景に、景気が持ち直していくことが期待される。一方、海外景気の下振れ懸念や為替レート・株価の変動などにより、景気が下押しされるリスクが存在する。」としています。

2008年度から2010年度の実質GDP成長率は以下の通りです。

■ 月例経済報告（内閣府）

（単位：%、ポイント）

	2008年度	2009年度	2009年		2010年		
			7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月
実質国内総支出(GDP)	-4.1	-2.4	-0.3	1.4	1.7	0.7	1.1
(前年同期)			-6.3	-1.4	5.9	3.5	5.3
国内需要	-2.9	-2.7	-0.7	0.8	1.1	0.5	1.1
民間需要	-2.7	-3.9	-0.9	0.6	1.2	0.4	1.5
民間最終消費支出	-2.2	0.0	0.2	0.6	0.6	0.3	1.2
民間住宅	-3.6	-18.2	-8.2	-3.4	1.8	-0.8	1.2
民間企業設備	-6.9	-13.6	-2.1	1.5	0.9	2.7	1.3
民間在庫品増加	-0.3	-1.1	-0.5	0.1	0.6	-0.1	-
公的需要	-0.2	1.2	0.2	0.2	-0.1	0.1	-0.1
政府最終消費支出	0.2	3.4	1.2	0.9	-0.3	1.0	0.2
公的固定資本形成	-6.8	14.2	-0.7	0.3	-1.2	-3.0	-1.0
財貨・サービスの純輸出	-1.2	0.3	0.4	0.6	0.6	0.3	-
財貨・サービスの輸出	-10.4	-9.6	9.4	4.9	7.2	5.6	2.5
財貨・サービスの輸入	-4.3	-11.0	5.6	0.7	3.2	4.2	3.0

■ 景気回復局面は続くが予断は許さない

2010年は「景気二番底の年」と懸念されながらのスタートでしたが、結局は前年からの順調な回復が続き、後半になって回復のペースは落ちたものの、景気後退は免れるという展開になりました。

エコカー補助金やエコポイント制度などの政策効果もあって、国内の生産が持ち直したことで

企業収益が上向いたことが大きな要因として考えられます。これにより、企業が設備投資や雇用、賃金に回す原資が生まれつつあります。

雇用、所得環境の好転は個人消費や住宅投資も下支えしています。企業部門改善の恩恵が家計部門にも徐々に波及し、好循環のメカニズムが不完全ながらも動き出した格好となっています。政府は2010年9月の月例経済報告で「引き続き持ち直してきている」との基調判断を据え置きました。2009年4月から続く景気回復局面のすそ野が広がってきたのは間違いのないといえます。

しかし、日本経済の先行きは予断を許しません。輸出数量指数や鉱工業生産指数の動きには一服感が見られ、家計調査でみた個人消費支出は猛暑の影響やエコカー補助金の打ち切り前の駆け込み需要でかさ上げされており、特殊要因を除いた実力はそれほど強くないとみられます。

現時点では「景気回復の動きが完全に途切れる可能性は小さい」との見方が大勢を占めますが、今後は緩慢な回復局面が続く公算が大きいといえます。

■ 個人消費は一進一退

企業の業績改善が緩やかに家計部門に広がり、消費者心理に好転の兆しが見え始めています。低価格志向や底値探してガードを固めて金融危機の荒波をしのいできた家計部門に「節約疲れ」の兆候も出てきました（下図の景況感を示す業況指数の推移を参照）。

一例を挙げると、花王の衣料用柔軟剤「ハミングフレア フレグランス・コレクション」は、店頭実勢価格が600円前後と通常の商品と比較して1.5倍の価格でありながら2010年4～6月の売上高は20%も増加しました。

厳しさ一辺倒であった時期からこのような消費回復につながった背景にあるのは所得環境の改善です。2010年の春から、従業員1人当たりの平均給与総額に持ち直しの動きが広がり、夏のボーナスは3年ぶりに増加に転じました。

しかし、不安要素もあります。エコポイントによる空前の薄型テレビ特需は耐久財の消費を盛り上げ、個人消費に関する指標を押し上げました。また、エコカー補助、子ども手当も景気を刺激するカンフル剤となってきました。このような政府主導の下支え効果がなくなったとき、個人消費の回復が持続するかは不透明であるといえます。

さらなる不安要素は日本の消費市場を支えてきた「中間所得層」の減少です。経済産業省は6月にまとめた産業活動分析のなかで「年収600～1,500万円の中流層はこの10年で2割減少した」と指摘しました。逆に年収300万円以下の層は1.3倍に膨らんでおり、消費市場の構造変化に注目する必要があります。

2 2011 年日本経済の見通し

■ 政府発表による 2011 年の経済見通し

2010 年 12 月 22 日に閣議了解された経済見通しは以下のように発表されました。

平成 23 年度は、世界経済の緩やかな回復が期待される中で、予算、税制等による新成長戦略の本格実施等を通じて、雇用・所得環境の改善が民間需要に波及する動きが徐々に強まることから、景気は持ち直し、経済成長の好循環に向けた動きが進むことが見込まれる。

物価については、0.0%程度になると見込まれる。完全失業率は、雇用者数の増加から低下する。

こうした結果、平成 23 年度の国内総生産の実質成長率は 1.5%程度、名目成長率は 1.0%程度と、それぞれ 2 年連続のプラス成長が見込まれる。

なお、先行きのリスクとして、海外景気の下振れ懸念や為替市場の動向等が挙げられる。

(平成 23 年度の経済見通しと経済財政運営の基本的態度より)

基本的には、「国の経済対策により景気は緩やかな回復を続け、失業率も低下するが、海外景気の下振れや為替相場の変動を警戒しなければならない」と発表されました。

■ GDP 構成要素別の見通し

■ 主要経済指標予測 (平成 23 年度の経済見通しと経済財政運営の基本的態度より)

	平成 21 年度 実績 兆円 (名目)	平成 22 年度 実績見込み 兆円程度 (名目)	平成 23 年度 見通し 兆円程度 (名目)	対前年度比(増減率)			
				平成 22 年度		平成 23 年度	
				%程度 (名目)	%程度 (実質)	%程度 (名目)	%程度 (実質)
国内総生産	474.0	479.2	483.8	1.1	3.1	1.0	1.5
民間最終消費支出	280.7	281.7	282.2	0.4	1.5	0.2	0.6
民間住宅	12.9	13.0	13.8	0.7	0.1	5.8	5.4
民間企業設備	63.7	66.4	69.2	4.2	4.9	4.2	4.2
民間在庫品増加 ()内は寄与度	-3.6	-3.2	-2.5	(0.1)	(0.2)	(0.1)	(0.1)
財貨・サービスの輸出	64.2	73.4	77.3	14.3	18.7	5.2	6.2
(控除)財貨・サービスの輸入	60.2	68.3	71.4	13.5	10.5	4.6	3.5
内需寄与度				0.8	1.9	0.8	1.0
民需寄与度				0.9	1.9	1.0	1.2
公需寄与度				-0.0	0.0	-0.2	-0.2
外需寄与度				0.2	1.2	0.2	0.5
労働・雇用	万人	万人程度	万人程度	%程度		%程度	
労働力人口	6,608	6,588	6,593	-0.3		0.1	
就業者総数	6,265	6,258	6,285	-0.1		0.4	
雇用者総数	5,457	5,466	5,503	0.2		0.7	
完全失業率(%)	5.2	5.0	4.7				

※実 質：物価の変動による影響を取り除き、その年に生産された財の本当の価値を算出したもの。

※名 目：物価の変動による影響を取り除かないで算出したもの。

※寄与度：(統計値)の構成要素の増減が、全体の伸び率を何ポイント(%表示)押し上げ(押し下げ)ているかを示すもので、各寄与度の合計が全体の伸び率と一致。

3 企業経営の状況と今後の予測

■ 企業業績の推移

企業業績について見てみると、経常利益は世界的な経済危機に見舞われた 2008 年度の 10～12 月期以降に減益幅が一気に拡大し、2009 年 7～9 月期では、前年同期比マイナス 32.4%（全産業）と大幅な落ち込みとなりました。しかし 2010 年に入り、売上高、経常利益ともに大幅に回復し、4～6 月期の経常利益は前年同期比プラス 83.4%（全産業）、7～9 月期には同プラス 54.1%（全産業）となっています。とくに製造業の伸びが著しく、同プラス 209.0%となっています。

■ 売上高の推移（法人企業統計調査 2010 年 12 月発表）

（単位：億円、増加率：前年同期比）

区 分	2009 年				2010 年					
	7～9	増加率	10～12	増加率	1～3	増加率	4～6	増加率	7～9	増加率
全産業	3,167,829	-15.7	3,351,782	-3.1	3,441,331	10.6	3,579,121	20.3	3,372,751	6.5
製造業	929,483	-21.2	998,741	-4.9	1,001,787	19.1	1,041,594	25.9	1,043,211	12.2
非製造業	2,238,346	-13.1	2,353,041	-2.4	2,439,544	7.5	2,537,528	18.1	2,329,541	4.1
資本金別										
10 億円以上	1,304,670	-21.6	1,347,576	-7.6	1,402,366	9.8	1,298,948	9.1	1,379,252	5.7
1 億円～ 10 億円	561,874	-10.3	586,549	-0.2	591,375	10.2	536,877	7.6	573,639	2.1
1,000 万円～ 1 億円	1,301,285	-11.3	1,417,656	0.3	1,447,590	11.6	1,743,295	35.6	1,419,861	9.1

■ 経常利益の推移（法人企業統計調査 2010 年 12 月発表）

（単位：億円、増加率：前年同期比）

区 分	2009 年				2010 年					
	7～9	増加率	10～12	増加率	1～3	増加率	4～6	増加率	7～9	増加率
全産業	69,745	-32.4	103,763	102.2	112,565	163.8	132,745	83.4	107,493	54.1
製造業	12,632	-69.3	38,360	864.7	44,018	-	45,767	553.0	39,035	209.0
非製造業	57,114	-7.8	65,403	38.1	68,547	5.2	86,978	33.1	68,458	19.9
資本金別										
10 億円以上	34,981	-44.1	51,550	189.1	53,987	360.1	75,012	79.5	62,305	78.1
1 億円～ 10 億円	12,564	-15.3	17,659	46.9	20,544	138.0	14,700	84.1	17,628	40.3
1,000 万円～ 1 億円	22,201	-13.6	34,554	61.0	38,034	70.5	43,033	90.4	27,560	24.1

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。



購買心理 — 機能やメリット

新しい商品をお客様に案内するためのセールス話法を作ろうと考えています。留意点はどのようなことですか。また、カタログの製品紹介にも活用したいと考えているのですが。



お客様にぶっつけ本番で営業してもうまくいきません。事前にセールス話法を作るとは非常に重要な作業です。

購買心理の観点から考えて見ましょう。お客様が欲しいものは何か考える必要があります。それは、お客様が本当に欲しいのは「製品・商品」そのものではなく、その「製品・商品」からもたらされる機能やメリット・優越感・便利さ等にお金を払おうとするのです。

ある人が日曜大工に使用するドリルが欲しくて、ホームセンターに買いに行きました。しかし、本当に欲しいのは、ドリルではなく穴が欲しいのです。何故、生命保険に入るのでしょうか？保険が欲しいわけではなく、万一の場合の保証や安心、家族への責任が欲しいのです。満期時のリターンや保証内容を説明することは大切です、しかし、お客様の家族や子供の将来の話をしたほうが、感情的な買う気は高まります。お客様の立場になって、何をメリットとして訴えれば買う気が向上するか考えてみましょう。

購買は価格と利益・メリットの力学なのです。ただし、2点ほど注意が必要です。

1つ目は、我々は自分が扱っている商品やサービスが最高であると信じています。もちろん、この気持ちは大切ですが、その最高の商品がどう役立つかは人それぞれ違うのです。商品やサービスを説明する前に、購入基準を事前に聞き出さないとなりません。

2つ目は、売れない営業マンほどその商品やサービスから得られる様々な特徴を説明しがります。人間はものを購入する際ただ一つのメリット・利益に惚れ込むということです。

様々なメリットを訴えたいのはわかりますが、お客様を混乱させるだけなのです。セールストークを作る際は、お客様のメリット、利益を前面に出した話法が効果的です。商品の性能、コストだけではお客様の買う気は向上しません。カタログも同じように考えてください。いくつか考えられるメリット・利益を考え、それに対応したトークを作るとよいでしょう。

経営データベース ②

ジャンル: 営業拡大 > サブジャンル: 購買心理



購買心理 — スイッチングコスト

新商品を扱うことになりました。既存商品から新商品へ買い替え需要を喚起する際のポイントを教えてください。



お客様に買い替えを提案するには、スイッチングコストを十分考慮しなければなりません。

■スイッチングコスト

買い換えや商品の切り替えの時に支払う全てのコストで、お客様は全てこのバランスで判断します。

下の表を見てみてください。パソコンを例にご紹介しましょう。

ウィンドウズからマックへ買い換えるとマウスの操作が異なります。慣れるのに時間がかかります。買い替えの際スイッチングコストが高いといえます。新しい操作方法になれるまで時間がかかるからです。

しかし、少々手間取っても格段に処理スピードが上がれば話は別です。また、今まで活用していたソフトや作成したコンテンツが、全く使えなくなるとスイッチングコストは高くなります。反対に活用出来ると低くなります。ブランドに対する信頼性は、全く知らないメーカーのものは使いにくいのが人の常です。また、投資金額が大きすぎるのもスイッチングコストが高いといえましょう。

スイッチングコストは、低ければ低いほど購買動機は高まります。お客様は図のように利益・メリットとスイッチングコストの力学で購買を判断すると考えればよいわけです。したがって、お客様に新規商品を提案する際は、買い替えのスイッチングコストを低くすることが必要です。

低い ← スイッチングコスト → 高い	
<ul style="list-style-type: none">● 使い慣れている● 現状機能のまま● 既存設備の活用・一部改良● ブランドに対する信頼性● 投資額が少ない	<ul style="list-style-type: none">● 新しいためまごつく● 「もっとこうであれば」が実現● 全部取り替え● 新規メーカーに対する不安● 投資額が大きい