

人手不足にみる「ギャップ」

先日、ある小売りチェーンの人から聞いた話だ。新規出店を検討して建物の建設費用の見積もりを取ったところ、想定に近い価格が提示されたという。結局、出店は断念したそうだ。地域によって違いはあるだろうが、資材の価格高騰や建設労働者の不足、人件費のアップで、出店費用が膨れ上がっている店舗は多いはずだ。人手不足は建設工事の現場の人材だけではなく、小売業や外食産業などにとつては、店舗の人材確保が深刻な問題になりつつある。



伊藤元重の

エコノウオッチ

現場で聞くと、マクロ経済とのギャップを感じる。マクロ経済については、物価や賃金の上昇のスピードが鈍く、なかなかデフレ脱却宣言ができないと言われていることが多い。人件費や資材費の高騰などで苦しんでいる現場の姿とはだいぶ違うように見える。

しかし、物価と賃金以外の経済データをみると、デフレの時代とは経済環境が様変わりしているのがよく分かる。例えば、2012年ごろには0.9を切っていた有効求人倍率は、今や1.6を超える高さを、物価や賃金以外では、デフレ

デフレ呪縛脱却へ努力を

的な経済環境とは到底言えない状況にある。

妙な言い方になってしまふが、デフレの呪縛から逃れられないのは、経済というよりは、個別企業なのだ。企業が賃金や価格を上げられないので、結果的に物価や賃金が十分に上がらないマクロ経済の状況が続いている。

感じるギャップの原因がある。少子高齢化で生産年齢人口が減少を続けるのも、人手不足に拍車をかけるだろう。人手不足に直面した企業が取れる対応策は何か。当面は限られた人材の中で必死にやりくりすることになるだろう。資材高騰も同じで、その費用増を他の費用削減でカバーする、さもなければ利益率を削ってビジネスを続けるのだろう。

か、今いる人からも逃げられてしまう。

結局、賃金を大幅に上げられるか、それを可能にするような付加価値や生産性を高めるビジネスモデルに転換できるかが問われる。付加価値を高めるためには、顧客が納得するようには、価格引き上げを実行できるか否かが最大の鍵となる。数年前、ある経営者から「価格をどう引き上げるのか、最大の課題だ」との話聞いたことがある。むしろ「価格と賃金をどう上げるのか」が日本の企業の大きな課題で、それは日本経済全体にも重要な意味を持つものである。

(学習院大学国際社会科学部教授)

*この記事・写真は日本経済新聞社の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。