2007年1月

街角景気の感じ方

山 本 利 久

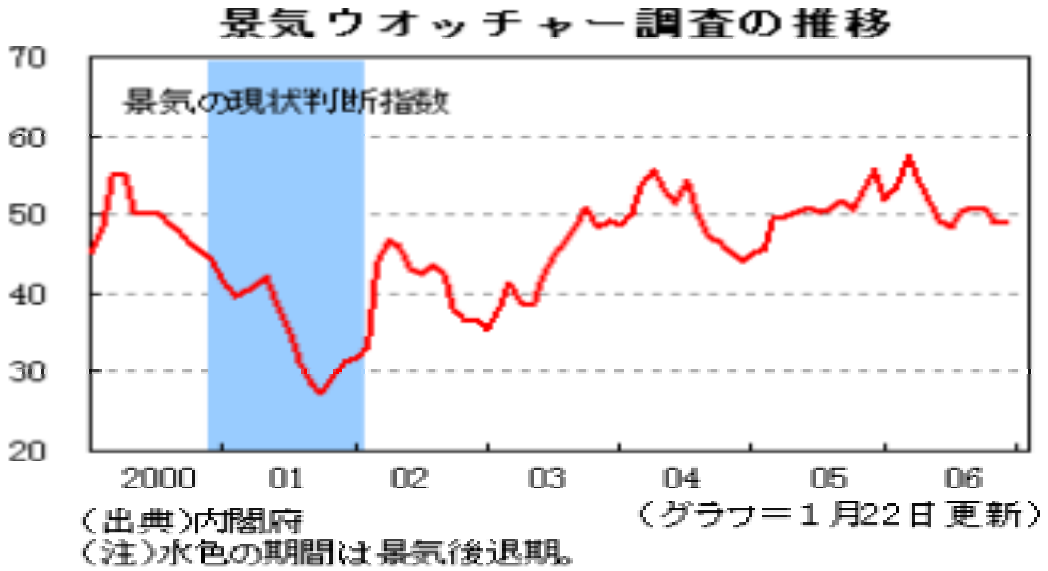
前回の日銀政策決定会合(1月 17－18 の両日)は内外から注目されていたが、懸案の金利引上げは 6 対 3 の多数決で見送りとなった。利上げ賛成は 3 名の民間出身審議委員で、総裁と1人の副総裁、それに1人の審議委員は中立、3 名の利上げ慎重派は政府寄りの立場を取ると見られる人達であった。異常な低金利に不満を募らせながら、預金収入増に期待をかける生活者の落胆は大きなものであったと思われる。夏の参院選に備え、安倍政権の成長路線政策との兼ね合いで、金融政策決定会合に政治的圧力が加えられたのではとの憶測さえ出る状況であった。

国内のエコノミストなど専門家の見解は総じてこの決定を容認する構えだ。一方海外の反響は必ずしも芳しくない。特に日銀のスタンス(市場との対話、説明責任、一貫性のある状況判断、中立性など)に関して苦言を呈する論調が多かったように思う。

議論の焦点は言うまでもなく、現在の景気動向をどう読むかである。日本経済新聞(1 月 16 日)は利上げ判断のポイントとして、景気･物価、市場の動き、政府との関係を挙げている。表面上現行の景気拡大は、戦後最長だった「いざなぎ景気」(1965－70 年の 4 年 9 ヶ月)を凌ぐ最長不倒距離を更新している。ところが国民の多くはその実感を共有するに至っていない。景気の業界間、企業間、地域間、個人間格差の拡大傾向もその原因の一つであろう。全体的な状況判断は容易ではない。更に官･民の各種調査･研究機関の見解、統計資料上のデータ、トレンドなどの解釈も当然一様ではない。

内閣府が毎月、景気ウォッチャー調査を発表しているが、これもその一つである。1 月 12 日に発表された昨年 12 月の調査によると、街角の景況感を示す現状判断指数は前月と同じ 48.9 だった。景気の良い悪いの境となる 50 を 2 ヶ月連続で下回り、2－3 ヶ月先を読む先行指数も低かった。政府は「個人消費が横ばいだったことが主因」と分析。「消費は底堅い」と見る日銀と景気認識に食い違いがある(出所：NIKKEINET)。

街角景気はタクシー運転手ら景気を肌で感じやすい 2000 人が調査対象で、今回は昨年末時点の判断を聞いた。年明けの経済指標のうち、いち早く年末商戦の結果が分かる、と市場の関心を集めていた(同上)。



これは私の現役時代に、銀行出身の会長から聞いた話だ。その方は銀行マンであった時と同様、土曜日の午後(当時はまだ土曜日は午前中出勤した)は、決まって百貨店に行き、屋上から地下までこまめに店内を見て回るそうだ。人気の品物が置いてあるセクションや売れ筋のある売り場は常に人が大勢集まっているので、それを見て今はどんな商品に人気があるのか、その商品を作るメーカーは業績も良かろう、と足を使って売場を見ながら、景気動向を読むそうである。また階段を使いデパート中をゆっくり歩くので大変健康にも良いと話してくれた。

もう 10 年以上前になるが、私が現役を退く辺りから、IT革命が本格化して、家電量販店にそれまでのワープロ、電卓等に代わって、各種、多様なパソコン、プリンターを中心とした商品が並び人気を独占するようになった。それに関連するパソコン･ソフト、書籍(案内書、説明書、ソフト関連など)なども売り場で大きなシェアーを占める。

当時こうした商品や書籍などに私も多少の関心を持っていたが、必要な知識、技術、体験に乏しく、とても使いこなすまでに至らず、どの本を読んでよいのかさえ分からない状況にあった。そしていつの間にか IT 関連の書籍の多くは、一般の本屋の書棚から、家電量販店などの専門店の書棚に移行してしまった。

時をほぼ同じくして、都心や郊外に大型のホーム･センターが開設、人気を博し出した。その品揃えは実に多様で、中にはいろいろな職業の専門家(職人)までが購入に訪れている。ここでも普段見かけないような商品や工具、器具、それに各種素材が揃っている。とても素人には分からないものや、多様なサイズの商品が並んでいる。

こうして、かつてはデパートに行けば、ほとんどの商品が揃い、それら商品を理解できたが、IT 革命の進展や生活スタイルの変化と共に、今では完全に大型専門店の

出現で、デパートの取扱商品や役割も変わってしまった。その結果、経済指標としてのデパートの地位も変わり、消費動向を見るには、どうしてもスーパー、コンビニ、外食チエンなどの売上げ動向も注目しなければならない。先輩が街角景気判断の一つとして活用した百貨店回りも、こうした状況の変化と共に、それだけでは十分なものではなくなってしまった。

専門店も今や或る程度の知識、体験、情報武装がないと、訪れても景気動向の判断に活用することは出来ない。技術革新が進む中、商品のライフサイクルが年々短縮化の傾向にあり、相次ぐ新製品の登場は、少し目を離すと、途端にフォローが困難になる。現代社会は個々人が行う街角の景気判断を容易ならざるものにしてしまった。