

日経MJ 2015年12月9日付

恒常的な人手不足への対応

人手不足は小売業や外食産業の現場にどのような影響を及ぼしているのか。気になることなので、経営者の方に機会あることにお聞きすることにした。あるスーパーの経営者は、都内の山手線沿線近くの店では1500円の時給でも人を集めるのが難しいと言っていた。埼玉や千葉の郊外の店なら、まだ900円の時給で人が集められるが、状況は今後厳しくなっていくと見られる。地方都市で大型ショッピングモールが新店するある地域の方の話によると、大量のパートやアルバイトの募集がかかっている。地域のパートの時給は一気に150円も上がってしまったという。現場では大変なことが起きているようだ。有効求人



伊藤元重の エコノウオッチ

倍率は23年ぶりの高きで、バブルの時代の水準に近づいている。高知率のように慢性的に有効求人倍率が1を切っていたような地域でも、ついに1になったと地元の人々が騒いでいた。こうした動きは一時的なものではない。2020年までに日本の労働供給量はおよそ6%程度縮小すると予想されている。匠作、1%縮小していく計算となる。いま現場で起きていることは、今後ますます広がっていくと考えるべきだろう。そうした中で安倍内閣は賃金を年率で3%程度上昇させていくことを目標として打ち出した。最低賃金の大幅引き上げも明言している。経営者の立場から見ればうれしい話ではないかも知れないが、日本経済の本

付加価値型ビジネスへの転換を

格的な回復には必要なことだ。今後、物価は上昇を始めることが予想されている。賃金も3%程度上昇していかないかきり、労働者の取り分は減少してしまっからだ。経営者は、時代が大きな転換点に来ていることをあらためて認識する必要がある。脱デフレの時代のビジネスモデルは、これまでとは根本的に違ったものとなるはずだ。デフレの時代は、価格破壊がビジネスの成功の秘訣であった。安い労働力を使いこなすことで、事業を拡大することができた。そうした時代はもう終わった。

資金はこれから恒常的に上昇していくだろう。企業は価格の引き下げで売り上げを伸ばすのではなく、付加価値を高めて、価格を上げても売り上げが下らないビジネスモデルを構築する必要がある。あるいは、売り上げが下がっても、利益は確保するというビジネスモデルもあるのかもしれない。流通業は変化対応業とも言われる。社会の大きな変化に対応できたところが伸び、できないところは淘汰される。この原則が特に強く働く業界である。いま起きている脱デフレの動きは、メガトン級の構造変化である。けっして一時的な変化ではない。それへの対応は、たんに価格を上げるという簡単なものではないはずだ。恒常的に上昇していく人件費と人手不足の中で、どうやってサービスの質を確保するのか。値上げを顧客に認めてもらえるような付加価値が提供できるのか。こうした視点からビジネスモデルを総点検する必要があります。

(東京大学大学院 経済学研究科教授)