

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 415

平成19年4月16日(月曜日)

社 外 重 役

Selected Clients & Professionals Relationship

発行)株式会社ノースアイランド
 東京本社)東京都千代田区丸の内3-2-3 富士ビル5F
 Tel.03-3216-2004 Fax.03-3216-0439
 大阪支社)大阪市北区堂島2-1-31 ORIX堂島ビル5F
 Tel.06-4799-2004 Fax.06-4799-0539

マーケティング

今、中価格品が市場注目の的！
 高額・低額の二極化に切り込む

昨今の景気回復を受けて、低価格品と高級ブランド品というこれまでの消費の大勢に変化が起きている。高・低額品に分かれていた市場の二極化が薄れつつあるのは、中価格帯商品が消費者の支持を受け始めているからだ。化粧品、バッグなどの装身具、時計、食品、飲料、住宅等、多くの市場でこの現象が見られる。

野村総合研究所の調査(06年)によると、「製品にこだわりはなく、安ければよい」との回答割合が2000年には40%あったが、06年には32%へと低下した。「自分が気に入った付加価値には対価を払う」こだわり派は13%から19%へと上昇した。同総研は、景気回復で価格と質に見合った商品を求める傾向が強まり、こだわりの商品なら出費増も容認すると分析。それが中価格帯商品を受け入れることにつながったのだろう。

中価格帯商品の例を挙げると、化粧品では、4000-1000円帯のマスカラに2000円台の商品を投入して好評を得ている。レトルトカレーも200円台の中価格帯商品を強化している。また回転寿司店でも210円台の商品を設け、客単価を上げている。プレハブ住宅数社は高級住宅と普及型の間に坪単価30~40万円台の中価格帯商品を販売した。

市場が成熟期を迎え、メーカー側は高価格品の市場の限界性、低価格品の客単価減少という閉塞感から脱したい。総じて中価格品は品質を保ち、付加価値をつけて、もう一つの主力品に近づくブランドイメージ確立を急いでいる。

税務会計

「国の借金」832兆円で過去最大
 成人1人あたり約652万円の借金

財務省が発表した2006年12月末時点での国債や借入金などを合計した「国の借金」は832兆2631億円となり、昨年9月末時点から4兆3465億円増加して過去最悪の数字を更新した。1年前の2005年12月末時点からは19兆801億円も増えている。

一方、地方が抱える債務残高は昨年3月末時点で約201兆円あり、国と地方を合わせた借金は重複分34兆円を差し引くと、かろうじて1兆円を下回る状況だ。

この「国の借金」832兆2631億円は、2007年度一般会計予算案の歳出総額82兆9088億円の10倍、同年度税収見込み額53兆4670億円の15.6倍である。年収500万円のサラリーマンが7800万円の借金を抱えていることになる。

わが国の3月1日時点での総人口1億2772万人(総務省統計、概算値)で割ると、国民1人あたり約652万円の借金となる勘定。これは赤ちゃんや子ども、ご老人など未就業者を含めての数字である。

財務省によると、3月末時点の国の借金は843兆円に上昇する見通し。一方、地方の債務残高は、前年度末に比べ約2兆円減の約199兆円と4年ぶりに200兆円を下回る見込み。これらを合わせると1042兆円だが、重複分の34兆円を差し引くと1008兆円と、初の1千兆円台となる。2007年度の国債発行額は3年連続減額で、過去最大の4.5兆円減となるが、それでも25兆4320億円を新規発行する予定だ。財政再建の道のりはまだ遠い。

今週のキーワード

中価格帯商品

中価格品は高品質で実価格より高価なイメージを与えるものが、消費者の購入動機となる。高額ブランド品はすでにあるが、「もう一つ」のブランド品となりうるのが中価格品で、差別化戦略とコストダウンを両立させるのが成否のカギ。若者向けバッグは代理店抜きでベッカム夫妻を広告に起用、廉価品は海外、高額品は国内生産と分けた。サーファー向け時計は「服のように着替える」と2コ目のブランドを強調。擬似高額品でなく、独立ブランドで競合しないとされる。