

HP「国際物流トピック 山縣敏憲が熱く語る」第三話 。6月11日以降HPに掲載

### (第三話) 低価格戦線異常あり

今回は国内物流のお話をしましょう。

日本国内も不景気風が吹き荒ぶ真っ只中ですが、ウハウハまでは行かなくても、ちゃんと儲かっている企業も有るのです。

残業カット、赤字転落、収益減、賃金低下…これらが購買力の源である我々の収入を減らす原因となっておりますが、収入が減るとか、将来の収入増が期待できないとなれば、庶民が行なうのが生活防衛でしょう。

それならと生産側はより安いコストを求めて中国やアジアへ更なる進出も行なっています。そしてコスト競争力を付けた商品の創造により、低価格戦略に挑むのであります。日本政府はエコ車やエコ家電に補助金を与えて、販売のサポートまで開始しました。それほどこの業界が低迷しているからです。

さて、こんな不景気風の中でも、前年同月と変化なし…とか、前年を上回る利益確保などという企業があるのです。売れない物と売れる物の差は何か、不景気風の中では低価格必需品は堅調なのです。寒かったら何か着ないと風邪を引きます。腹が減ったら何か食わないと餓死してしまいます。贅沢は言いません、寒さを凌げる服なら価格が安いものほど良い、腹が膨れるなら値段が安いものほど良いとなるわけです。この低価格品、デパートには並んでいません。何処に並んでいるのかと言えば、貴方のパソコンのモニターの中にお店が並んでいるのです。そう、楽天市場などを初めとする通販の世界なのであります。(もちろん数十万円という高価格商品もありますが)

一つの例を申し上げますが、500ml.のペットボトルはコンビニや自販機で150円前後ですね。大手のスーパーの特売で98円というのもあります。しかし、私の嫁さんがネットで見つけては買う最安値は、何と38円なのです。(普通は65円ぐらいで買っているようですが…)

清涼飲料水、紅茶、日本茶、ただの水、炭酸水とバラエティーにも富んでおります。輸入品も存在します。

何故こんな低価格ができるのかというカラクリですが、次の新製品の前に在庫を無くしたいとか、賞味期限切れが直ぐなので完売しちゃいたいということかと思えます。

嫁が「貴方、佐川急便のお兄ちゃんが大変かなあ〜」と危惧していましたが、運ぶのは佐川急便のお仕事ですから何度でもどうぞと言ってやりました。そう、通販の個数は落ちていないどころか、増加傾向にあるのです。賢く買う人が増える不景気こそが、通販の強みなのかも知れません。