



## 景気後退の流れ・・・企業は工夫を凝らして投資を！

### 【統計で見る日本経済; 相次ぐ上方修正・下方修正】

今月は各種統計で予想の修正が目立ちました。主なところでは、景気の現状を示す景気動向指数(一致指数)が下方修正され、「足元弱含み」→「一進一退に推移」という判断になりました。予想を上回る・下回る数字が出てくることが多いようで、日本全体が混乱しているように見えます。でも、修正結果を見ると「やっぱり・・・」という感想でしょうか。国民は、いち早く肌で景気後退を感じ取っていると言えるでしょう。

### 【最近の統計データから;なぜ雇用情勢だけが上向きなのか?】

厚生労働省が毎月発表する「毎月勤労統計」によると3月の現金給与は前年同月比 1.2%伸びて、3か月連続の増加となりました。背景にフルタイム社員数が 2%を超える高い伸びであることがあるようです。物価高・消費支出の低下と企業にとっては悪材料が多い中、なぜ雇用だけが上向きなのでしょう? パートタイム労働法に後押しされた正社員化の裏側には「人材不足」に対する危惧があると言われています。企業は1つの投資として人材の囲みこみを行っているのでしょう。「設備投資を控えて、人材へ投資」これが功を奏するか、長期的に注目したいところです。

### 【統計カレンダー(5月)】

- 9日 内閣府;景気動向調査(3月分)
- 16日 内閣府;GDP統計(2008年1-3月速報値)
- 28日 経済産業省;個人企業経済調査

### 【リサーチに関わる動き;個人情報保護法、運営指針の改正へ】

内閣府の国民生活審議会(福田首相の諮問機関)は個人情報保護法の運用指針改正の最終案をまとめました。法改正を伴うものではありませんが「販売促進方法」を再考しなければならない制限が増えそうです。

それは「企業がダイレクトメール(DM)を無原則に大量発送することを事実上制限する」というもの。

事業者が個人情報保護を推進する上での考え方や方針を策定・公表し、本人からの求めに進んで応じていかなければなりません。求めがあれば、DM発送を停止するなど、自主的に利用停止等を行わなければなりません。結果、消費者にとって面倒な「拒否」の意思表示をされることなくDMは送付され続け、未開封で捨てられる情報が増えそうです。

企業としては、「この会社は迷惑だ」という観念を植え付けないように、ターゲットを絞り、一目で分かりやすくDMを作成することが求められるでしょう。そして、届けられる消費者にも継続・拒否の選択をはっきりしてもらうため、返信用はがきに工夫(例えば、拒否の人には思いっきり文句を書いてもらえる欄を設ける!)を凝らしてはどうでしょうか? 販売促進活動が窮屈になりますが、不必要なDMを送付しないという経費削減効果は期待できそうです。

### 【雑感】

統計を追いかけていると「〇か月連続で・・・」という表現が多くありました。このままずるずる景気は後退してしまうのでしょうか。そんな中、投資するもの、削減するものの吟味が始まっているように見えました。