

2021/11/1

(うときゅういっきの「これから」 頭の痛い日々 その3) 書庫版



ネットというのは火のない処に煙がモクモク立つ様な怖い処がある反面、反応を直ぐに得られるメリットもある様です。

昨日、商品価格が上がりそこで働く人の給与も上が(げ)る「良いインフレ」のお話をし、現状我が国はどうも商品価格面でも給与面でもそうになっていない事を暗に匂わせる記事を書いたのですが早速ある方から反応を頂戴しました。

その方に迷惑が掛かるといけないので「自分はこう受け取った」という書き方をします。

「お客様との約束事なので守らなくてはならないとの事ですが、お客様との約束は「商品価格に」なのでしょうか？それとも「商品やサービスの質に」なのでしょうか？自分は後者だと考えております」

とのご意見でした。

その方は外国に在住の同業の方で、その国のスーパー等には定価というものがなく仕入れ価格連動で商品価格は日々変動すると書いてありました。そしてそれに対して今では余り違和感を覚えなくなっていると。

恐らく大半の国はそうなのだと思います。

しかし我が国ではまずは「商品価格」

メディアも

「諸物価が上がる中、従来価格を死守する「庶民の味方」なお店紹介」

等、商品価格を上げない事にスポットを当てた記事を掲載する傾向が顕著です。

しかし此処には価格を維持した商品の「内容量の変化」や「素材品質レベルの変化」に関するマルチな視点が何処にも載っていません。

この様に何が何でも価格維持に走ると

「価格は同じだが量が減っている」

とか

「価格は同じだが品質が落ちている」

事が陰で起こり易くなります。

別名「外面合わせ」が。

その結果

「あれだけお金を出したのに中身はこんなもの？」

という裏切られた感を抱く方も出てくるのではないかなと。

冒頭の方はそれを言いたかったのだと解釈致しました。

それで、もし当店で値上げをするなら未だ生煮え表現ですが

「量をごまかさない。味を落とさない。

その為に同じ量と同じ食材を維持します。

お客様をがっかりさせない為に、食材の値上がり分は正味分に限って上げさせて戴きたいと存じます」

と。

他にも価格維持のみを自己目的化してしまうと上記の量質問題の他にそこで働く従業員の給与に必ず不条理なしわ寄せが起こる事になります。生産者（従業員）の給与が減れば消費者でもある従業員とその家族は当然出費を控えるでしょう。

恐らく是が世界で先頭を走る我が国の

「魔のデフレスパイラル」

即ち「売れない」→「価格を下げる」→「下げても売れない」→「又下げる」

その間従業員の給与はドンドン下がっていく。当然消費意欲もドンドン落ちていく

事の正体（メカニズム）でしょう。

つまり素材価格（原価）の上昇を正当に価格転嫁しないと従業員給与（消費意欲）への不条理な圧迫が起こります。

それを起こさない為には防御壁として仕入れ価格を商品価格に正当に転嫁する事が必要なのではないのか？

という話しだと解釈致しました。