

Weekly コラム

令和3年2月9日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会) Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

購買動機は内的要因が重要

コロナ禍による消費低迷で、政府は様々な経済対策を用意します。政府の対策にどのように対応するかは重要なことですが、余りに過敏に反応しすぎるのも疑問です。

京セラフィロソフィーで有名な稲盛和夫氏も次のように言っています。

『京セラでは、原材料などの購買について、毎月必要なものは毎月必要な分だけ購入するようにしている。場合によっては、毎月ではなくて、毎日必要な分だけを買うようにしているケースもある。私はこれを「一升買い」と呼び、資材購入の原則としてきた。たとえ、一斗樽でまとめて買えば安くなりますよと言われても、今必要な一升だけを買うようにしてきたのである。

(中略)

使う分だけ当座買いするから、高く買ったように見えるが、社員はあるものを大切に使うようになる。余分がないから、倉庫も要らない。倉庫が要らないから、在庫管理も要らないし、在庫金利もかからない。これらのコストを通算すれば、その方がはるかに経済的である。セラミックのように腐らないものならまだしも、腐るものを扱う場合には、気がついてみたら使えなくなっていたということになりかねない。』(「稲盛和夫の実学」より)

モノを購入する時の思考パターンを考えてみましょう。まず、自分がそのモノを必要としている状況があり、その必要性をベースに、モノの値段の妥当性を判断して、購入を決断するというのが普通です。必要性は「内的要因」、モノの値段は「外的要因」といってもいいかも

しれません。稲盛氏がここで言っているのは、モノを購入するときに大切なのは外的要因ではなく、内的要因だということです。自身の必要性を十分検討することなく、モノの値段を主体にして購入を判断することは、正しい消費行動とはいえません。

政府が行う経済対策でモノの値段が下がることがあっても、それに安易に乗るのは考え物だということです。モノを買うときのベースはあくまで自分自身における必要性です。必要性が先にあり、その必要性と見比べた時、採算が合うかどうかという判断をして、モノを購入するというのが手順です。モノの値段が安いから必要性を探すというのは正しい考え方ではありません。確かに政府の対策でモノの値段が下がっていれば、モノを購入しやすくなるということはあるでしょう。しかし、それはあくまで必要性があつての話です。必要性の吟味をおろそかにしたまま、モノの値段だけで安易にモノを購入しない方がいいということです。

スーパーに行って、5%引きや10%引きの値札があるので思わず買ってしまったが、家に帰ってみたら、自分が欲しかったものではなかったという経験がある人もいます。これは内的要因を軽視して外的要因に振り回された結果です。消費行動は外的要因に左右されないことが大切です。

今年はコロナ禍もあり、外的要因が大きく変動します。こうしたときこそ、モノを買うときには、外的要因に踊らされることなく、必要性をしっかり吟味することが必要だと思います。

ほしい



記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。

ウィークリーはメールでの配信も行っております。お手数ですが、「メール希望」・「配信停止希望」と件名にご入力の上、

skc-soudan@skc.ne.jp まで空メールをご送信ください。また、FAX ご不要の際は、その旨をお電話にてお申しつけください。