



遊 道 楽 歩  
( 雑 感 )



増税は、最悪のタイミング  
か

長野 修二





# 目次



増税がよいのか、増税しないほうがよいのかという判断は、専門家でない私には簡単に判断がつかないことです。

他方、身近なところにある消費の状況は、いつもいくスーパーなどを見ることで時系列に判断することができます。

とくに大型のショッピングモールは、多くのテナントが入居しておりその営業状態をみることができるため如実に景気の傾向を知ることができます。

また、今日（9/3）買い物にいったホームセンターが9月末で閉店すると案内しているのをみると、この地でも人口減少の景色の一端をみる思いがしました。

どうみてもオーバーストアになっていると思っていましたが、このホームセンターに限らずこれから他のスーパー、小売店なども閉店していくことになるのでしょうか。

私が住むエリアでは消費は伸び悩んでいるように感じます。

理由は、ショッピングモールに入居するテナントの撤退が多くなっており、本体のスーパーやテナントを含めて消費の現場の活気がなくなっているからです。

営業しているテナントも販売する商品構成をみるといずれ撤退するのではないかと想像されほど商品構成が貧弱になってきています。

いったん客足が遠のいた消費の現場は、その理由が、人口減少からくるとすればそう容易く客足が回復するわけではないでしょう。

身近にある消費の現場は、人口減少やネット販売などの影響を受けながら、いわゆる負の連鎖が続くのではないかと考えられます。

比較的良好にいくショッピングモールは、開発されて時間も経っておらず設備なども新しく、しかも私が住むエリアよりは高所得者が多いと思われ、人口も集積していて消費がよいと思われるエリアですが、それでも消費の現場はきわめて厳しいように感じます。

身近なエリアをみているだけですが、人口が減少していくわが国の状況からすれば、同じような状況にあるエリアは、日本中沢山あるのではないのでしょうか。

消費が伸びなくなれば、企業の大小にかかわらず消費を喚起できる能力がない企業は衰退していく運命にあります。

なかでもショッピングモールなど多くの集客を前提に出店しているテナント企業にとって消費の冷え込みは、ショッピングモールなど以外で営業している企業よりもその衰退のスピードがはやくなると考えられます。

すでにこのエリアではそのような傾向がでていることから、10月からの消費税増税はこれまで以上に消費を冷やし、多くの企業の存亡を決めていくことになりそうです。

本来であれば、人口減少による人手不足などで企業が衰退していくことは、ある意味で仕方がないことだと考えていますが、増税による消費の減少による企業の衰退は、わが国全体の経済活動を極端に下げていきますから、いわゆる不況に陥ることになりか

ねません。

今年は順調に物価が上がってきていましたが、増税によって消費が下がれば、メーカーは売上を上げるためある時期から安売りをはじめることになるでしょう。

すでにその一端は垣間見えてきています。

安売りによる低価格化は消費者にとって一見よいことのように感じるでしょうが、結局経済全体のパイが増えないのですから、いずれ消費者も賃金の下落などで厳しい生活をよぎなくされることとなります。

また、この時期悪いことに、グローバル経済では、米中の貿易摩擦は解決の糸口がみつからず将来の先行きが見通せませんし、欧州では、英国の EU 離脱による不測の事態

が予想されます。

これらの状況をみていると、わが国の消費税増税は、すべての面で最悪のタイミングとなるのかもわかりません。



---

増税は、最悪のタイミングか

---

著 長野修二

制作 Puboo  
発行所 デザインエッグ株式会社

---