

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『タイパの経済学』 廣瀬涼著 幻冬

舎 227頁 960円(税別)

「タイパ」は、『今年の新語2022』において新語ベスト10の大賞に選ばれました。「かけた時間に対しての効果(満足度)」や「時間的な効率」を意味することばです。そして、若い世代の消費行動は「タイパ」追求型であるとされます。2010年頃は俳優の上戸彩が「コスパで選んでる?」と言っていたこともあり、コスパを唱える人が多かったようです。著者が言うコスパは、「お金がないから安いモノを求める」、タイパは「時間がないから時間のかからないモノを求める」です。

タイパもコスパも行動様式を示していますので、両者を知っておくことは対人活動のいろんな面で役立つと思います。簡単に中身をご紹介します。

★コスパがいいと感じる2つのパターン

・安くてなおかつ〇〇

・安いのになおかつ〇〇

〇〇を提供するのに妥当もしくは安いと感じる

★タイパ重視の理由

・動画視聴プラットフォームが乱立、動画が溢れる⇒「元をとりたい」「配信が終わるまでに観たい」「話題作だから観なきゃ」とノルマのようにこなす意識が生まれた。

・動画視聴プラットフォームもタイパを追求しやすいサービスを提供する⇒タイパを意識していなかった層にも倍速視聴などの習慣を植えつけた。

・動画はとにかく短く、音楽はすぐにサビを⇒インスタントなコンテンツでも、おもしろければバズってしまう消費文化が根付いた。

・お金の余裕がない⇒時間はたくさんある⇒一つ一つのコンテンツが鑑賞ではなく消化目的になった。

★コスパとタイパ

・コスパの追及で消費されるモノは直接効用＝目的達成につながるモノ

・タイパの追及で消費されるモノは目的を達成する(ある状態になる)ための手段にすぎないため、その手段にかかる手間が省けるモノ

・消費者は、タイパとコスパを天秤にかけながら消費を決定することもある

★タイパの3つの性質

①時間効率

②消費結果によって、かけた時間が評価される(主に消費後)

③手間をかけずに〇〇の状態になる(主に消費対象を検討するうえでの指標)

★必要不可欠ではない消費

私たちの消費は「必要不可欠ではない消費」が中心である、それは次の2分類

①外部刺激を受けて必要に駆られる消費:コミュニティの協調やつながり意識を求めている消費、つながり消費

つながりを保つために「コンテンツを観た状態になる」ことが必要。楽しむ必要はない。じっくり視聴することは時間もコストもかかり、タイパが悪い。

②消費結果によって、かけた時間が評価される(主に消費後)消費した使用価値によって精神的充足につながる消費:他人を顧みない主体性のある消費。他人が無駄だと思っても自分さえ価値が見いだせばいい。

タイパ、コスパ度外視でその消費対象に没頭することもある。

タイパ、コスパいかがでしたか?「私たちの消費は必要不可欠ではない消費が中心である」という文言には驚きましたが、その通りかもしれないと思います。必要不可欠ではないもの、どうやって売りましょう?

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

成長も「タイパ」

「成長も『タイパ』、若手の新興転職 18 倍 居心地は二の次」という刺激的な記事を見つけました。日本経済新聞ネット版です。一部をご紹介します。

A 氏が新卒で入った電機大手で希望の職種につき、残業は少なく、同僚もいい人ばかり。絵に描いたような「ホワイト職場」だった。でも会社を辞めて、ソフト開発の中堅、マネーフォワードに転じた。緩やかな時間が流れる電機大手では、「社外で通用しなくなる」不安が募ったのだ。新たな職場では「高速道路に乗り換えた気分。3 倍のスピードで成長できる」と言う。

若手や中堅が会社に求めるのは安定よりも自分の成長に変わった。転職をスキルの習得できない職場からの「脱出」と位置付け、成長にもタイムパフォーマンス（時間効率）を追求する。

厚生労働省によると、2020 年に入社した大企業の大卒社員は 3 年以内に 4 人に 1 人が辞めた。10 年前の 5 人に 1 人よりも多い。企業は残業時間の削減など職場環境の改善で引き留めようとするが響かない。

「『石の上にも三年』は通用しない。組織の新陳代謝を早めない人材を引き留められない」。KDDI の木村理恵子人財開発部長は語る。

社員の成長を支援できない企業は存続すらおぼつかなくなる。

以上記事の一部をご紹介します。社員教育もスピードを重視しなければならないようです。「石の上にも 3 年」は、通用しないようですから。

値上げ

日本経済新聞ネット版に「さらば「据え置き経済」 物価・賃金、30 年越しの決断」という記事を見つけました。ショッキングな内容です。をご紹介します。

「物価も賃金も動かない」。この「据え置き経済」が 30 年間、日本に染みついたノルム（社会規範）だった。技術革新への挑戦も二の次とされ、成長の芽もしぼんだ。

ロンドン交通局は 3 月、一般的なバス料金を 1 ポンド 75 ペンス（約 320 円）に値上げした。05 年の 1 ポンドから定期的に値上がりし、20 年弱で 75% 上昇した。同期間に英国の労働者の週平均の給与も 7 割増えており、大きな騒ぎもなく値上げが容認される。一方で東京都区部のバス運賃は同時期に 5% 増と消費増税分しか上がっていない。

10 月公表の日銀の生活意識に関する調査では 8 割が「5 年後も物価が上がる」と答え、うち 3 割が「中長期的に物価はあがるものだ」と回答した。変化しつつある消費者のマインドに継続的な賃上げが重なり、30 年ぶりに「蚊柱」が解凍するのか。企業も消費者も重大な選択の時を迎える。

以上簡単にご紹介しましたが、物価はまだあがるようです。どのような対策があるでしょうか？考えなければいけません。

年賀状

年末も近づいてまいりましたが、本年初めのご案内の通り、当事務所では年賀状を発送しないことといたしました。あらためてご承知おきくださいますようお願いいたします。