

## 第一生命経済研究所のホームページご紹介

アドレス：<http://group.dai-ichi-life.co.jp/cgi-bin/dlri/top.cgi>（「第一生命経済研究所」で検索可能）  
9月上旬までに上記ホームページに登場したレポートテーマの一例をご紹介します。このほか数多くの詳細な経済分析レポートが掲載されていますので、経済研レポートと合わせてご活用ください。

～所得、消費の低迷継続が懸念される日本経済の実態分析と、経済予想の傾向を紹介します。

2009/8/24 「民間調査機関の経済見通し（2009年8月）～2009年度後半にかけて、景気は減速との見方がコンセンサス～」

2009/8/18 「深刻な消費不振～雇用・所得環境悪化や天候不順に加え、住宅ローンも家計圧迫～」

2009/8/18 「なぜ所得は伸びなかったか～所得拡大のために求められる需要と労働市場の歪みの是正～」

掲載カテゴリ：日本経済分析チームによる「日本経済の羅針盤」

～激動する世界の金融市場動向の読み方を毎週お知らせします。

2009/9/14 「Market Watching Weekly Market Report」（毎週月曜日配信）

掲載カテゴリ：畠峰義清の「マーケットウォッチング」

～政策によって雇用、家計に実際はどのような影響が及ぶのか、分析のメスを入れます。

2009/8/26 「子ども手当の恩恵はどこに行くのか～続編・子ども手当の経済分析～」

2009/8/17 「『雇用止め』その後のデータ～派遣労働者の離職は鈍化、正社員は悪化～」

掲載カテゴリ：熊野英生の「金融市場の謎を解く」

～世界各国の景気底入れとその後の環境を分析します。

2009/9/10 「海外 経済指標・イベント予定 “Weekly Global Economy”」（毎週木曜日配信）

2009/8/20 「アジア（中国、インド、NIEs、ASEAN 5）短中期経済見通し（2009年8月版）」

2009/8/13 「中国経済事情：景気は底堅い動きが続くも、引き締めバランスに課題」

掲載カテゴリ：桂畑誠治の「米国経済を探る」、「アジア・新興諸国経済」

### 編集後記

外国で買い物した際、その気配りや対応に違和感を持った、という話を聞くことがある。それなりの奉仕にはチップを求める習慣も見られる。かたや国内で接するほとんどのサービスは、顧客への最低限の配慮がある。さらに値引き以外にも、売り手が「サービス」することは珍しくない。ところで、サービスの対価を値段に上乗せしない習慣が、非製造業の生産性向上を妨げているという意見も時々見られる。確かに生産性向上とは、より少ない労働で大きな収益を生み出すことなので、手間をかけても対価を求めなければその分生産性は低下することになる。

鈴木副主任エコノミストのレポート（8月18日付「なぜ所得は伸びなかったか」：上記ホームページ参照）では、日本で所得が増えない理由を分析し、需要の低迷、物価下落、実質賃金の低下などの要因別に寄与度を求めている。これによると、売れる数量が伸びない経済環境では収益も賃金も増えにくいことが分かる。数が捌けなくても質の高いものに対価が支払われるようになれば収益は伸びるが、それは可能なのだろうか。

国内の消費不振に対しても、小売店は食品のワンパックを小口に分けて工夫したり、量販店はネット通販に対抗して商品説明要員を配置したり、手間をかけて懸命に売上維持に努めている。価値あるサービスなら、日本流のサービスの値打ち＝実質的な安さ、に最初に気付くのは外国人観光客であろう。こんなところに外需拡大、サービス需要拡大への競争力発揮の糸口があるかもしれない。（H. U）