



Leverage News

2023 Winter

TOPICS

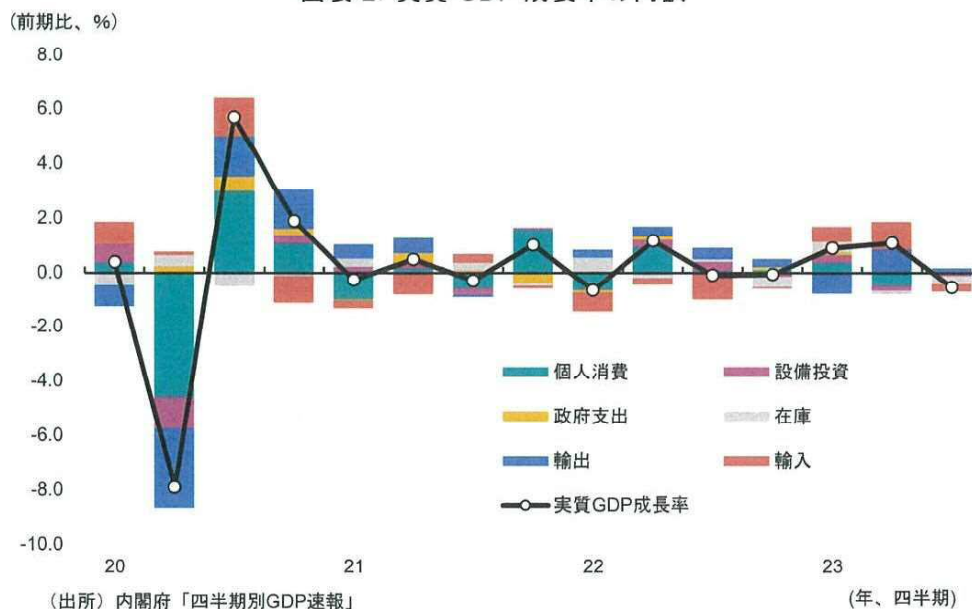
- 2024年経済
- web集客
- 乗り切れるか
- 地盤とシロアリ
- 挨拶文

政府部門では、コロナ禍での受診控えの動きが落ち着いたことを背景に一般の医療費が増加したことなどから、実質政府最終消費は前期比+0.3%と増加が続いた。また、実質公共投資は、2022年度の第2次補正予算の効果が剥落しつつあり、前期比-0.5%と6四半期ぶりに減少した。

以上の結果、内需の前期比に対する寄与度は-0.4%と2四半期連続でマイナスとなり、コロナ禍の影響が薄らぎ、経済社会活動が正常化しつつある中であっても、改めて景気回復速度が鈍いことが示された。

これに対し、外需においては、サービス輸出に含まれるインバウンド需要が小幅ながら減少に転じたが、生産制約の解消進展を背景に自動車が増加していることや、IT関連財の底入れを受けて財輸出の増加傾向が維持されたため、実質輸出は前期比+0.5%と増加が続いた。一方、実質輸入は、内需の弱さを反映して財輸入の減少は続いたが、著作権等使用料などサービス輸入が増加したため、前期比+1.0%とプラスとなった。この結果、外需の前期比に対する寄与度は-0.1%となった。

図表 2. 実質 GDP 成長率の内訳



GDP デフレーターは歴史的な高さ

名目 GDP 成長率も前期比-0.04% (年率換算-0.2%) と4四半期ぶりに減少した。

経済全体の総合的な物価動向を示す GDP デフレーターは、資源価格上昇などを受けた輸入物価の上昇が国内物価に浸透しており、前年比+5.1%と1981年1~3月期の同+5.1%以来の高い伸び率となった(季節調整済み前期比では+0.5%)。

家計部門

雇用情勢は改善が続く

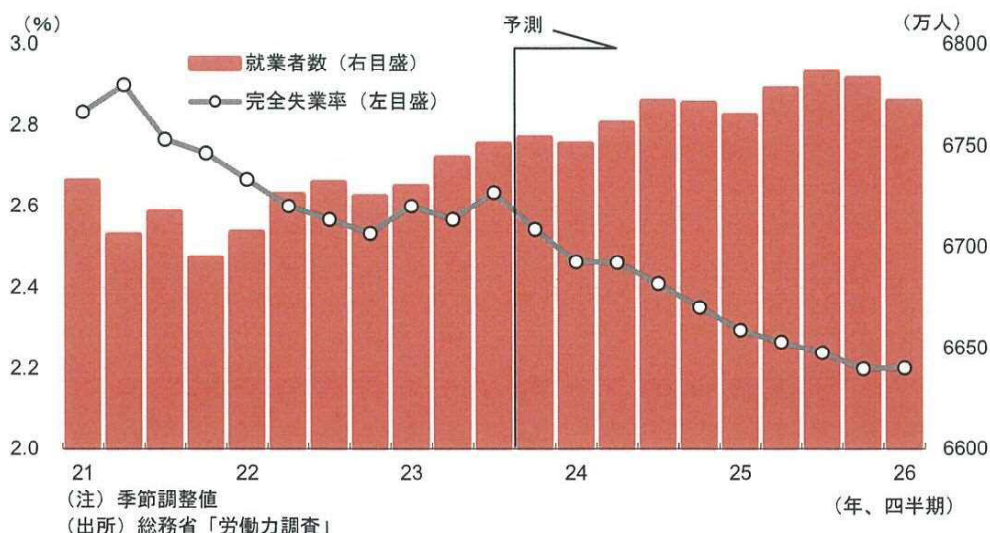
雇用情勢は改善が続いている。完全失業率は、2020年10月に3.1%まで悪化した後は低下に転じ、2023年1月に2.4%まで改善した(図表5)。その後、9月の失業率は2.6%とやや上昇しているが、これはコロナ禍が終息に向かったことで職探しを再開した人や、より良好な労働条件を求めて離職する人が増えたことによる一時的な現象である。企業の人手不足感は一段と強まっており、選ばなければ即座に職に就ける状態にあり、9月の雇用者数は過去最高を更新した。

今後も景気回復が続くことで、労働需給のタイト化が一段と進むと予想される。宿泊・飲食サービス業などの一部の業種では、すでに人手不足による供給制約の問題に直面している。こうした業種では、コロナ禍において営業活動を制限せざるを得なかったことから離職者が増加し、人手不足に悩む他の業種に移動したため、営業再開時に改めて労働力を確保しようとしても、生産年齢人口が着実に減少するという構造的な要因がある中で十分に労働力を手当できていない。

また、働き方改革関連法によって2024年4月からは時間外労働時間の上限が自動車運転業務で960時間、建設業で720時間に制限されるという、いわゆる2024年問題の影響によって、人手不足が深刻化するリスクがある。

こうした中で、完全失業率も再び低下基調をたどると予想され、2022年度の2.6%に対し、2023年度は2.6%と横ばいとなった後、2024年度に2.4%、2025年度に2.2%に低下すると見込む(図表7)。中期的にみれば、コロナ禍においてテレワークの導入が急速に浸透したことに加え、副業・兼業の容認といった働き方改革の推進、外国人労働力の受け入れ拡大、定年の延長・廃止が人手不足の解消につながると期待されるものの、短期的な影響は軽微であろう。

図表5. 完全失業率と就業者数の予測



より重要となる 2024 年春闘の行方

2024 年度も景気の緩やかな回復が続き、実質 GDP 成長率は前年比 +1.2%と 4 年連続でプラス成長を達成すると見込む(図表 4)。

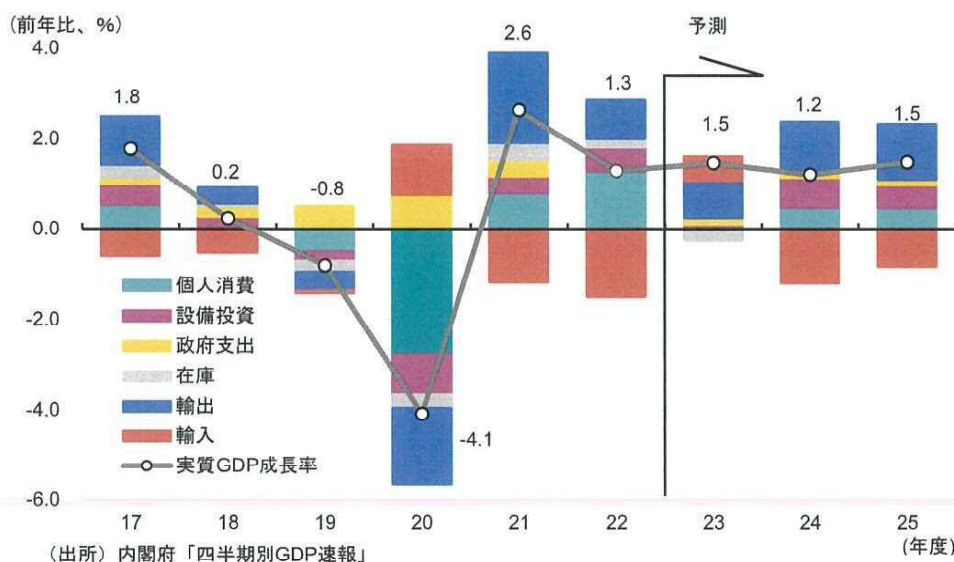
もともと、景気の下振れ要因は多く、回復ペースの鈍化が心配される。中でも物価高のマイナスの影響が当面の最大の懸念材料である。政府の物価高対策は 2024 年 4 月に打ち切りとなることを前提としており、対策効果剥落後は、人件費や物流コストの増加と相まって物価上昇圧力の強い状態が続くと予想される。このため、家計の節約志向が強まることで個人消費の伸びが抑制される可能性がある。加えて、海外経済の減速や人手不足を背景とした供給制約といったマイナス材料が加わることで、景気回復テンポが一段と鈍るリスクがある。

こうした景気の下振れ要因が多い中で、2024 年度も景気回復を継続できるかどうかは、物価高の行方と共に、春闘での賃上げ率に大きく左右されることになろう。政府からは企業に対し、高い賃上げ率を維持することが期待されており、税制面でも優遇措置がとられる。連合も、2024 年の春闘に向けた統一要求で、定期昇給分を含めた賃上げ目標を今年の「5%程度」から「5%以上」とする方針を示している。これに対し、賃上げに前向きな姿勢を示す企業が増加するなど、賃上げ実現に向けた動きが整いつつある。また、企業利益の増加、労働需給のひっ迫、物価高進展と、賃金上昇を促す条件も揃っていることも確かである。

もともと、賃上げに踏み切った場合、コストを販売価格に転嫁できるかなど、多くの不透明要因がある中で、前年実績を大幅に上回る賃上げの達成は実際には難しいだろう。また、春闘での高賃上げ率が全ての企業に波及するとは限らないという問題もある。

2025 年度は同 +1.5%とプラス成長が続くと見込む。同様に賃上げが継続されるのかがポイントとなるが、コストプッシュによる物価上昇圧力が一巡する中で物価上昇率も鈍化すると予想され、海外経済が失速することがなければ、内需を中心に景気回復が続くであろう。なお、名目 GDP 成長率は、2024 年度に同 +3.1%、2025 年度に同 +2.1%と縮小するが、比較的高い伸び率を維持すると見込んでおり、景気の実感としては、それほど厳しさを感じることはないと思われる。

図表 4. 実質 GDP 成長率の予測(年度)



WEB 集客の疑問・悩みにお答えします

今回は、過去の WEB 集客セミナー・研修において参加者からいただいた質問の中から、いくつかピックアップして紹介する。

● ホームページ経由の反響が前年比で減少 効果的な対策はあるか？

反響減少の要因によって有効な対策は異なるため、まずは、自社ホームページの「アクセス数」「反響率（アクセス→反響の歩留まり）」を確認することが必要だ。

アクセス数のみ悪化している場合は、アクセス数回復に特化した対策が求められる。外部から見込み客を誘引する施策（WEB 広告・SEO・SNS）の実績を施策ごとに検証し、悪化している施策から優先的にテコ入れを行いたい。ただし、SEO・SNS の改善はやや時間がかかる場合もあるため、比較的即効性のある WEB 広告の一時的な増額も検討すべきだろう。

アクセス数が変わらず反響率のみ悪化している場合は、無闇にアクセス数を伸ばしても改善効果は薄い。このタイプの会社は、ホームページそのものの見直しが必要である。直近に実施したホームページ改修で反響減の要因になっているものはないか、情報の古いコンテンツ・陳腐化しているコンテンツ・同業他社に比べて見劣りするコンテンツはないか、といった点を検証し、適切な対処を行いたい。

アクセス数・反響率いずれも悪化している場合は両方の対策を同時並行で進めることになるが、その場合も各指標の悪化度合いを見極めたうえで、施策の優先順位付けを行いたい。

● カタログ請求が増えているが

来場・商談につながらない。効果的な対策は？

まず、カタログ請求客の追客を営業担当者任せにしている会社であれば、お客様に対するメール内容は適切か、電話・訪問などお客様に敬遠されやすい追客方法に頼っていないか、そもそも追客せず放置していないか、といった点が検証・改善のポイントとなる。わずかな改善で来場率が大幅に伸びる場合もあるため、積極的な見直しをおすすめしたい。

併せて、営業担当者の属人的なスキルに頼らない追客手法も検討すべきだろう。インサイドセールス・MA などの導入が有力な選択肢となるが、スタートにはやや時間を要する場合もある。短期間で実行可能かつ比較的成果につながりやすいのがメールマガジン。定期的な配信を怠らない・来場誘導のみに偏りすぎない・お客様へ分かりやすい説明を徹底するといった基本的なポイントを押さえていれば、有効なランクアップツールとして機能するだろう。また、WEB 施策だけではなく、郵送物の内容見直しやランクアップ仕掛けの強化なども検討したい。カタログ請求者限定の来場キャンペーンをメルマガ・郵送 DM で告知し、成果につながった事例もある。

一方で、近年は「初回反響＝来場予約」というお客様が増えている影響か、カタログ請求の来場ハードルが以前より上がっている感も否めない。ホームページ反響に占める来場予約の比率が低い会社であれば、ホームページの見直しにより来場予約の比率を高める施策が、来場獲得のためには最も有効だろう。

住宅業界の四重苦を乗り切る

1. 止まらないインフレ、円安の市場環境

住宅業界を取り巻く四重苦

パンデミックは終息してもなお、各地の紛争、異常気象、インフレと世界中が揺れ動いている。コロナ禍以降、激動の時代に突入していることは誰もが実感しているが、物価、為替、金利、株価、様々な動きが絡み合って、変化のスピードも速まっている。長く続いたデフレと円安の影響もあり、世界における日本の経済的な地位も、明らかに低下している。生産性が低く、1人当り GDP の低さは指摘されていたが、2023年の日本のドルベースでの GDP 予測は減退し、ドイツに抜かれて GDP で世界4位に転落するという。外的な面での寂しい結果だが、国内の今の経済状況は、消費者にとって、以前よりも生活しにくくなっていることは確かだ。

新築住宅市況はかつてないほどの低迷に陥っており、特に戸建の受注、着工は厳しいままなわけだが、需要そのものの減退に加えて、取り巻く環境の変化だけ見ても市況回復の難しさが窺える。

第一は止まらない物価上昇。前年からの物価上昇率が1年間に亘って3%を超えたということで、何を買うにしてもハードルが高くなっている

今、住宅購入の壁はますます高くなっている。

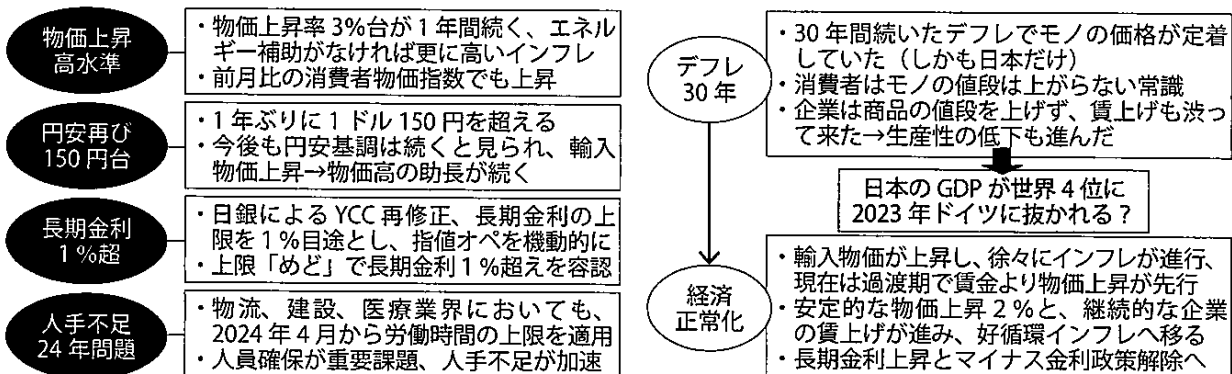
第二は、終わらない円安局面。1年前に1ドル150円を突破し、その後は一旦落ち着いたかに見えたが、再び150円水準に定着し始めた。輸入物価の上昇は必至で、これがインフレを助長する。

第三は、日銀のYCC再修正による長期金利上昇懸念。固定型の住宅ローン金利上昇は既に進んでおり、再び下がる見通しはない。マイナス金利解除にも近づいているとすれば変動金利にも影響が出る。住宅市場をより冷え込ませる可能性がある。

第四は、人手不足と2024年問題。人口減少国ニッポンで人材獲得は死活問題で、他の業界においても慢性的な人手不足が叫ばれている。事業の継続や収益確保にとって大きな障壁が立ちをだかる。

ただ厳しい環境はいつの時代もそうかもしれないが、この難局面でも消費者に住宅購入のメリットを訴求し、また企業として如何に利益を出せる体制を取れるか。難しい経営判断を迫られるが、今は日本の経済、市場が正常化するための過渡期とも言える。この荒波を如何に乗り越えるかが問われている。

図1. 住宅業界を取り巻く四重苦と経済環境の変化



地盤 1,200 億円、シロアリ 500 億円市場 ～安心、安全のコスパを知っていますか

ホームオーナーになると、好む（任意）と好まざる（強制）とに関わらず、安心・安全のためのコスト支出を強いられることになる。コストの代表的なものとしては住宅ローンの付帯条件となっている火災保険や、任意ながらも60%強の住宅オーナーが必要と感じて契約している地震保険などが挙げられる。住宅取得時の初期コストとして少なからぬ出費となる地盤（改良工事）や、木造住宅の生涯メンテナンスとしてつきまとうシロアリ（防蟻・防蟻）についての費用対効用は、住宅事業者として知っておかねばならない知識である。

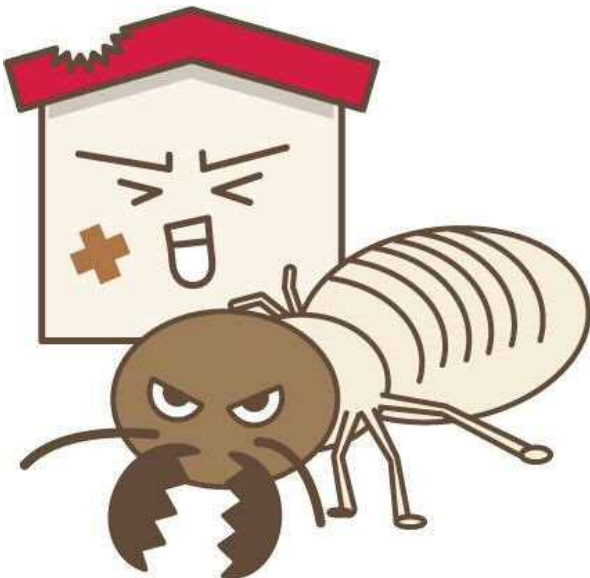
1. 地盤は保証の優等生

地盤業界を束ねる唯一の業界団体 NPO 法人住宅地盤品質保証協会（略称住品協）によると、最新の推計では地盤沈下事故の発生率は1/10,000 程度であるとしている。これは新設住宅着工数という母集団がほぼ重複する住宅瑕疵保険の事故率 0.05% より 5 倍も優れている。より

正確に言えば住宅瑕疵保険付保件数はおよそ 40 万戸 / 年、地盤の母数には瑕疵保証供託件数も何割か加わるため、安心安全の成績では地盤は最優等生という評価ができる。理由として様々挙げられるが、第一に、地盤調査の累積数が蓄積し地盤調査解析精度が高まったこと。最大手の地盤会社ジャパンホームシールド1社だけでも調査件数は100万件（20年累計）を超えている。

第二に、地盤調査技術認有資格者の充実。住品協公表 2023 年現在で 6,000 名超の地盤技術有資格者が活躍中である。

第三に、地盤改良工事のコンセンサス普及。地盤業界の黎明期の 2000 年代初めには、「改良工事目的の地盤判定」や「地盤改良工事のディスカウント」が横行し、地盤沈下事故が頻発していた。品確法による地盤瑕疵責任の明確化や、度重なる地震を経験した地盤改良工事の安全性実績などが評価され、結果、今日では地盤に対するコンセンサスは定着したと言えよう。



拝啓

年末の候、貴社にはますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

平素は格別のお引き立てを賜り誠にありがとうございます。

2023年冬の「レバレッジニュース」はいかがでしたでしょうか

今年1年間は値上げの年でした。様々な商品の値上げに伴い、少しでもお得に買い物をする。という、消費者の動向。そのリサーチにSNSが欠かせないツールとなりました。

そんな中でも最低賃金の値上げ、キャッシュバック政策など日本の経済が上向くよう、社会の努力がみられた一年でもあります。住宅業界でも上向きの話がなかなか聞こえてきませんが2024年夏開催のバリオリンピックでたくさんの感動を味わいたいですね。

貴重なご意見・ご感想がございましたら、お寄せください。

最後までお付き合いいただき、ありがとうございました。

敬具

ホームページ

<http://www.nomuraco.co.jp/>

ノムラ 湘南

または

平塚 ノムラ

検索

👉 トップページより 【提案書】

ユーザー名	sassi-nomura
パスワード	1434

入力により、「Leverage ニュース」及びNOMURA新聞を
ご覧いただけます。よろしくお願ひ致します。

