



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2024年10月21日 第1190号「週刊五十嵐レポート」

二極化

10月8日付日経新聞(夕刊)の「値札の経済学」は「めがねに格差、進む二極化」という記事。めがねの売れ筋価格が二極化してきた。高額タイプと低価格タイプがシェアを高めている。高い眼鏡の平均価格は5年前から2割近く上昇し、10万円超も珍しくなくなった。

国内の単価は22年時点、2万924円(4年前から横ばい)。しかし、国内売上高上位100店の販売実績では、3万円以上が35%(10年前の2倍強)、1万円未満も26%(10年前のほぼ2倍)。二極化。

低価格帯を扱うJINS(ジンス)、Zoff(ゾフ)は店舗数の拡大が目覚ましい。22年時点、めがねの店舗数1万560店のうち低価格帯中心を扱う店舗数は2366店と22%を占める(10年前は約10%)。

金子眼鏡は平均購入価格が7万6017円、フォーナインズでは8万1000円(ともにジャパンアイウェアJEH傘下)。本社がある福井県鯖江市は国内産眼鏡フレームの9割を生産。金子社長、「多少高くても、デザインや着け心地にこだわる人が増えている」と。円安の影響もあり、訪日客売上が伸びている。

	(1人当たり)	粗利益	販管費	人件費	経常利益	(単位千円)
ジンス23/8期	11,001	10,053	2,965	731	売上高732億円	
パリミキ24/3期	9,237	8,710	3,613	707	売上高499億円	
JEH 24/1期	16,938	10,806	4,751	5,323	売上高135億円	

有価証券報告書によると、低価格帯のジンスやパリミキより高価格帯のJEH(金子眼鏡・フォーナインズ)の方が1人当たりの粗利益・経常利益は大幅に上回っており、低価格帯企業より従業員に対して厚遇である。

記事をよく見ると、1万未満、2万~3万未満、3万~5万未満、5万以上と大きく4つの層がある。地域、客層によって商品群が変わっていく。5万円以上は1割未満(眼鏡業界では大手が苦手)。

低価格帯は眼鏡が壊れたとき、修理はせず、新しい眼鏡を買わせる。高価格帯は修理をする。どちらがいいか、顧客の価値観次第。(私は金子眼鏡)

ちょっと
気になる出来事

10月8日付日経新聞、「韓国、外国人受け入れ3倍」という記事。韓国政府が少子高齢化などに伴う人手不足を背景に、外国人労働者の受け入れを急拡大している。雇用を許可する業種を増やし、上限枠を3年間で3倍に広げた。人材争奪は激しく、日本や台湾を上回る給与待遇で労働者を集める。

10月19日付日経新聞、「技能実習生の来日減少」という記事。

出入国在留管理庁が、2024年上半期の出入国者数を公表。観光客を含む新規入国者は1641万人(前年同期比61.6%増)。6月末時点の在留外国人は359万人(同5.2%増)で過去最多。新規入国者を在留資格別にみると、特定技能2万9千人(同52.8%増)、留学9万2千人(同33.7%増)、高度人材2万5千人(同20.1%)といずれも大幅な伸びだったが、技能実習は7万7千人同12.7%減だった。最大の送り出し国のベトナム実習生3万2千人と同2割減。

日本より賃金の高い韓国の人気が高まっている。日本の企業間でも特定技能者や技能実習生の給与水準に差が開き始めている。

外国人労働者も給与待遇を選択できるようになってきた。選ばれる企業になるしかない。



一口メモ
知識

時流を追うな

世間ではいかにして時流に乗るか切磋琢磨する。しかし、易経は、「時流を追いかける者は時流とともに滅びる」としている。たまたま時流を読む才能があり、時流に乗るのは僥倖(ぎょうこう・偶然に訪れた幸運)のようなもの。ツキで時流に乗ったとしても、ツキが落ちたら衰退するだけである。

ツキがあろうがなかろうが、その時々にはすべきことをするというのが易経の教えである。春や夏にすべきことをせずに、いつも実りの秋ばかりを追いかけるのは無理な話である。

「易経一日一言」(致知出版/竹村亜希子)より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時~12時
- 「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5
TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

