

Management Club Report

Feb.2010/Vol.86

Monthly Opinion 《安売りは自滅への消耗戦》

あのリーマンショックから早や1年有余、将来への展望がなかなか開けないまま混沌とした日々がいまだに続いています。バブル崩壊から15年、薄霧がかかったまま有力企業の業績が過去最高を更新したり、一部のブランド不動産が値上がりしたりするなど、どこか他人事のような好況感が報じられる中で起きたグローバル金融危機は、国内経済を肌身に感じる不況へと転落させました。

政権交代はこの混迷から脱出する期待感から誕生したのですが、明けても暮れても『政治と金』の論争ばかりで、わずかに見えていた光すらも消えて行くかのような細さです。国民は今の政治家のことをそもそも清廉潔白だなどとは思ってもいないでしょうし、まして清廉度の高い順に票を入れたわけではないでしょうから、その問題は、後日けりをつけるにしても、取りあえず国全体の活力を取り戻すための前向きな政策について審議し、早く実行してもらいたいものです。

さもないと、安売り合戦の激化は国を滅ぼしかねない様相を呈しています。歯科界においてもデフレに呑み込まれる歯科医院が出始めています。安売りインプラントの出現や技工物の海外発注などはその表れですし、豊橋で起きた『使い回し事件』などは、デフレスパイラルが引き起こすであろう信用崩壊の前兆であるようにすら感じられます。

今私たちは、目先の利を追う結果、最も大切なものを失うことのないように目をしっかりと開く必要があります。

1

ファストファッションの盛況が意味するもの

元町商店街に見る不況と時代の変化

横浜の元町商店街は、昔からファッション性の高い独自ブランドの店が軒を連ねる、頑固な洒落者の街として知られていました。紳士服のポピーなどは今でも敷居が高く感じられるほど一種独特の風格を醸し出しています。

年に2回、夏冬のそれぞれシーズンオフに行われるチャージングセールは、ミハマやキタムラ、フクゾー（ん？フクゾーは安売りしなかったか？）といった元町ブランドの紙袋を両手に抱えた買い物客で溢れかえっていたものですが、今はかつての熱気がそれほどには感じられなくなりました。

不況のせいもありますが、かつて横浜の山手や元町に存在した“バタ臭さ”や“トラッドな落ち着き”あるいは“知的でハイセンス”といった雰囲気が時代の流れの中で次第に失われ、元町ファッションから魅力が失われて行ったためでもあるのですが、チャージングセールを待たずとも、ほとんどの店が日常的に『セール』の看板を掲げてしまうようになったことも、自ら首を絞めているように感じられてなりません。