

人（人材）はマクロ経済から見ると「資源」であり、経済の重要な構成要因です。企業が人（人材）に支払う「人件費」は経費（企業から見ると外部へ流出する金額）ですが、この人件費を経済学的には3つの観点から見る事ができます（六車流：流通理論）。

- ①**第1の観点**は、人件費は商品（モノ・サービス・情報）の価値創造のために必要な「コスト（費用）」と見る考え方です。すなわち、価値創造のためのコストと見るならば、企業は競争優位性と利益確保のために人件費（コスト）はできるだけ少なくした方が優位（得）になります。
- ②**第2の観点**は、人件費は労働の対価に支払われるものですが、労働者＝生活者であり、労働者に支払われる人件費は、結果的に生活者の「所得」となり、国民経済的には商品（モノ・サービス・情報）の買い手となり、循環経済の中では国民の総所得が多く（高く）なればなるほど、経済のパイが大きくなる事になります。
- ③**第3の観点**は、人件費は企業の近未来の発展のための「投資」と考え、良い人材を得るための経済と考えることができます。良い人材を得るための先行投資と考えるならば、良い人材＝高賃金となり、その後の追加的人件費を含めて、人件費が大きいと企業の発展も大きいという考え方が成り立ちます。

この人件費の概念を歴史的に見ると、日本の戦前は人件費＝コストであり、より安い人件費で、より安い商品を製造し、海外（アメリカやヨーロッパ）へ輸出して、国の発展を目指しました。また、海外市場をさらに獲得するために、植民地（朝鮮、台湾、満州）や独占マーケット（中国、大東亜共栄圏）を支配下に置き、マーケットの拡大を海外に求めました。アメリカやヨーロッパの多くの国々も同じ道を歩み、いわゆる帝国主義時代を招きました。

しかし、戦後の日本は戦争に負け、植民地を手放し、結果的ではありますが、国内のマーケットのみを主力対象とし、人件費＝所得＝購買力＝国民経済の発展という経済サイクルの中で、日本の経済は大発展しました。貧しい植民地を独占的マーケットとするのではなく、国内のマーケットを豊かにすることが、費用（軍事力）対効果（消費マーケット）から見て、はるかに成果が高くなります。

日本は植民地を捨て、国内の産業を育て、所得を高め、国内マーケットを植民地マーケットの100倍以上に圏内マーケットを飛躍的に高め、経済を大発展させました。これを「日本の奇跡」と呼んでいます。まさに、日本の経済発展は世界のモデルでもありました。

同時に、日本は人件費（労働力）を投資と考え、国家としての教育と企業としての教育により、世界一の教育国家、技術国家を形成し、世界一優秀な人材を育て、この人材が、また日本の国の国力や企業力を高めました。

しかし、1991年のバブル崩壊までのモダン消費（モノを買い、モノを消費し、モノを所有し、モノを使用することの連続性による生活向上志向消費）が終焉し、経済の成長の見込めない成熟経済国家になり、かつ経済のグローバル化による競争激化で、日本経済は低成長（マイナス成長）となりました。もう人件費を所得とか投資と見る事ができない熾烈な競争が起こり、国際競争力や国内競争力（外国産の低下の商品の導入）を維持するため、人件費をコストという概念のみで見えるようになりました。人件費をコストと見るならば、人件費や賃料は低い方が企業にとって有利になります。

日本はモダン消費の時代は終焉しました。新しいニーズであるポストモダン、さらにはニューモダン消費へと世界に先駆けて進んでいます。日本は近隣国家の成長力の高いモダン消費を準内需として、日本の国内のニューモダン消費を内需としてマーケットを形成する段階になりました。もう一度、人件費を所得と投資という概念で対応する経済国家にならなければなりません。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代 表 六 車 秀 之