

Market Flash

今年の新入社員のタイプは・・・？

2014.04





Market Flash

～コーヒーブレイク～



第一生命主宰のサラリーマン川柳からいくつかご紹介

- うちの嫁 後ろ姿は フナッシー
- いつやるの? 聞けば言い訳 倍返し
- おもてなし 受けてみたいが あてもなし
- 倍返し! 言えずに今日も おもてなし
- わんこより 安い飯代 ワンコイン
- ゆるキャラを つき娘が パパと呼び
- 見渡せば ゆるキャラばかりの わが職場
- 風邪ひいて 休む連絡 「ZM」かよ!
- 素颜だと 犬が吠えろと 妻が言う
- 入学金 息子よ頼むぞ 倍返し
- 子の動向 フェイスブックで 知らされる
- 上司など 妻に比べりゃ まだあまちゃん
- 家にいる ののに会話は ラインだけ
- 誤表示で あつてと願う 年金額
- 妻たちの 女子会ランチ 見てじえじえじえ
- 新人の 短縮言葉に 辞書を引き
- 「イイネ」には、「どうしてもイイネ」が 約五割
- ルンバより 動きが悪い 我が亭主
- 「ZM」やる 母の眉間に ライン増え
- 老後にと 貯金つかわぬ 父70

～新入社員のタイプは「自動ブレーキ型」～

公益財団法人日本生産性本部が毎年発表している新入社員のタイプ。今年のタイプは、

「自動ブレーキ型」

知識豊富で敏感。就職活動も手堅く進め、そこそこの内定を得ると、壁にぶつかる前に活動を終了。何事も安全運転の傾向がある。人を傷つけない安心感はあるが、どこか馬力不足との声も。どんな環境でも自在に運転できるようになるには、高感度センサーを活用した開発（指導、育成）が必要。

<生産性本部の解説>

自動車のCMでよく見るようになった自動ブレーキ（衝突被害軽減ブレーキ）装置。高感度センサーで障害物を敏感に検知して自動的に車を停止させ事故を未然に回避する。そのハイテクは、情報収集能力に長け、頭の回転の速い若者像をほうふつとさせる。車もかつては野性的なパワーを競ったものだが、昨今は、エコロジーと洗練された自動制御能力がセールスポイントとなっている。しかし上の世代からすればいささか物足りない印象を持つようだ。新入社員についても、失敗を恐れずに「あたってください」の精神でパワー全開、突っ走って欲しいとの声もある。新入社員の皆さんには、背伸びをせずに、ローリスク・ローリターンの安全運転もいいが、リスクを恐れずに、前向きに挑戦する失敗から学ぶ経験もしてほしい。

なおCMの末尾に表示されるように、自動ブレーキ（衝突被害軽減ブレーキ）装置は「完全」を保証する装置ではない。使う人がその特性を十分に考慮し、上手に活用して初めて真価を発揮する。新入社員も同様に、先を読む能力（高感度センサー）を活かした指導、育成（開発）をすることによって、衝突を回避するだけでなく、適切に加速（スピード自動調節）をしながら、どんな環境でも運転をしていくことができるようになるだろう。

当本部が発表した過去の新入生のタイプを別紙に掲載しておく。果たして皆さんのタイプは・・・？

さて、最近の新入社員のタイプについて、もう一つご紹介する。それは、産業能率大学総合研究所の発表した「最近の新入社員の傾向についての研究」である。

この中で、まず、いわゆる“ゆとり世代”とも呼ばれる最近の新入社員の傾向と特徴は、

- 受け身でいわれたことしかしない。工夫がない
- 失敗することを極端に恐れる
- 他責の傾向が強い。自分が認められないと、すぐ周りのせいにする
- 自分と異なる世代のメンバーとのコミュニケーションが苦手

そして、このような傾向や特徴に至った背景について、

◆ 少子化の進展と子供向けサービスの充実

少子化が進み子供の数が減っていく中、習い事や学習塾をはじめとする子供向けの商品・サービスを提供する企業が激化し、結果として子供が過剰ともいえる手厚いサービスに囲まれて育つ状況となってきた。小さなころから学校からも社会からも「お客様」扱いされ、周りから何かしてもらうことが当たり前になった状態で会社に入ってくる。

⇒ **自ら能動的に動く必要がない**

～最近の新入社員教育事情～

◆ 情報通信技術の発達

世の中にあふれる様々な情報にアクセスしやすくなったことで、「分からないことは検索すればすぐに分かる(分かった気になる)」ため、自分の目で真偽を確認する姿勢が育ちにくなってきている

⇒ **自分で考える／深く考える必要がない**

SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)などを活用した「同質の仲間とのつながり」に多くの時間を割くようになり、異なる世代や価値観を持った人々と接する機会が少なくなっている。

⇒ **異質な人・モノに接する必要がない**

<ゆとり世代の育て方>

なぜOJTがうまくいかないのか？

という調査をした結果、次のような要因が浮かび上がってきた。

職場での人材育成を阻害する要因

① **実施する余裕がない＝時間がない**

管理職は忙しい教育などする暇がない。そんなことをすれば生産はストップするし、生涯を生ずるといって部下指導の責任を回避する。

② **管理職の教育訓練の方針の認識如何**

訓練は訓練スタッフの仕事で、自分たちには関係ないといった態度をとるものが多い

③ **教える習慣が身につけていないということ**

教え方の専門的知識、技術技能を身に付けていないため、教えることに自信が持てない

こうしてみると、何もゆとり世代だから・・・うまくいかないというわけではないようである。昔から“最近の若い奴らは・・・”と言って何もかも相手のせいにするだけでは何も解決しないというわけだ。

では、どの世に指導・育成していけばいいのであろうか。

産業能率大学の見解としては、

新入社員への関わり方

- 仲間として迎え入れ、期待を伝える
- やってみせる、実力を見せる
- 支持する際には背景や意図を伝えできたことを具体的に褒める
- 叱るときは、相手のためを思って本気で叱る

さて、みなさんはどのように思われたでしょうか？褒めて育てるのか、それともスパルタ研修をするのか(餃子の王将で有名)・・・いずれにしても最近の世代は(とつい口に出してしまうが)取扱い注意のようである。

Market Flash

～新入社員に贈る言葉～



入社式での社長の訓示をいくつかご紹介する

株式会社NTTデータ 代表取締役社長 岩本 敏男

「皆さんに私の信条である**「真実一路」**という言葉を送りたいと思います。これは、自ら正しいと信じる道を貫き通す、という言葉です。今、自分は何をすべきかを必死になって考える。書物や歴史、先輩や同僚から学び、また自分自身で一生懸命考える。そうして自分のやるべきこと、正しいと信じられる道が見えれば、たとえ周りの人に反対されたとしても、その道がいばらの道であったとしても、それを信じて突き進んでいくことで、必ずや目標を達成することができる、私はそう信じています。そして皆さんにもそうあってほしいと願っています。」

近畿日本ツーリスト 代表取締役 小川 亘

「変化とともに大事なのがスピードです。**かつてダーウィンが言いました。「変化にもっとも対応できる者が生き残る」私はこの言葉を否定します。**今の時代に、100年も1000年もかけて進化していたのでは生き残れません。スピードをもって環境に対応していかないと絶滅してしまいます。私は、皆さんにこの言葉を贈ります。**「スピードをもって、環境に対応していかないと生き残れない」**。当社も組織の再編という新たなスタートを契機に、強い部分はより強く、チャレンジする部分はより果敢に、皆さんの力も推進力にしながら進んでいきます。」

JTB 代表取締役社長 生田 亨

「新入社員の心構えは、**「感謝しよう！」」「自分を成長させよう！」」「仕事を学ぼう！」**の3点。感謝の気持ちは店頭販売の原点でもあり、お礼の言葉や笑顔で表現することを常に心がけてほしい。お客様だけにではなく、先輩や仲間にも同様だ。また、成長のためにはまずは自ら勉強してほしい。プロとしての知識が高まることがJTB首都圏の会社の力になる。学生時代の友人や同期入社の仲間との絆を大切にしてほしい。仕事だけでなく遊ぶことも必要だ。

仕事を学ぶということは、インターネットやスマートフォンなどの機械に負けない生きた情報を学び、コンサルティング力を高めること。現場に出たら、すぐに期待の一軍として活躍してもらうことになる。1年目は苦労も多いが頑張してほしい。」

日本旅行 代表取締役社長 丸尾 和明

「努力は必ず報われること。**「努力は必ず報われる。もし報われない努力があるのならば、それはまだ努力と呼べない」という王貞治さんの言葉**がある。地道な努力を続ければ必ず何かの成果を得られるはずだ。仕事の本質を理解するには**「石の上にも三年」**の諺もある。努力を惜しまず、諦めずに仕事に邁進してほしい。」

三菱化学 代表取締役 石塚 博昭

「人間万事 塞翁が馬」。

この故事が教えているのは、「人生には幸せの状態と不幸な状態が交互に巡ってくるので、幸不幸は予測がつけられず、定まりがたい。」という思想に他ならないが、しかし、このさりげない故事の意味するところは、もっと深い解釈があると思う。それは**「目の前で起きたことには、どんなに困難でつらくても目を背けず、考え抜いて諦めずに為すべきことを全力で進めれば、必ず道は開け局面を変えることができる。また一方で、物事が順調な時こそ、最悪の事態を想定してそれに備えなければならない。」**ということだ。これからの会社生活や人生の中でいろいろな困難に直面することと思うが、是非この「人間万事 塞翁が馬」を教訓として、タフネスとバイタリティーを持って乗り切してほしい。

Market Flash

～新入社員に贈る言葉～



伊藤忠商事 代表取締役社長 岡藤 正広

「フランスのノーベル賞作家アンドレ・ジイドは、「平凡なことを毎日、平凡な気持ちで実行することが非凡である」と言いました。

平凡で退屈なルーティンワークの経験こそ、後の人生に大きなプラスとなって返ってきます。平凡で当たり前のことを、まずはしっかりとできるようになることが重要であり、その積み重ねが将来、大きな仕事を成し遂げる土台になるのです。これは壁に当たったときも同じです。立ちはだかる山の頂を見てその大きさに圧倒され落胆するのではなく、足元を見ながら一步一步進んで行くことが、いつの間にか頂上にたどり着く道筋なのです。俗に3日、3ヶ月、3年と言われますが、これから先、悩んだりスランプに陥ったりしたときには遠い先を見るのではなく、目の前の小さな仕事を、何も考えずに一つずつ着実に片付けていくことを心がけて下さい。道は必ず開けます。」

昭和電工 代表取締役社長 市川 秀夫

「1. 「失敗を恐れない」

何かを学ぶには、自らが経験してみる以上によい方法はない。

Experience is the best teacher. 果敢に挑戦する気概を持ち続けてほしい。

2. 「疑問と好奇心を大切にする」

日々の仕事に何気なく向かうのではなく、自ら考え、調べ、学ぶことを習慣化してほしい。言語や過去の経験、年齢といった垣根を飛び越え、自分とは異なる考えや意見を持つ多くの人と、グローバル感覚を持って積極的なコミュニケーションを図ってほしい。

3. 「最後まであきらめない」

創業者 森島昶の座右の銘でもある「不撓不屈」の精神そのものでもある。自らが行うと決めたことを最後までやり遂げてほしい。」

日本興亜損害保険株式会社 社長 二宮雅也

「今日という記念すべき日に、皆さんにひとつの言葉を贈ります。それは「Repeat Small Wins」という言葉です。小さな成功を積み重ねることが自信を育み、より大きな目標に向かう力を育てるということです。私はすべての管理職に、社員が「Repeat Small Wins」を経験できるような職場運営をお願いしています。皆さんの配属先でも、皆さんが「Small Wins」を重ねることができるよう励まし、応援してくれることと思います。ぜひ、安心して職場に飛び込み、小さな成功を通じて自信をつけていってください。皆さんが自信を胸に大きく成長することこそが、会社を大きく成長させる原動力となるのです。」

三井物産 代表取締役社長 飯島 彰己

「真剣勝負が個を磨く」

しかしながら、一生懸命に仕事に取り組んでいても、失敗することもあるでしょう。挑戦には、リスクを伴い、失敗がつきものです。失敗しないのは、自分の限界に挑んでいない証拠とも言えると思います。

失敗を恐れていては何も生まれません。確りとした仮説をたてて「挑戦」しなければなりません。大切なことは、様々なリスクに対する準備をすること、早く失敗に気づくこと、そして失敗の理由を明確にして次に活かすことです。そうすることで、新たな価値を産むことができ、個々人の競争力も、組織の競争力も磨いていくことができます。

Market Flash



～新入社員のタイプ～

入社年度	タイプ	特徴
昭和48年度	パンダ型	おとなしく可愛いが、人になつかず世話が大変。
49	ムーミン型	人畜無害でおとなしいが、大人か子供か得体知れず。
50	カモメのジョナサン型	群れから外れやすく上空からしらけた眼で見ている。一方でめざとい。
51	たいやきくん型	頭から尾まで過保護のアンコがギッシリ。
52	人工芝型	見た目きれいで根が生えず、夜のネオンでよみがえる。
53	カラオケ型	伴奏ばかりで他と音程合わず。不景気な歌に素直。
54	お子様ランチ型	何でも揃って綺麗だが、幼さ抜けず歯ごたえなし。
55	コインロッカー型	小じんまりと画一的で、外見も反応もすべて同じ。
56	漢方薬型	煎じ方悪ければ、効き目なく副作用生じる。
57	瞬間湯沸かし器型	新式と旧式の二種類存在し、反応・熱意が正反対。
58	麻雀牌型	大きさと形同じで並べやすいが、中身はわからず。
59	コピー食品型	外見のみ本物風で手間いらずだが、歯ごたえなく栄養も心配。
60	使い捨てカイロ型	もまないと熱くならず、扱い方もむずかしい。
61	日替わり定食型	期待したわりには変わり映えせず、同じ材料の繰り返し。
62	テレフォンカード型	一定方向に入れないと作動しないし、仕事が終わるとうるさい。
63	養殖ハマチ型	過保護で栄養分高いが、魚らしくピチピチしていない。
平成元年度	液晶テレビ型	反応早いですが、値段高く色不鮮明。改良次第で可能性大。
2	タイヤチェーン型	装着大変だが、装着の具合次第で安全・駆動力OK。
3	お仕立券付ワイシャツ型	価格高く仕立てに時間かかり、生地によっては困難。
4	バーコード型	読み取り機(上司)次第で、迅速・正確・詳細な処理可能。
5	もつ鍋型	一見得体知れずで厄介だが、煮ても焼いても食べそう。
6	浄水器型	取り付け不十分だと臭くてまずいが、うまいければ必需品。
7	四コママンガ型	理解に時間がかからず傑作もある一方で市場にあふれているので安く調達できる。
8	床暖房型	断熱材(評価)をいれないと熱(やる気)が床下(社外)に逃げる。
9	ボディシャンプー型	泡立ち(適応性)がよく、香り(個性)を楽しめるが、肌(会社体質)に合わないこともある。石鹸(従来社員)以外に肌を慣らすことも必要。
10	再生紙型	無理な漂白(社風押し付け)はダイオキシンの出るが、脱墨技術(育成法)の向上次第で新タイプの紙(新社員)として大いに市場価値あり。
11	形態安定シャツ型	防縮性、耐摩耗性の生地(新人)多く、ソフト仕上げで、丸洗い(厳しい研修・指導)OK。但し型崩れ防止アイロン(注意・指示)必要。
12	栄養補助食品型	ビタミンやミネラル(語学力やパソコン活用能力)を豊富に含み、企業の体力増強に役立ちそうだが、直射日光(叱責)に弱く、賞味期限(試用期間)内に効果(やる気)が薄れることあり。
13	キシリトールガム型	種類は豊富、価格も手ごろ。清潔イメージで虫歯(不祥事)予防に効果ありそうで、味は大差ない。
14	ボディピロー型 (抱き付き枕)	クッション性あり、等身大に近いので気分はいいが、上司・先輩が気ままに扱いすぎると、床に落ちたり(早期退職)、変形しやすいので、素材(新人の質)によっては、いろいろなメンテナンスが必要となる。

Market Flash

～新入社員のタイプ～



入社年度	タイプ	特徴
15	カメラ付ケータイ型	その場で瞬時に情報を取り込み発信するセンスや処理能力を持ち、機能も豊富だが、経験や知識がなかなか蓄積されない。また、中高年者にとって使いこなしきれない側面もある。
16	ネットオークション型	ネット上で取引が始まり、良いものには人気が殺到しあっさと売れる一方で、PR不足による売れ残りも多数。一方で、ブランド名やアピールに釣られて高値で落札したものの、入手後にアテが外れることもある。
17	発光ダイオード型	電流を通す(=ちゃんと指導する)と、きれいに光る(=いい仕事をする)が、決して熱くはならない(=冷めている)。
18	ブログ型	ネット上での交流で、他者に自己認知や共感を求めたがる一方で、他人の評価で萎縮しやすい傾向もあり、暖かい眼差しと共感が育成の鍵。
19	デイトレーダー型	景気回復での大量採用は売り手市場を形成し、就職しても細かい損得勘定でネットを活用して銘柄(会社)を物色し続け、売買を繰り返す(転職)恐れあり。
20	カーリング型	働き易い環境作りとばかりにブラシでこすり続けねば、止まったり方向違いの恐れあり。楽勝就職の一方で先行き不安の試合展開は本人の意志(石)次第。
21	エコバック型	環境問題(エコ)に関心が強く、節約志向(エコ)で無駄を嫌う傾向があり、折り目正しい。小さくたためて便利だが、使うときには大きく広げる(育成する)必要がある。
22	ETC型	性急に関係を築こうとすると直前まで心の「バー」が開かないので、スピードの出し過ぎにご用心。IT 活用には長けているが、人との直接的な対話がなくなるのが心配。
23	(はやぶさ型)	宇宙探査機「はやぶさ」が7年にもおよぶ長旅から帰還したことが多くの人に感動を与えた。最初は音信不通になったり、制御不能になったりでハラハラさせられるが、長い目で見れば期待した成果をあげることができる。あきらめずに根気よくシグナルを送り続けることが肝心だ。
24	奇跡の一本松型	今のところは未知数だが、先輩の胸を借りる(接木)などしながらその個性や能力(種子や穂)を育てて行けば、やがてはどんな部署でもやっていける(移植)だろうし、他の仲間とつながって大きく育っていく(松原)だろう。
25	ロボット掃除機型	一見どれも均一的で区別が付きにくい、部屋の隅々まで効率的に動き回り家事など時間の短縮に役立つ(就職活動期間が2か月短縮されたなかで、効率よく会社訪問をすることが求められた)。しかし段差(プレッシャー)に弱く、たまに行方不明になったり、裏返しになってものがき続けたりすることもある。能力を発揮させるには環境整備(職場のフォローや丁寧な育成)が必要。

- 消費税引き上げが景気急落にはつながらない
- 前回引き上げの1997年とは、日本のバランスシートは全く状態が異なる
- 日銀の追加量的緩和は、夏までには決定される可能性も

4月から消費税が8%に引き上げられた。

マスコミでは盛んに3月中の駆け込みの買いだめの様子を放送していた。(あれでいったいどのくらい得するのだろうと、いつも疑問に思っていた)そして、以前のようこれから景気が落ち込んでいくというような恐怖感すら煽る報道も一部見られた。果たしてそうだろうか・・・1997年の消費税引き上げでは確かに景気は落ち込み、デフレスパイラルに陥るきっかけともなった。それがトラウマになっての報道であろう。しかし、その当時の経済環境の違いまで説明して比較するような報道は見られなかった。

1997年、それは、日本経済がバブル崩壊の後始末に苦しみ不良債権が溜まりに溜まってどうにも身動きが取れなくなっていたのです。そして、**ようやく金融機関をはじめ民間セクターのバランスシート調整が始まろうとしていたタイミングでの消費税引き上げであった**。民間部門が脆弱な中での税の引き上げで財政負担が加わったことにより経済へのショックが倍増された形であった。その年の9月三洋証券、10月北海道拓殖銀行、11月山一証券の破綻と続き、金融システムが崩壊状況になった。翌年以降、金融機関の不良債権処理が進みその結果として急激な貸し出しの圧縮、つまり信用収縮が始まったのである。

この1997年と今年の環境の大きな違いがバランスシートの違いである。民間債務は1997年を境に急激に縮小し、今や上場企業の半分は実質無借金状態となっている。金融機関のバランスシートも縮小し、信用コストも極めて低い状況にある。これから企業は、その豊富な資金をデフレ脱却に向けて設備投資や賃上げなど正のスパイラルを生むように有効に活用していく使命がある。

このように、前回の消費税引き上げと今回の引き上げでは全く環境が違っており、**今年も消費税引き上げの影響により、景気が急激に落ち込むというシナリオに**

はならないであろう。当然、3月の駆け込み需要の反動で4月以降の景気指数は数か月思わしくないであろうが、だからと言って1997年のような大きな落ち込みにはならないと確信する。

消費税引き上げの各企業の対応はまちまちであるが、中には価格の引き下げをして顧客を取り込もうとしている企業もある。しかし、これが正しい企業行動であろうか？**デフレ戦略から脱却しなければ今後の企業を生き残れない時期に来ているように思う。付加価値を高めていく戦略が必要であろう**。

さて、日銀の量的・質的金融緩和の決定から1年が経過した。消費者物価指数は日銀の思惑通り上昇し、日銀は物価目標の達成に自信を深めている。生鮮食品を除く総合消費者物価指数(コアCPI)は、**2013年6月に1年2か月ぶりに前年比プラスに転じ、11月以降は1%以上のプラスが続いている**。これまでは、円安・原油高の影響が大きいですが、食料品や耐久消費財の価格上昇も見られる。今後は、この円安傾向もこの1年ほどの勢いはなく、日銀目標の2%には届かないという見方が広がっている。

そこで注目されているのが、今後の日銀の行動である。黒田総裁は、物価目標達成に自信を示しているものの、追加緩和の可能性についても**「日銀の見通しの下振れリスクが顕在化する場合は、躊躇なく現在の量的・質的金融緩和の調整を行う」**と否定していない。

今月30日に行われる金融政策決定会合でその決定が下されるのではないかとその思惑が市場ではある。安倍総理もその前に黒田総裁との面談も予定されていることからその思惑が強まっている。

いずれにしても、日銀としては今後も市場の後手に回らないように常に「期待」に働きかける必要がある。そして、消費税10%への引き上げのためにも夏までにはさらなる量的緩和措置が取られるものと考える。

～米国経済～

- 緩やかな景気拡大が続く⇒12月～2月の悪天候の影響はようやく弱まる
- 量的緩和第3弾は今秋で終了
- 2015年春には利上げも

米国経済は緩やかに拡大している。

今月30日に発表が予定されている2014年1～3月期の実質GDP成長率は前年同期比+1.6%と2期連続の減速が予想されている。この予想値は、1月時点では+2.6%、2月では+2.5%、3月+1.9%と毎月その予想値は下方修正されてきた。それも、この冬の悪天候の影響が大きいようである。

しかし、一方では、4～6月期以降については、+3.0%(4～6月期)、+3.0%(7～9月期)、+3.1%(10～12月期)とほぼ修正なく回復が予想されていることから、この1～3月期についてはやはり悪天候の影響であり一時的なものとの見方が強い。

実際にGDPの7割を占める**個人消費**については、**年末の落ち込みから2月には、小売売上高、自動車販売台数なども回復を示してきている**ことから、12月から2月にかけての記録的な寒波が主因とみていいだろう。その**小売売上高は、2月に前月比+0.3%(1月は▲0.6%)と3か月ぶりの増加**となった。インターネットショップのほか、スポーツ用品店、百貨店などが加速し、天候の回復に伴い徐々に客足が戻ってきているようである。また、2月の実質個人消費支出は、前月比+0.2%(1月+0.1%)となった。

3月の自動車販売は前月比+6.9%(2月+0.8%)の年率1,633万台と大幅に増加した。寒波からの回復と各社のインセンティブ強化が功を奏したようだ。

一方で、住宅部門は、2月の販売件数が中古住宅で前月比▲0.4%、新築で▲3.3%とともに減少しており、調整色が強まっている。しかし、2月の新築住宅着工件数は前月▲0.2%(1月▲11.2%)、住宅着工許可件数も前月比+7.7%と増加に転じ、天候の回復に伴い、今後徐々に回復に向かう兆しである。

企業活動を見てみよう。3月の**製造業指数(PMI)**は、**53.7と前月の53.2からやや改善**した。これで、2013年6月から10か月連続で景気の分かれ目である50を上回っている。3月になって悪天候が弱まったことから、物流の停滞が徐々に解消され入荷遅延が低下した一方、2月に落ち込んだ生産が増加に転じた。自動車関連や住宅関連の需要が悪天候で一時的に弱まったものの底堅さを示し、回復に向かい始めている。指数内訳をみても、生産指数が55.9(前月48.2)と大幅に改善した。4月以降も、企業活動の拡大に期待できる。

3月の**雇用統計**では、**非農業部門雇用者数が前月比+192千人(2月+197千人)と鈍化し市場予想も下回った**。ただ、1、2月合計で37千人の上方修正がなされ、これを含めれば市場予想を上回っている。

3月の統計調査期間では、悪天候の日が2日程度に減少、雇用者数への悪影響は限定的となり、雇用の増加ペースは堅調さを維持し、着実な改善傾向を維持しているようである。

このような経済動向を受けて、連邦準備理事会(FRB)のイエレン議長は、3月の連邦公開市場委員会(FOMC)後の記者会見で、**量的緩和第3弾(QE3)が今秋までに終了するという見解を示すとともに、政策金利(FFレート)の引き上げに関してはその半年後になる可能性があるという考えを示した**。従来は、はやくても2015年後半になると予想されていた利上げは春先に前倒しされる可能性が出てきている。また、利上げの判断としては、これまでの失業率目標(6.5%)を廃止して、より広範な経済指標を政策決定の指針とする考え方も示した。

～欧州経済～

注目されるECBの動向とSRF

欧州経済はようやく底入れをして緩やかに回復に向かいつつあるという状態である。

一方、一部加盟国の財政難などの問題解決には程遠い状況であるが、そのリスク回避に向けた動きは着実に前進している。

3月22日、EUは、ユーロ圏の「銀行破綻処理基金」(SRF)の設立について合意した。この基金は、ユーロ圏の銀行同盟構想の下で既に合意した「単一処理メカニズム(SRM)」の中核をなすものである。

基金の規模は、8年間で、550億ユーロを積み上げる予定である。

SRMは2015年1月から、SRFは、2016年1月からスタートする予定である。

この制度開始に先立って、今後はEU内の大手124行を対象に健全性テストを実施する予定である。この検査の結果によっては、再び金融不安が再燃する可能性もある。

ECBは4月3日に政策理事会を開催したが、具体的な行動は見送った。しかし、今回の理事会では今後の対応についての強い決意を示した。その内容は声明文位表れている。①「状況を注意深く見守り、あらゆる手段を検討する。高水準の金融緩和を維持することと必要に応じて速やかに行動することを強く決意している」という文言を冒頭に持ってきた。②「政策理事会は低インフレの超長期化のリスクに効果的に対応するため、我々の責務の範囲内で非伝統的手段も用いる約束をすることで全員一致した」との文言を新たに入れた。

低インフレの超長期化のリスク要因として、ドラギ総裁は、「為替相場は政策目標ではないが、中期的な物価の安定を評価する上で重要性を増している」と「行き過ぎたユーロ高」を強く意識していることも示した。

欧州も日本と同様、デフレスパイラルに陥る前に量的緩和に踏み切る可能性が強くなってきている。

～中国経済～

7.5%の成長は達成可能か？

中国政府は、2014年の経済成長率目標を7.5%と定めた。2012年から3年連続で同一の目標となった。

また、消費者物価指数上昇率は、3.5%、都市就業者新規増加数を1000万人以上、都市登録失業率を4.6%に定めた。

今月決定した景気刺激策は、①零細企業向け勢の優遇、②低所得者向け住宅開発の金融支援、③鉄道開発計画である。中でも、鉄道開発計画については、3000億元規模(昨年GDPの0.5%)と大規模なものである。

成長率目標については、潜在成長率が低下していると思われる中で変更しなかったことに市場は安堵すると同時に、これまでと同様に、固定資産投資を中心とした無理な経済成長が続くのではないかと懸念もある。

これに対し中国政府は、地方政府の「政績」(政治的な成績)評価項目の重点に「過剰生産能力の抑制と新規債務の増加抑制」が新たに加えられた。さらに、中央経済工作会議では、「債務リスクのコントロール」を経済運営の重点の一つとした。

このように政府は、無駄な投資と債務を増やさず、潜在的な不良債権を増やさないこと、過度な投資に頼らない経済成長を目指すことを強く意識し始めた。

今年に入って理財商品や社債のデフォルトが発生し、政府もはやそのような潜在的リスクを負担できない状況にまで追い詰められているようである。そうした政府の思惑が地方政府にまで通じるのかは大いに疑問である。

7.5%の経済成長を達成するためには、引き続き政府による経済刺激策、具体的には大規模な固定投資(上記のような鉄道投資)中心の成長になるのではないだろうか。