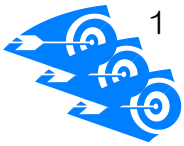
売上見込高の算出における変動要素

～ アベノミクス効果による経営者の見方 ～

アベノミクスとは、2012 年 12 月 26 日より始まった第２次安倍晋三内閣において表明した「３本の矢」を柱とする経済政策のことです。



１　大胆な金融政策（物価目標 2%）
２　機動的な財政政策（補正予算）
３　民間投資を喚起する成長戦略（TPP）

→ 株価上昇・円安誘導

株価上昇 → 消費マインドの改善で業績が回復し、売上高の見通しが明るくなった

小売り・・・高額商品の売り上げが UP（富裕層のニーズ）
外　食・・・深夜時間の売り上げが UP（歓送迎会の増加）
衣料品・・・明るい色、柄ものの売れ行きが UP（景気の明るさ）

円安誘導 → 輸入品の仕入れコスト上昇で、値上げのタイミングをはかっている

小売り・・・値上げする or 国産比率を上げる or 店舗経営の効率化や仕入れの集約で、値ごろ感を維持するかが悩み
外　食・・・原材料高だが、低価格競争との板挟み状態

理想的なシナリオは、

株価上昇・円安誘導　→　輸出企業の利益増加　→　雇用拡大・所得増加
↓
物価上昇(インフレ率 2%へ向けて)　←　消費拡大・インフレ期待の高まり
↓
内需産業の利益増加　→　本格的な景気回復

《アベノミクスに対する現在の評価》

株価上昇で企業の業績は回復してきたものの、所得の改善は遅れています。急激な円安がこれ以上進めば、輸入品の値上がりによる家計へのマイナス影響が拡大し、消費者の生活防衛意識を強めてしまう可能性があります。したがって、アベノミクスが実体経済に波及するには、まだ時間がかかるという見かたが主流となっています。

資料番号：3-50-2	出所：『日経 MJ(流通新聞)』2013 年 4 月 14 日付、2013 年 5 月 13 日付 「アベノミクスとは何か」http://www.toha-search.com/keizai/abenomics.htm