58 第2特集 値決めの勝者と敗者

小売りや外食などで相次ぐ価格見直し。それに対する消費者の反応はシビアだ。値上げ・値下げの勝敗の分かれ目を探る。

59 値決めで負けた企業　しまむら／鳥貴族
60 値決めで勝った企業　壱番屋／ライオン／リンガーハット／JT
63 値下げしても売り上げが増える秘訣　無印良品

11 Hot Issue
気象庁天気相談所長
桜井美菜子

64 トップに直撃
豊田合成社長
宮﨑直樹

96 ブックス&トレンズ
『酒と人生の一人作法』
太田和彦

108 平成経済の証言
湯浅 誠

9 経済を見る眼　再度繰り返される商品券配布の愚／小峰隆夫
11 Hot Issue　精度向上する気象予測／桜井美菜子
64 トップに直撃　宮﨑直樹 ● 豊田合成社長
66 マネー潮流　歴史的な円安に到達するのか／佐々木 融
67 少数異見　工事が止まり資金も流出 低迷続くミャンマー経済
68 ゴルフざんまい　生まれ変わった横浜カントリークラブ／三田村昌鳳
76 US Affairs　民主党躍進の中間選挙 足元揺らぐトランプ／渡部恒雄
78 中国動態　日中首脳会談と盛り上がらない国民感情／梶谷 懐
80 グローバルアイ　債務のスーパーサイクル第3幕／ケネス・ロゴフ ほか
82 フォーカス政治　内政で覇気を欠く安倍首相 関心は外交に／歳川隆雄
90 知の技法 出世の作法　微用工判決への対処で悪化する日韓関係／佐藤 優
92 歴史の論理　「道徳の指導者」へ近づく象徴天皇制／岡本隆司
93 人が集まる街 逃げる街　下関市｜外国人が「通過する街」の課題／牧野知弘
94 サラリーマン弾丸紀行　ジャンボを乗り継いで地球の裏側へ／橋賀秀紀
96 ブックス&トレンズ　『酒と人生の一人作法』を書いた太田和彦氏に聞く
108 平成経済の証言　勢い失った自己責任論 〝共助〟再評価に／湯浅 誠
110 Readers & Editors　編集部から、読者の手紙

102 ニュース深掘り 外食とコンビニで「明暗」課題山積の外国人材活用

104 中間決算に透ける踊り場 企業業績は減速が鮮明に
107 NY発〝ウーバー包囲網〟の行方

本誌の記事は「日経テレコン」「G-Search」「ELNET」「FACTIVA」等のデータベースに収録されており、フリーキーワードで検索、購入できます。

【表紙から】
終身保険、医療保険、がん保険、貯蓄性保険、変額保険…。保険の罠にはまり貯蓄ができていないのでは?
イラスト：Hama-House

16 第1特集 保険の罠

18 日本の社会保障は充実 生命保険は最小限に
20 思っている以上にあなたは長生きする
22 見直したいけどやめられない 生命保険ネットアンケート

PART 1 いらない保険 すべて教えます

24 売れ筋保険を疑え
25 医療保険｜日本で医療を受けるならいらない
26 がん保険｜傷病手当金などで「がん離職」は避けられる
27 介護・認知症保険｜30年以上も先を予測することは困難
28 健康増進型保険｜保険に加入しなくてもできることばかり
29 保険のよさは数字で示せ／控除枠の拡大要望は誰のため?
30 終身保険｜相続対策には有用だが持ち出しも多い
31 長寿保険｜掛け捨て部分少なくまだ保険とは呼べない
32 貯蓄性保険｜預貯金との比較は厳禁
33 外貨建て保険｜手数料が高く積み立てに回るおカネが少ない
34 変額保険｜保障と運用の2兎を追い高コストの憂き目に遭う
35 アフラック vs. 都道府県共済
36 保険トラブル実例集1 銀行窓販編「保険ではない」はずが…

PART 2 ムダな保険に入らないために

38 営業トークの裏、全部教えます
40 一時払い外貨建て保険にご用心
42 実況 辣腕外資の絶妙営業トーク
45 保存版 トラブルを避けるための十戒
46 保険トラブル実例集2 郵便局編 発端は「受取人を2人に」

PART 3 誌上診断 私は保険に入りすぎ?

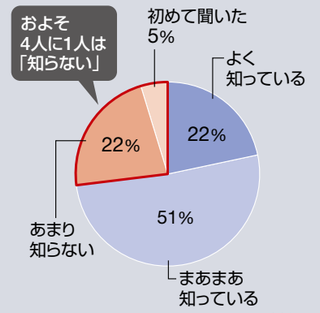
50 その保険、ちょっと待った〜!
CASE1 夫婦で10の保険加入　CASE2 4つで保険料117万円
55 保険トラブル実例集3 大手生保編「うつ病でも大丈夫」!?
56 生保トラブル 誰に相談すべきか

生命保険料は60歳を超えてもあまり減らない

世帯の年間払込保険料平均額
30代……約34万円
50代……約47万円
60代……約39万円
70代……約33万円

(→P18)

4497人が回答! 生命保険ネットアンケート
—国の高額療養費制度を知っているか—



ほか (→P23)

介護リスク顕在化は80歳以上
—要介護認定者の割合—

年齢	認定者の割合
40〜64歳	0.4%
65〜69	2.8%
70〜74	5.9%
75〜79	12.6%
80〜84	27.6%
85〜89	50.4%
90〜94	72.6%
95歳以上	95.8%

(→P27)

いらない商品 すべて教えます

保険の罠

世の中は「いらない保険」にあふれている。「罠」にはまればおカネを喪失、長寿社会を生きていけない。

本誌：山田雄一郎
デザイン：池田 梢　進行管理：宮澤由美
イラスト：河南好美

生命保険のキホンのキ

一時払い　保険料を一括で払うこと。毎月払うのは「月払(つきばらい)」、毎年払うのは「年払（ねんばらい）」

払済保険　保険料の払い込みを中止して、それまで払った保険料で保険期間が同じ保険に保障内容を組み直した保険。保険金額が同じになるように組み直すのは「延長保険」

医療保険　入院・手術などをしたときに給付金が出る。入院給付金は日額5000円、手術給付金は5万～20万円が一般的だが…　➡詳しくは25㌻へ

介護保険　所定の要介護状態に該当した場合に年金や一時金が出る。保険料の払い込み開始から保険金の受け取りまでの期間が長いことから…　➡詳しくは27㌻へ

終身保険　死亡保障が一生涯続く。相続対策に有用。まとまった額の払戻金があることから貯蓄・運用目的での提案がなされることが多いが…　➡詳しくは30㌻へ

貯蓄性保険　学資保険や養老保険など貯蓄目的の保険。養老保険は「介護付き」「外貨建て」などバリエーションあり。「65歳になったら」など人生の節目に給付金が出るが…　➡詳しくは32㌻へ

「２人に１人はがんになります」。生命保険会社の営業職員にそう言われると不安になり、がん保険に加入する。「一生涯の保障が安心です」と言われて終身保険を契約。「要介護状態になったら大変だ」と介護保険に、「認知症にも備えなければ」と認知症保険に……とさまざまな不安を保険で解決しようとすると、保険料の支払額は年数十万円では利かなくなる。

保険に入りすぎた揚げ句、十分な貯蓄ができないという大きな不安を抱える。それが保険の罠だ。

日本人は今、どんどん長寿化している。現在50歳の男性の４人に１人は97歳まで生きる。思っていた以上に長生きすれば、老後資金が大きく不足するおそれが高まる。

保険会社が販売に力を入れている新商品「長寿保険」は、この不安を解消してくれるだろうか。実は、長寿保険は途中解約した場合の損が大きい。いざというときにおカネが足りず解約すると、虎の子のおカネをいっそう失う憂き目に遭いかねない。

「人生１００年時代」といわれる今こそ、さらに保険を増やすのではなく、ムダな保険を見極めるべきだ。それではどれが「いらない保険」なのか。じっくり見ていこう。

Getty Images

値決めの勝者と敗者

小売りや外食などで相次ぐ価格見直し。それに対する消費者の反応はシビアだ。値上げ・値下げの勝敗の分かれ目を探る。

本誌：真城愛弓、佐々木亮祐、若泉もえな、遠山綾乃、石阪友貴、梅咲恵司

激安セールを繰り返しても既存店売上高の前年割れが続くしまむら

「65円靴下」「140円Tシャツ」――。アパレル小売り大手のしまむらが今春配布したチラシには、通常の衣料品店では考えられないような低価格の商品がずらりと並んだ。

驚きの安さによる売り上げ増を期待したものの、客数は伸び悩んだ。既存店の月次売上高は今年4月こそ前年水準を上回ったが、直近20カ月のうちわずか3カ月しか前年を上回っていない。10月には業績見通しを下方修正し、今2019年2月期は2期連続の営業減益が確実となった。

また、「全品280円均一」の安さで急成長した焼き鳥チェーンの鳥貴族は昨年10月1日、「全品298円均一」へ値上げした。わずか18円の値上げである。にもかかわらず客数減は顕著。今年9月の客数も前年同月比15・3％減と超低空飛行が続いている。

ほかにも、ファーストリテイリング傘下の「ユニクロ」が14年と15年に2年連続で秋冬商品を値上げし客離れを招いた。値決めに失敗した企業の事例は数多い。その一方で、カレーチェーンの壱番屋や長崎ちゃんぽんのリンガーハットなどは値上げをしても客足は遠のいていない。勝敗を分ける分岐点はどこにあるのか。

値下げが逆効果、値上げで客離れ
値決めで負けた企業

値上げが相次ぐ中、値下げできる企業は〝勝ち組〟といえそうだが、そうでもない。圧倒的な安さを武器に「デフレ時代の優等生」として成長した、アパレル小売り大手しまむらが迷走している。

しまむらは3年ほど前、単価が比較的高いPB（プライベートブランド）をコア商品にする戦略へ舵を切った。その象徴が、年販100万本を超す大ヒットを記録した「裏地あったかパンツ」だ。重ねばきがいらない防寒性の高さを売りに、定価3900円と通常パンツの〝しまむら価格〟1900円の倍以上で販売した。

その後も肌着やジーパンなどのベーシック商品を軸にPBを投入した。だが、裏地あったかパンツほどのヒットが生まれない。売り上げが思うように伸びず、価格重視の販促に戻らざるをえなかった。

今年も激安の大型セールを連発。前述の「65円靴下」などインパクトのあるチラシを配布した。「安さを前面に打ち出したB3サイズくらいの大きな紙チラシを配れば、店に来てもらえる」（同社幹部）という経験則があったからだ。

しかし、もくろみは外れた。客数が想定したほど伸びず、主力業態「ファッションセンターしまむら」の今年の既存店売上高は4月を除き前年同月割れが続く（右図）。

デフレ優等生の価格戦略に、ほころびが生じたのはなぜか。一つは、消費者の財布のひもが固くなったことだ。10月の決算説明会でしまむらの北島常好社長は、「安くても、いま必要なモノでなければ買わない、という消費者の選別意識が強くなった」と強調した。競争環境も激化している。ネット通販や、メルカリなどのフリーマーケットアプリが浸透し、ネット上で簡単に比較購買できるようになった。

品ぞろえの問題もある。「PB重視の方針に変更して以降、かつてのような〝とがった〟品ぞろえがなくなった」と話すのは、ライバル企業の幹部だ。

その反省から、この秋冬商戦は1000～3000円を中心とした高単価商品の販促を強化している。大型セールのチラシでも、数十円や数百円といった激安商品の掲載をかなり減らした。

にもかかわらず10月に開催した65周年記念セールも、会社が計画した売り上げに達しなかった。安さに頼れなくなったしまむらの苦悩は、しばらく続きそうだ。

鳥貴族が値上げ後に苦戦している理由

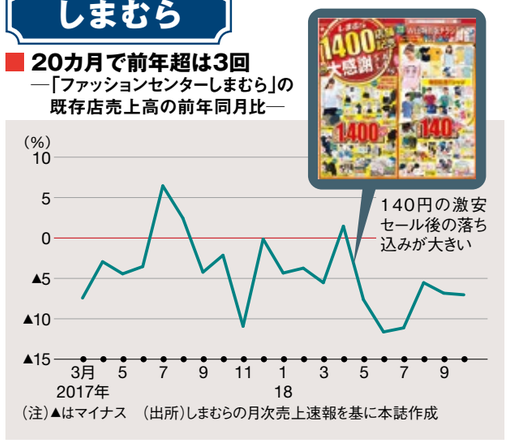
値上げ後、深刻な客離れに見舞われたのが、焼き鳥チェーンの鳥貴族だ。前述したとおり昨年10月、鳥貴族にとって28年ぶりの値上げを実施した。「アルバイトや社員の待遇改善に使うために値上げした」（大倉忠司社長）。

以後の客数は昨年11月を除き、

しまむら

20カ月で前年超は3回

―「ファッションセンターしまむら」の既存店売上高の前年同月比―



（注）▲はマイナス　（出所）しまむらの月次売上速報を基に本誌作成

値上げ・値下げの泣き笑い ―最近の主な価格改定事例―

年	評価	値上げ・値下げの内容と影響
2014～15	😠	「**ユニクロ**」が商品を2年連続値上げし、客離れを引き起こす
16～17	😐	イオンがPB「**トップバリュ**」の高付加価値戦略を転換し、再び値下げ
	😊	「**カレーハウスCoCo壱番屋**」がポークカレーなどを段階的に値上げ
	😊	赤城乳業が「**ガリガリ君**」を10円値上げ。社長のお詫びCMが評判に
	😠	「**鳥貴族**」が全品一律280円から298円に値上げし、客数が落ち込む
18	😠	「**しまむら**」が1400店舗達成にちなんで140円でTシャツなどを販売
	😊	「**無印良品**」が衣料、家具などを相次いで値下げ
	😊	長崎ちゃんぽん専門店「**リンガーハット**」が野菜高騰を受け値上げ
	😊	日本たばこ産業（**JT**）が150銘柄を1箱40円程度値上げ
	😠	競合の値上げが相次ぐ中、**吉野家**は牛丼価格を維持したが収益性悪化

（注）評価の「😠」は価格改定で経営に悪影響、「😊」は好影響、「😐」は影響中立
（出所）取材を基に本誌作成

Books & Trends（ブックス&トレンズ）

『酒と人生の一人作法』を書いた
居酒屋探訪家

太田和彦氏に聞く

著者　おおた・かずひこ●1946年生まれ。東京教育大学（現・筑波大学）卒業後、68年資生堂宣伝部に。89年独立しアマゾンデザイン設立。2000～07年東北芸術工科大学教授。著書に『太田和彦の居酒屋味酒覧』ほか。BS11「太田和彦のふらり旅 新・居酒屋百選」などのTV番組も。

酒と人生の一人作法
亜紀書房
1500円＋税／237ページ

かつて化粧品広告のアートディレクターとして名を馳せた著者は、今や全国各地の〝いい居酒屋〟を巡り発信する第一人者。一人居酒屋飲みの至福を語る。

――だしから取って昼支度、原稿書きは筆が乗っても30分で中断し、レコードに針を落として気分転換。晩酌も一人気ままに一杯。満ち足りた光景が目に浮かびました。

僕が思うのは人生20年節目説。大学出て就職する22、23歳までが成長期。僕は23歳で会社組織に入り、43歳で独立した。いっときデザインを教えてた大学も62歳で退職。だからほぼ20年間隔。

春夏秋冬に例えれば、成長期が春、いちばん元気がいい会社勤めの時代が夏、そして秋に一人になった。20年×4周＝80年として、今72歳は最後の冬の時期の真ん中にいるな、というとこ。

――〝人生の冬〟なんて、何だか寂しい響きですが。

冬っていいものですよ、気持ちが落ち着いて。最近は老後の生き方を説く指南本が山のように出てますよね。この本は、これまで書いた原稿の中から選んで編集しました。そうしたら、60歳以降に書いたものがありありと、指南書代わりのお答えになっていた。

リタイアして、友人に「さあこれから遊ぼうよ」と言っても、半年も経てば音信不通になります。周りから人がどんどん去っていく。僕がアドバイスしたいのは、1番に、迷わず居酒屋に行け。2番に、一人旅をしろ。要するに一人で生活することの楽しさを知る。

――秋後半の50代になると冬が目前に見えてきて、今のうちから仕事以外の何かを見つけなきゃ、趣味は？　ボランティアは？　と焦りだす人、結構多いと思います。

50代はいちばん悩みの時期ですよ。以前、「生涯の飲酒計画」というのを書いたんです。夢、野心、自負、不安、孤独の20代は「熱血の酒」。最盛期の30代は「仕事の酒」、仕事に猛進してきた毎日を一段落させたくなる40代は「親交の酒」。そして50代は「孤独の酒」。

サラリーマンならば定年、子どももそろそろ結婚。ふと気がつけば、自分を取り巻いてた人々、環境がすべて去り、古女房と二人取り残されている。否応なく人生のむなしさに直面させられ、精神的に非常に不安定になる。頼りは酒だが、その味は苦く酔いも早い。

60代になると、危機を乗り越え客観的に自分の人生を見いだす「悟達の酒」。そして僕は70代、頼りにされ気も引き締まるが、張り合いもある。酒とはいいものだとしみじみ思う「滋味の酒」……。これ、40代前半で予想して書いたんです。それが実に当たってた（笑）。

お酒と1品あればいい群衆の中の孤独楽しむ

一人で行くのに居酒屋ほどいいところはなくて、お酒と一品ぐらい置いとけば長居していいわけです。一人になると自分を考える。一人でいることに耐える練習にもなる。うなぎ屋とかレストランだと、食べ終わってじっと座ってたら「何か？」と聞かれるし、家だと「どうしたの？」と言われる。居酒屋だといろいろ考えてるうちに、酒の力で無の境地になる。そこで浮かんでくるのはただ一つ、「次、何注文しようかな」。それがいいんです。

かつて化粧品広告のアートディレクターとして名を馳せた著者は、今や全国各地の〝いい居酒屋〟を巡り発信する第一人者。一人居酒屋飲みの至福を語る。

――だしから取って昼支度、原稿書きは筆が乗っても30分で中断し、レコードに針を落として気分転換。晩酌も一人気ままに一杯。満ち足りた光景が目に浮かびました。

僕が思うのは人生20年節目説。大学出て就職する22、23歳までが成長期。僕は23歳で会社組織に入り、43歳で独立した。いっときデザインを教えてた大学も62歳で退職。だからほぼ20年間隔。

春夏秋冬に例えれば、成長期が春、いちばん元気がいい会社勤めの時代が夏、そして秋に一人になった。20年×4周＝80年として、今72歳は最後の冬の時期の真ん中にいるな、というとこ。

――〝人生の冬〟なんて、何だか寂しい響きですが。

冬っていいものですよ、気持ちが落ち着いて。最近は老後の生き方を説く指南本が山のように出てますよね。この本は、これまで書いた原稿の中から選んで編集しました。そうしたら、60歳以降に書いたものがありありと、指南書代わりのお答えになっていた。

リタイアして、友人に「さあこれから遊ぼうよ」と言っても、半年も経てば音信不通になります。周りから人がどんどん去っていく。僕がアドバイスしたいのは、1番に、迷わず居酒屋に行け。2番に、一人旅をしろ。要するに一人で生活することの楽しさを知る。

――秋後半の50代になると冬が目前に見えてきて、今のうちから仕事以外の何かを見つけなきゃ、趣味は？　ボランティアは？　と焦りだす人、結構多いと思います。

50代はいちばん悩みの時期ですよ。以前、「生涯の飲酒計画」というのを書いたんです。夢、野心、自負、不安、孤独の20代は「熱血の酒」。最盛期の30代は「仕事の酒」、仕事に猛進してきた毎日を一段落させたくなる40代は「親交の酒」。そして50代は「孤独の酒」。

サラリーマンならば定年、子どももそろそろ結婚。ふと気がつけば、自分を取り巻いてた人々、環境がすべて去り、古女房と二人取り残されている。否応なく人生のむなしさに直面させられ、精神的に非常に不安定になる。頼りは酒だが、その味は苦く酔いも早い。

60代になると、危機を乗り越え客観的に自分の人生を見いだす「悟達の酒」。そして僕は70代、頼りにされ気も引き締まるが、張り合いもある。酒とはいいものだとしみじみ思う「滋味の酒」……。これ、40代前半で予想して書いたんです。それが実に当たってた（笑）。

一人で行くのに居酒屋ほどいいところはなくて、お酒と一品ぐらい置いとけば長居していいわけです。一人になると自分を考える。一人でいることに耐える練習にもなる。うなぎ屋とかレストランだと、食べ終わってじっと座ってたら「何か？」と聞かれるし、家だと「どうしたの？」と言われる。居酒屋だといろいろ考えてるうちに、酒の力で無の境地になる。そこで浮かんでくるのはただ一つ、「次、何注文しようかな」。それがいいんです。

まあ場数と経験は必要です。女性なら女将さんのいる店に行けばいい。あるいは主人と奥さん。女将さんは必ず一人客の女性を大事にしますよ。見慣れない女性が一人で来ると、「こっちいらっしゃい、さあどうぞ」と言ってくれる。最近は女性の一人飲みをよく見かけますね。姿勢よくカッコよく飲んでる姿は、見ていていいもんですよ。他の男客も茶々入れないし。

誰かと話をしたければ、店主に限るね。店のご主人や女将さんは客相手に慣れてるから、余計なこと聞いてこないし、表面的な会話でいい。京都の店が優れてるのはそこ。上辺だけってことをとても大事にするから。居酒屋のカウンターで本音吐いてる客は、野暮なお人や、って相手にされない。

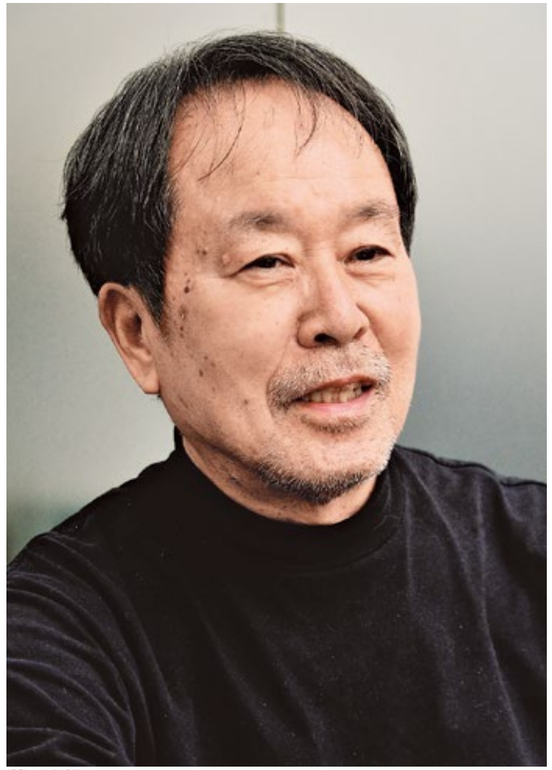
――お客側の器もいる気がする。上級者でないと難しいのでは？

居酒屋は確かに人の器を見ます。だからいいんです。客はそこで器量を磨く。でもそれは難しいことじゃなくて、要は静かに端然と、おとなしく飲んで、サッときれいに勘定して帰ればいい。最初は話をしようなんて思わず、ごあいさつ程度。いい店だな、自分と馬が合うなと思ったらまた行って、3回も通えば常連。きれいに飲んで帰る人と覚えてくれるから、向こうも安心、こっちも安心。「はい、いらっしゃい！　こちらのお席でしたよね」と案内してくれますよ。

――読者に味わってほしい点は？

酒が人間を創る、だな。無理して言えばね。「自分の人生、これでよかったんだろうか」と立ちすくんでいるような方に、読んでいただけたらうれしい。自分を知るためには一人になるのが一番。一人の時間を持つには、居酒屋ほどよい場所はないということです。自分を見つめる、向き合うことに慣れてしまうと、生きてるって楽しいことだなって必ず気づきますよ。

50代以降は得るものより失うものが多くなる、って嘆きも聞くけど、失うものが多いほうがいいんです、楽になるから。裸一貫、身一つの心地よさ。酒ってうまい、人生って面白いものだなって。得るものはない、ただ深まっていくだけ。仙人のように生きると楽ですぞ。（聞き手・本誌：中村陽子）



撮影：梅谷秀司

主人と客筋が培う名店その風格に交ぜてもらう