

## 利用価値と所有欲どちらが上？

先日の成人式では、早くも平成生まれの人が新成人となり、大人の仲間入りとなりました。平成に入って早、丸20年を経過したのですねー。私ら昭和世代の人が若い人に、「何年生れ？」と聞く時には、頭に「平成何年・・・」と聞くべきか、「西暦何年・・・」と聞くべきか、迷うところですが。先日も、つい癖で「昭和何年生れ？」と聞くと、「昭和？違いますよ！」と言われてしまいました。2000年以降に生れた人は、違和感なく西暦で答えるようになるのでしょうか？

今更ながら、改めて「平成」の名前の由来をインターネットのフリー百科事典「Wikipedia」で調べてみると、『史記』五帝本紀の「内平外成（内平かに外成る）」、『書経』大禹謨（偽書）の「地平天成（地平かに天成る）」からで、「内外、天地とも平和が達成される」という意味だそうです。日本が幾多の戦争に絡んだ激動といわれた「昭和」から「平成」にはいり、海外においてはベルリンの壁が崩壊して冷戦は終結したものの、民族間の地域紛争やテロ事件などが相次いでいます。国内の経済は、バブルの崩壊から今の金融危機に伴う大不況に至るまで、平らではない、激動の時代といえなくもありません。

私は毎年元旦の初詣には必ずおみくじを引きます。今年は「半吉」でした。ちなみに半吉は吉の次で、末吉の前に良いそうです。おみくじの内容といたしますと、「・・・暴風にあう舟のようで行けば戻れず 困難が多いが 心正しく 神仏に念ずれば やがて風もおさまり 彼岸も見えてくる」とのことです。「困難が多いが、後戻りは出来ない、誠実に物事を実行すれば、やがて展望が開ける」と私なりに解釈し、この不況を乗り切る為に少しでも皆様のお役に立てるように頑張っていきたいと思っております。

さて、2009年1月6日の日本経済新聞の記事で「もう今年は・・・買わない！」というものがありました。ブランド物のバッグに楽器、ペットなど、これまでは自分だけのモノとして所有するのが当たり前だった分野で、レンタルの利用が広がっている、とのこと。この不況の影響で所得の伸びが期待できないので、少ない出費で利用を楽しもうとする人が増えているためです。自動車の販売も低迷していますが、複数の会員で自動車を共有する「カーシェアリング」の利用が増えています。旅行などの長距離はレンタカー、買い物などのチョイ乗りはカーシェアリング、と使い分ける人が多いそうです。

あるブランド物のバッグのレンタルを扱う業者では、月1~2万円位のレンタル料で、貸出し期間内であればバッグは取り換えられるので、「何種類ものブランドものを持つ夢がかなう」ことから、この4ヶ月で利用者が倍増しているそうです。そこまで「利用」を割り切れるのは、ある意味大したものかもしれません。

ビデオやCDであればレンタルは当たり前になっていますが、そもそもブランド物バッグを持つ女性は、ほとんどが利用したいというよりも、ほしいから買う、という人が圧倒的だと私は認識しています。ある意味、自動車もそういう面があるのかもしれません。特に車好きのマニアっぽい人ならなおさらです。利用することよりも、所有すること自体に価値を見出す、つまり人間の持つ「所有欲」を満たす、一種のコレクター的な価値観の方にとっては、やはり自分のモノでない気がすまないのでは。骨董品や絵画なんかは正にそうだと思います。観るだけだったら、何も買わなくても美術館などに行けば、有名な絵画を時間限定ですが安く眺められます。しかし、有名な絵画に何億円もの出費をするというのは、やはり持ちたいという「所有欲」が働くからかも知れません。

経済的に余裕があれば「所有欲」が満たされるのですが、これからは、必要な時だけ借り、なるべく多額の出費や維持費を抑える、という割り切った合理的な考え方は企業のみならず、家計にも浸透していくのかも知れませんが、そこにビジネスチャンスが生れるのかも知れません。しかし、合理的に損得勘定だけで行動しないのも人間というものです・・・。

今「派遣切り」で問題になっている「人材派遣」は、営利を目的とした企業の、必要な時に必要な時だけ人材を借りる、という合理的なニーズに対応したものなのですが、モノではなくヒトであるがゆえに、割り切れないデリケートな問題があるのかも知れませんね。