

「総選挙が近づくと、株価が上がる」

特定の株が値上がりするのは、選挙資金の捻出に利用されているため。

総選挙が近くなっても、平均株価が上げられないと、時の与党は選挙に負けることになる。

日銀がお金を発行するとき、日銀は同じ額だけの資産をもたなければならないと決められている。

資産とは、国債、金地金、商業手形、外国為替などである。

すなわち、買った国債は資産になり、出ていったお札は負債となる。

~~~~~

普通国債には建設国債、特例国債、年金特例国債、復興債及び借換債があり、普通国債の利払い・償還財源は主として税財源により賄われています。

<https://www.mof.go.jp/jgbs/summary/kokusai.html>

~~~~~

もともと、水道事業は独立採算制で行なわれている。地方公共団体が直接事業を行なう場合と民間の場合があるが、それぞれの事業体が、それぞれの収支状況において、独自に料金を設置している。

そのため、地域ごとの“水事情”によって、水道料金には大きな差が出てしまう。たとえば、水の豊富な山梨県富士吉田市と、渇水に悩まされている長崎市では、二〇立方メートル当たりの料金で、およそ七〇〇円と四〇〇〇円の差がある。

というのも、富士吉田市は、富士山の麓にあるため、豊富な地下水に恵まれている。また、水質もよいため、浄水にもコストがかからない。そのため、安い値段で水が供給できる。

いっぽう、長崎市は、まず周辺に水量豊かな川がない。水源は、ほぼすべてダムに依存しており、その建設費や管理・維持費に膨大な費用がかかる。また、地形が複雑で大型ダムがなく、一カ所の小型ダムが分散しているため、九カ所もの浄水場が必要となる。さらに、起伏の激しい地形に合わせ、標高の高い地域へ水が送れるように、配水タンクも一〇〇カ所以上設置されている。

これだけコストがかかれば、当然、水道料金は高くなる。海からすぐ山になり、中腹に民家が並ぶ長崎市だが、その地形が水道料金を高くしているのだ。

「骨董品店のからくり」

もう一つ、骨董品店の密かな仕入れ先としては、アパートやマンションがある。それも、身寄りのない一人暮らしの人が亡くなったあとの部屋である。

法律によると、身寄りのない人が亡くなった場合、残った財産は国庫に収められることになっている。現金、預金通帳、株券などは、家庭裁判所を通じて国が管理する。

ところが、処分に困るのが、それ以外のモノ。部屋に残ったままでは、次の人に貸せないし、アパートやマンションのオーナーが自分で処理するのも気が引ける。そこで、**オーナーは、知り合いの古物商に連絡**をする。残ったモノは、すべて差し上げるので、部屋を整理してほしいというわけである。

実際には、国のものになるはずだが、誰も損をする人がないため、古物商の手にゆだねられる。だが、これが、意外な掘り出しモノに出会うケースも少なくないのである。

家族の負担を考え、「戒名はいらない」といいのこした故人の遺志を、寺の住職に伝えたとところ、「**戒名がないと、墓には入れない**」と一喝されたという。

たしかに、戒名には、仏の弟子になった証という意味がある。だから、住職のいいぶんは、寺の墓に入りたければ、戒名をつける必要があるということのようだ。

ここまでは、坊さんのいうこともそれなりに理解できるとしても、ここから先は簡単には納得できない。

ご存じだと思うが、戒名には値段によるランクがある。

一般的に、最低ランクの「〇〇信士（女性は信女）」で、一〇万円くらい。その上になると、「〇院〇居士（大姉）」で五〇万円くらい、そして最高ランクの「〇〇院殿〇〇大居士（清大姉）」になると、二〇〇万円以上というのが相場だ。最低と最高とではかなりの開きがある。

・・・

なお、故人の名誉のためにと、上級の戒名をつけてもらうと、そののち、お寺との付き合いが大変になる場合もある。法要や寺の改装、改築などのさい、他家よりも多くの寄進を求められるのだ。

「ワイン」

そんなワインの値段について、実際の決定権を振っている人たちが、フランスにいる。「**ネゴシアン**」と呼ばれる人たちである。

ネゴシアンとは、ベンチャー・キャピタルのような形で蔵元に資金を提供し、販路を確保してきた業者のこと。そのため、老舗の蔵元に対しても、大きな影響力をもっている。

フランスのAOCワイン（フランスの法律に従って、ブドウ及びワインの産地を表示した上質ワイン）の多くは、まずこのネゴシアンが、蔵元から買い上げる。このとき、ネゴシアンがワインの価格も決定する。

そのワインが、日本の商社や専門輸入業社を通じて、日本にも入ってくる。とくに、ボルドー地方の老舗蔵元に対して、ネゴシアンの影響力が強いといわれる。

ただし、最近では、フランスでも、この**ネゴシアン**をはぶけば、**価格がもっと安くなる**、という発想が生まれている。

たとえば、ブルゴーニュ地方の小さな蔵元には、**ネゴシアン**を通さず、自分で販売するところも出てきた。日本の輸入業社にも、そういう蔵元から買いつけるところが現れている

「コインロッカー」

コインロッカーは、JRや私鉄が所有しているものと思いきや、鉄道会社はロッカー専門の会社に**場所を貸しているにすぎない**という。さらに、ロッカー専門会社は、**加盟店や代理店をつのって運営**しているため、実質的な所有者は加盟店レベルであることが多い。

コインロッカーを運営する加盟店や代理店になるには、ロッカー会社に入会金を払い、ロッカーを購入する必要がある。初期投資は一五〇万円程度からで、内訳は入会金が五〇万円、あとはロッカーの購入代金（四〇ボックスで一〇〇万円程度）となる。設置場所に関しては、ロッカー会社が稼働率の高そうな場所を探して提供してくれる。肝心の収益は、稼働率が五〇%とすると、一日二〇〇円×二〇ボックスで四〇〇〇円。これが一カ月三〇日で一二万円。

このなかから**設置先へのマージンとロイヤリティ**を引いた残りが、加盟店の収入となり、それが四五%とすると月の売り上げは六万六〇〇〇円ということになる。もちろん、もうけは稼働率しただが、**損をすることはまずない商売**といわれ、遅くとも三年で元が取れるという。

加盟店がやることは、週に一回の掃除と代金の回収だけ。あとは何もせずにお金が入ってくるのを待つだけだから、ロッカーはお金のわき出る玉手箱とまでいう人もいる。この不況下でも、いい場所さえ確保できれば、着実に収益を上げるビジネスだといえるだろう。

「飲食店メニュー」

メニューには、このほかにも、さまざまな店側の**“思惑”**、メニューが潜んでいる。

たとえば、喫茶店では、アイスソーダーやレモンスカッシュの値段が、コーヒーや紅茶に比べて、かなり高めに設定してあることが多い。これは、コーヒーや紅茶の値段をより安く感じさせようという店側の狙いなのだ。**コーヒー、紅茶は、手間のかからない利幅の大きい商品**であり、なるべくそれを注文させようという魂胆なのだ。

「屋台ラーメン」

また、屋台ラーメンも、“開店”にこぎつけるには、かなりの初期投資が必要となっている。

最近では、フランチャイズシステムの屋台が増え、加盟金のほか、材料の仕入れ代の担保となる保証金、研修費、専用のクルマ代、どんぶりなどの備品などで、ざっと**四〇〇万円以上の初期投資が必要**になる。

そして、商売を始めたばかりで、ロイヤリティーやらクルマの保険やら整備費などがかかってくる。日々の材料の仕入れ代や人件費を加えると、一日に**五万円程度は売り上げないと、食っていくことができない**という。