

質問事項		選択式回答	記述式回答
<b>経済動向</b>			
1	<p>2015年8月下旬から9月上旬にかけての経済状況について、関連する業界、地域等の現状やご自身の知見・経験等を踏まえ、3か月前(2015年5月下旬から6月上旬)と比べて良くなっているか、悪くなっているか選んでいただき、その理由をデータや具体的な事例とともに300字以内でご記入ください。その際、前年との違い等お気づきの点があれば併せてご記入下さい。なお、政府の景気認識については月例経済報告の中でお示ししているのをご参照ください。</p>	良くなっている	<p>経済動向の直接の答えではありませんが、デマンドサイドの指標として電通総研「消費マインド調査(年4回実施・全国WEB調査・1200サンプル)」の結果からコメントさせていただきます。消費マインドに関しては、「収入の増加」「今後の生活見通し」「消費マインド」ともに2014年の12月を底にして2015年3月、6月と上昇傾向にあります。また「3つの消費気分」(節約志向/メリハリ志向/増加志向)を見ると、「節約志向」が減少し、「増加志向」にも上昇が見られます。消費マインドは上向く方向にあるので、「買いたいモノ」「やりたいコト」を消費者に提案できれば消費は上向くと思われれます。</p>
<b>デフレ脱却・経済再生を確実にするための取組</b>			
2-1	<p>(別紙5)の1.(1)のとおり、経済財政諮問会議ではデフレからの脱却、経済の好循環の拡大に向けた取組を進めていくこととしておりますが、現場の実情や地域の視点から特に強化・加速すべきとお考えになる取組について具体的なご意見がございましたら300字以内でご記入ください。</p>	-	<p>社会の成熟化とデジタル環境の発達により、大衆消費財はコモディティー化し、趣味消費材が成長。購入動機も「モノからコト」へと変化し、日本の消費に大きな変化が起っています。日本社会も「貿易立国モデルの終焉」「インバウンドの急増」「労働力不足の顕在化」「脱・都市志向」等々、これまでの日本経済のモデルと反転した動きが目立ち始めました。これは「輸出型で後進国の先頭を走っていた日本」が「内需型で先進国としてユニークな日本」へと脱皮すべき時期が来たということを意味します。「モノからコト、後進国型から先進国型への転換」の際に留意すべきは、日本人の視点ではなく外からの視点で日本の強みを捉えなおすが必要になります。「モノ」は世界共通の品質や価格で勝負できますが、「コト」はよりきめ細やかなマーケティングが必要だからです。</p>
2-2	<p>また、(別紙5)の1.(2)のとおり、経済財政諮問会議では我が国経済の潜在的な成長力の強化について取組を進めていくこととしておりますが、現場の実情や地域の視点から特に強化・加速すべきとお考えになる取組について具体的なご意見がございましたら300字以内でご記入をお願いいたします。</p>	-	<p>世界的に市場が拡大し、日本でもインバウンド旋風が吹いている流れを活かし、デビット・アトキンソン氏提唱の「新・観光立国論」を推進すべきだと思います。電通総研ジャパンスタディーズグループでは「外から見た日本の強み」、ヒューマンスタディーズグループでは「これからの働き方(住まい方)」を研究しています。真の観光立国になるには「アジアだけでなく、欧米やオセアニアの人々も訪問したい日本をつくること」を目標にすべきです。その時「人材の供給(移住)」とセットで考えることが重要です。インバウンド観光で国内のモノの販売が増えることはうれしいですが、中長期的シナリオで「観光(外国人が歴史や文化というコトを目的に日本に地方に来る)」×「移住(国内の都市部の人が新しい働き方を求めて地方に移住する)」の組合せで、内需型・先進国型の「新しい日本の成長戦略」を考えるべきではないでしょうか。</p>