

# 消費活性化に向けて

～中期的動向、短期的動向を踏まえて～

令和元年7月31日

竹森 俊平

中西 宏明

新浪 剛史

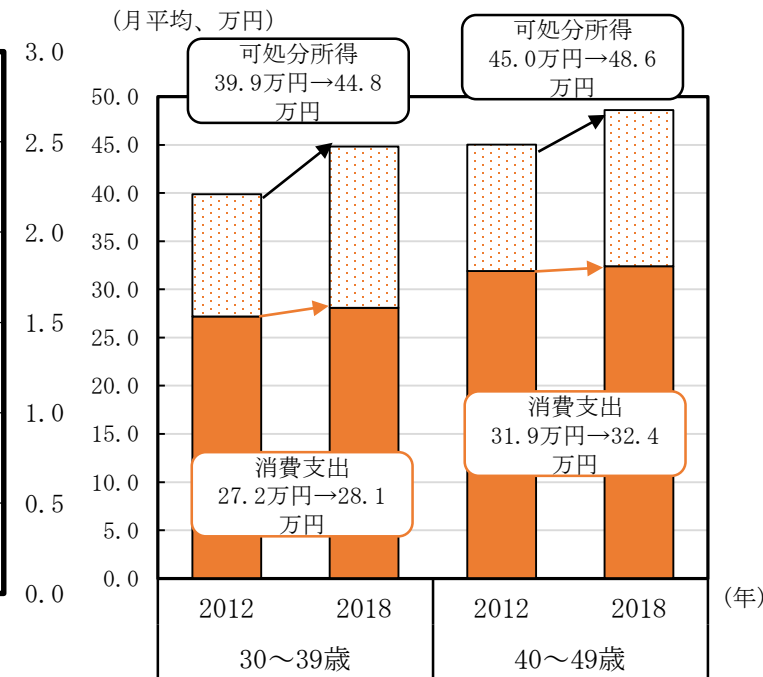
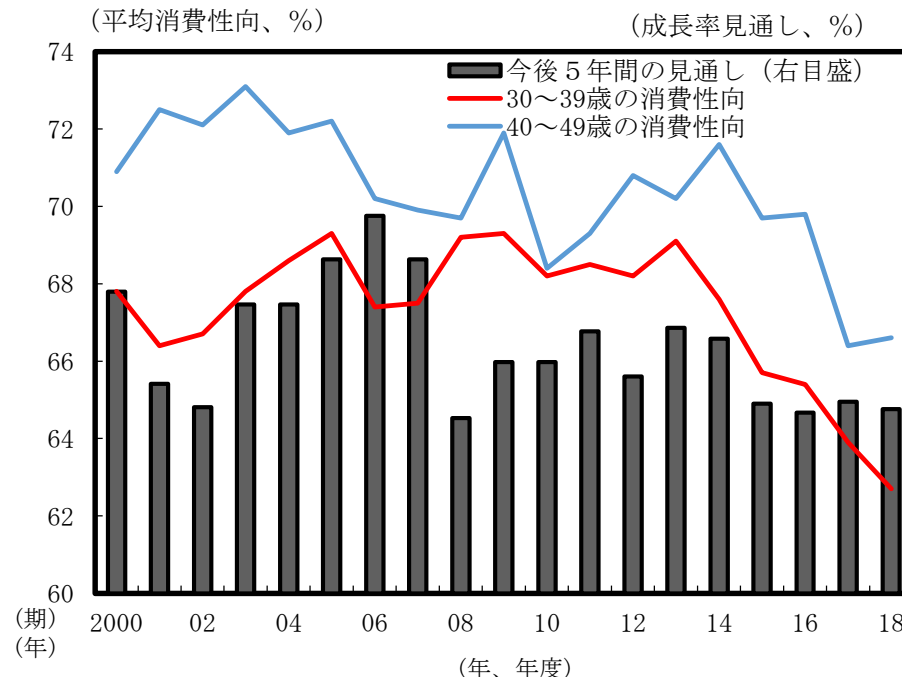
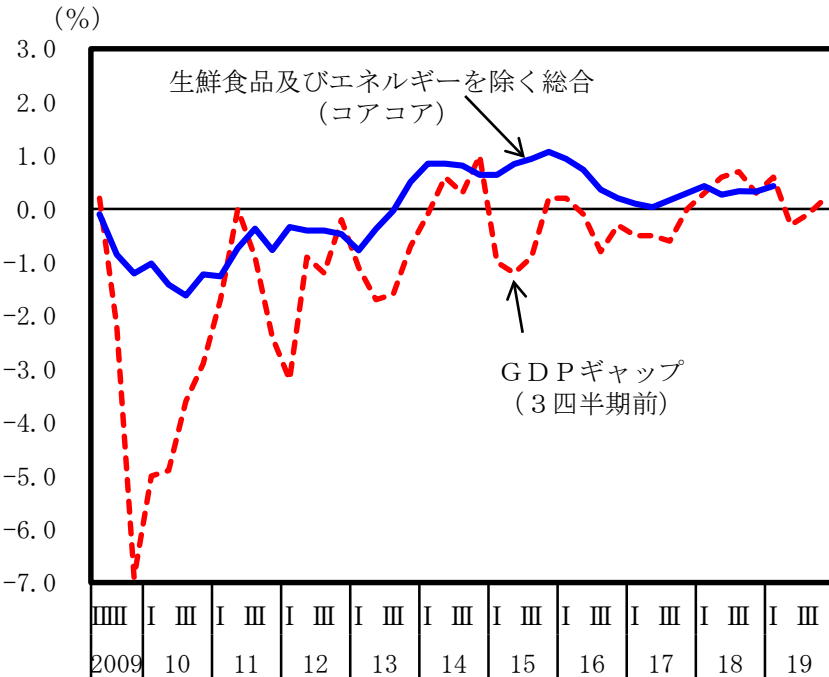
柳川 範之

# 中期的動向を踏まえた対応

- 需給ギャップは引き締まって推移してきたが、物価の上昇テンポは緩やか。再びデフレに陥らないよう、民需の活性化が重要。特に、消費性向(消費/所得)は、将来所得の裏付けとなる期待成長率と連動する傾向がみられるが、ここ数年、所得が上昇する中、若年層で大幅に低下している(所得上昇のうち貯蓄に向けられている部分が多い)。
- 生産性向上や潜在需要を喚起するような新商品・サービスの開発により、将来的な成長見通しを高めることに加えて、社会保障の持続可能性を確保し将来不安を軽減していくこと、活躍し続けられる安心感を高めるために能力開発等の支援をしていくことが必要。

(図1) CPIと3期前のGDPギャップ

(図2) 若・中年層の消費性向と今後5年間の成長率見通し



(備考) 総務省「消費者物価指数」、内閣府試算値。ラグは、リーマンショック後の相関係数が最も高い期数。

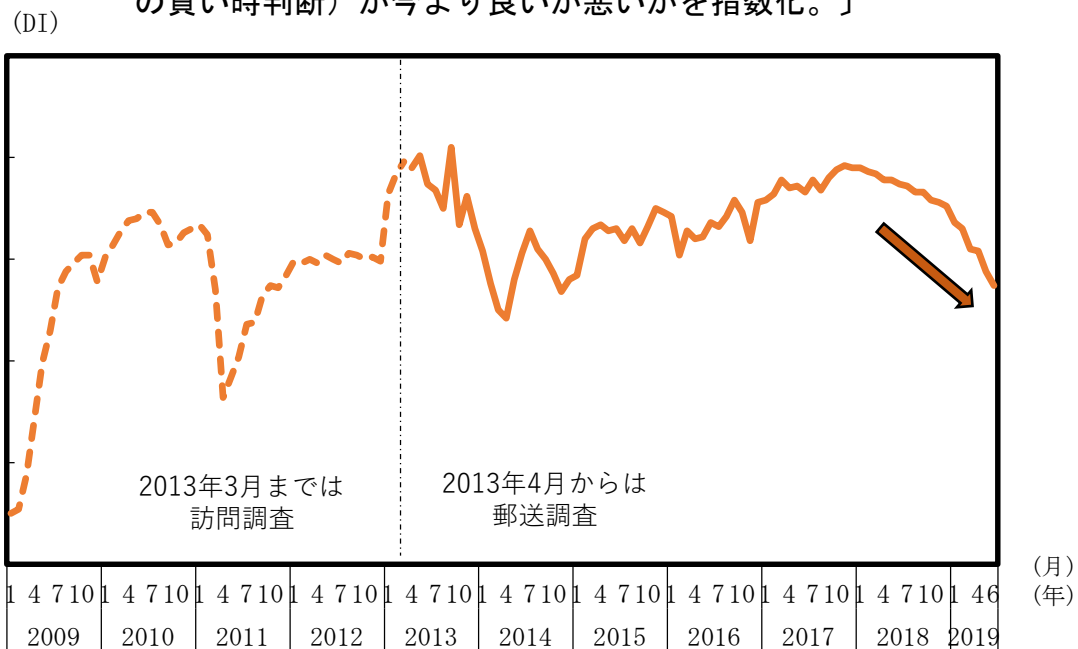
(備考) 内閣府経済社会総合研究所「企業行動に関するアンケート調査」、総務省「家計調査」。成長率見通し(年度)は上場企業の日本経済見通し、消費性向(暦年)は2以上勤労世帯の平均消費性向(消費/可処分所得)。

# 短期的動向を踏まえた対応

- 足元の消費動向は持ち直してきているものの、消費性向の低下傾向が続く中、消費マインドは2018年年央から低下してきており、その要因分析とともに、今後の消費動向にどういった影響をもたらすか注意が必要。
- 海外経済をはじめとする下方リスクの顕在化には、日本経済に対するしっかりとした将来期待が堅持されるよう機動的に対処し、生産性向上につながる総需要喚起による景気の押上げとともに、年齢や地域、働き方等に応じた消費動向に十分留意し、所得の拡大や消費喚起の環境整備をしていくべき。

(図3) 消費者態度指数 (2人以上世帯)

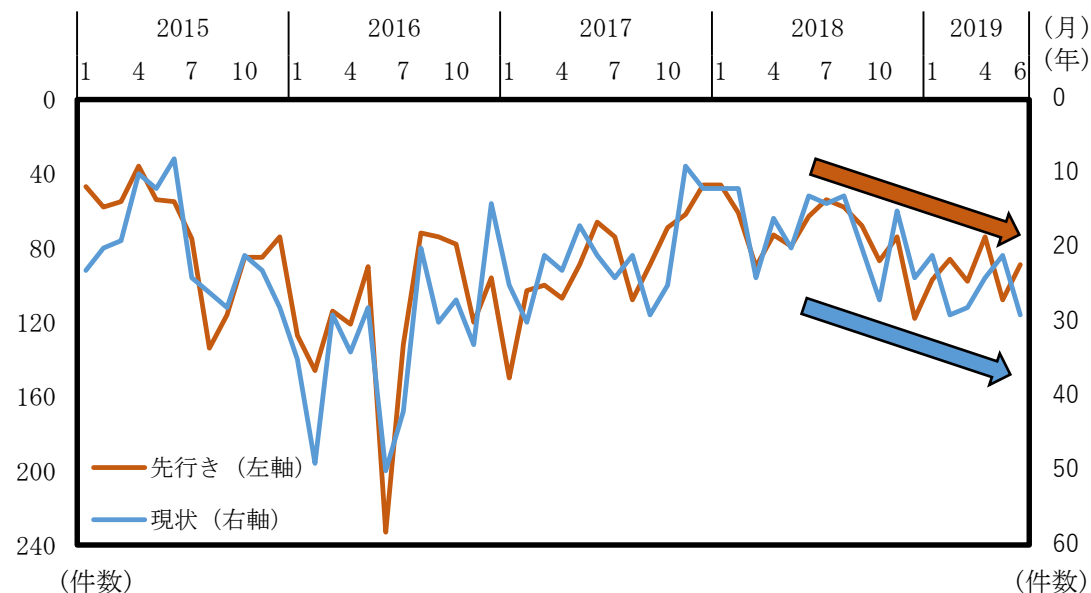
〔半年先の景況感(暮らし向き、収入の増え方、雇用環境、耐久財の買い時判断)が今より良いか悪いかを指数化。〕



(備考) 内閣府経済社会総合研究所「消費動向調査」。季節調整値。

(図4) 景気ウォッチャー調査のコメント

〔3か月前と比べた今、今と比べた2~3か月先の景気について、景気ウォッチャーから寄せられた「不安」や「不透明」を含むコメントの件数。〕



(備考) 内閣府「景気ウォッチャー調査」。