

政策コメンテーター報告(第1回)(意見照会期間:2017年4月10日～4月19日):坂東 真理子 昭和女子大学理事長・総長

質問事項		記述式回答
個人消費の動向		
1	個人消費の動向をどうご覧になっていますか。また、そのような動向となっている要因やメカニズムについて、お考えをご教示ください。	個人消費全体としては横這いだが、一部の富裕層のみならず、中間層(プロフェッショナル共働き層)のニーズに応える適正な価格の家事(掃除)サービス、保育教育サービスなどが供給不足である。高齢中間層への介護サービスも需要は大きい。
消費の活性化		
2	消費を活性化するためには、どうしたらよいとお考えでしょうか。	そうしたプロフェッショナル共働き世帯が必要とするサービスの供給体制を整えること(外国人就労者、60代就労者を戦力化する)。 高齢期の漠然とした不安に応える終身介護保険、リビングウィル、成人後見などの制度整備が消費の活性化にもつながる。
プレミアムフライデー		
3	効果	プレミアムフライデーはほとんど効果なし。忙しい月末でなく、せめて第2～第3金曜日のほうがよい。
	早帰りを促すための工夫	プレミアムフライデーとは別に、ワーカーズプレミアムとして自分の好む平日に3時間程度の有給休暇を取得する。
	本取組を消費拡大につなげるための工夫	
	本取組を続けていくための工夫	プレミアムフライデー向けに劇場、映画館、美術館・博物館などの特別割引の実施 ジムなどの特別プログラムの実施 労働時間を短縮した後「何をするのか」のビジョンが不明。たとえば、 ・独身者には婚活あるいは研修プログラムを提供する民間 ・未就学児の父親は育児をシェアする ・小中高生までの子どもをもつ男性がより教育に関わる ・大学生以上の子どもをもつ男性はセカンドライフのための研修、ネットワークづくりなど 労働時間短縮を消費の観点からでなく「再生産」の観点からみてほしい。
その他		