

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):石田 徹 日本商工会議所専務理事

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ぞ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。	3年連続の賃上げにもかかわらず、期待されたほど消費は上向いていない。需要側の要因としては、賃金が若干増えても、社会保険料負担の増大によって相殺され、可処分所得が増えていない。また、社会保障制度改革の遅れなどから、将来不安により貯蓄してしまい、所得の増加が消費の増加に結びついていない。加えて、ここ数年で団塊世代の現役引退が進み、消費額が少ない「無職世帯」が大きく増加したことも、消費が力強さを欠く一因だと考えられる。一方、供給側の要因として、事業者の多くが変化する消費者ニーズに対応できていないことが挙げられる。百貨店や商店街の小売店などが大きく販売額を落とす一方、身近で便利なコンビニやドラッグストアは販売額を伸ばし、Eコマースは約14兆円市場に拡大している。急速な販売形態の変化や、多様化する消費者の志向に十分にキャッチアップできていない事業者が多く、消費者にとって「買いたいものが無い」状況を生み出していると思われる。なお、消費の実態を正確に把握して政策に活かすため、Eコマースに関する統計を整備することが今後必要である。
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。	消費者の需要を喚起するためには、日本経済の再生と持続可能な社会保障制度の再構築に向けた改革の断行が不可欠である。とりわけ、公的年金制度については、将来世代の所得代替率の向上を図る改革を急ぐべきである。また、医療・介護についても、際限ない保険料の上昇に歯止めをかける中長期的な道筋を国民に示すなど、我が国の社会保障制度の先行きについて、安心・信頼できる姿を示すことで将来への不安を払しょくし、消費意欲を高めてもらうことが必要と考える。短期的には、賃金上昇分を相殺する保険料増加の抑制に優先的に取り組むべきである。一方、供給側の事業者の対応としては、いわゆる「モノ消費」から「コト消費」への変化など、消費者志向の変化を捉えた商品・サービスを創出(イノベーション)する自らの努力が必要である。その上で、政策的には、挑戦的で魅力ある小売・サービス業を生み出すため、創業支援に加え、中小・小規模企業へのICT化支援、生産性の高い若手経営者への世代交代を円滑に進めるための事業承継対策の強化などが必要だと考える。
プレミアムフライデー		
3	効果	多くの事業者が、本当に効果があるのか、他の事業者の動向の様子見するという待ちの姿勢であったと思われる。また、一般的に月末は繁忙期であり、人手不足の現状と相俟って、従業員の早期退社を促すことは困難というのが実情ではないかと思う。実際、早期退社に取り組んだ企業のうち、従業員数100人未満の企業の割合は3割弱に止まっており、中小企業においては、容易に早期退社を進められる状況にはないと考える。
	早帰りを促すための工夫	
	本取組を消費拡大につなげるための工夫	この取組を消費の先食いではなく、国民全体のワークライフバランスの向上、働き方改革の一環に位置付け、息の長い取組として進めていくことが肝要である。一例であるが、長野県のローカル線である「しなの鉄道株式会社」は、5月のプレミアムフライデーから観光列車の特別運行を決めた。このように、事業者はメリットを感じれば自然に動くことから、効果の高い取組とその手法、具体的メリット等を広く周知・普及し、事業者の意欲を高めるとともに、地方都市での消費者向けのプロモーション等を通じ、長時間労働の是正も含め、国民運動として推進していくことが望まれる。
	本取組を続けていくための工夫	
	その他	