

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):石塚 邦雄 株式会社三越伊勢丹ホールディングス代表取締役会長

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。	人口減少が進む中、本来消費が縮小する状況下での拡大は極めて難易度が高い。その中で2014年4月の5%から8%への消費増税の反動が予想以上に長引き、賃金・所得の伸びはあるものの節約志向は総じて根強い。個人消費を促すには、マインド、可処分所得の拡大、潜在ニーズの3つが満たされる必要があるが、現状、可処分所得上昇は一部見られるものの、残りの要素は満たされていない。将来不安による節約マインドは強く、30代~40代の子育て世代の消費性向が落ち貯蓄にまわっている。当社においても30代の売上高は年々減少しており、将来に向けて大きな課題となっている。また所得階級別消費性向をみると、高所得層の消費性向も落ちている。将来不安に加えて、潜在ニーズを満たすモノやコトをサプライ側が供給できていないことも同わせる。高価でも値段に見合う価値のあるものは売れることも判明しているが、安価で質の良いものが市場に増えたこともあり、新しい需要の喚起が難しくなっているともいえる。
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。	個人消費の拡大が進まない要因である将来不安の払拭、可処分所得の継続的拡大、潜在ニーズの顕在化の3つを併せて実現させていく必要がある。超高齢化社会を迎える中、医療・介護制度の充実かつ効率的運用、社会保障制度改革、子供を安心して育てられる支援等、老後の不安を取り除くことで、現在の消費拡大にも結び付く。医療・介護サービスの利用に応じた個人別負担制度の検討等、大胆な改革を先延ばしせず取り組む必要がある。所得については、労働力不足が懸念される中、ワークシェアリングや兼業により一人が複数の仕事をこなし収入を得ること、IoT、AIの普及、活用により効率をあげていくことで、一人当たりの収入拡大を目指していくべき。潜在ニーズの顕在化においては、我々を含む供給側が有望な市場を開拓し新たな需要を作り出すことで消費者側に対応していくことが重要。例えば観光や健康等の有望市場において官民共同でインフラ整備に取り組むことや、高齢化社会において高齢者が外に出やすいユニバーサル社会を作ること、消費し易い環境を生み出し活性化させる余地はある。
プレミアムフライデー		
3	効果	プレミアムフライデーが始まり、当社でも「コト」「食」を切り口とした企画をはじめ体験型企画等のイベントや取組を首都圏店舗を中心に周辺エリアを巻き込み実施した。話題性もあり基幹店全ての店舗において、2月末の3日間(金土日)はレストランや食品部門における売上の伸長や金曜15時以降の来店客数の増加等プラスの効果が見られた。一方で、札幌、名古屋、福岡等地方都市店舗においては目に見える効果は今のところはなく、地域により取組に温度差がまだあり、ばらつきがみられた。
	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	
	本取組を続けていくための工夫	今後継続していくためには、官民合同で様々な団体、業種、地域を巻き込んでいくことが不可欠。また、働き方改革とあわせて実施していくことも重要となる。成功事例を積み上げ、全国区取組としていく必要がある。静岡では、官民推進により経済団体、労働団体、商業者、市が連携した取り組み展開を実施しており、プレミアムフライデーにあわせて新入社員歓迎イベントを15時より実施する企画も検討しているようだが、このようなオール地域での取り組みを着実に増やしていくことで、地域創生に繋がりに定着していくものと思われる。
その他		