

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):加藤 久和 明治大学政治経済学部教授

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。	個人消費は明らかに弱含みで推移している。「家計調査」の消費支出をみても、2014年以降四半期ベースでもほぼ対前年同期比を下回って推移している。同時に所得の伸びも弱く「毎月勤労統計調査」における現金給与額も2016年ではやや増加したものの、最近の伸び率は低く、社会保険料負担の増加などを考慮すると可処分相当の賃金はマイナスで推移していると考えられる。賃金の低迷は働き方との関係も考えられ、非正規で雇用される者の割合は依然と増加している。失業率が改善している中、不安定かつ低い賃金で雇用される就業者が増えていることも考えられる。いずれにせよ、GDPの6割を占める消費の低迷は日本経済の最大の課題であると考ええる。消費がいかに決定されるかは難しい問題であり、こうした短期的な要因に加え、財政や社会保障制度などに関する将来への不安が払拭できていないことも消費低迷の大きな要因である。
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。	消費の活性化には生産年齢人口の消費増が欠かせないが、長期的には財政構造改革の足取りが不透明など、将来不安が払拭できていないこと、短期的にはこの世代を対象とした社会保障負担の増加等による可処分所得の低目、名目賃金の伸び悩みが大きいと考える。消費性向が低下しているもの将来への不安が大きいこともあり、まずは持続可能な社会保障制度を構築する必要がある。そのためには短期的には消費の負の影響があるかもしれないが、長期的には全世代の負担による消費税の活用などにより、将来への見通しを明らかにする必要がある。また、短期的には名目賃金を引き上げる努力が必要だが、賃金の上昇は労使交渉などの直接的な手段は一過性のものであり、何よりも生産性上昇が欠かせない。生産性上昇のための取り組みを政府がさらに支援し、賃金上昇、消費活性化へと、向かわせることが長期的かつ安定的な消費活性化の方策であると考ええる。
プレミアムフライデー		
3	効果	プレミアムフライデーが開始されてから、まだ二回しか実施されていないため全体的に定着しているとは言い難い。とりわけ3月のプレミアムフライデーは31日と年度末であり、消費を楽しむ余裕はなかったと考える。一方、消費を行うには供給側が不可欠であり、消費を提供する側はプレミアムフライデーの恩恵を得られないこともあり、効果は限定的ではないか。またメディア等で報道されているように、日常の業務において多数の就業者が特定の日の午後15時以降に早退等を行うことは困難であり、この点からも消費活性化の効果は限られるのではないかと、いずれにせよ、プレミアムフライデーに関する消費のエビデンスが必要であり、推測で議論を進めても実態はわからないのではないかと。
	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	
	その他	プレミアムフライデー実施に関わらず、フレキシブルな働き方の徹底(裁量労働制の拡充)や上記で述べた根本的な消費回復の方策を講じる必要がある。