

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):川出 真清 日本大学経済学部教授

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。	個人消費は人手不足を背景に好環境にも関わらず、伸びきれていない。その背景には、人手不足を抑制的な新規雇用や労働時間調整で補い、経済見通しの不透明さから賃上げ抑制する、実質賃金のデフレ志向を持っており、個人消費も同じ考えから、生活の経常的支出でデフレを志向していると思われる。我が国は十分に高付加価値な生産をしているにも関わらず、それを報いる循環になっていない。賃金上昇につながる経済展望の不透明感の払拭で、この悪循環を変える必要がある。
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。	消費を「費やし消える」という字義から、無駄と誤解している風潮を改める必要がある。消費と投資は、時間的視野の違いに過ぎず、日々の消費無くして、明日の生産はない。今の消費が明日につながるかどうかを政府も国民自身も自己点検する必要がある。消費で幸せを感じて、明日への活力となるならば、これは超短期の投資であり、将来を紡ぐ積極的な意味を持つ。現状は「消費＝浪費」、「消費したら負け」と誤解されている。
プレミアムフライデー		
3	効果	過剰労働に対するアンチテーゼとして、一定の警鐘となっている。例えば、従業員が実質的な賃金カットである「サービス残業」や内部結束を確認するだけの「付き合い残業」を行えば、その労働者が疲弊し、時間も奪われる結果、消費活動の時間がなくなり、経済全体は低迷する。すなわち、従業員が会社に奉仕すれば経済全体が良くなるわけではない。職場の局所的規範が全体合理性につながっているかどうかを検証する必要がある。募金を個人目線での偽善的支出と捉えることもできるが、巡り巡って社会を良くするのと類似している。少子化も、個人だけでは解決できない社会全体にとって合理的な余剰時間を作る取り組みが必要である。
	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	
	本取組を続けていくための工夫	余暇も消費もその外部効果に注目すべきである。今、環境対策は企業が自発的に取り組む。しかし、従業員の余暇と消費による地域経済活性化や子育てなどを通じた間接的社会貢献には注目されない。長時間残業させる企業が地域経済の活性化や子育て応援を謳っても羊頭狗肉で、かつての公害問題への取り組みのように、当初は大企業中心であっても、公的に「ワーク・ライフ認証」する形で、正の外部性の内部化を促すべきである。
	その他	