

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):佐藤 寛 公益財団法人東北活性化研究センター常務理事・事務局長

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。	東北地域の個人消費は、景気ウォッチャーによると、家計動向は景気判断基準の50を22ヶ月下回り、2年近くの間、景気は停滞していると半数以上の方が判断している状況。プレミアムフライデーについては、特にこれといった反応が見られないという意見がある。個人消費が伸びない理由は、東北地域の労働生産性が東京に比べて低く、賃金も低水準で推移しており、賃上げがあってもその伸びは低く購買意欲を刺激するに至っていないこと。加えて、震災復興特需がピークを過ぎ、人口減少が更に進む見通しである事から、地域の経済が縮小して行くことの懸念があり、先行きに不安があること。更には、域内消費効果の多くが域外に流出しており、域内での景気の循環が見られないことが挙げられる。
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。	地産地消を徹底することで、地域の中で経済が回る仕組みを考える。その為には、消費が価格のみではなく、品質、信頼性が高い商品を優先して購入する価値の転換が必要。その為には、地域発イノベーションが必要であり、地域内での新事業の創出や、新たな価値の提案を地域から生み出していくことが必要。また、東北地域の人口減少が地域の消費を縮小させる要因であり、人口流出をくい止める対策が必要。もう一方で、地元の優秀な人材を地域企業で確保することができれば、企業の業績向上に繋がり賃金が上がり首都圏との格差が縮小されることで、更に優秀な人材を流入確保できるという好循環が期待できることから、地域として優秀な人材を地元で定住確保することを重点的に進めることも、対策の一つになるかと考える。
プレミアムフライデー		
3	効果	地方企業では、あまり導入されていないのではないかとと思われる。消費動向に影響は見られない。地方企業は、大都市の企業と違い付加価値労働生産性が高いとは言えず、加えて人手不足もあることから、プレミアムな休暇を設ける気持ちの余裕が無いのではないかと。仮に、プレミアムフライデーが広く実行されてきた場合、余暇で生じる消費を受け止めるサービス業等の業種においても、別のプレミアム休暇が必要になるのではないかと。
	早帰りを促すための工夫	フレックスタイム制の導入が考えられる。出勤時間を早めることで、帰宅時間も早めることが容易であり、且つ、部署、業務による不公平感が無くなる。
	本取組を消費拡大につなげるための工夫	プレミアムフライデー向けに新たな商品開発を行うサービスに対し、それを支援することが考えられる。例えば、遠距離にある温泉旅館でのんびり余暇を楽しもうとすると、土日の1泊2日では短すぎる。とすれば、金曜日(夕方)にスタートできることは重要。そういう日程で旅行ができるよう、地方温泉旅館の1泊分宿泊費を、自治体で補助するのはどうか。1日フルに滞在できれば、地域内での観光・消費も増えると考えられる。
	本取組を続けていくための工夫	企業は業務効率化、生産性向上を考える良い機会になり、プレミアムフライデーに参加することで企業PRによる人材確保にも繋がってくる。企業にとって決してマイナスではないという意識の醸成を行う。
	その他	退社時間を早めることで勤労者の余暇を増やすということであれば、個人的にはサマータイム導入を考える方が効果的だと考える。