

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):牛窪 恵 有限会社インフィニティ代表取締役

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。	数字上は、国内消費が伸びない。新車販売台数は3月の総合計が約69万台と、かろうじて前年同月比8.7%増だが(自販連調べ)、全国の百貨店売上高は2月時点で1.7%減(日本百貨店協会調べ)、2月の新設住宅戸数(国土交通省調べ)も、前年同月比で2.6%減の約7万戸であった。ただここ数ヶ月、私が消費者インタビューで感じるのは、「消費意欲」自体は少しずつ上がってきていること。多少といえども給与アップが続き、物価上昇が落ち着いてきたことで「何かに消費したい」との意欲は芽生えている。にも関わらず、数字にそれが表れない最大要因は「見えない消費」が増えたためだろう。昨年大ヒットしたフリマアプリ「メルカリ」は、月間流通総額が100億円程度と見込まれる。「民泊」も2015年時点で市場規模が130億円、2020年には2000億円規模まで成長する予測。だがこれらのC2C市場はじゅめシェア、レンタルといった急成長市場は、旧来の消費指標からは見えにくい。総務省は現在、個人消費の新たな統計指標を検討中だが、今だけでなく(未来も見据えた)「消費の新たなものさし」の検討、導入が望まれる。
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。	消費を飛躍的に増やすには、繰り返し述べてきた「社会保障」の抜本的見直しと、将来不安の払拭により約43兆円とも言われる「タンス預金」を少しでも市場に吐き出してもらう必要がある。ただ当面の消費市場盛り上げには、早い段階でできる有効な施策がいくつかある。その1つが、後述のプレミアムフライデーも含めた「働き方」の見直し推進で消費に使える「時間」を増やすこと。同時に、「隙間時間」でも消費できるインフラ(PC、ネット環境、シニア向けスマホ等)の整備だ。シニアや女性も含めた労働層の多層化で、消費意欲の方向性は多方面へ拡大した。反面、いまや団塊世代を含む60代後半の男性は53%と半数以上が就業し、消費に使える「時間」は減った。ただ、もし隙間時間で消費できるインフラが上世代にも浸透し、かつ買い物難民対策などと併せて自治体等がその「使い方」を指導する機会が増えれば、こうした上世代は確実に消費する。ちなみに昨年、私が出演するあるテレビ番組(NHK総合)で60代以上に「PC操作に慣れたら真っ先にしたいこと」を調査すると、第1位は「ネットショッピング」だった。
プレミアムフライデー		
3	効果	プレミアムフライデー推進協議会事務局の調査では、プレミアムフライデー(以下、「プレ金」)に「早帰りした人」は全体の17%、働き方改革導入企業の81.6%が「効果を実感」とある。だが、他の複数の民間調査を見ると、プレ金実施割合は3~6%程度、奨励も1割前後に留まる。現状の大きな課題は、1.企業規模(従業員数)によるバラつき 2.業種によるバラつき 3.早帰り消費との相関を高めること、だろう。ただ、第1、2回目の実施後に働く男女に取材すると、やはり消費より先に「働き方の意識改革」に貢献したであろうことは見てとれた。
	早帰りを促すための工夫	ある調査を見ると、従業員500人未満の企業に勤める9割以上の男女は、プレ金について「実施も奨励もされなかった」と答えている(インテージ調べ)。先の1、2に挙げた「企業規模や業種による(導入、実施の)バラつき」を解消するには、中小企業の経営者レベルに「早帰りによる業務効率向上」を具体例や数字で示すとともに、「均一に実施できない場合は、フレキシブルに(=シフト制、長期休暇との合算等)実施することも可能」といった多様な考え方を浸透させていくべき。そのために役立つセミナーや専用媒体の製作も有用だろう。
	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	第1回目のプレ金直後、多くの男性に言われたのは、「早帰りしても何をすればいいかわからない」だった。ほぼ同時期に出版した拙著(「男損の時代」)で男性の自由時間の充実法を18挙げたが、読者から寄せられた最多の質問も、「18のどれをやればいいかわからない」だった。ということで2つ提案したい。1つは「テーマ」の打ち出し。実施像の具体化や報道を促すためにも、「花見」「散歩」「芸術鑑賞」など毎回テーマを決め、それに沿った企業企画を募集、告知する。もう1つは「地方自治体」との連動。地方での実施率が圧倒的に低いことから、月によって「東北」「四国」など奨励地区を挙げ、当該地域の企画や旅行を推進しては?
	その他	「なぜ月末の最終金曜?」と、プレ金を批判する声もある。確かに、たとえば旅行業界にとって金曜は繁忙期で、もともと宿泊稼働率や単価も高い。提供者も利用者も、「なぜ高価な日に?」と考えるはず。働く男女にとっても月末は多忙で、別日のほうが自由時間を満喫しやすくもあるだろう。ただ導入当初は、これでいいと思う。導入から1年後ほど後に「何曜日がいいか?」「フレキシブルな導入例は?」などの声を聞き、多様な実例(例:金曜の早帰りだけでなく「月曜の午前休」もあり、等)を公表すれば、「弊社はこのパターンでいい」となるはずだが、初めから任意にしてしまうと、「どうすればいいかわからない」となって浸透しない。