

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):横尾 敬介 公益社団法人経済同友会副代表幹事・専務理事

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。	<p>バブル期に匹敵する長期の景気拡大が続く中で、雇用状況は引き続き改善し、賃金も底堅い動きとなっている。しかし、過去の景気拡大局面と比べても、個人消費は慎重な動きが続いている。こうした消費者の動きを捉えて、小売業では値下げの動きも見られる。直近の家計調査では、貯蓄率が高水準となっていることが判明しているが、これは慎重な消費の裏返しであり、昨年の経済財政白書でも子育て世代や退職世代の「節約志向」について言及されている。消費が慎重な動きとなっている背景には、「将来不安」が大きいことが指摘されている。子育て世代は、子どもの養育費、(非正規雇用の場合特に)自らの雇用不安、老後の備えなどの不安から、また高齢者については「長寿リスク(=想定よりも長生きすることで貯蓄を使い果たす)」などがあるとされている。こうした国民の不安に対応する国の制度が完備していれば、景気拡大が続く中で消費抑制という現象の発生は想定しにくい。わが国では急激に少子高齢化の進展したために、子育て支援や、年金をはじめとした社会保障制度の改革が十分に行われていないということが大きな要因となっていると考える。</p>
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。	<p>政府として、国民が漠然と抱く将来への不安感を払拭するために取り組むべき課題は、先述の通り社会保障制度の抜本改革と、「働き方改革」による雇用環境の改善である。いずれも、短期で解決できる問題ではないため、継続的に取り組む必要がある。一方、こうした地道な改革とは別に、過去には短期的な消費喚起策として、プレミアム付き商品券や旅行券の販売などが実施された。目先の需要増にはなる可能性が高いが、こうした施策の効果は定量的な検証が必要である。企業としては、働き方改革に取り組むと共に、本業を通じて、消費者が現在求めている価値(例:データを用いた医療・健康サービスの提供、安全な自動運転技術の開発、住宅の省エネ・ゼロエネ化の推進)を適切に供給することで、消費の活性化を促したい。こうした取り組みの結果、企業収益の改善につながれば、個々の経営判断で賃上げを行うことが可能となり、賃金面で消費をサポートすることになる。</p>
プレミアムフライデー		
3	効果	<p>大変意欲的な取り組みであり、今後の効果に期待している。2月の開始からまだ2回の実施であり、第2回目の3月は年度末の最終営業日であった。プレミアムフライデーの認知度がまだ低く、導入した職場も少ないことを考えると、消費の効果を論じるには時期尚早と考える。一方で、現在「働き方改革」が課題となる中で、プレミアムフライデーの取り組みを通じて労働生産性向上に向けた意識変革につながる可能性は、当初より期待している。こちらも目に見える効果が表れるまで、継続的な取り組みを進める必要がある。</p>
	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	<p>ゴールデンウィーク直前と重なる4月の第3回目は、旅行消費の拡大などの効果が期待できる。プレミアムフライデーを利用した消費の機運を高めるためには、年間計画として時期に合わせたイベント等を配置し、前もって告知するなどの工夫が必要である。それによって、(現在は低い)プレミアムフライデーの認知度を高める効果も期待できる。</p>