

シリーズ:個人消費の論点⑦ ～個人消費の波及効果の変化

執筆者

鈴木 将之

EY総合研究所株式会社
経済研究部
エコノミスト

<専門分野>

- ▶ 日本経済の実証分析・予測
- ▶ 産業関連分析

Contact

EY総合研究所株式会社
03 3503 2512
EYInstitute@jp.ey.com

消費を巡る経済成長の好循環

持続的かつ自律的に日本経済が成長するような好循環を生み出す上で、個人消費の役割が重要になっている。

なぜなら、個人消費が国内総生産(GDP)の6割近くを占めるほど大きいいため、その増減に経済成長が強く引きずられてしまうからだ(内閣府『国民経済計算』)。また、バブル期以前の高成長期には、個人消費などを中心に内需主導によって、日本経済が成長してきたこともある。その一方、2000年代の経済成長は、輸出主導型といわれてきたものの、輸出のGDPに占める割合は過去10年間平均で15.3%にすぎない。輸出もちろん重要だが、やはり個人消費の動向が、日本経済の成長を左右するといえる。

個人消費を巡る好循環とは、次のような波及経路を想定している。まず、個人消費が増えることで、国内の生産活動が活発化する。その企業の生産工程では、企業収益や労働者の所得が生み出される。さらに、その所得を元手にして、個人消費が増える。こうして、「消費→生産→所得→消費→…」という好循環が生み出される。

この好循環が強まれば、日本経済の成長力を下支えできる。問題は、こうした好循環が波及する経路をいかに復活させるかだろう。

消費の波及効果の変化

そこで、これまでの個人消費のパターンや、国内の生産体制の変化などを踏まえて、個人消費を経由した付加価値(企業収益や労働者の給料など)への波及効果について確かめてみた。

ここで想定している波及効果とは、消費される製品やサービスのうち、国内で生産されたものについて、その生産工程では企業には収益をもたらす、雇われている労働者には給料が支払われる。つまり、消費が増えると、その生産工程を通じて、企業収益や労働者の給料が増えるという波及効果が生み出される。



Building a better
working world

EYについて

EYは、アシュアランス、税務、トランザクションおよびアドバイザリーなどの分野における世界的なリーダーです。私たちの深い洞察と高品質なサービスは、世界中の資本市場や経済活動に信頼をもたらします。私たちはさまざまなステークホルダーの期待に応えるチームを率いるリーダーを生み出していきます。そうすることで、構成員、クライアント、そして地域社会のために、より良い社会の構築に貢献します。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバル・ネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。詳しくは、ey.comをご覧ください。

EY総合研究所株式会社について
EY総合研究所株式会社は、EYグローバルネットワークを通じ、さまざまな業界で実務経験を積んだプロフェッショナルが、多様な視点から先進的なナレッジの発信と経済・産業・ビジネス・パブリックに関する調査及び提言をしています。常に変化する社会・ビジネス環境に並び、時代の要請するテーマを取り上げ、イノベーションを促す社会の実現に貢献します。詳しくは、eyl.ejapan.jpをご覧ください。

© 2015
Ernst & Young Institute Co., Ltd.
All Rights Reserved.

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務及びその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。意見にわたる部分は個人的見解です。EY総合研究所株式会社及び他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

1995年から2005年にかけて、個人消費の増加に比べて、個人消費からの波及効果(付加価値)や、あるいは雇用機会(雇用誘発効果)は増えていないことがわかる。これは、製造業などを中心に、生産拠点が海外移転したり、輸入品が増えたりしてきたことで、国内の生産活動の連鎖が小さくなっているからだ。言い換えると、国内で消費が増えても、輸入品の割合が高いと海外生産が増えるので、国内ではなく海外に収益や雇用機会が生み出されることになる。

その一方で、政府消費が増えていることが注目される。政府消費には、医療・介護など社会保障費が含まれている。近年の政府消費の増加は、高齢化が進むにつれて、医療や介護などの需要が増えてきたことによる。また、医療や介護産業は、働き手を多く必要とする傾向があるため、そこでの雇用機会も増えている。

このように、国内の生産構造の変化や、消費パターンの変化などから、個人消費が国内の生産活動を誘発する効果は低下している一方で、政府消費の雇用への影響を大きくしている。

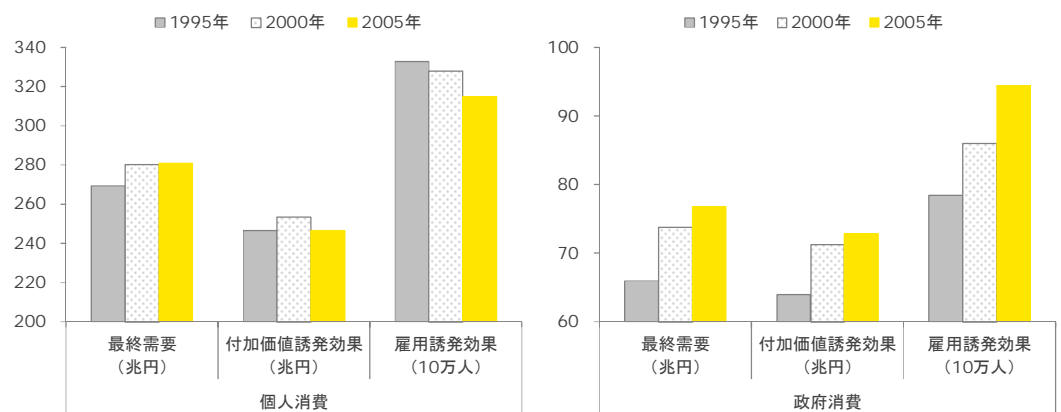
消費スタイルの変化と海外需要の取り込みが重要に

このような変化を踏まえると、個人消費を起点とした好循環を実現するためには、まず消費スタイルの変化を捉えて潜在需要を掘り起こすなど、消費自体のボリュームを増やすことが重要になるだろう。

また、医療などが増える一方で、その他の消費が伸び悩んでいるならば、観光消費など、海外からの需要を取り込むことも有力な手段である。例えば、14年には1,300万人以上の観光客が海外から日本を訪れており、その消費額は年間2兆円以上にのぼる(日本政府観光局、観光庁『訪日外国人消費動向調査』)。特に15年2月は中国の春節(旧正月)にあたり、中国からの観光客の消費が増えたようだ。

そこで、次回以降では、消費スタイルの変化と、海外からの需要の取り込み、すなわち観光消費に焦点を当てて、今後の消費について考える。

図 個人・政府消費による付加価値・雇用誘発効果



出典: 総務省『平成7-12-17年接続産業連関表』よりEY総合研究所作成