

経済政策部会報告書「個人消費低迷の分析と今後の対応」

2017年10月23日

一般社団法人 日本経済団体連合会

I. はじめに

過去4年間の賃金引上げの努力にかかわらず、個人消費はいまだ力強い回復軌道には乗っていない。これまで経団連は、消費喚起のためには、消費マインドの醸成と高揚、更には将来不安の払拭が重要と主張してきた。

今回改めて、21世紀政策研究所の委託調査により、個人消費が伸び悩んでいる背景について、体系的な分析を行った。その結果、①賃金の伸びが相対的に低い業種の雇用者の大幅増加、②高齢者世帯の増加や③世帯人員の減少に見られる世帯構成の変化、そして④非正規雇用者の比率の上昇といった経済社会の構造変化が及ぼす影響が大きいことを確認した。

加えて、世帯年収の下方シフトに伴う中間層の減少、各年代における価値観や嗜好の多様化が進んでいる。こうした状況の中、一部では生活不安や将来不安の増大に伴い、消費を抑制する動きも見られる。

かかる現状認識のもと、個人消費の持続的かつ自律的な拡大を目指すためには、①世帯ベースでの生涯所得の底上げ、②消費意欲の一層の刺激を図るとともに、③その側面支援に資する環境整備が不可欠である。

これらを実現する上で、企業に求められている役割は極めて大きい。もとより、新たな需要創造に向けた製品・サービスの提供に主体的に取り組むことは当然である。

今企業は、生産性の向上、企業収益の拡大を通じて、より多くの付加価値を生み出しており、自らの意思で投資の拡大や賃金の引上げを行っている。

今後、企業に対して、経済の好循環を一層強化する観点から、さらなる投資

の拡大、生産性の向上、そして賃金の引上げの他、増大を続ける社会保障給付等を賄うため、社会保険料や拠出金の負担を求める社会的要請にどのように対応していくのかが問われている。

本報告書は、国民一人ひとりが消費を通じてこれまで以上に「豊かさ」を実感できるよう、個人消費喚起策として、有効かつ必要な施策をとりまとめており、今後経団連の各政策委員会の検討の叩き台となるものである。

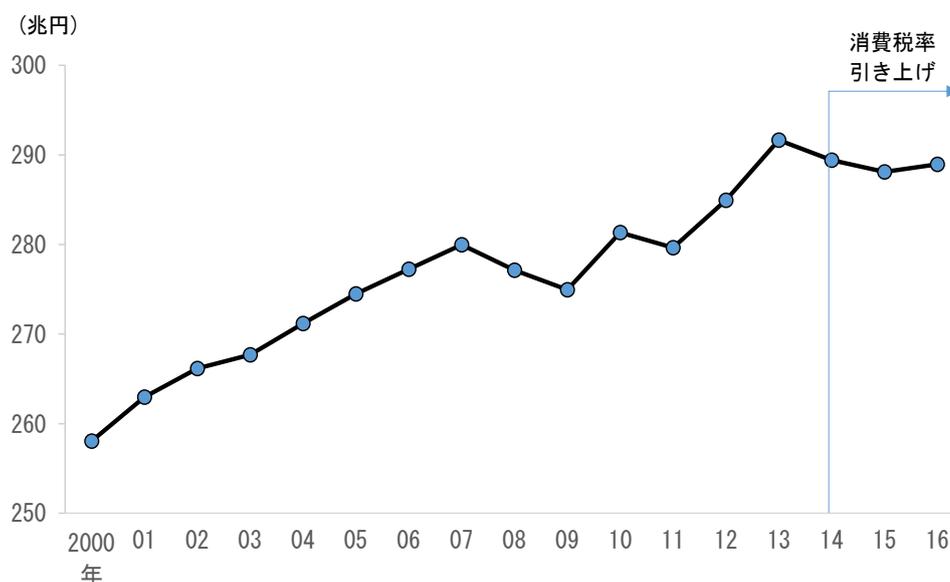
Ⅱ. 個人消費に関する現状分析

以下では、主に 21 世紀政策研究所の委託調査（以下、委託調査）の分析を踏まえつつ、個人消費と経済社会の構造変化について概観していく。

1. マクロ経済での個人消費と家計所得の動向

まず、マクロ経済での個人消費（実質 GDP ベース）の推移を見ると、2014 年 4 月の消費税率引上げ以降、力強い回復軌道には乗っていない。

図表Ⅱ- 1：個人消費（実質 GDP ベース）の推移



(注) 個人消費は、家計最終消費支出を指す。

(出所) 内閣府「2015年度国民経済計算」(2000年から2014年までのデータ)

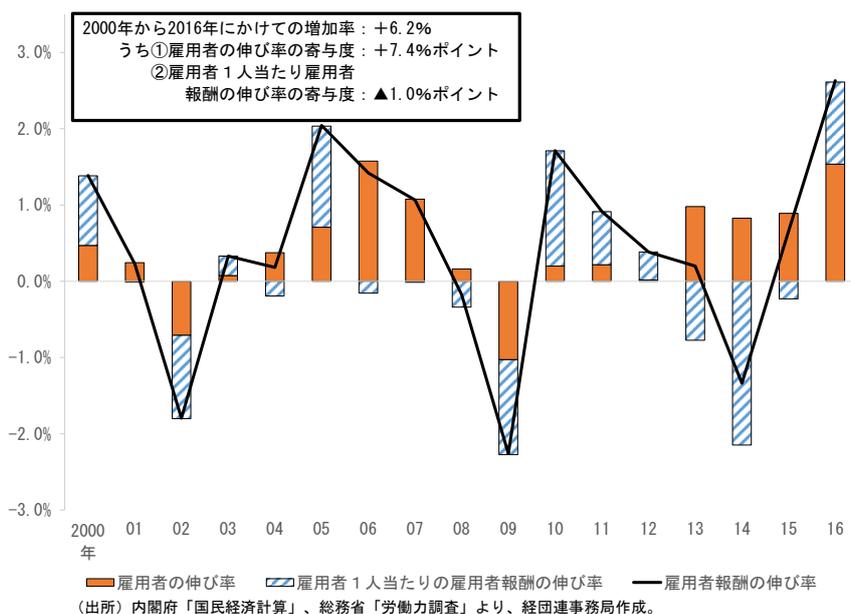
内閣府「国民経済計算(2017年4-6月期2次速報)」(2015、2016年のデータ)

その背景として、マクロ経済での家計の所得（雇用者報酬や可処分所得）を上げることが出来る。

まず、雇用者報酬の伸び率を①雇用者数の伸びと②1人当たりの雇用者報酬の伸びに寄与度分解すると、2013年以降雇用者数の伸びがプラスに寄与し続けている一方で、1人当たりの雇用者報酬はマイナスに寄与している。

なお、中期的な動向（2000年から2016年）についても、雇用者報酬の伸び率（約6%）を寄与度分解すると、雇用者数の伸び率は、約7%ポイントのプラスの寄与に対し、1人当たりの雇用者報酬は約1%ポイントのマイナスの寄与であり、足もととほぼ同様の傾向となっている。

図表Ⅱ- 2：雇用者報酬（実質）の伸び率の推移とその寄与度分解



1人当たりの雇用者報酬が伸び悩む要因として、特に足もとにおける雇用者数が増えている業種の動向にも留意する必要がある。

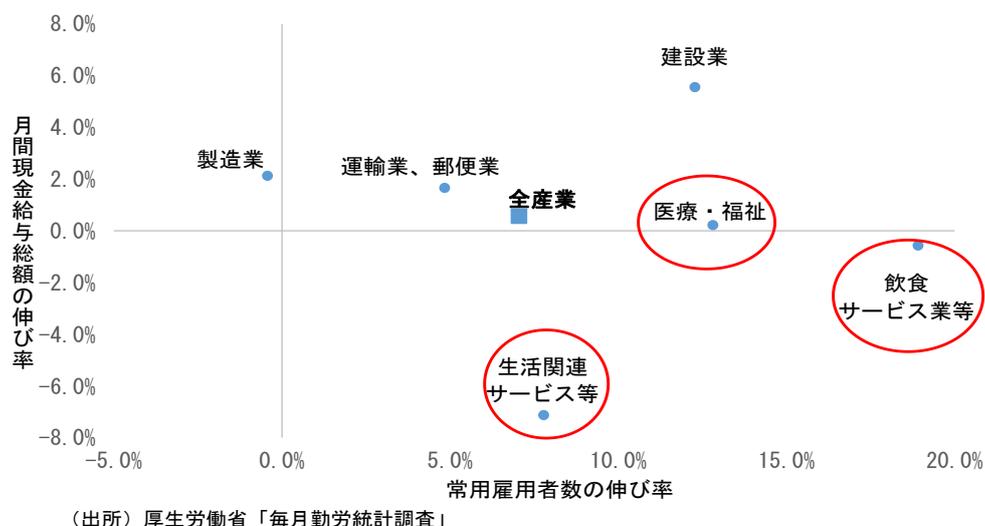
直近4年間の常用雇用者¹数と月間現金給与総額の伸びの関係を見ると、雇用者数が大きく伸びた「飲食サービス業等」、「医療・福祉」、「建設業」、「生活関連サービス等」の4業種のうち、「建設業」以外は、いずれも月間現金給与総額の伸びが全産業平均を下回り、ゼロ近傍かマイナスとなっている。

このように、相対的に賃金が低く、かつ上昇が見られない²業種を中心に雇用者が増えていることも、1人当たりの雇用者報酬の伸び悩みに影響しているものと思われる。

¹ 期間を定めずに、又は1か月を超える期間を定めて雇われている者等を指し、一般労働者、パートタイム労働者の双方を含む。

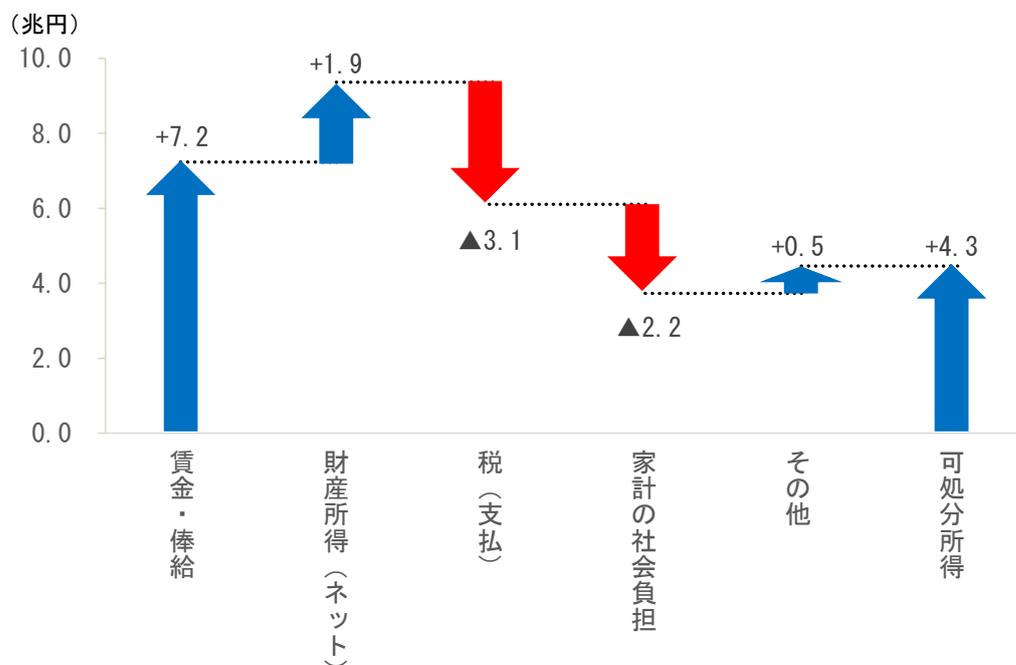
² 厚生労働省「毎月勤労統計調査」（事業所規模5人以上、平成28年度確報）によれば、業種ごとの月間現金給与総額は全産業31.5万円、飲食サービス業等12.6万円、生活関連サービス等20.4万円、医療、福祉29.5万円となっている。

図表Ⅱ- 3：業種別で見た常用雇用者数と月間現金給与総額の伸び（2012年度平均から2016年度平均）



次に、雇用者報酬等から社会保険料や税等を差し引いたマクロ経済の可処分所得の動向を直近4年間（2012～16年度）で見ると、賃金・俸給、財産所得（ネット）が計9兆円程度増える一方で、税や社会保険料の負担が5兆円強増えたため、可処分所得の伸びは4兆円程度にとどまっている。

図表Ⅱ- 4：家計の可処分所得の変動要因（2012年度から2015年度）



(出所) 内閣府「2012年度国民経済計算」、「2015年度国民経済計算」

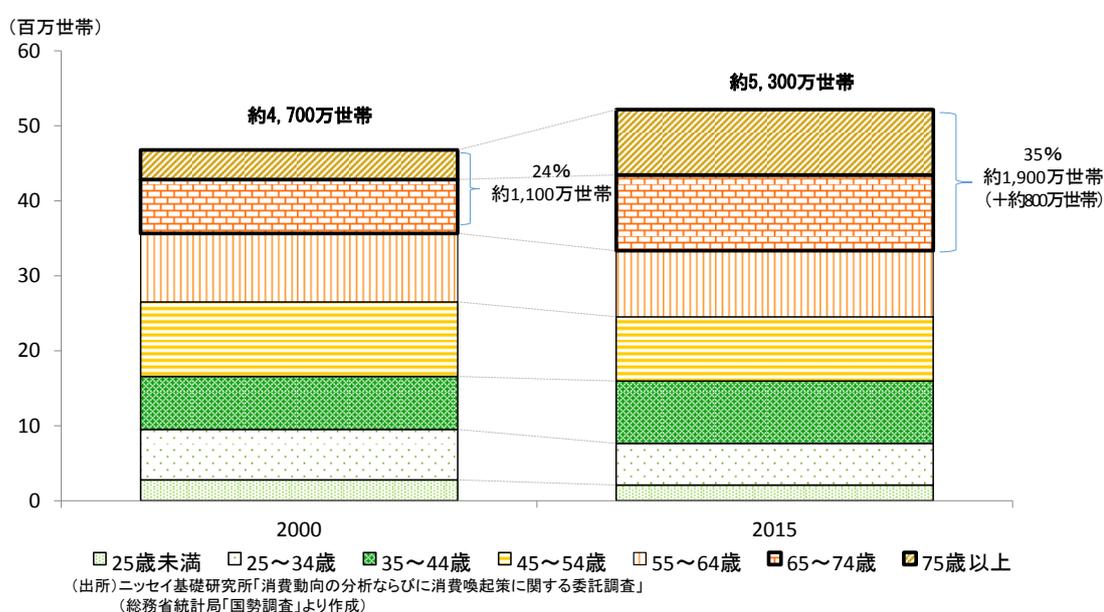
2. 少子高齢化や雇用形態等の構造変化

消費動向を考える上で、前述した収入・所得面の動向のみならず、わが国の経済社会の構造変化を認識することは極めて重要である。

まず、わが国が直面する少子高齢化と人口減少に伴う、世帯構成の変化を確認する。

年齢階層別に見た世帯構成を2000年と2015年で比較すると、65歳以上の高齢者世帯の比率は、約11%上昇して3分の1強を占めている。今後も高齢化が進むことからこの傾向が続く見込みである。

図表Ⅱ- 5：年齢階層別の比率の比較（2000年と2015年）



このうち、戦後の日本の経済社会をリードしてきた、団塊世代（1947～1951年生まれ）は、わが国人口の約1割弱に相当する約1,000万人の規模にのぼる。

2015年には、その多くが高齢層（65歳以上）へ移り、この世代の労働力人口は2000年以降の16年間でほぼ半減し約450万人となっている。

＜団塊世代（1947～1951 年生まれ）の人口推移の特徴＞

① 団塊世代の人口：

約 1,000 万人

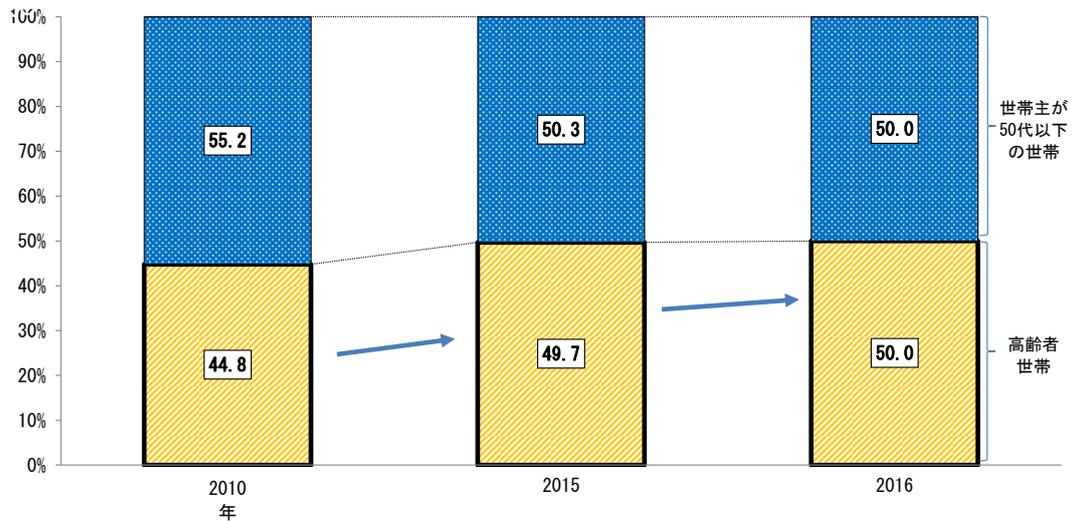
※総人口（2015 年 10 月 1 日時点、総務省「人口推計」より）に占める比率は、約 8 %。

② 団塊世代の労働力人口：

約 853 万人（2000 年）⇒約 450 万人（2016 年）と約 400 万人の減少

高齢者世帯の増加に伴い、マクロ経済での消費に占める高齢層（60 代以上）の割合は 2016 年には約半分を占めると推計され、消費動向を考える際に、高齢層は無視できない存在となっている。

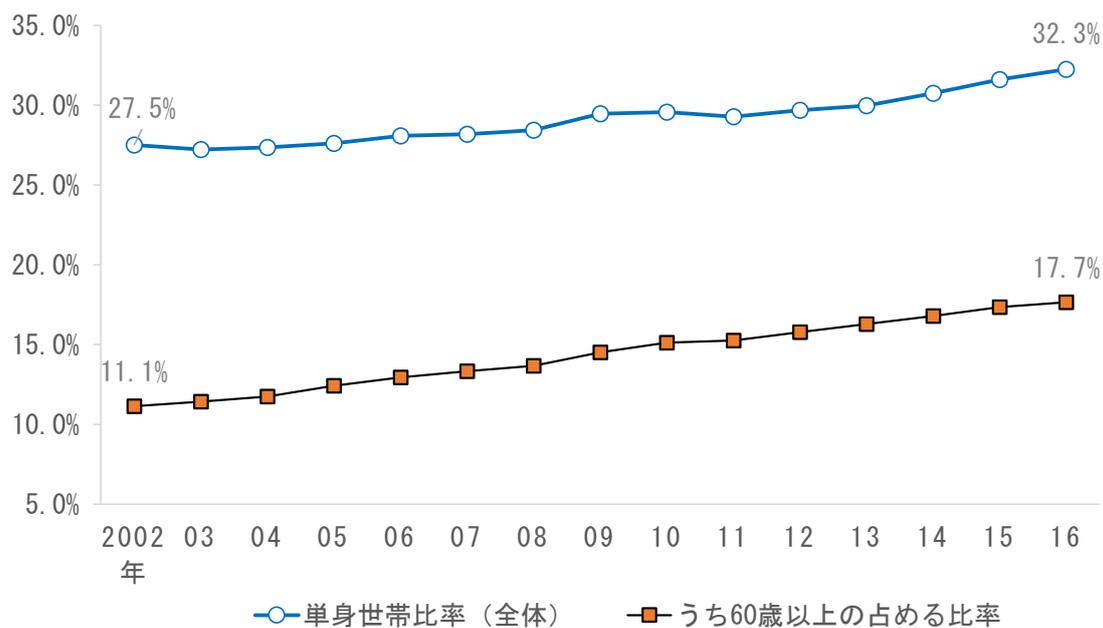
図表Ⅱ- 6：マクロ経済での消費に占める高齢層（60 代以上）の割合の推移



(注) 国民経済計算の家計最終消費支出額（除く持ち家の帰属家賃）を当該年の家計調査の年齢階級別消費支出額規模（1世帯当たりの消費支出額×世帯数分布）の比率で按分して推計。
持ち家の帰属家賃を平成25年住宅・土地統計調査の住宅所有世帯比率（年齢階級別）を基に推計。
(出所) 総務省統計局「家計調査（総世帯）」、内閣府「国民経済計算」、総務省「平成25年住宅・土地統計調査」

世帯構成の変化に関して、世帯数が増える中での世帯人員の減少も留意する必要がある。具体的には、3人以上の家族がいる世帯の占める比率が、2002年の約46%から2016年には約38%へと低下する一方、単身世帯の比率は2002年の約28%から2016年には約32%へ上昇している。単身世帯の増加に大きく寄与したのは高齢層であり、単身世帯の半数を占めている。

図表Ⅱ- 7：全世帯に占める単身世帯の比率の推移



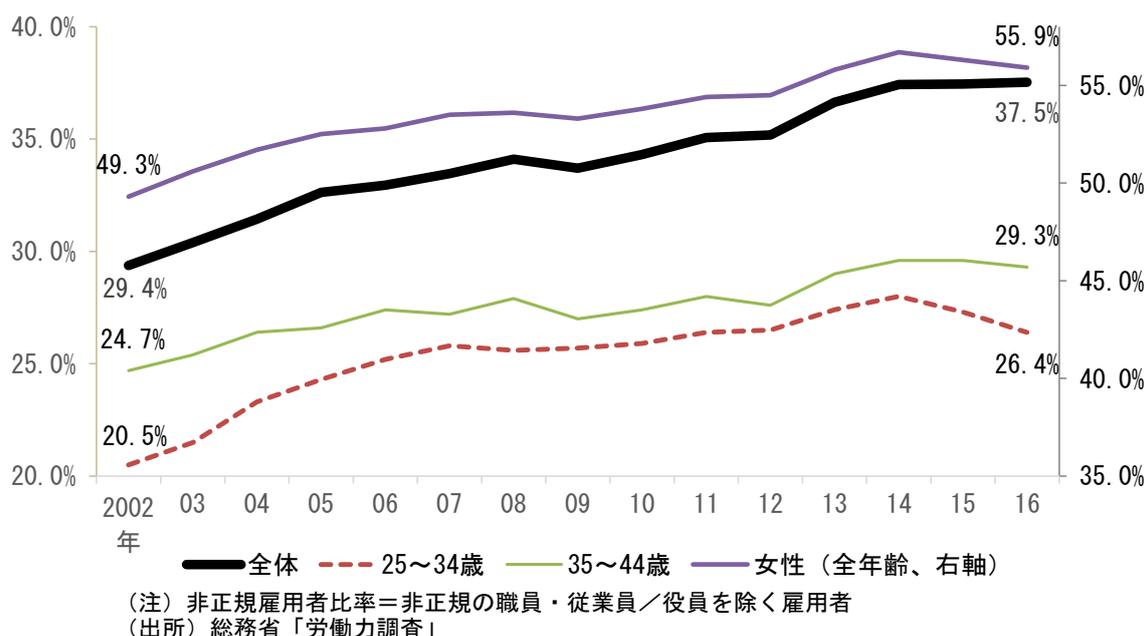
(出所)総務省「家計調査(家計収支編)」より経団連事務局作成

このように、現役世代の賃金引上げの恩恵が及びにくい高齢者世帯の増加、あるいは単身世帯の増加をはじめとする世帯人員の減少といった世帯構成の変化は、従前に比べ、消費規模が構造的に増えにくい背景となっている可能性が示唆される。

次に注目すべき経済社会の構造変化は、現役世代の収入・所得面に大きな影響を与える雇用形態の変化である。

非正規雇用の比率³は、2002年の約25%から、リーマンショックを挟む14年間で、2016年には約38%まで上昇している。

図表Ⅱ-8：非正規雇用の比率の推移



なお、44歳以下の若年世代は、足もとでの雇用環境の大幅な改善を受け、非正規雇用の比率の上昇が止まり、低下する動きが見られる。

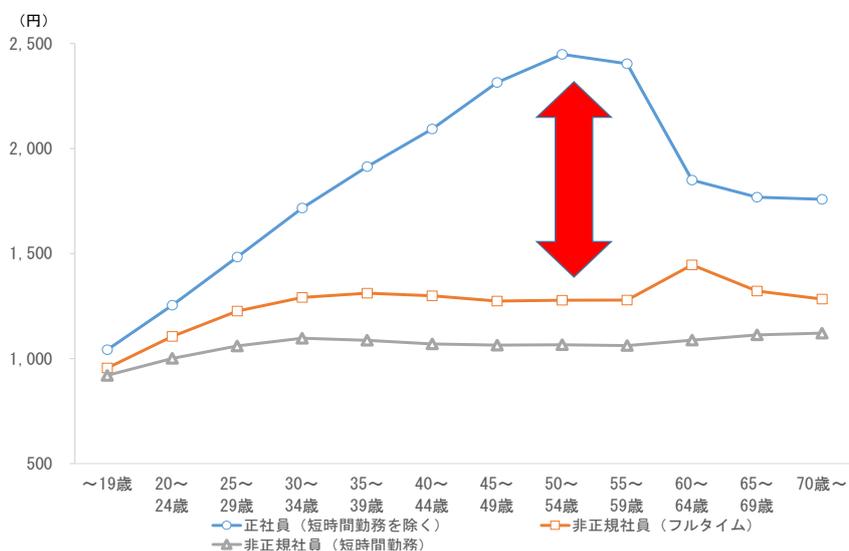
ただし、正社員として働く機会がないため、非正規雇用で働く、いわゆる不本意非正規⁴は、依然として、非正規雇用の約15%にあたる300万人程度存在する。

³ 総務省「労働力調査」では、「役職を除く雇用者数」に占める「非正規の職員・従業員」の比率を指す。

⁴ 不本意非正規：現職の雇用形態（非正規雇用）についての主な理由が「正規の職員・従業員の仕事がないから」と回答した者。なお、非正規雇用は、勤め先での呼称が「パート」、「アルバイト」、「労働者派遣事業所の派遣社員」、「契約社員」、「嘱託」、「その他」である者を指す。

また、正社員と非正規雇用者の賃金格差（時給ベース）は、年齢とともに拡大している。

図表Ⅱ- 9：正社員と非正規雇用者の賃金格差（時給ベース）



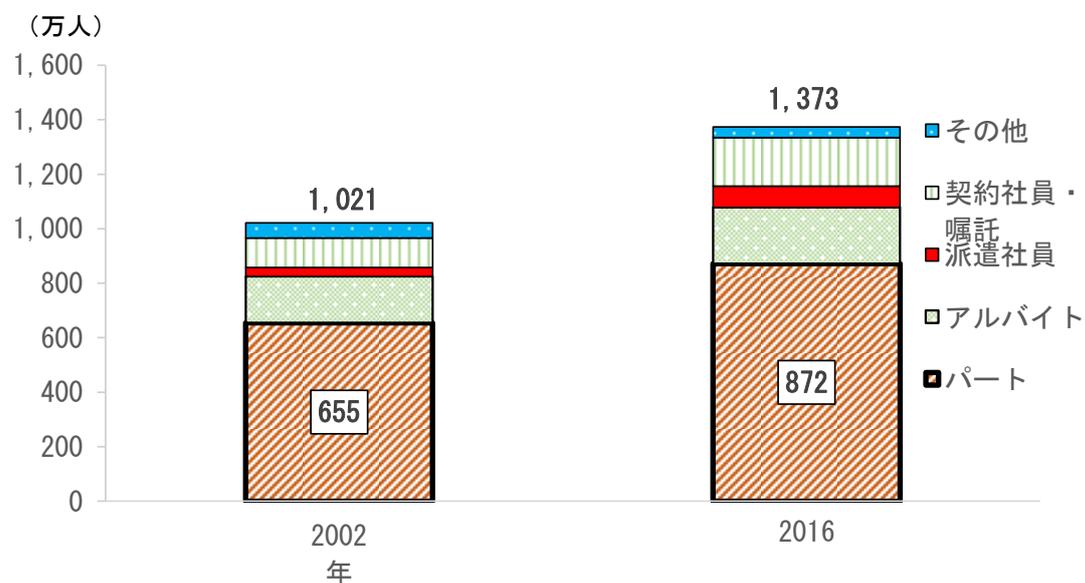
（注1）1時間あたり所定内賃金＝所定内給与額／所定内実労働時間
 （注2）正社員は統計表上「正社員・正職員」に、非正規雇用者は「正社員・正職員以外」に該当
 （出所）厚生労働省「平成28年賃金構造基本統計調査」

こうしたデータからは、家族形成期にある層の一部は、希望する職業に就くことが出来ず、所得・雇用不安を強く感じていることが示唆される。

また、非正規雇用者に関しては、女性における比率の高さへの留意も必要である。女性の非正規雇用者の内訳を勤め先の呼称別で見ると、「パート」が6割強を占めている。女性の雇用者が増えること自体、女性の活躍推進というポジティブな側面がある。

一方で、男性に比べ、女性の非正規雇用者の比率が高いのは、世帯主の賃金が大きく伸びない中での世帯収入を維持するための短時間就労をしていること、あるいは「男性は仕事、女性は家事」という性別に基づく役割分担意識が根強いために、家事の大半を担う女性が限られた時間での勤務形態を選択する傾向が依然として根強いことがうかがわれる。

図表Ⅱ- 10：女性の非正規雇用者の呼称別内訳人数の比較（2002年と2016年）

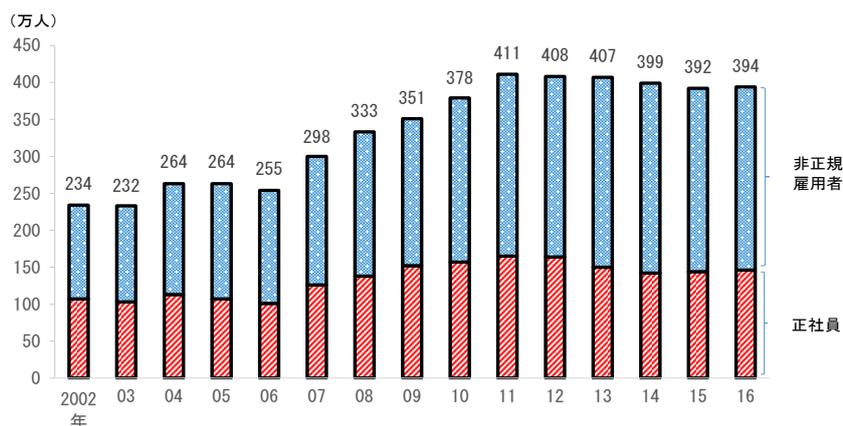


(注)非正規労働者を勤め先の呼称である「パート」、「アルバイト」、
「労働者派遣事業者の派遣社員」、「契約社員・嘱託」、「その他」別に集計したもの
(出所)総務省「労働力調査(詳細集計)」より経団連事務局作成

次に、高齢層の雇用者数の動向について、確認する。

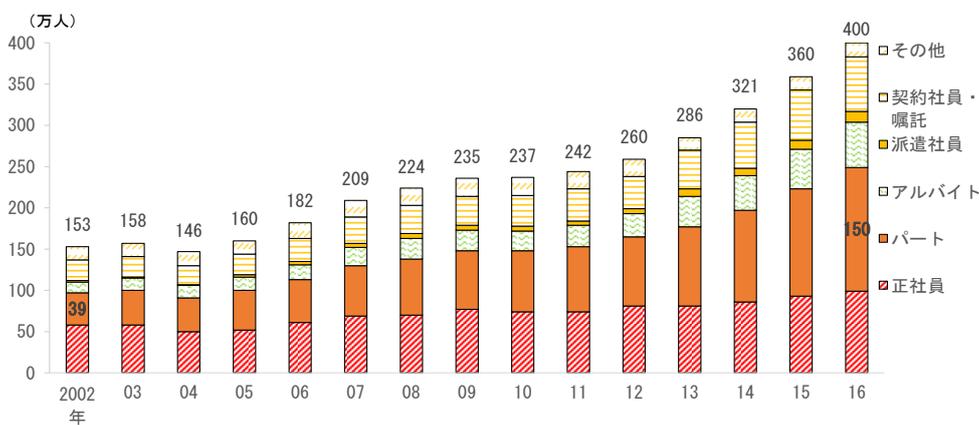
60～64歳の雇用者数は、2010年頃まで増加傾向にあったが、2013年4月の改正高齢者雇用安定法⁵の施行前後から、横ばいで推移している。また、65歳以上の雇用者数は、2010年代に入ってから顕著に増えており、「パート」に従事する者が約4割を占めている。

図表Ⅱ-11-1：60～64歳の雇用者数の推移



(注) 正社員は統計表上「正社員・正職員」に、非正規雇用者は「正社員・正職員以外」に該当
(出所) 総務省「労働力調査(詳細集計)」より経団連事務局作成

図表Ⅱ-11-2：65歳以上の雇用者数の推移



(注) 非正規労働者を勤め先の呼称である「パート」、「アルバイト」、「労働者派遣事業者の派遣社員」、「契約社員・嘱託」、「その他」別に集計したもの
(出所) 総務省「労働力調査(詳細集計)」より経団連事務局作成

⁵ 同法第9条では、定年年齢を65歳未満に定めている事業主は、その雇用する高年齢者の65歳までの安定した雇用を確保するため、「65歳までの定年の引上げ」「65歳までの継続雇用制度の導入」「定年の廃止」のいずれかの措置(高年齢者雇用確保措置)を実施する必要があるとされている。このうち「継続雇用制度」については、法改正を受け、2013年度以降、希望者全員を対象とすることが必要となっている。

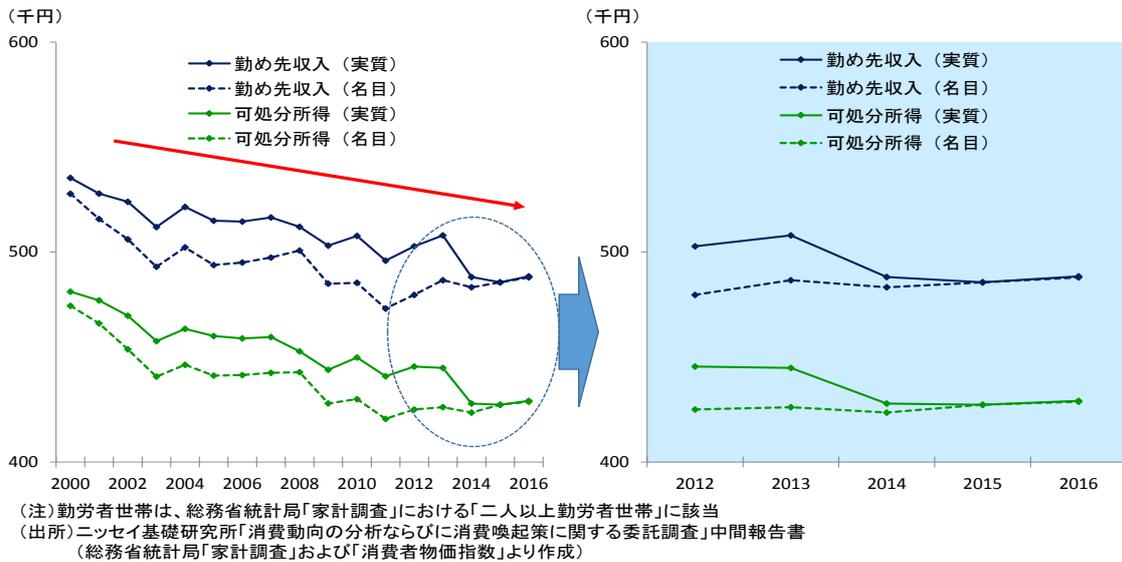
3. 世代別に見た消費をめぐる動向

以下、消費をめぐる動向について、現役世代と高齢層に分けて、見ていく。

(1) 現役世代

1点目は、所得の動向である。2000年以降、勤労者世帯の勤め先収入と可処分所得は実質、名目ともに減少傾向にある。足もとでようやく横ばいから微増の動きが見られるが⁶、2000年時の水準の回復には到達していない。

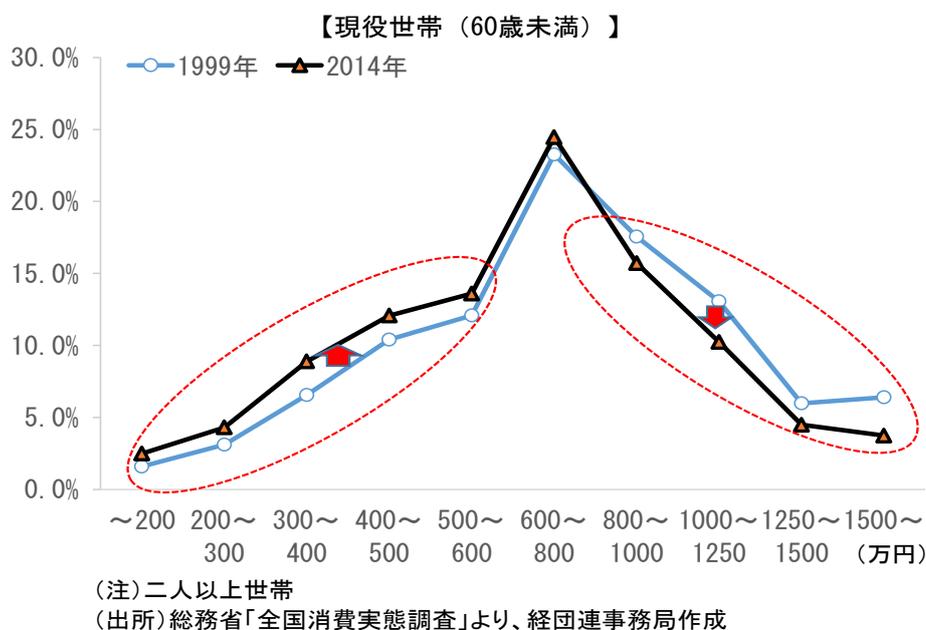
図表Ⅱ-12：勤労者世帯の所得状況



⁶ 経団連「経営労働政策特別委員会報告 2017年版」では、2013年以降、多くの企業が賃金引上げを継続しているものの、社会保険料負担の増大により、その効果が減殺されていることを指摘している。

また、1999年と2014年の2時点で比較した、60歳未満の世帯年収の構成比は、800万円以上の比率が低下する一方、500万円未満の比率が高まっており、下方にシフトしている。

図表Ⅱ-13：現役世代の年収階級別構成比の比較（1999年と2014年）



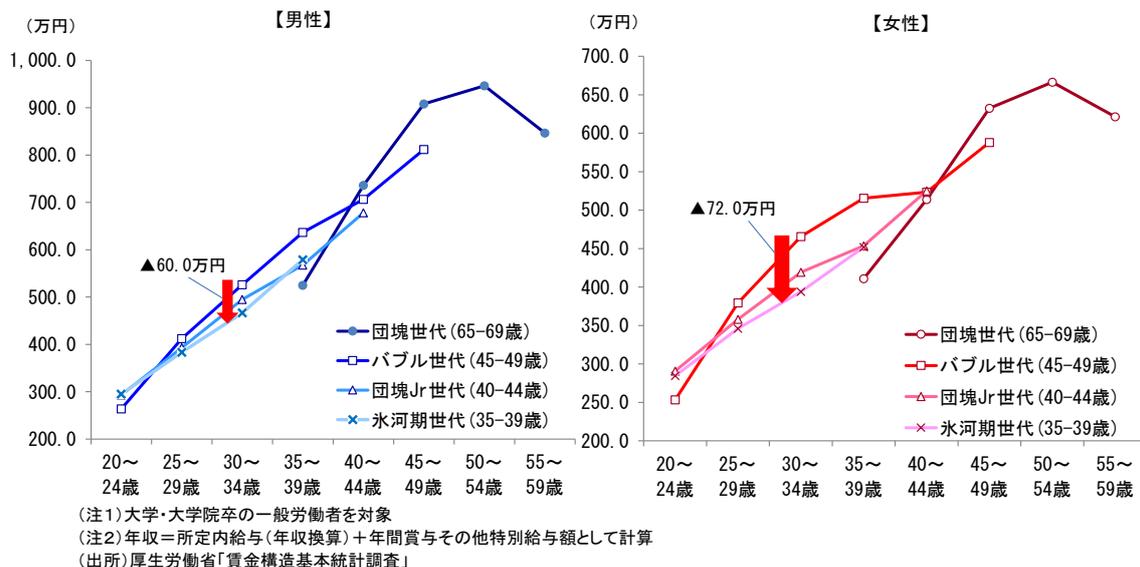
こうした世帯年収の下方シフトの要因の1つとして、図表Ⅱ-8、9で確認した通り、賃金水準の低い非正規雇用者の増加、そして正社員と非正規雇用者の賃金格差（時給ベース）が年齢とともに拡大していくことが挙げられる。

加えて、大学・大学院卒の一般労働者⁷の賃金カーブ（年収ベース）を見ると、団塊世代（2015年時点で65~69歳）から氷河期世代（2015年時点で35~39歳）にかけて、若い世代ほど全般的にフラット化している。これも世帯年収の下方シフトに影響を与えているものと推測される。

具体的な数字を見ると、30~34歳の年収をバブル世代と氷河期世代で比較すると、男性が約60万円、女性が約72万円、それぞれ落ち込んでいる。この数字をベースに、35歳前後の10年間の累積年収を推計すると、氷河期世代はバブル世代に比べ、約600万円減少している。

⁷ 短時間労働者以外の常用労働者を指す。なお、一般労働者には、正社員・正職員に該当しない者も含まれている。

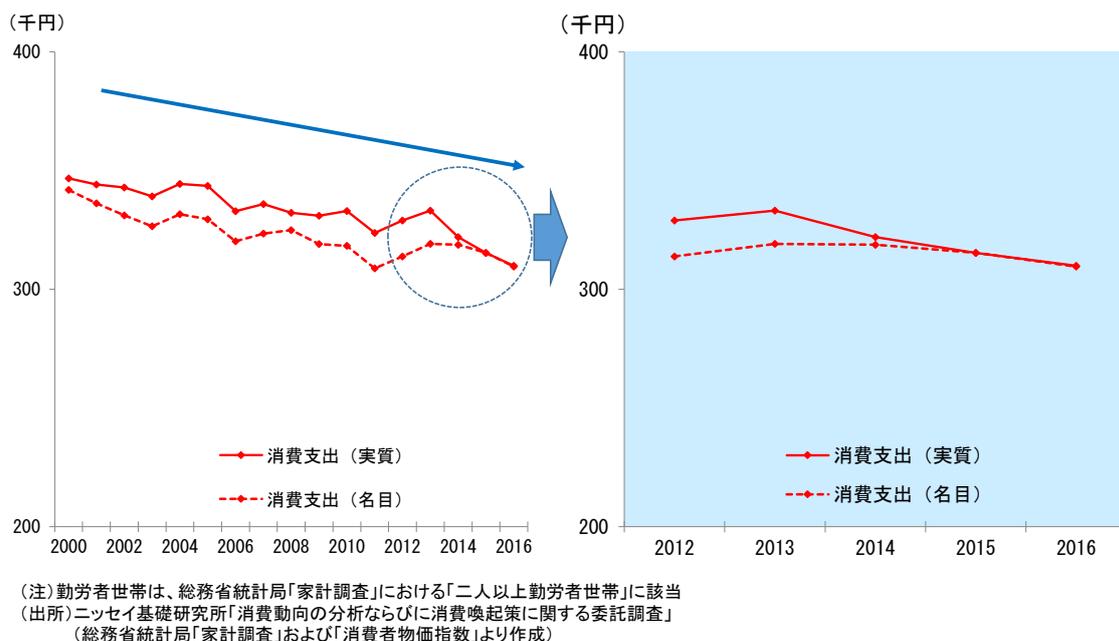
図表Ⅱ- 14：一般労働者の世代別の賃金カーブ（年収ベース）の比較（2015年時点）



2点目は、消費支出の動向である。

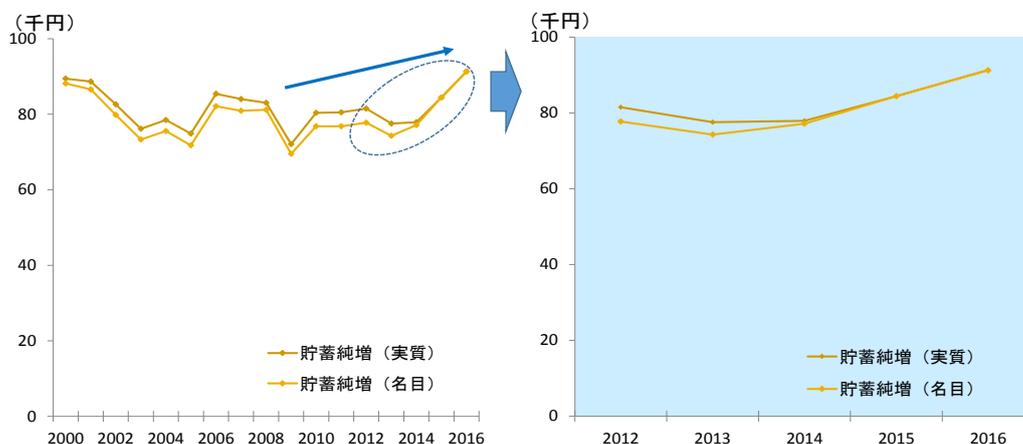
2000年以降、勤労者世帯の消費支出は、実質、名目ともに減少傾向にあり、足もとでも、前述した収入の下げ止まり傾向に反し、実質、名目ともに減少傾向に歯止めがかかっていない。

図表Ⅱ- 15：勤労者世帯の消費支出の推移



3点目は、貯蓄純増（フロー）の動向である。2000年以降、減少傾向が続いていたが、2009年を底として増加傾向に転じ、足もとでも、実質、名目ともに増加が続いている

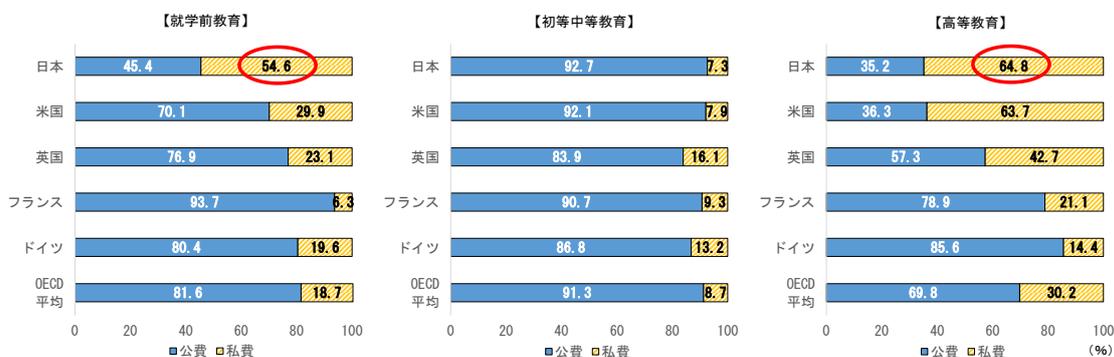
図表Ⅱ-16：勤労者世帯の貯蓄純増の推移



(注) 勤労者世帯は、総務省統計局「家計調査」における「二人以上勤労者世帯」に該当
 (出所) ニッセイ基礎研究所「消費動向の分析ならびに消費喚起策に関する委託調査」
 (総務省統計局「家計調査」および「消費者物価指数」より作成)

4点目は、家族形成、子育てに関する費用の動向である。初等中等教育と比べて、就学前教育と高等教育の家計負担は、主要先進国と比較しても大きい。

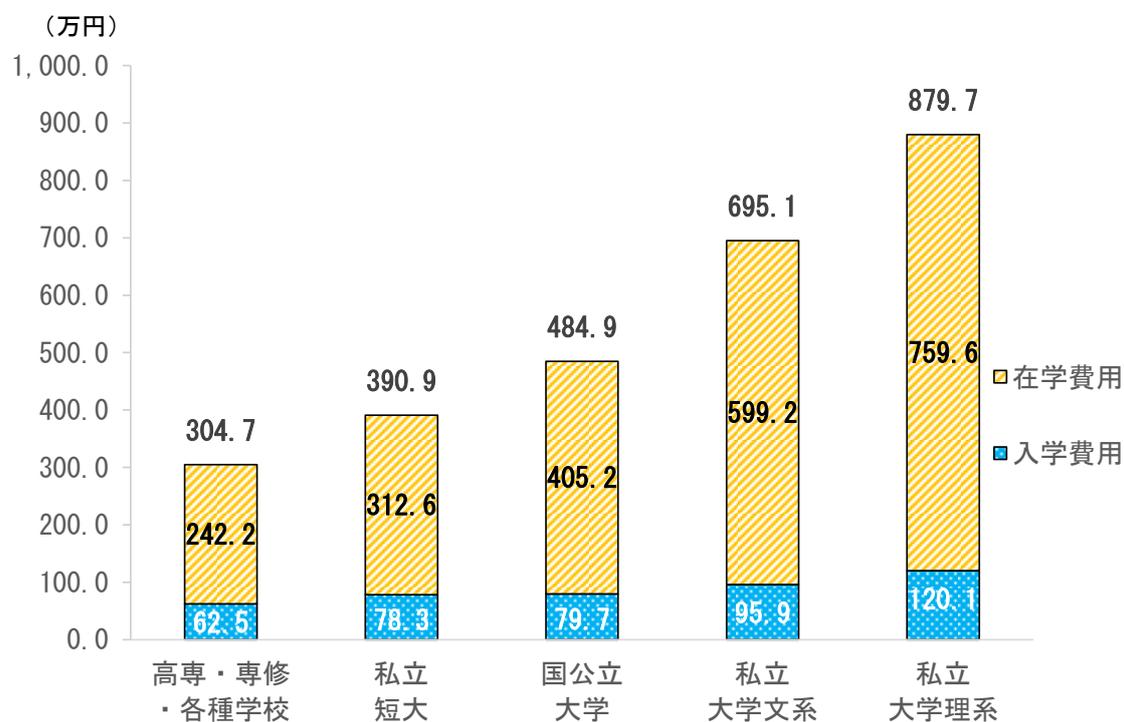
図表Ⅱ-17：教育費の公費・私費負担割合の国際比較



(注) 就学前教育は、2011年、初等中等教育ならびに高等教育は2013年のデータ
 (出所) OECD「図表で見る教育」(2014年、2016年)

特に、高校卒業後の入学先別に見た卒業までに必要な入学と在学時を合わせた平均的な費用の累計は、国公立大学で約485万円、私立大学の理系では約880万円となる。図表Ⅱ-12で示した通り、勤労者世帯の可処分所得（名目）が月間40万台前半であることに鑑みれば、私費負担の規模が相対的に大きくなっている。

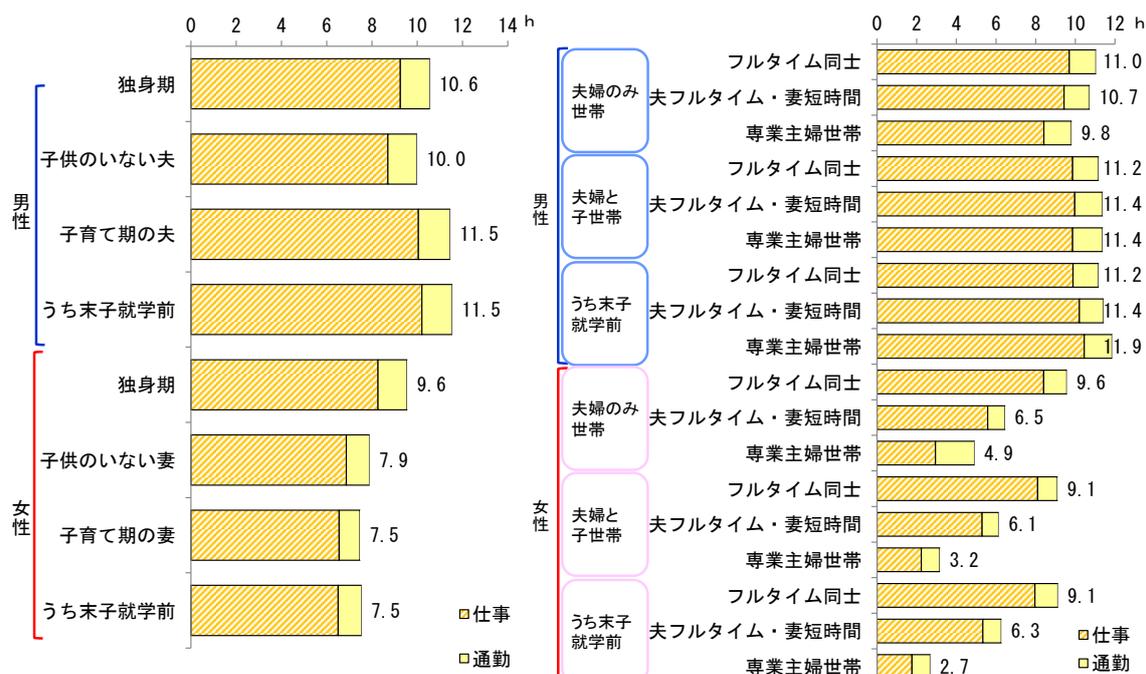
図表Ⅱ- 18：高校卒業後の入学先別にみた卒業までに必要な入在学費用
 (子供1人当たりの費用(年間平均額の累計))



(注) 高専・専修・各種学校、私立短大は、修業年限を2年として算出されている。
 (出所) 日本政策金融公庫「教育費負担の実態調査結果(平成28年度)」

5点目は、平日1日あたりの仕事関連の拘束時間の動向である。男性及び独身期の女性では、平均10時間程度にのぼる。さらに既婚者について、男性は殆どのライフステージにおいても10時間以上、フルタイム同士の世帯では、女性の仕事関連の拘束時間は9時間を超える。

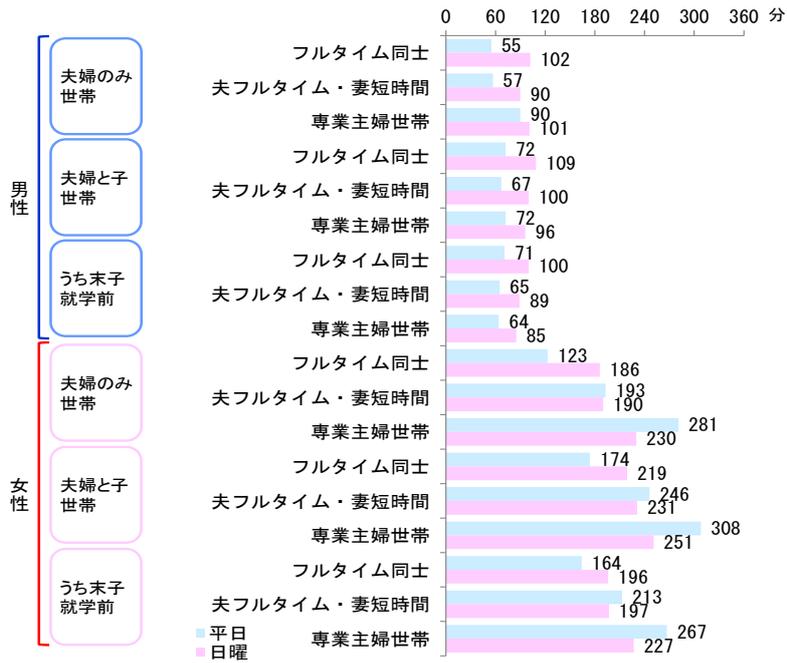
図表Ⅱ-19：平日1日あたりの仕事関連の拘束時間の動向



(出所) ニッセイ基礎研究所「消費動向の分析ならびに消費喚起策に関する委託調査」
 (総務省統計局「平成23年 社会生活基本調査(オーダーメイド集計)」より作成)

また、夫婦間での家事分担についても、女性に負担が偏っている。世帯類型、妻の就労形態に関わらず、男性の家事参加時間は平日1時間程度と極めて少なく、日曜は1.5~2時間程度に留まっている。こうしたデータは、性別に基づく役割分担意識が根強く残っていることを示唆している。

図表Ⅱ-20：性別での家事参加時間の動向



(出所)ニッセイ基礎研究所「消費動向の分析ならびに消費喚起策に関する委託調査」
 (総務省統計局「平成23年 社会生活基本調査」より作成)

6点目は、消費に関するマインド面の動向である。

まず、若年層の価値観の変化について確認する。

三菱総合研究所の「生活者市場予測システム（mif）」を利用した調査（2011年と2016年を比較）によれば、20代、30代の男性、女性ともに、消費に消極的な層が拡大する一方、消費に積極的な層が縮小している。

図表Ⅱ- 21：若年層の価値観の変化

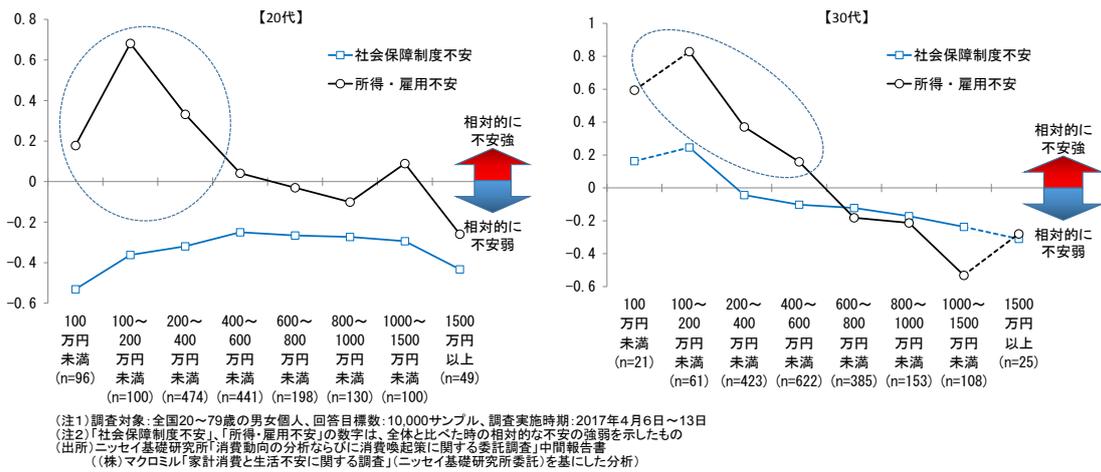
		(単位：%)	積極派	無気力・あきらめ派
男性	20代	2011年	22	19
		差	-8	+17
		2016年	14	36
	30代	2011年	18	18
		差	-7	+15
		2016年	11	33
女性	20代	2011年	19	11
		差	-6	+10
		2016年	13	21
	30代	2011年	16	10
		差	-5	+9
		2016年	10	18

(注)積極派：
基本的にどの価値意識も高く、消費にも積極的なタイプ
無気力・あきらめ派：
どの価値観も低めで、特に健康で安全な暮らし、伝統、
快樂についての意識が低いタイプ
(出所) (株)三菱総合研究所・生活者市場予測システム(mif)

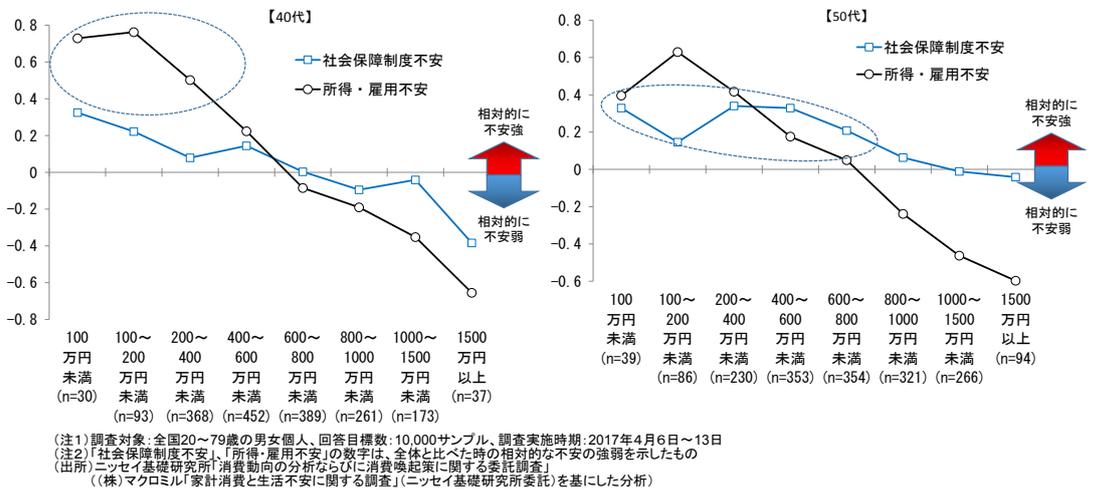
次に、消費マインドに影響を与える生活不安を見ると、委託調査で実施したアンケート結果では、20～40代では、低所得層を中心に、社会保障制度に対する不安よりも、所得・雇用に対する不安が強い傾向が見られる。

これに対し、50代の場合、一部の高所得層を除き、社会保障制度に対する不安が全般的に強い。

図表Ⅱ-22-1：世帯年収別に見た社会保障制度、所得・雇用に対する不安の状況



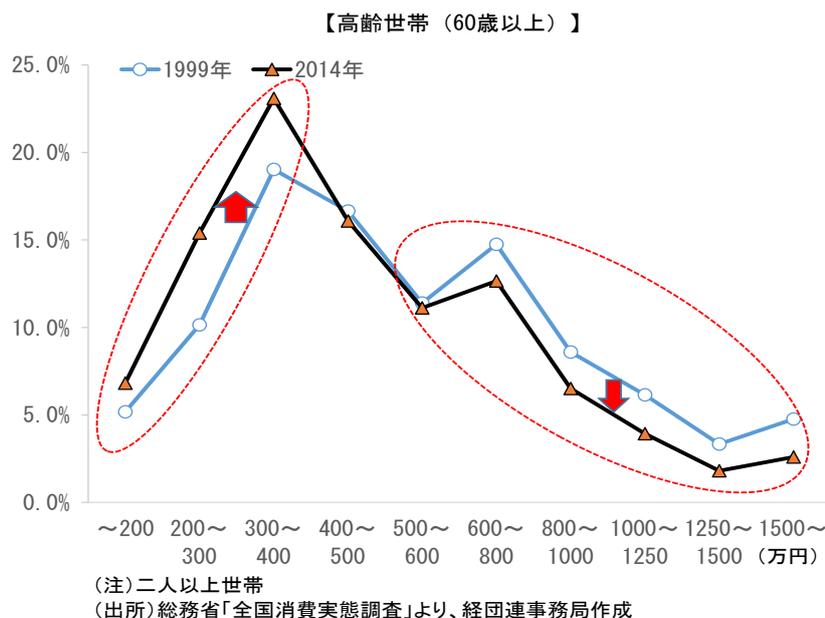
図表Ⅱ-22-2：世帯年収別に見た社会保障制度、所得・雇用に対する不安の状況



(2) 高齢層

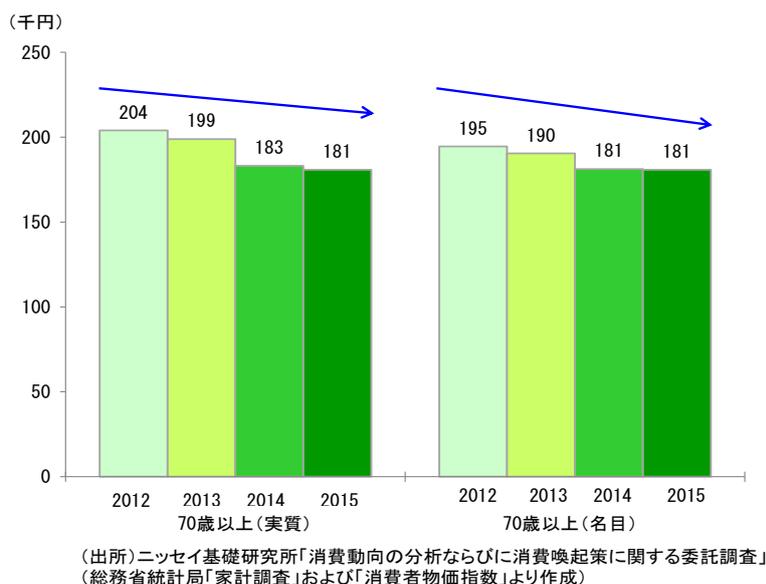
まず、収入面の状況について、図表Ⅱ-10 で示した現役世代と同様、高齢層（60歳以上）の世帯年収の構成比を1999年と2014年の2時点で比較すると、高い層の比率が低下する一方、低い層の比率が高まっている。

図表Ⅱ-23：高齢世帯（60歳以上）の年収階級別構成比の比較（1999年と2014年）



また、就業率が大きく低下し、主に年金収入に頼る70歳以上の高齢無職世帯の可処分所得は、名目、実質ともに2012年以降減少傾向にある。

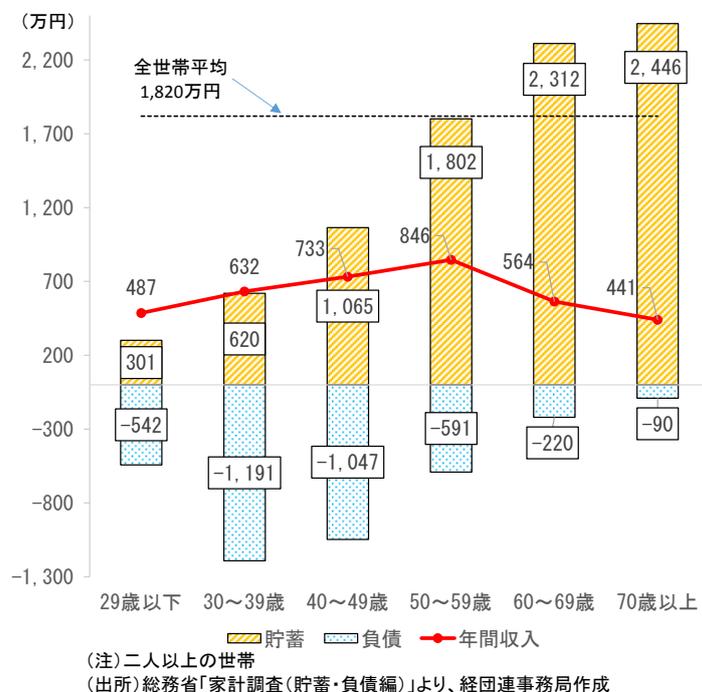
図表Ⅱ-24：高齢無職世帯の可処分所得の足もとにかけた推移（2012～2015年）



2点目は、ストック面（保有資産）の動向である。

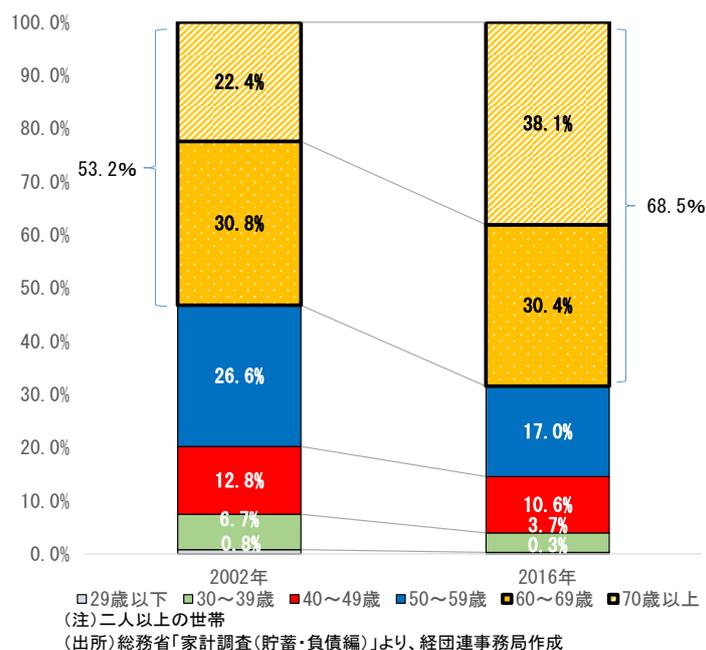
高齢層の貯蓄現在高は、現役世代を大きく上回っている。

図表Ⅱ-25：二人以上世帯での年齢階級別に見た貯蓄現在高、負債現在高、年間収入の動向



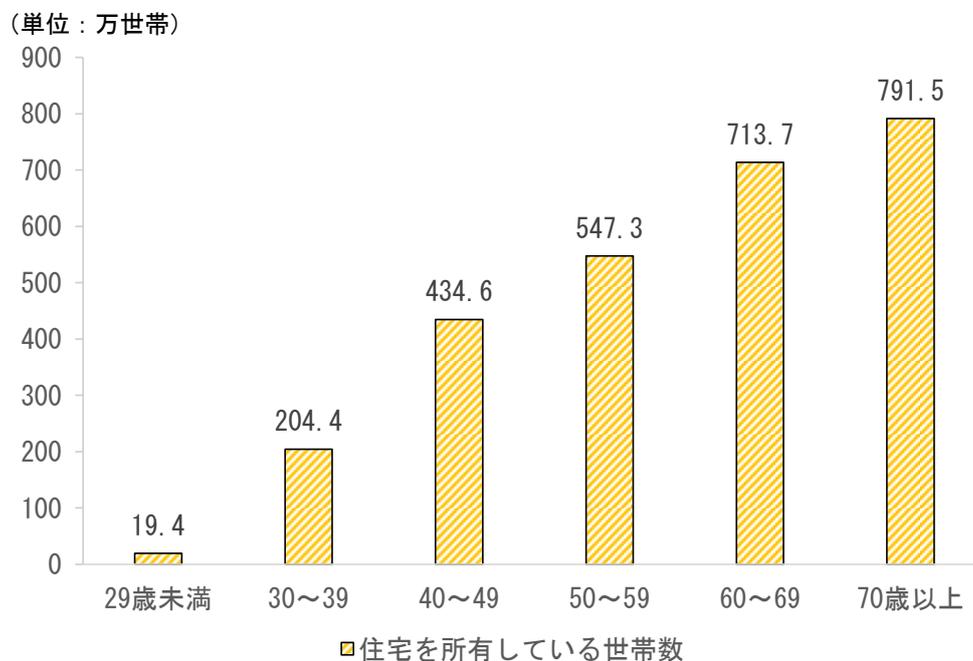
特に、高齢層の中でも、70歳以上の貯蓄現在高の保有比率は、2002年の約22%から2016年の約38%へと大きく高まっている。

図表Ⅱ-26：二人以上世帯の貯蓄現在高の年齢階級別の保有比率の比較（2002年と2016年）



金融資産以外のストック面について、住宅を所有する約 2,700 万世帯のうち、60 歳以上の高齢層が、約 5 割強の約 1,500 万世帯を占める。

図表Ⅱ- 27：家計主の年齢階級別に見た、住宅を所有している世帯数（全国、2013 年）



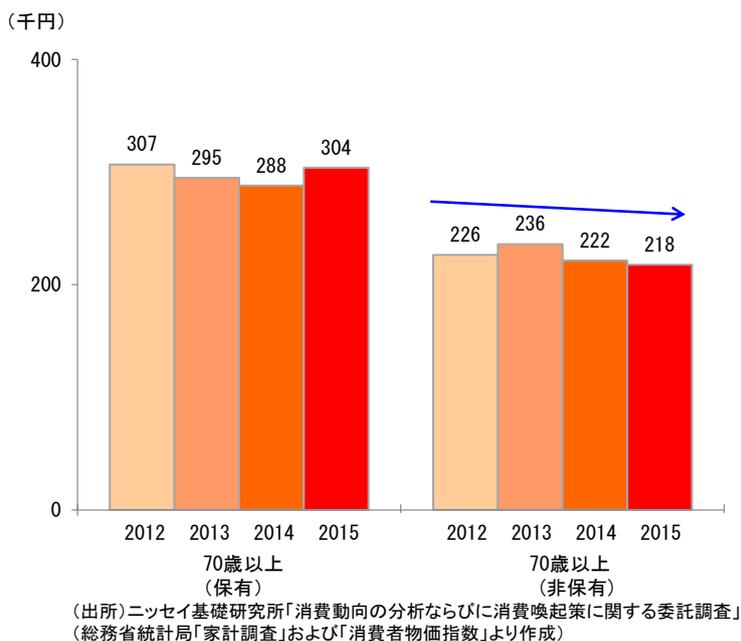
(注) 以上の数字は総数であり、内訳は「現住居を所有している世帯」と「現住居以外の住宅を所有している世帯」である。

(出所) 総務省「平成25年住宅・土地統計調査」

3 点目は、消費支出の動向である。高齢層で特徴的なのは、主に年金収入に頼る 70 歳以上の高齢無職世帯において、有価証券の保有／非保有で傾向に違いが見られる点である。

具体的には、有価証券を保有する世帯の消費支出額は、非保有世帯を 1 ヶ月あたり約 6 ～ 9 万円程度上回っている。2012 年から 2015 年の 3 年間の動向を見ると、有価証券を保有する世帯は消費支出の下げ止まりが見られる一方、非保有世帯では減少傾向が続いている。

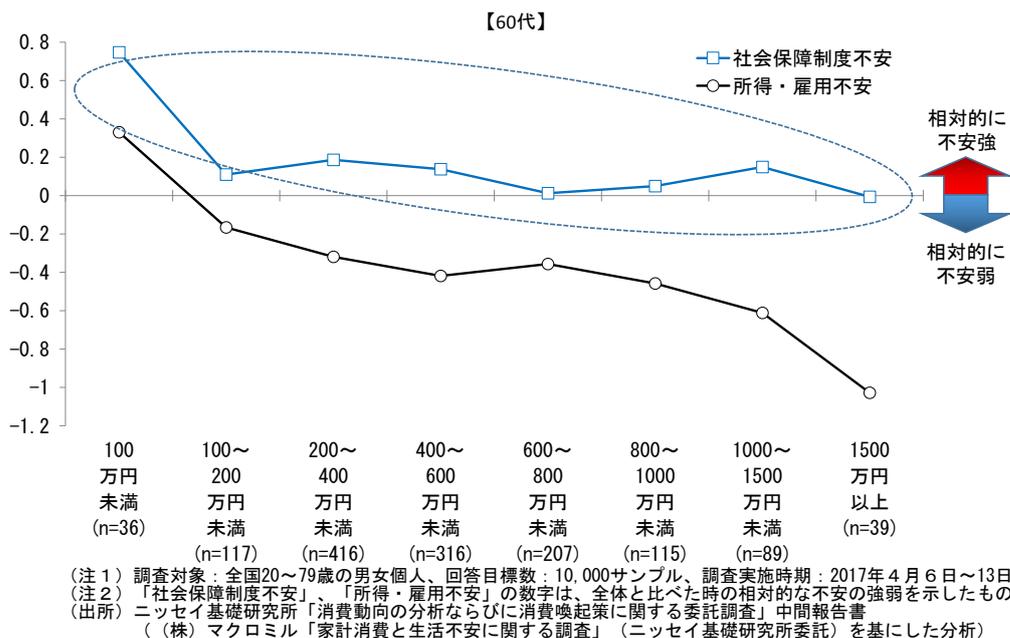
図表Ⅱ- 28：高齢無職世帯の消費支出（月間）の足もとにかけての推移（2012～2015年）



4点目は、消費に影響を与えるマインド面の動向である。

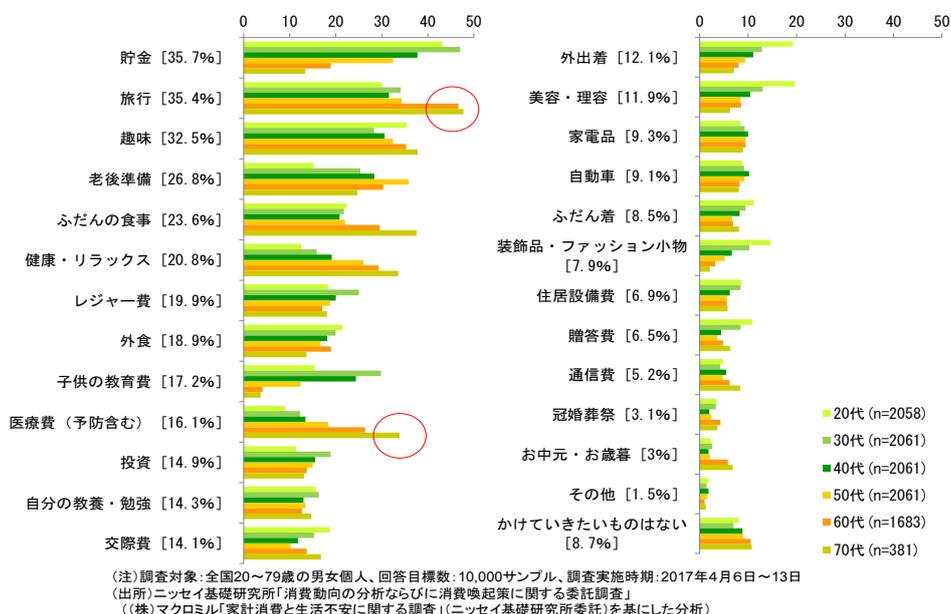
まず、生活不安に関して、委託調査で行ったアンケート結果を見ると、若年世代と大きく異なるのは、年収の多寡に関わらず、社会保障制度に対する不安が所得・雇用に対する不安に比べて、強いことである。

図表Ⅱ- 29：世帯年収別に見た社会保障制度、所得・雇用に対する不安の状況



次に、今後もお金をかけていきたい分野について、若年層は貯金が多いのに対して、60代、70代は旅行や医療費（予防を含む）が突出している。

図表Ⅱ-30：今後もお金をかけていきたい分野についての回答状況



なお、博報堂の調査分析によれば、50～60代の中高年において、従来の静かに余生を送るイメージとは異なり、今後の人生で新しいライフスタイルを創っていききたいとする回答が約9割にのぼっている。

また、従来の中高年と比べて、「年相応にならない」、「若さ」、「新しいものやコトに敏感」という点で異なる意識が高いことも注目される。

図表Ⅱ-31：「中高年が従来の50、60代と異なると考えている点」に係る調査で男性、女性ともに回答率の高かった主な項目

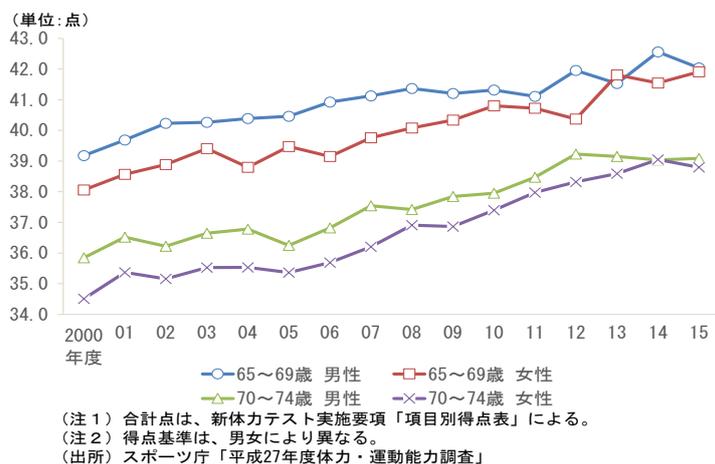


(注) 性別で示している人数は、40代を含んでおり、参考値として掲載している。
 (出所) 博報堂新しい大人文化研究所「新大人研レポートNo.17『新大人はこれまでと違う新型50・60代』」より、経団連事務局にて一部改変。

心理面での変化と併せて、身体面においても、健康で活力のある高齢層（65～79歳）が着実に増えている。

こうした中高年の心理面や健康面の変化の実態を機敏に捉えることが、消費喚起を考える上でも重要であろう。

図表Ⅱ－32：高齢層（65～74歳）の新体力テストの合計点の年



Ⅲ. 個人消費低迷への今後の対応

Ⅱ. 個人消費に関する現状分析で指摘した種々の構造変化を踏まえると、今後、個人消費が持続的かつ自律的に拡大していくためには、時間軸に留意しつつ、以下の3つの方向性に沿って、取り組みを進めていくことが必要である。

1. 世帯ベースでの生涯所得の底上げ
2. 消費意欲の一層の刺激
3. 上記2つを進める上で、その側面支援に資する環境整備

以下、上記の具体的な方向性に沿って、経済政策部会の議論を通じて、提起した各種施策を示す。なお、今後の対応の全体像は図表Ⅲ－1の通りである。

図表Ⅲ－1：個人消費低迷への今後の対応の概要

	1. 世帯ベースでの生涯所得の底上げ	2. 消費意欲の一層の刺激
現役世代	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産性向上と企業収益の拡大を通じた賃金水準そのものの底上げ ・ 意欲と能力のある非正規雇用者の雇用の質の向上 ・ 非正規雇用者の処遇改善の着実な推進 ・ 子育て、教育、介護に関する経済的負担と将来不安の軽減 (就学前教育の無償化の推進と給付型奨学金の充実、介護離職予防に向けた職場づくり等) ・ 人材投資の拡充 (職業訓練、リカレント教育等の充実) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ より豊かでゆとりのあるライフスタイルの構築に資する商品・サービスの創出 (時短家電等) ・ 個々人の価値観、嗜好に即したきめ細かな商品・サービスの創出・提供 (健康サービス等) ・ 国内観光・旅行消費の活性化
高齢層	<ul style="list-style-type: none"> ・ 働く意欲と能力のある高齢者の就労促進 ・ 保有金融資産、非流動資産の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 買い物、家事行為の負担軽減に資するサービスの種類の拡大及び質の向上 (家事代行サービスの振興等) ・ 国内観光・旅行消費の活性化 (ユニバーサルデザイン化の推進等を含む) ・ 住み換え、リフォーム需要への対応 ・ 個々人の価値観、嗜好に即したきめ細かな商品・サービスの提供 (予防サービス等)
3. 個人消費喚起を側面支援する環境整備		
	政府による取り組み	企業による取り組み
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 政策の予見性の向上 (期待成長率の向上と社会保障制度の持続可能性の確保) ・ セーフティネットの拡充と働きやすい環境の整備 (仕事と子育ての両立支援) ・ 子育て世帯に主眼を置いた、住宅取得への支援 ・ 高齢層から現役世代への資産の円滑な世代間移転の促進 ・ 将来の安心確保につながる自助努力に向けた環境整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産性向上と企業収益の拡大を通じた賃金水準そのものの底上げ【再掲】 ・ 意欲と能力のある非正規雇用者の雇用の質の向上【再掲】 ・ 働き方・休み方改革の加速 ・ 将来の安心確保につながる自助努力を支える環境整備・情報提供

1. 世帯ベースでの生涯所得の底上げ

<喚起策のねらい>

Ⅱ. 個人消費に関する現状分析における重要な示唆の一つとして、現役世代ならびに高齢層の世帯年収が過去 15 年間で全般的に低下していることが挙げられる。

個人消費を今後喚起するためには、世帯年収の更なる低下に歯止めをかけるとともに、生涯所得そのものを底上げし、活力ある中間層を育成することが重要である。併せて、世代間の貧困の連鎖を断つ観点の施策が必要である。

まず、現役世代については、Society 5.0 の下での産業構造に対応した雇用機会の確保はもとより、企業規模や収益環境とのバランス、生産性の向上等に留意しつつ、賃金水準そのものの底上げ、雇用の質の向上を目指す必要がある。

併せて、子育て、教育、介護に関する経済的負担と将来不安の軽減を図るとともに、次世代の人的資本の蓄積が滞りなく行われるよう取り組むことが重要である。

次に、高齢層に関しては、年金収入に加えて、生活不安を軽減することの出来る収入の確保が重要である。このため、働く意欲と能力のある層の就労促進とともに、保有するストック（金融資産、非流動資産）の有効活用を推進する必要がある。

(1) 現役世代への対応

<具体的な施策>

- ① 生産性向上と企業収益の拡大を通じた賃金水準そのものの底上げ（最低賃金の継続的な引上げを含む）
- ② 意欲と能力のある非正規雇用者の雇用の質の向上（意欲と能力のある不本意非正規の正社員化を含む）
- ③ 正規雇用者と非正規雇用者間の不合理な待遇差を是正する観点も含め、非正規雇用者の処遇改善の着実な推進
- ④ 子育て、教育、介護に関する経済的負担と将来不安の軽減（就学前教育の無償化の推進と給付型奨学金の充実、介護離職予防に向けた職場づくり等）
- ⑤ 人材投資の拡充（職業訓練、リカレント教育等の充実）

(2) 高齢層への対応

<具体的な施策>

- ① 働く意欲と能力のある高齢者の就労促進（企業による社内体制の変革、労働市場全体での就労機会の確保）
- ② 保有金融資産の有効活用（老後の安心を支える保有金融資産の適切な管理・運用のあり方についての検討等）
- ③ 保有非流動資産の活用（リバースモーゲージの普及促進のあり方についての検討等）

2. 消費意欲の一層の刺激

<喚起策のねらい>

個人消費の喚起に向けて、「1. 世帯ベースでの生涯所得の底上げ」で提示した世帯ベースでの生涯所得の底上げに加え、多様なライフスタイルやニーズに即した潜在需要を掘り起こし、消費意欲を一層刺激することが求められる。

現役世代については、女性の活躍推進に加え、収入の伸び悩み、教育費等への備えのため、共働き世帯が増加している。共働き世帯は、片働き世帯に比べ家事に割くことの出来る時間に制約がある。こうした層の家事負担の軽減をはじめとして、より豊かでゆとりのあるライフスタイルの構築に資する新たな商品・サービスの創出を推進していくことが必要である。

また、高齢層については、今後も人数が増え、マクロでの消費に占める比率が高まっていく見通しである。高齢層は、家族構成の変化、加齢に伴う身体的な制約、疾病の罹患や要介護状態への移行等様々なリスクに直面し、多種多様なニーズを有している。こうした潜在需要に即した商品・サービスを生み出し、提供していくことが、高齢層の消費意欲の刺激に資するものと考えられる。

(1) 現役世代への対応

<具体的な施策>

- ① より豊かでゆとりのあるライフスタイルの構築に資する商品・サービスの創出（時短用家電や、家事代行サービスの普及促進等）
- ② 個々人の価値観、嗜好に即したきめ細かな商品・サービスの創出・提供（ICTやデータの利活用を通じた、健康、予防、美容サービス等）
- ③ 国内観光・旅行消費の活性化（「キッズウィーク」等の取り組みと併せた、更なる活性化のあり方についての検討等）

(2) 高齢層への対応

<具体的な施策>

- ① 買い物、家事行為の負担軽減に資するサービスの種類の拡大及び質の向上（足もとで取り組みの進みつつある、移動困難な中山間地域における自動運転サービス⁸の普及等や、公的介護保険が適用されない家事代行サービスの振興ならびに併用のあり方についての検討等）
- ② 国内観光・旅行消費の活性化（バリアフリー化を含めた、インフラ、サービス等のユニバーサルデザイン化の推進等）
- ③ 住み換え、リフォーム需要への対応（既存住宅の流通・リフォーム市場の活性化等）
- ④ 個々人の価値観、嗜好に即したきめ細かな商品・サービスの創出・提供（ICT やデータの利活用を通じた、健康、予防、美容サービス等）【再掲】

3. 個人消費喚起を側面支援する環境整備

上記の取り組みと併せて、政府、企業それぞれが、以下の個人消費喚起の側面支援に資する環境整備に取り組む必要がある。

(1) 政府による取り組み

① 政策の予見性の向上

所得や雇用に対する不安が強い現役世代に向けては、生活水準の向上、「豊かさ」の実感をもたらす中長期的な経済成長への期待を高めることが求められる。

また、比較的近い将来に疾病の罹患や、要介護、要支援状態に移行するリスクの高まる高齢層に対しては、社会保障制度の持続可能性を確保し、不安を軽減していくことが必要である。

⁸ 国土交通省では、「中山間地域における道の駅等を拠点とした自動運転サービス」についての平成 29 年度実証実験を実施しているところ（年度末に中間とりまとめがなされる見込み）。

② セーフティネットの拡充と働きやすい環境の整備

現行では、社会保険（厚生年金保険、健康保険）の適用対象者は、労働時間や賃金等に係る所定の要件を満たす必要がある。

非正規雇用者の多くは、社会保険に加入できず、十分にカバーされていない状況に置かれている。また、女性に多い短時間労働者の中には、社会保険の適用等を回避するため、就労調整を行うケースも見られる。

今後の方向性として、非正規雇用者に対する、より充実したセーフティネットの提供や、女性の就労促進を妨げる制度の見直しを図る観点から、社会保険の適用拡大を更に進めていくことが求められる。

また、乳幼児のいる共働きの子育て世帯にとっては、待機児童問題の解消が喫緊の課題であり、子育てと仕事の両立支援の観点から、「子育て安心プラン⁹」の着実な実行等に取り組む必要がある。

③ 子育て世帯を主眼に置いた、住宅取得への支援

住宅取得は、子育て、老後の備えと併せて、多額の支出を要する。また、住宅取得に伴って、家具等の新規購入といった追加的な消費支出も行われる。

このため、住宅取得を後押しすることは、裾野の広い消費喚起に資するものである。

考えられる方策として、空き家等の流通・利活用ならびにリフォームの促進を図るとともに、税制面では新築住宅に係わる固定資産税の減額措置の延長等について検討することが必要である。

④ 高齢層から現役世代への資産の円滑な世代間移転の促進

資産のある高齢層が、現役世代（子や孫）の家族形成等を支援することが出

⁹ 2017年6月2日公表。時限を設定した上で、以下の取り組みが示されている。①2019～2021年度末：自治体を支援し、2年間で待機児童を解消するための約22万人分の受け皿整備の予算を確保（遅くとも3年間で待機児童を解消）、②2018年度～2022年度末：女性就業率80%に対応できる約32万人分の受け皿を整備。

来るよう、例えば、結婚・子育て資金や、教育資金に係る贈与税特例の更なる活用・拡充等、世代間移転を更に進めるための税制措置を検討する必要がある。

⑤ 将来の安心確保につながる自助努力に向けた環境整備

まず、NISA¹⁰、つみたてNISA¹¹、ジュニアNISA¹²の恒久化・利便性向上、確定拠出年金等の制度の更なる拡充について検討することが必要である。また、自助努力を進める上でも、金融に対する正しい知識を持つことが重要であり、安定的な資産形成に向けた金融教育の充実を図るべきである。

(2) 企業による取り組み

① 生産性向上と企業収益の拡大を通じた賃金水準そのものの底上げ【再掲】

② 意欲と能力のある非正規雇用者の雇用の質の向上【再掲】

③ 働き方・休み方改革の加速

働き方・休み方改革に伴う長時間労働の是正や年休取得の促進等を通じて、ワークライフバランスを確保することは、労働生産性を高め、働きやすい環境を整える上で極めて重要である。併せて、働き方・休み方改革は、女性に偏りがちな育児・家事への男性の積極的な参加を促す契機となるとともに、余暇時間の創出に伴い個人消費の喚起にも資する意義ある取り組みである。

各企業において、経営トップのリーダーシップのもと、「働き方改革アクションプラン」の策定・公表を行う等、各種活動を積極的に展開すべきである。

¹⁰ 少額投資非課税制度を指す。制度の期間は2014～2023年であり、非課税の投資枠は年間120万円までで投資可能期間は5年間、最大投資額は総額600万円。運用益（売却益、分配金、配当）が非課税。

¹¹ 制度の期間は2018～2037年であり、非課税投資枠は年間40万円までで投資可能期間は20年間、最大投資額は総額800万円。運用益はNISA同様非課税。

¹² 対象利用者は、国内居住の0～19歳が対象利用者（運用管理者は利用者の二等身以内の親族）であり、制度の期間は2016年～2023年。非課税の投資枠は年間80万円までで投資可能期間は5年間。運用益（売却益、分配金、配当）が非課税。

④ 将来の安心確保につながる自助努力を支える環境整備・情報提供

将来の安心確保につながる自助努力の仕組みについて、現状では、十分活用されているとは言いがたい。

そこで、例えば、企業型確定拠出年金における運用改善の取り組み（主に商品提供数の見直し、商品の示し方の工夫、継続投資教育の実行）、つみたてNISAの従業員への周知等、従業員の資産形成の充実に向けた環境整備や情報提供を積極的に進めることが求められる。これらの活用が進み、過度な将来不安が軽減されれば、消費マインドの改善も期待出来るものと思われる。

IV. おわりに

Ⅲ. 個人消費低迷への今後の対応で列挙した項目について、経団連の各政策委員会で議論を更に深めていくことを期待する。また、既に取り組みを進めているものについては、その一層の進捗を図る。

なお、体系的な分析においては、消費に積極的でない層が一定数存在することも確認された。消費をより前向きに行うことが出来るような社会的な機運の醸成はもとより、いわゆる「コト消費」と「モノ消費」が相互に高まる好循環を形成出来るよう、プレミアムフライデーの普及と定着に向けた取り組み、そして更なる方策について検討を深めていく。

最後に、人生 100 年時代という超長寿社会を展望すれば、国民一人ひとりが、就労、家族形成、趣味等を通じて、自らの希望を最大限実現出来るようにすることが何よりも重要である。こうした中、各人が、何らかの形で社会との関わりを持ち続けることは、多様な消費機会に接することを意味する。

企業としても、国民が消費を通じて、より豊かな人生を送ることが出来るよう、新たな商品・サービスの創出に努めていく。併せて、今後も企業収益の拡大、生産性の向上を通じて、賃金の引上げや投資の拡大に果敢に取り組み、経済の好循環の更なる強化を図っていきたい。

以 上