

日経MJ 2017年 7月16日付

消費低迷 本当の理由

消費が低迷して業績が芳しくない。小売業の現場から聞こえてくる声だ。実際、スーパーや大型小売店の中には業績が改善しないところが少なくない。マクロの数字で見ても、消費が景気の足を引っ張っていることがうかがえる。最近の需要の伸びの内訳をみると、輸出の伸びが大きく貢献しているが、消費を中心とした内需は振るわないのだ。



伊藤元重の

エコノウオッチ

振り向けているので消費が落ちこんでいるように聞こえるからだ。現実には起きていることは、消費者が財布の紐を締めて貯蓄に回しているというよりも、財布の中に十分なお金が入っていないということだ。消費は、可処分所得に消費性向をかけた数値となる。可処分所得が小さくても、消費性向が下がっても消費は落ち込む。重要なことは、消費者の消費性向が大幅に下落して、あるいは同じことだが貯蓄性向が大幅に上昇して、消費が落ち込んでいくわけではないということだ。

労働者の取り分 減る一方

むしろ、高齢化が進む日本では貯蓄性向は下がり続けているのだ。だから、消費が振るわないとすれば、それは可処分所得が伸びていないからということになる。ここに日本のマクロ経済の大きな問題がある。多くの人が指摘するように、賃金上昇を実現することなしに経済を再生することは難しい。残念ながら賃金の上昇のスピードは非常に遅い。これは例えば、全所得に占める労働所得のシェアである労働分配率の動きを見ても明らかだ。

が縮小している中で消費を増やそうと言っても無理な話だ。労働者にお金に向かっているとしたら、どこに向かっているのだろうか。答えは明らかだろう。労働分配率が下がっているということは、資本分配率が上昇していることには他ならない。

一方で、企業部門の貯蓄投資バランスを見ると状況は大きく異なる。米国では0.8%、ドイツでは2.7%であるのに、日本は5.1%という高さだ(15年数値)。日本の企業部門には巨額の貯蓄資金がたまり続けていることがわかる。労働者への分け前である労働分配率を下げ続け、その結果貯まり続ける企業貯蓄を投資などの形に回さなければ、内需が振るわないのは当然なのかもしれない。消費の伸び悩みで景気回復を遅らせているのは政府の政策の失敗というより、企業自らの行動が招いた結果と言われても仕方がない。(学習院大学国際社会科学部教授)