

明日の日本 Vol.13 明後日の世界

第13回 プレミアム フライデーと 有効な消費刺激策



1. 目的と手段が逆転してしまったプレミアムフライデー
 プレミアムフライデーが始まって半年、現状はスタート時より早帰り退社の人も、サービス提供をする店も減って、尻すぼみのようです。月末の週末は、多くの企業がその月の営業の締めをしないといけないから、というのがその大きな原因になっているようです。

何故、プレミアムフライデーは月末になったかと言うと、事情通から聞いた話では、給料日後の月末を主張する小売り・サービス側と、月末の締め作業に影響のない月末以外を主張する企業側との意見調整の結果、元々消費喚起が目的だったので、小売り・サービスの意見が通ったそうです。

給料日後の月末の売り上げが高いのは、今も昔も基本は変わらないのかもしれませんが、時代の変化は見ていかなければならないのではないのでしょうか。耐久消費財や住宅の月賦やローン支払いで、資金繰りが圧迫されている家庭が多かった高度成長時代と異なります。今や親と同居でそういった費用は一切かからないセレブなパラサイトシングルやウエイトも増加している時代です。給料日まで自分の欲しい物を購入するのを控える人はどの程度いるのでしょうか。また、住宅の空き家の増加に象徴されるように物余りの時代の中で、消費者の興味は、物消費から事消費に変化しています。事消費の場合は観劇や食事にしても、単に物を購入するより時間がかかります。敢えて職場が忙しい月末時にプレミアムフライデーを持つてこようとした人々の勝

算はどこにあったのか、聞いてみたい気がします。

2. 消費の担い手毎の施策の必要性

プレミアムフライデーの対象は、お金はあっても消費する時間が足りなくて消費がままならない人の消費を刺激することでしょう。早退を対象者の総労働時間は少なくなりませんが、それでもメリハリを利かせて同額の売り上げを各企業に求めることで、労働生産性も上昇する可能性が高く、政策としては面白い物だと思います。

但し、職場の早退日を設け、プレミアムな消費を狙うなら、それを有り難く感じ、実際消費を増額出来る人の目線に立って実施内容を詰める必要があると思います。例えば年金生活者であれば、二カ月に一回の年金支給日に普段より高額の消費をする傾向は容易に想像できます。しかし、お金はあるけど時間が無い人となると、それは年金生活者でなく、現役の世代でしょう。但し、現役世代の総てではなく、現役世代の中の分析も必要ではないかと思うのです。具体的には、格差拡大という形で最近指摘される、現役世代の所得水準の二分化に注意が必要だと思っております。

す。時間さえ出来れば消費を拡大する層と、時間が増えても消費に回す事が出来ないギリギリの家計運営が行われている層との仕分けをし、それぞれに細やかな対応を行う施策を講じる必要があるのではないのでしょうか。その為には、実態の正確なデータは必要です。今の形のプレミアムフライデーを維持する為に何が有効かを判断するために月末消費の出来る層の実態などを正しく把握する統計改革の早期実施が待たれるところです。

3. 有効な消費刺激策は何か

時間さえ出来れば消費を拡大する層には、敢えて月末の金曜日に限定せずに特典を付与すればいいのではないのでしょうか。クーポンを発行し、そのクーポンを本人が示せば、早退して今はプレミアムな時間を過ごしているとして特典を与えることで、プレミアムフライデーで狙ったことの相当部分の目的は達成されるように思います。

難しいのは購入需要はあるのに、先立つものが無いという層に対してのケアです。皮肉にもプレミアムフライデーも含めた働き方改革の結果、その層が拡大しているのではないかと

との懸念がもたれるからです。

ヒントとなるのが、ある方から聞いた最近の経験談です。宅配便の配達員が、昼間に暇な時間があるので、実態は夜間配送等に当てる余力は残っているのに、会社が一方的に就業時間を減らしてしまった結果、生活が苦しくなったとだけと、愚痴を言っていたというのです。このお話に出てくる、働ける空き時間が有効に活用されていないという事実を埋める施策が要るのではないのでしょうか。

一方で働き方改革で労働時間の削減を行い、他方では消費拡大を図ろうという、一見矛盾する政策の調整が必要になるといふことです。解決策としてマッチング、シェアリングの有効利用があるのではないのでしょうか。つまり、IoTという形でインターネットで総ての情報が繋がります。ある現在、労働時間の空きとそれを有効に使える業務とをマッチングさせれば、新たな所得が生まれることになるわけですね。逆から見れば、担い手がいなくなった業務が、空き時間を持つ働き手にシェアされて総労働時間は増えずに、新たな生産が生まれて、消費に当てられる所得が増えるということですね。

ここ数年低迷する個人消費の拡大

濱田 敏彰

Toshiaki Hamada

1955年大阪市福島生まれの東京日本橋育ち。東京大学法学部を卒業し、大蔵省(現財務省)に入省。政府経済見通しの作成に始まり、銀行検査官、税務署長、大阪税関長、大臣官房審議官、他省への出向ではジェトロコペンハーゲン事務所長、地方分権推進委員会事務局参事官、東日本大震災の際には消防庁審議官を経験。2015年税務大学校長を締め退官し、現在は経営コンサルタント、国際医療福祉大学客員教授。

