

日本経済 ～ “失われた 20 年” が消費に与える影響～

経済調査部 永濱 利廣

若者ほど財布の紐が固い

カリフォルニア大学ロサンゼルス校のギウリアーノ教授と IMF（国際通貨基金）のスピリンバーゴ氏は、2009 年の研究で経済環境が価値観に影響を与えることを明らかにしている。高校や大学を卒業してしばらくの間に不況を経験するかどうかが、その世代の価値観に大きな影響を与えることを米国のデータを使って明らかにしたのである。これは日本にも当てはまると考えるのが自然だろう。

実際、各世代の消費性向を比較すると、若い世代ほど消費性向が低くなる傾向が見て取れる。若年層ほど財布の紐が固いことから、将来に亘って現役世代の消費は抑制され、今後は厳しい消費環境が予想される。そして、これ以上国内消費市場が縮小すれば、企業はこれまで以上に海外で収益機会を求める必要に迫られる。これは我々の子どもや孫たちの国内での雇用機会が失われることを意味する。

当面厳しい状況を覚悟

このように、高校や大学を卒業してからしばらくの間に不況を経験するかどうかが、その世代の価値観に大きな影響を与えるが、実は現役世代が同じように財布の紐を締めているわけではない。

日本における各世代の消費性向を見ると、40 代では消費性向が高い。40 代は高校や大学を卒業してしばらくの間バブルを経験した世代である。バブル期には新卒採用計画が現在の 5 倍以上の売り手市場にあり、この頃に就職した世代に当たる。彼らの財布の紐が緩い理由ははっきりしている。比較的恵まれた時代に就職でき、年齢的にも管理職に上がって収入が増える時期に当たる人が比較的多いからである。

一方、30 代以下の世代は、バブル期における大量の新卒採用後の企業業績の悪化により、就職氷河期で厳しい雇用情勢を経験した。経営が安定している大手企業に一旦正社員で就職すれば、日本では正社員を解雇しにくいという特有の雇用慣行があるため、後の世代にしわ寄せが行くということである。この世代は『ロストジェネレーション』と呼ばれ、保守的な傾向が強く、消費性向が低いと言われる。その後今日に至るまで、景気が悪くなるたびに新卒採用計画は縮小が繰り返されてきた。今後の日本経済を担う 30 代以下の世代が、たとえ無意識にでもお金を使わない方へ流れがちなのはこのためである。

今では、消費やレジャーには無欲で、ライフスタイルは等身大かつ自然体と言われるゆとり世代も就職する年代を迎えている。この世代も、物心付いてからずっと平成不況だったことから、経済環境が価値観に何らかの影響を及ぼしている可能性がある。

我が国でも経済環境が消費に対する価値観に影響を与えているのである。このことを考えれば、失われた 20 年を経験した我が国の個人消費は、当面厳しい状況が続くことを覚悟しなければならない。それはたとえ景気が回復したとしても、財布の紐が固い世代が増えており、消費の盛り上がりにつながりにくい構造に日本はなっているからである。こうした社会の中で、何を作り、どう売るか、需要を掘り起こすことが重要な課題となる。

ながはま としひろ（主席エコノミスト）