

「今」を予測する重要性

跡見学園女子大学教授 山澤 成康

経済予測は天気予報とよく比べられるが、異なる点も多い。天気予報が明日の天気に影響することはありえないが、経済予測は将来の経済活動に影響する。悲観的な予測は消費マインドを冷やす可能性がある一方で、政策変更を促す効果を持つ。

「今」が持つ意味も、経済予測と天気予報では違いがある。全国各地の天気を即時（リアルタイム）で知ることは容易だ。東京は「曇り」で気温が10度、沖縄は「晴れ」で気温が20度、といった情報である。インターネットを使えば、現時点の市町村単位の降雨量もわかる。一方、経済活動の「今」をとらえるのは難しい。「クリスマス商戦が活発だったから日本全体で見ても、さぞGDPは増えただろう」と思っても、それをクリスマスの時点では検証できない。12月の景気動向指数は2月のはじめに発表され、2013年10-12月期の国内総生産（GDP）は、14年2月中旬に発表される。クリスマスデータはバレンタインデーの頃でないとわからない。

しかし、今年は経済の「今」を知ることが特に重要だ。消費税率引き上げ前には駆け込み需要が見込まれ、その後4月、5月にはその反動減が予想される。問題はその後である。景気は底割れするのか、踏ん張れるのか、その見極めが重要だ。

そこで注目されているのが、ナウキャストだ。ナウ（今）とフォーキャスト（予測）を合成した言葉で、「今」の予測、足元の予測ということになる。

もともとは、気象用語で、5分、10分先の予報のことだ。気象庁のホームページをみると、竜巻、雷、降雨のナウキャストがリアルタイムで更新されている。降雨については5分ごとに1時間先までの予報があり、雷、竜巻についてはこれから1時間のうちに発生する確率を発表

している。

こうしたナウキャストは経済予測にも応用されている。日本経済研究センターの超短期予測や月次GDPは、GDPのナウキャストである。都道府県別、月次で支出動向がわかる内閣府の地域別総合支出指数（RDEI）も地域別に消費や投資動向を早く知りたいというのが開発の動機にある。

最近ではビッグデータを扱うことができるようになり、大量の経済データを処理して経済予測に役立てようという試みがある。月次GDPを500近い経済指標を使って推計するという研究が日本銀行の研究論文にある。直近のGDP予測の的中精度は、民間予測機関の予測よりも高いという。また、「ブランド品」、「失業」など景気に敏感な言葉がどれくらい検索されているのかを調べて、景気指標にする試みもある。

日本銀行が2%を目標とするインフレ率についてもナウキャストの試みがある。インフレ率についてはなんと日次で発表されている。東京大学の「東大日次物価指数」は、コンビニなどの販売時点情報管理（POS）データを使って毎日ホームページ上で発表されている。2014年4月には消費税率が5%から8%に引き上げられるが、どの程度物価が上がるのかは、事前にはわからない。価格転嫁次第の面があるためだ。日次指数を使えば、値上がり状況がかなり早い段階でわかることになる。

一方、速報性を重視すると精度が落ちるという問題点がある。内閣府が2013年12月に発表したGDP統計によると、2012年度の実質固定資本形成は実質14.9%増から1.3%増へと大幅に下方修正された。こうなると、速報値への信頼感がなくなってしまう。経済統計に関わる実務家、研究者は、速報性と精度という2つのウサギを追う努力を続ける必要があるようだ。