

日本経済 ～消費者不安を取り除き景気の下支えを～

経済調査部 嵐峰 義清

外需環境の悪化

欧州の財政問題が世界経済最大のリスク要因となるなか、国内経済にも下ぶれリスクが生じている。今後、悪化が確実視されているのが外需だ。財政問題に揺れる欧州経済は後退局面入りが避けられない見通しだ。米国経済も住宅バブル崩壊の後遺症に悩み、引き続き雇用環境は低迷、消費マインドも悪化しており、クリスマスセールスに向けて暗雲が立ちこめている。新興国経済は相対的に堅調なものの、輸出の減速やこれまでの利上げの累積的な影響によって景気の加速力は減衰、好調な内需にも翳りが出てくると懸念されている。

このように世界経済の鈍化が見込まれているうえに、引き続き超円高水準が続いていることから、輸出の減速は避け難い状況だ。加えて、タイの洪水によって再びサプライチェーン問題が生じており、生産活動全般に下ぶれリスクが強まっている。

復興需要で内需は万全か

こうした外需環境の悪化に対し、日本経済の下支えになると見込まれているのが震災からの復興需要だ。東日本大震災からの公的部門による復興需要は、第三次補正予算の通過でようやく動き始めることが期待される。被災地においては住宅を始め、生活基盤となるインフラの再構築が喫緊の課題となっている。厳しい冬場を迎え、政官財一体となって復興を進めることが期待される。

一方で、GDPの最大需要項目である個人消費については、先行きの減速が懸念されている。震災以降、個人消費は比較的堅調に推移してきた。しかしその背景には、①被災地における家財道具などの特需、②テレビのデジタル放送完全移行に伴う駆け込み需要、③自動車など震災によって生産が滞った財の供給回復による消費の集中——などの一時的な要因によって大きく押し上げられた

側面がある。こうした一時的要因はその大半がすでに剥落したと考えられ、今後はこれら嵩上げ要因が無くなる分だけ、消費水準が下がる余地がある。むしろ、年度前半の消費を嵩上げた多くが所謂“耐久消費財”であったため、需要の先食いとなって、今後数年に渡って同分野の消費が伸び悩む可能性もある。

消費者の景況感は悪化も

消費者のマインドを示す経済指標、消費者態度指数の推移を見ると、震災で一旦大きく落ち込んだあと、足元にかけては回復基調を辿ってはいるものの、落ち込んだ分の半分程度しか回復していない。生産活動など、企業分野の実体統計の多くが震災前の水準にかなりの程度近づいており、その落ち込みを取り戻していることが示されているなかで、消費マインドの回復遅れが目立つ格好となっている。背景には、燻る地震や原発事故への不安のほか、政府による復興対策の遅れなども影響していると考えられる。こうした震災に絡んだ事象に加え、特に夏場以降は過去最高値圏での推移が続く円相場や、株価の低迷なども消費者マインドにマイナスの影響を及ぼしていると考えられる。消費者マインドはいわば財布の紐の緩み具合を示す統計であり、前述したような一時的な消費押し上げ要因が剥落したあとの消費水準が、予想以上に落ち込むリスクがあることを示唆している。

今後は、輸出環境の悪化によって製造業を中心に業況が低下することも考えられるが、その場合には雇用・所得環境の悪化にも繋がりにかねない。復興の動きをよりスムーズに進めるためにも、復興後の日本経済の成長戦略を指し示すなどして、内需の柱である消費者の様々な不安を解消していくことは重要だ。

しまみね よしきよ（首席エコノミスト）