

# 日本経済 ～景気を動かすエンジンに不安の残る 2014 年～

経済調査部 鳶峰 義清

### 2013 年は消費主導の景気回復

師走を迎え、改めて 2013 年の日本経済を振り返れば、日本としては極めて珍しい“消費主導”の景気回復を果たした 1 年であった。昨年末の政権交代に伴う経済政策の大きな転換により、円安・株高の流れが強まり、株高による資産効果、あるいは消費者の景況感の劇的な改善により、2013 年の日本経済は輸出が伸び悩む中で、前半は年率 4% 近い高成長を維持した。

しかし、夏場頃には消費者の景況感を改善させた円安・株高の流れに歯止めがかかり、消費者マインドはやや低下した。一方、円安による輸出押し上げ効果は金額面（円建て）では出ているものの、数量面の押し上げ効果ははっきりとしていない。米国をはじめ、海外経済の持ち直しが明確化していないことに足を引っ張られている側面も考えられる。日本経済の雰囲気は、前半の牽引車である個人消費の勢いに陰りが見える一方、期待されていた外需の立ち上がりが遅れている。4 月より消費税率が引き上げられる 2014 年の日本経済については、これから景気の牽引車の回復が必要であろう。

### 2014 年のエンジン①—個人消費

個人消費は、消費税率引き上げ直前となる 3 月末にかけて、増税前の駆け込み需要が押し上げ要因になることが期待される一方で、4 月以降は反動減による落ち込みが避けられない。特に、増税直後の 4-6 月期には、実質 GDP 成長率もマイナスとなろう。問題は、その後短期間のうちに持ち直せるかどうかということになる。

消費を決定する要因は、大きく分ければ所得とマインドである。このうち、最も重要な所得について、政府は企業に賃上げ対応を求めてお

り、大手企業の中にはベースアップを含めた対応を考慮する動きも出ている。賃上げは、勤労者世帯における消費増税による家計の負担増を相殺する上でも重要であり、2014 年の日本経済の帰趨を決めると言っても過言でない。ただし、それだけで持続的な消費の拡大が確約されるわけではない。そこで重要な要素が消費者のマインドだ。

マインドは、所得のうちどれだけ消費に回すか（消費性向）を決める要素で、株などの資産価格の動きや、国全体の雰囲気にも左右される。なかでも株価の動きは、資産効果という形で消費者マインドに直接影響するが、その株価自体が海外の株価動向に左右される側面があるため、後述する海外経済の動向からも目が離せない。

### 2014 年のエンジン②—外需

循環的な側面から見れば、世界経済は 2011 年以降続いていた減速局面を脱しつつあり、回復力を強めていく局面にある。しかし、経済政策などを一歩間違えると、回復の流れも頓挫しかねない。そこで注目されるのが、米国の財政を取り巻く議会動向と、FRB（米連邦準備理事会）の金融政策だ。今年 10 月には、今年度予算を巡って米議会は紛糾、予算成立が遅れたことで経済にマイナスの影響を及ぼした。このように政策面から景気の足を引っ張ってしまうことがなければ、世界経済は循環的な拡大局面を辿ると見られる。そうなれば、日本の外需環境好転も明確化すると見込まれる。日本の景気を左右するのは、米国の経済政策によるところも大きいということになる。

しまみね よしきよ（首席エコノミスト）