

[掲載紙] 上毛新聞「点描ぐんま経済 日銀支店長 見聞録」

[掲載日] 2017年12月23日

[テーマ] 消費トレンドを追う—経営者から生の情報—

筆者は、入行した1991年に仙台支店に配属になり、地域経済調査班において個人消費の動向調査を担当した。個人消費は景況感を把握する上でとても重要な要素であるが、小売統計だけを見ても消費の変化は分かるはずもなく、多くの個人消費関連企業の方々と面談を重ね、最前線の消費の動きを何とかして把握しようと奔走する日々だった。

消費動向を把握することの難しさは、今も変わらない。当時と比較すると、消費関連の統計の精度の向上や、データが捉える範囲の拡大、データ入手までのスピードアップなど、確かに大きな進歩がある。それでも、データが捉えきれていない領域が残る。

また、消費者マインドの移ろいは、リアルタイムではつかみ難いため、お客さまと日々じかに接している企業の方との面談が重要なのは、当時も今も変わらない。

2012年末から始まった今回のわが国の景気回復局面のなかで、本県の個人消費活動も底堅く推移してきたが、今年1年を振り返ってみると、回復の度合いがしっかりしてきたといえる。本県のモノ消費やコト消費の各種データ、所得や雇用の統計、小売りに関係する企業の方の生の声はその根拠となっている。

もちろん、消費の最前線で起きていることは多種多様なので、例えばある企業の売り上げが増加しているといっても、それが販売している商品力によるのか、それとも、全般的に消費者の財布のひもが緩んでいることを示しているのかは、必ずしも判然とはしない。こうした難題を解きほぐすために、多くの県内企業の経営者をはじめとする方々の、貴重な洞察を、面談を通じてお伺いしている次第だ。

個人消費のトレンドはダイナミックに変化しているし、それに対応して販売側の施策も新しいものがどんどん出てくる。本県経済の体温がどの程度上がったのかを測る上での悩みは来年も多そうだが、その分、興味は尽きない。

〔 日本銀行前橋支店長
岸 道信 〕