

ニッセイ基礎研 Report

Aug. 2022 Vol.305

- 02 個人寄付から社会を変える ● 吉本 光宏
- 03 外国人観光客のマスク着用には明確なルールが必要 ● 渡邊 布珠子
- 04 日本の物価は持続的に上昇するか ● 山下 大輔
- 06 ロシアのウクライナ侵略は「グローバル化の終わり」を告げるのか ● 氷見野 良三
- 08 サステナビリティに関する意識と消費行動 ● 久我 尚子
- 10 人口減少下の財政問題 ● 高山 武士
- 11 1ドル140円まであとわずか、円安のピークはまだか? ● 上野 剛志



妖怪を視る

室町時代から徳川時代にかけて、妖怪や鬼が行進する様子を描いた多くの絵巻が作られた。妖怪は「付喪神(つくもがみ)」と呼ばれる使い古され捨てられた道具たちの化身。琵琶や琴、笙、扇、鍋、釜…恨みのあまり姿を変え、暗闇を行列して歩き、朝日が昇るのにあわせて消えてゆく。しかし妖怪たちはどこか可愛らしくユニークだ。昔の人の想像力は、今でも色あせずに生き続けている。

●
百鬼夜行絵巻(部分)

原図：光重筆 | 模写 | 1軸：39cm

国立国会図書館所蔵

個人寄付から社会を変える

新型コロナの経験を活かすために



社会研究部 研究理事 吉本 光宏
mitch@nli-research.co.jp



よしもと・みつひろ
1989年からニッセイ基礎研究所。
東京藝術大学非常勤講師、日本文化政策学会理事
企業×セナ協議会理事、国立新美術館評議員、国際文化会館評議員
アーツカウンシル東京カウンスルボード委員、他多数。

新型コロナの感染者数は、ここにきて増加傾向が認められるものの、ようやくパンデミック発生前の状況への回復が見通せるようになってきた。とは言え、この2年余りの間に、日本の社会・経済活動が受けたダメージは計り知れない。大幅な収入減に陥った企業や個人事業主を支えるため、政府も大型の補正予算を投入し、様々な支援策を提供してきた。が、注目できるのは、民間主体のクラウドファンディングを活用した個人寄付による支援が活発だったことである。

筆者の専門分野である文化関係に限ってみても、ミニシアター・エイド基金、寄席支援プロジェクト、全国小劇場ネットワークといった特定の芸術分野全体を支援するものから、個別の芸術団体や文化施設、アートプロジェクトを対象にしたもの、さらには、フリーランスのアーティスト支援を行ったアーツ・ユナイテッド・ファンドなど、多岐にわたる。

日本では長らく、個人の寄付文化が定着しない、と言われてきた。しかし、これらのクラウドファンディングを通して、何万人もの人々が苦境に陥った芸術文化を支えた。新型コロナが個人の寄付を後押しし、顕在化させたのである。

「寄付白書2021（日本ファンドレイジング協会）」によれば、2020年の個人寄付総額は1兆2,126億円。その前に調査が行われた16年の7,756億円から56%の増加だ。20年に新型コロナ関連の寄付をした人は8.7%で、クラウドファンディングなどインターネットを通じた支援の輪が広がったこと、医療や生活困窮者、文化芸術分野などの領域への共感と連帯が広がったこと、若年層の寄付者が他の世代と比較して相対的に大きかったことが特徴的

な傾向だとされている（同白書）。

筆者がもう一つ注目したのは、クラウドファンディングの中に、寄付金控除の仕組みを活用したものがあったことである。寄付額に応じたリターンではなく、領収書が発行され、寄付者が確定申告によって所得控除などを受けられるというものだ。

日本に寄付文化が根付かない理由のひとつは、寄付税制だと言われていた。しかし、2006年の公益法人制度改革や翌年の税制改正、11年の新寄付税制の導入によって、個人が公益社団法人や認定NPO法人等に寄付した場合、所得の最大40%までの所得控除、もしくは所得税額の25%を上限に40%の税額控除が受けられるようになってきている*。

個人寄付が活発な米国では、所得の50%までの控除が可能だが、税額控除は導入されていない（「寄付白書2017」）。このことから、日本の寄付税制は世界トップレベルだと考えて間違いない。

さらに、都道府県や市町村が条例で指定する団体であれば、住民税（県税6%、市税4%）をあわせて最大10%も控除される。対象団体は各自自治体のホームページで一覧が公開されており、東京都の場合は主税局のページから確認が可能だ。

仮に対象となる団体に10万円を寄付した場合、確定申告で最大約5万円が還付される。つまり5万円の負担で10万円の寄付が可能となる訳だが、これは所得税・住民税として国や地方公共団体に納めるはずだった5万円分の税金の使途を自分の意志で決定できることを意味する。

クラウドファンディングサイトのひとつ「READYFOR」では、プロジェクトを探

すタグに「#寄付金控除型」を設定し、寄付金控除を受けられるプロジェクトを探せるようになっている。

寄付税制を活用するためには、寄付を受け取る側が公益社団法人や認定NPO法人など特定の要件を満たす必要がある。しかし、小規模なNPO団体等がその要件を満たすのは容易ではない。そこで、寄付金控除の対象となる団体が寄付の受け皿となって、寄付者が税制上の優遇措置を受けられる仕組みもある。

例えば、公益財団法人パブリックリソース財団が運営するオンライン寄付サイト Give One（ギブワン）では、寄付の対象者や社会課題、SDGsの17分野などで寄付金控除等の税制優遇を受けられるプロジェクトを検索し、寄付することが可能だ。

新型コロナで活発になった個人の寄付は「困難に直面する人々や団体を支援したい」という動機に基づいている。しかし今後は、その個人寄付の流れを「社会をよりよくする」ために継続・発展させることはできないだろうか――。

VUCAの時代、社会の課題は複雑化する一方だ。国や地方公共団体の既存の政策では対応しきれないものも少なくない。個人の寄付によって税金の一部を民から民への公益的な資金に振り向けることができれば、多様な価値観に基づいた強靱な社会構造を構築できるのではないか。個人寄付に期待する理由はそこにある。

ではどこに寄付すべきか。筆者のお勧めは芸術文化である。それは芸術や文化が人々に生きる力や喜びを与えるばかりか、様々な社会的課題と向き合うアートNPOや文化事業が増えているからである。

[*]実際の控除額は寄付金額から2,000円を減じた額（2000円以下の寄付金は控除の対象とならない）。

外国人観光客のマスク着用には明確なルールが必要

受入れ側、観光客双方にわかりやすく、より現実的な対応を



金融研究部 准主任研究員 渡邊 布味子
fwatanabe@nli-research.co.jp



わたなべ ふみこ
00年東海銀行(現三菱UFJ銀行)入行
06年総合不動産会社
18年5月ニッセイ基礎研究所(現職)

世界の水際対策の緩和状況

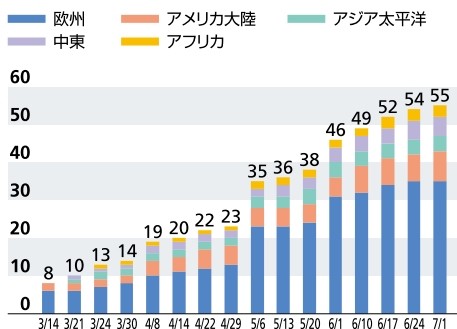
政府は2022年6月10日より、外国人観光客の入国制限を見直し、旅行代理店等を受入責任者とする添乗員付きパッケージツアーの受入れを開始した。

国内では、主要な観光地で順次ラグジュアリーホテルが竣工を迎えており、外国人観光客を物理的に受入れる環境はコロナ禍前よりも整いつつある。

しかし、海外の状況を見ると、水際対策緩和の流れは日本の先を行っている。国連世界観光機関(UNWTO)と国際航空運送協会(IATA)の公表によると、「外国人の入国に制限が何もない国」は、2022年7月1日には55カ国に増加した。うち35カ国(G7のうちイタリア、英国を含む)がヨーロッパに位置しており[図表1]、観光大国であるフランス、スペインも、陰性証明またはワクチン追加接種の義務化などの一部制限があるものの、外国人の入国制限、検疫、待機期間は解除されている。現在、ヨーロッパは最も開放的なエリアであると言えるだろう。

[図表1] 新型コロナウイルス感染症に関する外国人の入国に制限が何もない国の数(全世界、エリア別、2022年)

出所: 国連世界観光機関(UNWTO)と国際航空運送協会(IATA)の公表よりニッセイ基礎研究所が作成



アジア太平洋では4か国・地域(モンゴル、アフガニスタン、ベトナム、北マリアナ

諸島(サイパンなど))が水際対策を撤廃している。また、アジア太平洋内の観光大国は中国、日本、タイであるが、中国と日本が外国人に対して排他的な対応を取るなか、タイはヨーロッパの観光大国に近い対応を取っている。

コロナ後に日本に行きたい理由に「以前に旅行したことがあり、気に入ったから」を挙げる外国人は多いが、複数の国への海外旅行経験がある人なら他の国も該当する可能性がある。制限の厳しい日本を選ぶかどうかはわからない。

世界と日本のマスク制限の状況

日本政府は日本を訪れる旅行者に対し、6月7日に公表された各観光関係者向けの「ガイドライン」の内容(事前に民間医療保険に加入、マスク着用や手指消毒の徹底など)の遵守を求める。厳しい条件が課される背景には、日本と異なり、外国ではあまりマスクをしていない人が多いとの認識があると思われる。

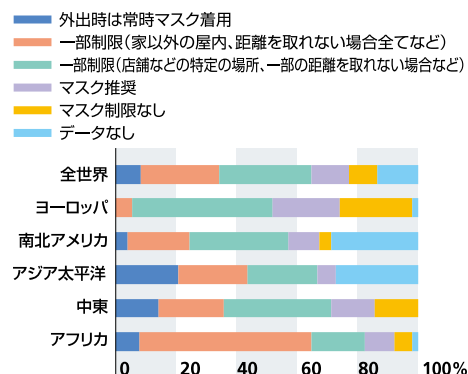
オックスフォード大学によると、2022年7月1日時点で「マスク推奨」あるいは「マスク制限なし」の国は、アジア太平洋では6%であるのに対し、ヨーロッパでは46%、南北アメリカでは14%と高い。確かにこの数字を見ると、不安を覚える人も多いかもしれない[図表2]。

しかし、このデータにおいて、日本は「マスク推奨」の国、政府の規制という意味では、実は制限が緩い国に該当している。我々は、いわゆる周囲の目を意識し、暗黙の了解のなかで「外出時においても常時マスク着用が必要」という常識とか同調圧力の中で生活していることに改めて気づかされる。

東京五輪の際の外国からの訪日客のほ

[図表2] マスク制限についての各国政府対応(エリア別、2022年7月5日時点)

※エリアは国連世界観光機関(UNWTO)の分類に準じた
資料: オックスフォード大学の公表を基にニッセイ基礎研究所が作成



とんどもはマスクコミや五輪関係者で、仕事目的であり、「マスク着用をお願い」を守ってもらいやすい状況であったはずだ。

これからやって来る訪日客は、レジャーとして休暇を快適かつ楽しく過ごそうと日本を選んだ客であり、相対的に「お願い」を守ってもらいにくいだろう。

制限の明確なルール化が必要ではないか

感染拡大の第7波が広がる中、新型コロナウイルスに関しては依然として分からないことも多く、必ずしも日本が外国の状況に追随する必要はない。しかし、経済の回復が他の先進諸国より遅れ、そのことで苦しんでいる人も多くいる。特に観光業にとっては非常に厳しい状況が続いており、ようやく明るい兆しが見えてきたところである。

外国人観光客の立場に立てば、日本における暗黙の了解は分かりにくい。政府が課す義務でなくとも、もっと具体的で明確な統一ルールを設定しない限り、徹底は難しいのではないだろうか。

受け入れ側と、外国人観光客双方にとって快適な環境を整えていくという視点を忘れず、日本独自の方法で現実的な対応を検討することが必要だと思われる。

日本の物価は持続的に上昇するか

消費者物価の今後の動向を考える



経済研究部 准主任研究員 山下 大輔

d-yamashita@nli-research.co.jp



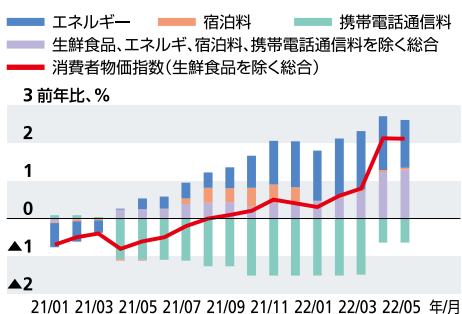
やました だいすけ
09年 財務省入省、財務省、内閣府、法務省で勤務。
20年 ニッセイ基礎研究所(現職)

1 — はじめに*

物価は上昇している。消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)は、9か月連続で前年比プラスの上昇率となった。4月には上昇率が2%を超えた。2022年中は2%程度の上昇が続くと予測が出ているところだが、広範な品目の価格上昇を通じて、消費者物価が持続的に上昇する環境に変化するだろうか。物価上昇率に影響を与える景気要因や予想インフレ率などに着目し、日本のこれまでの物価の動向や特徴を踏まえて、考えてみたい。

[図表1] 消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)の寄与度分解

出所: 総務省「消費者物価指数」よりニッセイ基礎研究所作成



2 — エネルギー価格上昇は全般的な物価上昇につながるか

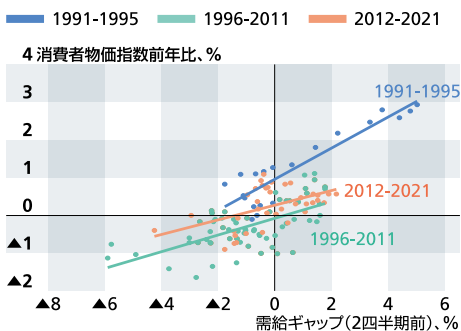
(1) 景気要因

コロナ禍からの回復過程では、需要増加による需給ひっ迫で消費者物価の上昇圧力に生じることが予想される。

しかし、景気要因の物価への影響度合いは90年代後半以降から弱まっている(フィリップス曲線がフラット化している)とされている。また、日本企業は、供給制約に直面しても、価格引き上げではなく、納期の延長を顧客に提示する傾向が強いとされており(黒田(2021))、その傾向が続く限りは、需給ひっ迫による物価上昇圧力は大きくならないだろう。

[図表2] 消費者物価と需給ギャップ(フィリップス曲線)

出所: 日本銀行「需給ギャップと潜在成長率」、総務省「消費者物価指数」より、ニッセイ基礎研究所作成。
注: 消費者物価指数は生鮮食品及びエネルギーを除く総合。消費税調整済み指数等を使用



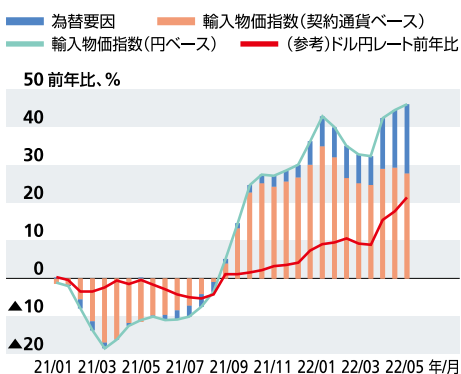
(2) エネルギー、円安

現在の消費者物価の上昇は原油等の資源価格高騰による輸入物価上昇に由来する。また、このところの円安は、資源価格高騰の国内エネルギー価格への影響を大きくしている。ただし、資源価格高騰や円安が長期間にわたり大きく進行しない限り、消費者物価への影響は一時的だ。

[図表3] 輸入物価指数に含まれる為替レート変動の影響

出所: 日本銀行「企業物価指数」、「外国為替市況」より、ニッセイ基礎研究所作成

注: 契約通貨ベース要因は、輸入物価指数(契約通貨ベース)の前年比、為替要因は、輸入物価指数(円ベース)を輸入物価指数(契約通貨ベース)で除したものの前年比。なお、為替要因と契約通貨ベース要因の合計と円ベースの前年比が一致するように調整。



(3) 予想インフレ率

では、エネルギー価格の上昇による生産活動のコスト増は最終消費財に価格転嫁され、幅広い品目で物価上昇につながるだろうか。ここで重要になるのは、将

来の物価上昇の予想(予想インフレ率)、企業の価格設定行動、消費者の価格引き上げに対する態度である。

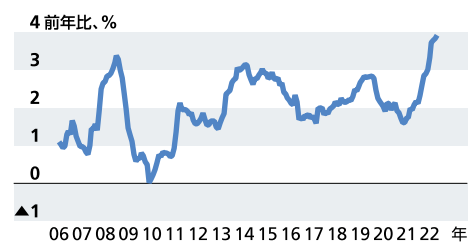
① 予想インフレ率

一般に、生産活動のコスト増に直面した企業は、今後、物価全般が上がる、あるいは少なくとも競合他社が値上げを行うと予想されるのであれば、価格を引き上げやすくなるだろう。また、消費者も物価上昇を予想している状況であれば、賃金上昇圧力が生じ、製品価格引き上げが受け入れられやすくなるだろう。この意味で、企業や消費者の予想するインフレ率(予想インフレ率)が重要となる。

現状、予想インフレ率を測る指標の多くは明確に上昇している。サーベイに基づく指標では、例えば、消費者の予想インフレ率である内閣府の「消費動向調査」の1年後の物価の見通しから試算した加重平均値は、4%近くに達している。

[図表4] 消費者の1年後の予想インフレ率

出所: 内閣府「消費動向調査」よりニッセイ基礎研究所作成
注: 総世帯、原数値、加重平均値。



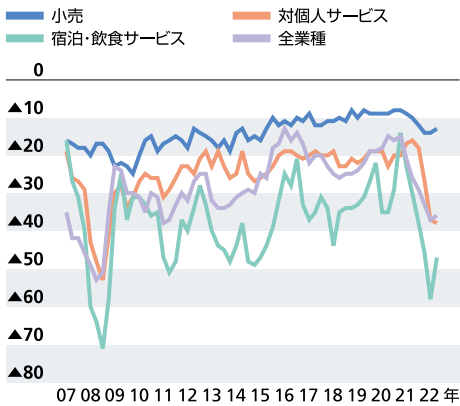
② 企業の価格転嫁

しかし、物価が将来上昇するという予想が広がっても、企業が簡単に価格を引き上げられるわけではないだろう。企業が価格を十分に引き上げないなら、物価が将来上昇するという予想もやがて修正されるはずだ。

日銀短観によると、小売業では仕入価格

[図表5] 日銀短観の販売価格DIと仕入価格DIの差

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」よりニッセイ基礎研究所作成
注：全規模、平均値



の上昇に伴って販売価格を引き上げる傾向がみられた。しかし、宿泊・飲食サービスやレジャーなどの対個人サービスでは、仕入価格上昇に比べて販売価格の引き上げが限定的にとどまるなど、仕入価格DI(上昇-下落)と販売価格DI(上昇-下落)の乖離幅が拡大しており、価格転嫁が十分に行われていない状況が示唆されている。

価格転嫁が起こるか否かは、必需品か奢侈品かといった品目の特性に由来する。食料や光熱費のように、価格が上がっても消費量を大きく減らすことが難しい品目の場合、企業からすれば、値上げの負の影響が相対的には大きくなると考えられ、価格を引き上げやすいだろう。

また、食料については、「価格改定時期の同調性」があると指摘されており(日本銀行(2022))、他社が値上げするなら自社も値上げするといったように、値上げが値上げを呼ぶことで価格上昇が加速しやすい

い状況となる可能性がある。

また、賃金が上昇しない状況では、食料や光熱費、ガソリンなどの価格上昇により、実質的な所得の減少が生じて、それら以外の消費を行う余裕が失われることにつながりうる。

実際、消費者物価指数の各品目を必需品か否かに分類して作成された基礎的・選択的支出項目別指数によれば、エネルギーや食料の多くを含む基礎的支出項目は前年比で5%近く上昇している。それに比べて、選択的支出項目は、携帯電話通信料の大幅引き下げの影響を除いても限定的な上昇にとどまる。

③消費者の値上げへの態度

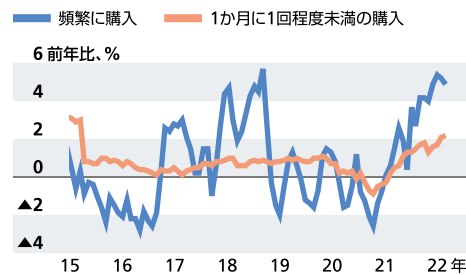
企業の価格転嫁行動は、消費者の値上げに対する反応に大きく影響を受ける。日本の消費者の値上げへの抵抗感はことさら強いとされる(渡辺(2022))。もちろん、消費者が値上げを歓迎しないのは当然だが、価格がずっと変わらないことに慣れているのが日本の特徴である。

消費者物価指数の品目別の前年比上昇率の分布を把握するために加重中央値に着目すると、日本では、概ね0%程度で推移している。アメリカでは最近を除き2%前後で推移してきたことと対照的だ。

なお、消費者の物価上昇の認識は購入頻度の高い財の価格上昇に強く影響を受け、物価上昇の認識が強いほど、値上げを否定的に捉える傾向があるとする指摘も

[図表8] 消費者物価指数
(品目の年間購入頻度階級別指数)

出所：総務省「消費者物価指数」より、ニッセイ基礎研究所作成



ある(高橋・玉生(2022))。これを踏まえば、エネルギー価格の上昇や食料価格の上昇は、家計のインフレ感を上昇させ、家計が値上げを否定的に捉えるようになる可能性が高い。値上げへの拒否感の高まりは、価格上昇の広がりや限定的にする方向で寄与しうる。

以上を勘案すれば、確かに予想インフレ率は上昇しているが、原材料コスト増の価格転嫁の度合いは、食料などの必需品とレジャーなどの奢侈品で違いが生じる可能性が高いだろう。また、エネルギー価格や食料価格の上昇は消費者の値上げへの拒否感を高め、それ以外の財・サービスにおける価格転嫁を控えめにさせる方向で寄与するだろう。結果として、上昇した予想インフレ率はやがて下落する方向に修正されると見込まれる。ただし、消費者が、価格が上がる状況を継続的に経験し、物価上昇の環境に慣れることで、消費者の値上げへの態度や企業の価格設定行動が変化し、予想物価上昇率の基調が上昇する可能性もある。

3——まとめ

以上から、食料の値上げの加速などで、一時的に物価上昇率は大きく上昇する可能性はあるが、コスト増の価格転嫁は十分に進まない現状や、消費者の値上げに対する態度などから、消費者物価の上昇が広範な品目に拡大し、更には基調として毎年2%程度上昇するような状況に変化していく可能性は低いだろう。

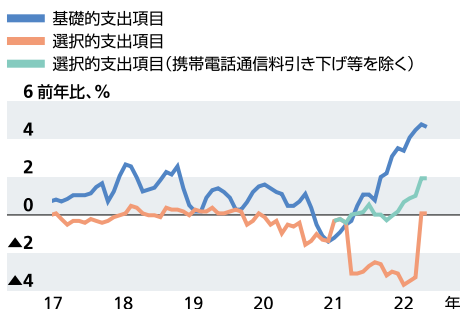
[*]本稿は、「日本の物価は持続的に上昇するか～消費者物価の今後の動向を考える」(22年5月、基礎研レポート)を更新・再構成したものであり、参考文献を含め、詳細は、ニッセイ基礎研究所のウェブサイトに掲載された同レポートを参照されたい。

[図表6] 消費者物価指数

(基礎的支出項目・選択的支出項目)

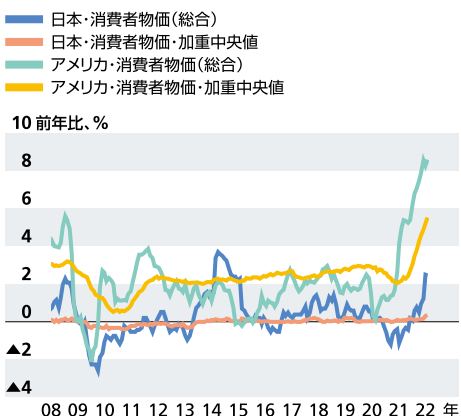
出所：総務省「消費者物価指数」より、ニッセイ基礎研究所作成。

注：選択的支出項目(携帯電話通信料引き下げ等を除く)は、携帯電話通信料の下落の寄与とGoToトラベル停止による宿泊料の上昇の寄与を差し引いた系列



[図表7] 消費者物価・加重中央値(日本、アメリカ)

出所：総務省、日本銀行、米労働統計局、クレーブランド連銀ウェブサイトより、ニッセイ基礎研究所作成。



ロシアのウクライナ侵略は「グローバル化の終わり」を告げるのか



総合政策研究部 エグゼクティブ・フェロー 氷見野 良三

ロシアのウクライナ侵略はグローバル化の終わりを告げるものなのだろうか。

1——米 国 論 壇 の 百 家 争 鳴

この点について米国の論壇は百家争鳴の状態だ。

ピーターソン研究所のアダム・ポーゼン所長は、ポピュリズムと中国の台頭により、既にグローバル化の浸食は進行していたが、今回の事態で浸食を食い止めることが更に難しくなったとして、民主的な国家同士の共通市場の強化を提言する。更に、ジャネット・イエレン米財務長官は、サプライチェーンを信頼できる国々の中に戻す「フレンド・ショアリング」を提言した。

他方、プリンストン大学のハロルド・ジェームズ教授は、味方が敵かは固定的なものではなく、むしろサプライチェーンの多様化・複線化によって強靭性を高めるべきだとする。また、シカゴ大学のラグラム・ラジャン教授は、フレンド・ショアリングは実質上、豊かな国だけのクラブを作るのに等しいとして強く反対する。

グローバル化に従来から批判的だった論者はどうか。

ノーベル賞受賞者であるコロンビア大学のジョセフ・スティグリッツ教授は、今やグローバル化はその頂点に達したのであり、今後できることはグローバル化の下降局面をうまくマネージすることだけだ、とする。

ハーバード大のダニ・ロドリック教授は、ハイパー・グローバル化の下では民主主義、グローバル化、国家主権の3つを同時に成り立たせることは難しかった（トリレンマ）が、世界金融危機以降、ハイパー・

グローバル化の退潮が始まり、今やその終わりが明確になったので、ハイパー・グローバル化の灰の中から「より良きグローバル化」を生み出していくべき、という。

経済史家たちはどうか。

カリフォルニア大バークレー校のラリー・アイケングリーン教授は、2016年のブレグジットやトランプ大統領の当選を受けて、「商品や資本や人の流れがGDPよりも何倍も早く成長する」という意味でのグローバル化の時代は世界金融危機以降既に終わっているが、「商品や資本や人の流れによって各国経済が互いに結び付けられている状態」としてのグローバル化は揺るがない、としていた。最近でも、「仮にドルの覇権に後退が起こるとしても、徐々にしか進まないだろう」としている。

コロンビア大のアダム・トゥーズ教授は、今回の戦争がグローバル化の転換点になるといった予測をするのは時期尚早とする。

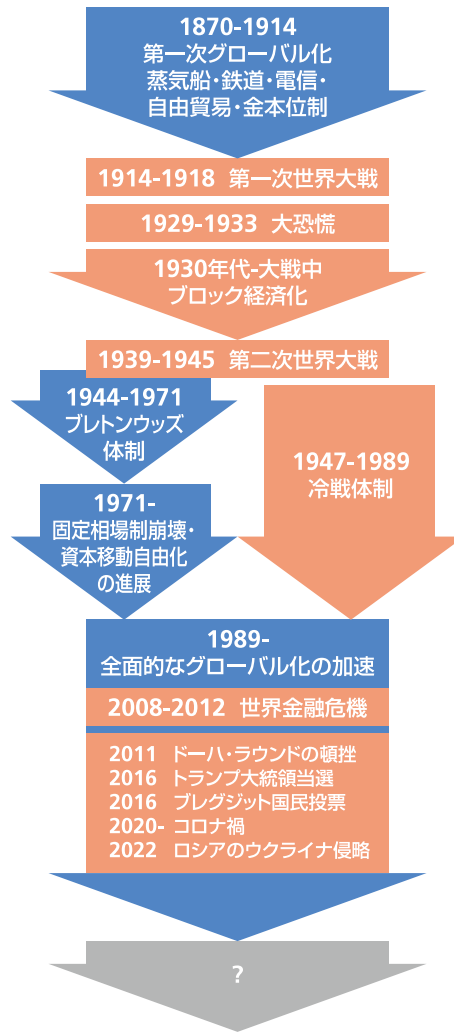
上述のハロルド・ジェームズ教授も経済史家だが、グローバル化の絶頂期には「グローバル化の終わり」という著書を出していたのに対し、本年4月には「インフレを抑える必要から、グローバル化の新たな時代が来るかもしれない」と、以前と逆方向にも見える見通しを述べている。

2—— グローバル化の歴史的な循環

経済史家を始め、これらの論者の議論は、かなり長期的な視点でなされているので、まずグローバル化の歴史を大まかに振り返ってみることとしたい。

蒸気船、鉄道、電信といった技術革新、そして自由貿易や金本位制といった制度

[図表] グローバル化の歴史



面の革新に支えられ、1870年ごろから1914年までの世界は、「第一次グローバル化」とも呼ぶべき時代を迎えた。世界貿易と世界GDPのいずれの伸びが速いかがグローバル化の重要指標と考えられているが、この間は世界貿易の伸びの方が速かった。

それが第一次世界大戦により世界貿易が鈍化し、大恐慌で一気に落ち込んだ。1930年代から第二次世界大戦中はブロック経済化の時代となった。

第二次世界大戦後、金・ドル本位制や



ひみの・りょうそう

83年大蔵省入省 03～06年バーゼル銀行監督委員会事務局長

20年7月～21年7月金融庁長官

21年10月～東京大学公共政策大学院客員教授(現職)

22年1月～ニッセイ基礎研究所(現職)

GATTなどからなるブレトンウッズ体制が築かれた。1971年には固定相場制が崩壊し、資本の移動の自由化が進み、更に、金融技術革新や自由化とも相まって、金融のグローバル化が進んだ。1989年には冷戦体制が崩壊し、全面的なグローバル化加速の時代となった。

しかし、2008～2012年の世界金融危機を経て、国際的な資本移動も国際貿易も鈍化した。2011年には世界貿易機関(WTO)におけるドーハ・ラウンドが頓挫し、2016年には英国の国民投票でブレグジットが決定し、米国の大統領選挙でトランプ氏が勝利した。

2020年に本格化したコロナ禍では医療品や半導体などのサプライチェーンの問題に焦点が当たった。そして、2022年のロシアのウクライナ侵略と対露経済・金融制裁に至った。

3——ロシアのウクライナ侵略と経済制裁

ロシアのウクライナ侵略以降に行われた経済制裁・金融制裁は、必要かつ適切なものだったと考えられるが、それらが持つ「グローバル化の巻き戻し」を更に推し進める効果は、必ずしも一時的なものではなく、かなり不可逆的な面があるのではないかと考えられる。

戦争や制裁が今後どのような展開を見ようとも、多くの国々は様々な政策選択に際し、自分が経済制裁を科される場合のことも、制裁を科して返り血を浴びる場合のことも両方を念頭に置いて、グローバル化の様々なメリットと比較考量して判断していくことになるだろう。

なお、伝統的な反グローバル化運動は、グローバル化の中で仕事を失い、格差に苦しむ人々の気持ちを基盤とする面が強かった。他方、世界金融危機以降の金融市場の分断の動きは、「銀行は生きていくときはグローバルだが、死ぬときはナショナルだ」(イングランド銀行キング元総裁)という、各国当局の痛切な体験が根本にある。更に、ウクライナ後の反グローバル化には、地政学的な考慮から行われる政府主導の反グローバル化の色彩が強い。グローバル化の巻き戻しの駆動力は重層化しているともいえよう。

4——もしこれがグローバル化の終わりだとしたら

我々が今グローバル化の終わりを目撃しているのかどうかは分からないが、これまで述べたような点に鑑みれば、その可能性は否定しきれないように思われる。では、仮にそうだとしたら、それは日本にとって何を意味するのだろうか。

資源を持たず、製造拠点がかなり海外に出ている、本部機能とサービス業の比重が高い日本経済の構造からすれば、グローバル化の退潮に伴う影響を真剣に考える必要があるだろう。

金融関連の問題に絞って考えると、まず、長期的な展望としては、デフレの時代からインフレの時代への変化が考えられる。長年続いた世界的なデフレの時代が、グローバル化と技術革新とを二大ドライバーとしていたとすれば、グローバル化が終わり、気候変動対応によるコスト増などの要素も加われば、技術革新だけではデフレの時代が続かなくなる可能性があ

るだろう。

預金中心の日本の家計の資産構成は、インフレの時代に対しては脆弱な面がある。長い老後への備えを考えると、よりインフレ耐性の高い資産構成に変えていくことが望ましいのではないかと。政府は、貯蓄から投資への流れを生み出し、成長の果実を多くの国民が手にする「資産所得倍増」を目指しているが、これはこうした意味でも大切な取組といえるだろう。

インフレの時代への移行は、低金利の時代から高金利の時代への移行も意味するだろう。長期的に見れば、デフレ脱却を目指す経済運営から、インフレにブレーキをかけながらの経済運営に移行するならば、実質金利が上昇していくことも考えられる。

日本企業は全体としては健全な財務状況にあるが、例えばコロナの遺産としての過剰債務が長く残ると、それについては対応が難しくなるかもしれない。実質金利の上昇には、財政の持続可能性への影響も考えられる。

国際分散投資、金融業の収益源を海外に求める、日本を国際金融センターとすることを旨とする、などのことを進めていくにあたって、地政学的な考慮の重要性が増していくのではないかと。

より広くは、世界共通の課題への対処、国際的なルール形成、アジアにおける協力・連携、西側の団結、冷戦後の国際秩序の再構築などを巡って、日本がどのような役割を果たしていったらいいのかも、更に重い課題となっていくだろう。

G20が機能しにくい環境の中で来年G7議長国となる日本の役割については、本誌6月号で別に論じた。

サステナビリティに関する意識と消費行動

意識はシニアで高く、行動はZ世代の一部で積極的、経済的ゆとりや人生の充足感も影響



くが なおこ

01年早稲田大学大学院理工学研究科修士課程修了(工学修士)。
同年株式会社NTTドコモ入社。
07年独立行政法人日本学術振興会特別研究員(統計科学)。
10年ニッセイ基礎研究所、21年7月より現職。



生活研究部 上席研究員 久我 尚子

kuga@nli-research.co.jp

1—— サステナブル意識の高まり

コロナ禍の影響も相まって、社会や地球環境の持続可能性への関心が高まっている。

ニッセイ基礎研究所の調査によると*1、「SDGs」は20~74歳の約7割が、「再生可能エネルギー」は約6割が耳にしたことがあると回答している。

また、サステナビリティについての意識や行動について、どう思うかをたずねた結果では、「地球環境や社会問題は他人事ではない」では、そう思うとの回答が約6割、「サステナビリティについてすぐに取り組みないと手遅れになる」や「社会の一員として、何か社会のために役立ちたい」では約半数を占める[図表1]。

なお、図表1のサステナビリティに関わる『意識』についての項目では、そう思うとの回答が比較的高い傾向があるが、「サ

ステナビリティに関する情報を発信している」「サステナビリティを意識してボランティア活動をしている」といった具体的な『行動』についての項目では、そう思うとの回答は1割程度にとどまる。

つまり、現在のところ、サステナビリティに対する高い意識は醸成されつつあるが、意識の高さと具体的な行動の取り組みには隔りがあるようだ。

2—— 意識はZ世代よりシニアで高い

図表1の設問について、性別に見ると、そう思うとの回答は、いずれも女性が男性を上回り、特に「地球環境や社会問題は他人事ではない」では2割以上の差がひらく[図表2]。

なお、男性と比べて意識の高い女性でも、情報の受発信やボランティア活動などの具体的な行動では、そう思うとの回答は約1割にとどまり、現在のところ、意識と行

動には隔りがある。

年代別には、意識面では、そう思うとの回答は高齢層の方が高い傾向があるが、「サステナビリティについて家族や友人と話すことがある」などの行動面では、おおむね50歳代を底に20歳代やシニアで高い傾向がある。特に20歳代ではボランティア活動や情報発信での高さが目立つ(いずれも約2割)。

ところで、よく世間では「Z世代はサステナブル意識が高い」と言われるようだが、当調査では、人生経験が長く、社会課題について幅広い知識を蓄えているであろうシニアの方が意識は高い傾向がある。一方でZ世代を含む20歳代の方が、約2割と多数派ではないが、具体的な行動に積極的に取り組んでいる傾向がある。よって、世間で言われるZ世代の印象は、世代全体というよりも、Z世代の一部に存在する積極層の行動によるものと見られる。

3—— 経済状況や人生の充足感も影響

このほか様々な属性による違いを把握しやすくするために、図表1の回答に対して因子分析を用いて、「行動に積極的」と「高い意識を持つ」という2つの要因に要約し、それぞれに対する因子得点を座標として図示したところ、いくつかの特徴が見られたため、主だった特徴を紹介したい*2 [図表3・4]。

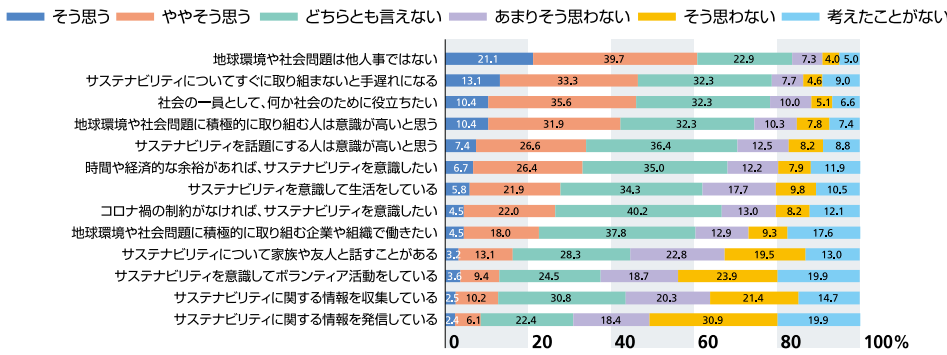
なお、図表3・4では上へ行くほど「高い意識を持つ」傾向が、右へいくほど「行動に積極的」な傾向がある。ただし、繰り返しになるが、現在のところ、意識と行動には隔りがあるため、横軸については、あくまで相対的な位置関係を意味するものである。

図表3では、世帯年収が高いほど右上に位置する傾向があり、経済的な余裕がある

[図表1] サステナビリティについての意識や行動(単一回答)(n=2,584)

注:上から「そう思う」+「ややそう思う」の選択割合の高い順

資料:ニッセイ基礎研究所「第8回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」



[図表2] 性年代別に見たサステナビリティについての意識や行動(単一回答)

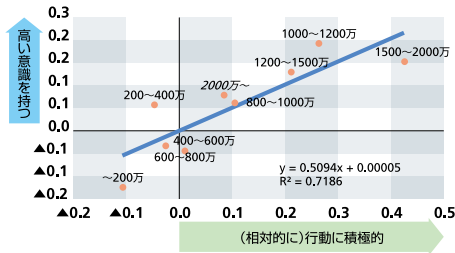
注:上から全体で「そう思う」+「ややそう思う」の選択割合の高い順。全体と差のあるものに網掛け。

資料:ニッセイ基礎研究所「第8回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

	全体	男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70~74歳
度数	2584	1286	1298	309	414	548	515	657	141
地球環境や社会問題は他人事ではない	60.8	49.8	71.7	44.3	45.9	57.7	61.0	75.5	83.7
サステナビリティについてすぐに取り組みないと手遅れになる	46.4	39.5	53.2	39.8	36.5	39.6	45.4	58.8	62.4
社会の一員として、何か社会のために役立ちたい	46.0	40.5	51.5	39.2	34.3	44.7	43.9	55.4	64.5
地球環境や社会問題に積極的に取り組む人は意識が高いと思う	42.3	34.0	50.6	42.7	33.8	37.8	37.3	51.4	60.3
サステナビリティを話題にする人は意識が高いと思う	34.0	28.1	39.9	34.3	30.2	28.8	30.5	39.4	52.5
時間や経済的な余裕があれば、サステナビリティを意識したい	33.1	30.6	35.6	35.6	31.2	29.7	30.9	35.6	42.6
サステナビリティを意識して生活をしている	27.7	24.0	31.4	28.2	20.5	24.1	26.4	33.2	40.4
コロナ禍の制約がなければ、サステナビリティを意識したい	26.5	22.5	30.4	25.6	25.1	24.3	24.9	29.1	34.8
地球環境や社会問題に積極的に取り組む企業や組織で働きたい	22.4	20.7	24.1	27.8	24.4	22.6	21.6	19.9	18.4
サステナビリティについて家族や友人と話すことがある	16.3	14.5	18.1	21.4	15.9	14.6	13.2	17.0	21.3
サステナビリティを意識してボランティア活動をしている	13.0	14.4	11.7	22.7	13.8	12.6	10.5	10.2	14.2
サステナビリティに関する情報を収集している	12.7	13.1	12.3	17.2	13.5	11.7	8.7	12.9	18.4
サステナビリティに関する情報を発信している	8.4	10.0	6.9	18.1	12.6	7.1	4.9	5.6	6.4

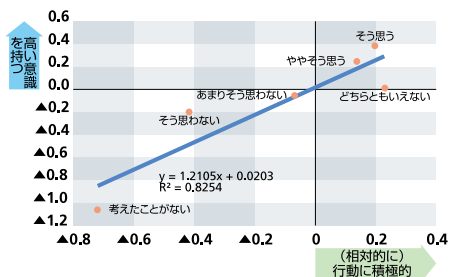
【図表3】世帯年収別に見たサステナビリティに関する意識や行動の傾向

注：各座標は図表1の回答結果に対して因子分析をした結果、得られた各因子に対する因子得点。斜字は参考値。
資料：ニッセイ基礎研究所「第8回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」



【図表4】「自分は望む生き方ができていると思う」かどうか別に見たサステナビリティに関する意識や行動の傾向

注：各座標は図表1の回答結果に対して因子分析をした結果、得られた各因子に対する因子得点。
資料：ニッセイ基礎研究所「第8回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」



ほどサステナブル意識が高く、取り組みにも相対的に積極的であると言える。

図表4では、「自分は望む生き方ができていると思う」との問いに対して、肯定的であるほど右上に位置する傾向があり、人生の充足感が高いほどサステナブル意識が高く、行動にも相対的に積極的であると言える。ただし、この因果関係は不明であり、逆に、ボランティアなどの社会貢献活動に積極的に取り組んでいるために、人生の充足感が高く、自分の人生に対して肯定的であるとの見方もできるだろう。

なお、この「自分は望む生き方ができていると思う」との問いに対して、そう思うとの回答割合は、男性より女性で、年代別にはシニアで、世帯年収別には800万円以上で高い。つまり、サステナブル意識が高い層では、人生の充足感が高い傾向があり、サステナブル意識と人生の充足感には密接な関係があるようだ。

4——価格よりサステナビリティは少数

さらに、消費生活において、サステナビリティに関わる行動を具体的にあげて、その実施状況をたずねたところ、圧倒的に多

いのはエコバッグの持参であり、実に約8割を占める【図表5】。また、リサイクル可能なゴミの分別や洗剤やシャンプーなどの詰め替え製品の購入は半数以上を占める。

一方で「価格が安くても、地球環境や社会に悪影響のある製品は買わない」や「価格が多少高くても、環境や社会問題に配慮された製品を買う」といった価格よりサステナビリティを優先して買うとの回答は1割に満たない。

つまり、多くの消費者にプラスチックごみが出にくい消費生活が浸透しつつあるものの、価格よりサステナビリティを優先して製品を買う消費者は、現在のところ少数派である。この背景には、サステナブル意識を投影できるような製品やサービスが、まだ少ないことのほか、価格を優先して購入したとしても、モノを大切に長く使う、リサイクルするといった行動でも持続可能な社会づくりに貢献できることも影響しているのだろう。

なお、図表5の選択割合は、性年代別には男性より女性、年代別にはシニアで高い傾向がある。ただし、「売上の一部が地球環境や社会問題に寄付される製品を買うようにしている」など、製品を買うこと自体が社会貢献になる行動は、1割に満たないながらも、シニアや20歳代で高い傾向がある。

5——試される企業の知恵と工夫

サステナビリティというと、企業はZ世代を思い浮かべがちだが、行動に積極的

な層はごく一部であり、意識で見れば、むしろシニアで高い。特に導入期の現在は、先入観にとらわれずに、消費者の属性による特徴をきめ細やかに捉えたターゲット設定が重要である。

一方で、足元では物価高で家計の負担が増す中、サステナビリティに関わる取り組みには距離があるように見えるかもしれない。リサイクル素材を使った新製品の開発やサプライチェーンの見直しなど、企業にとってサステナビリティを配慮した製品の製造にはコストがかかる。また、価格よりサステナビリティを優先する消費者は現在のところ少数派だ。

ここで興味深い取り組みを紹介したい。循環型ショッピングプラットフォーム「Loop」では、洗剤など、従来はプラスチック容器に入れて売られていた製品を、ステンレスなどの再利用可能な容器に入れて売ることによって、購入時は容器代で割高になるが、容器を専用装置に返却すると、容器代がキャッシュバックされ、結局、消費者の支払う額は従来と同程度になる。

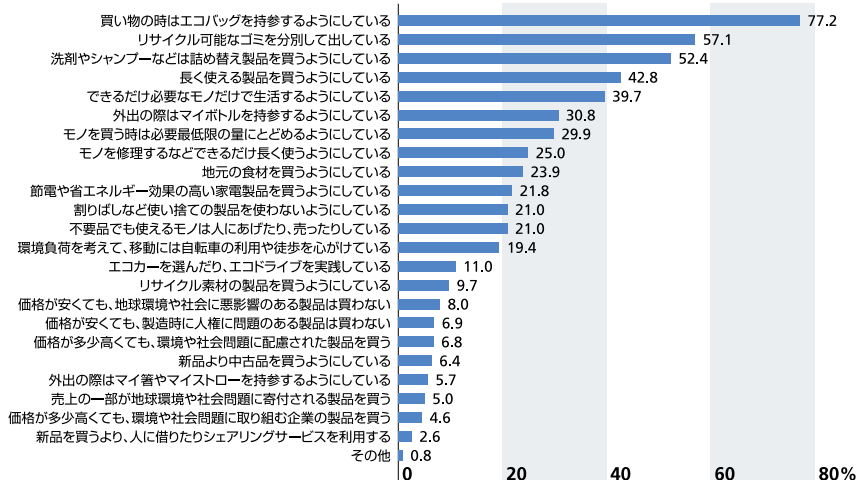
つまり、消費者がサステナビリティに向けた取り組みをすることで、安くなるわけではないが、割高にもならない。

このほかにも様々な方向性が考えられ、企業の知恵と工夫が試されるどころだ。

【*1】インターネット調査、株式会社マクロミルのモニターを利用。調査期間は2022年3月23日～29日
【*2】詳細は、久我尚子「サステナビリティに関する意識と消費行動(2)」、ニッセイ基礎研究所、基礎研レポート(2022/6/8)参照。

【図表5】日常生活におけるサステナビリティを意識した消費行動(複数回答)(n=2,584)

注：上から選択割合の高い順 資料：ニッセイ基礎研究所「第8回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」



人口減少下の財政問題

政府の借金をどう返すか



経済研究部 准主任研究員 高山 武士

takayama@nli-research.co.jp



たかやま・たけし
06年 日本生命保険相互会社入社
09年 日本経済研究センターへ派遣
10年 米国カンファレンスボードへ派遣
11年 ニッセイ基礎研究所 14年 日本生命保険相互会社
20年 ニッセイ基礎研究所（現職）

米テスラ社CEOのイーロン・マスク氏がツイッターで「当たり前のことを言うようかもしれないが、出生率が死亡率を上回るような変化がない限り、日本はいずれ存在しなくなるだろう」と述べたことが話題になった。

海外との流出入がなければ、出生数が死亡数を下回る国で人口が減り続けるというのは当たり前だが、そのような経済を想像することは良い頭の体操にもなる。

そこでこのコラムでは、海外とのやりとりにないとして人口減少下の日本が抱える財政問題を考えてみたい。財政問題とは、端的には日本政府の支出が収入を上回っているために、国債などの借入でその支出を賄っており、この借入額が増加し続けているという「問題」である。

政府が借入するためには貸してくれる相手が必要であるが、日本の場合は銀行などの金融機関が国債保有等を通じて貸している。また、金融機関の貸出原資は家計や企業の現預金などである。つまり、我々の預金が銀行を経由して、政府に貸されていることになる。

政府の歳出は、社会保障など行政サービスの提供や年金・給付金といった再分配にあてられる。したがって歳出、つまり政府の支出といっても、最終的には家計や企業がモノやサービスを購入するために使われている。

この歳出のうち税金で賄われる部分は間接的に利用者自身が払っていることになる。一方、借入で賄われる部分は家計や企業など利用者の借入ではなく、政府の借入として認識されている。

ただし、政府の借入といっても政府の運

営者が（労働を増やすなどして）返済すべきものではない。政府の借入の解消は歳入を増やすか歳出を減らして、収支を黒字にしないと返済できない（借りをチャラにするという手段もあるが、その場合は貸している人、例えば、金融機関やその原資を提供している家計・企業が損失を被る）。

さて、人口減少が進む過程（厳密には少子高齢化が進む過程）では、「労働などを通じてモノやサービスを提供してお金を稼ぎ貯蓄をする世代」（貸す世代）が減り、「退職等でモノやサービスを利用する世代」（借りる世代、あるいは貸しを取り崩す世代）が増える。つまり、経済全体で見た個人の貸す力が減少することになる。

貸す力が減れば政府も借入規模を維持することが困難になる。人口が減少下では政府の行政サービスや再分配に対するニーズも減るため、借入規模が減少しても問題ないかもしれない。ただし、貸す力の減少スピードに比べて行政サービスや再分配に対するニーズが減るスピードが遅い場合は問題が生じる。この場合は政府が必要な借入規模を維持することが困難となるかもしれない。

また、政府の借入とは別の面で問題が生じる可能性がある。

人口減少の過程で少子高齢化が進み「労働などを通じてモノやサービスを提供する人」（生産をする人たちが）減り、「退職等でモノやサービスを利用する人」（消費をする人たちの）割合が相対的に増加した場合、消費力に対して生産力が維持できるかという問題が生じる。

この生産が需要に応じられるかという問題は、政府の借入とはまた別の問題で

あり、冒頭で言及した意味での財政問題とは異なるが、大きな課題である。政府が借入を続けられても、行政サービスを提供する人が不足したり、再分配されたお金で買うモノやサービスがなかったりすれば借りる意味がなくなってしまう。

実際には人口が急に減少するわけではないので、現実的な解決策としては、需要に応じられるだけの生産を確保するため、労働による生産性を徐々に上げていくことが必要となるだろう。また、「モノやサービスを提供し貯蓄をする人」（生産をする人たち）の割合をできるだけ増やすこと、つまり長く働き労働参加率を高めるといったことも解決策になる。

政府と言っても、それを運営しているのは国民（例えば公務員）であり、政府の借入でモノやサービスを楽しむのも国民である。単純化すれば、どんな経済を見ても、国民がモノやサービス（行政サービスを含む）を生み出して、国民がそれらのモノやサービスを利用しているだけである。政府の借入を介していても結局、国民がモノやサービスを生み出して返さなければならない。

返済負担は、国民間でなるべく公平にすることが必要だが、すでに発生している借入の負担をなくすことはできない。この借入がすでにかかなり積みあがっていることが財政の「問題」と言えるだろう。

それだけに成長戦略、とりわけ1人あたりの生産性を伸ばすこと、生産力を維持することが、人口減少に直面する国においては、ますます重要となっていくように思われる。

1ドル140円まであとわずか、円安のピークはまだか？

ドル円は月初から米景気減速懸念がドルの抑制要因となったものの、堅調な米経済指標やユーロドルの下落を受けてドルがじり高に。さらに米CPIの上振れに伴う利上げ積極化観測がドル高に拍車をかけ、一時139円台前半に達した。直近は米期待インフレ指標の低下を受けてドル高が一服したものの、138円台前半で高止まりしている。

今後も利上げに伴う米景気減速懸念は燻るものの、当面は米物価上昇率が極めて高い水準に留まり、FRBが異例の大幅利上げを続ける可能性が高い。緩和を堅持する日銀との差が蒸し返されやすく、円は上下しつつも下落しやすい地合いが続きそうだ。1ドル140円の節目を突破する時間帯も想定される。ただし、秋に入ってから円高基調に転じると見ている。日本の貿易赤字や日銀の金融緩和といった既存の円安要因は不変ながら、それを上回るドル売り圧力が台頭すると見込んでいるためだ。具体的には、米物価上昇率のピークアウト感や、利上げ進行による米景気後退懸念の高まり、中間選挙後の米政治停滞リスクへの警戒がドル売りをもたらすと見ている。3か月後の水準は現状比やや円高の136円付近と予想している。ただし、市場の思惑が振れやすくなっているため、上振れ・下振れリスクの高さは否めない。

今月のユーロ円は、上旬にガス不足懸念を背景とするユーロ圏の景気減速懸念からユーロが下落。中旬に伊ドラギ首相が一旦辞任を表明したことも重荷となったが、直近ではECBの大幅利上げ観測を受けて持ち直し、足元では1ユーロ141円台前半と月初の水準を回復している。ECBは今後利上げを継続するとみられ、ユーロの支援材料となる。ただし、ユーロ圏は未だロシアにガスを依存しているだけに、ガス不足による景気減速懸念がユーロの重荷になり続けるだろう。従って、3か月後の水準は現状比横ばい圏と予想している。

長期金利は今月も0.2%台前半から半ばまでの膠着した推移が続いている。欧米の景気減速懸念や、金融緩和を堅持する日銀による連続指し値オペが金利を抑制している一方、米金利の水準が高く、日銀の緩和縮小観測も払拭されていないことが金利を下支えしている。今後もこの構図が続くとみられることから、3か月後の水準も現状比横ばい程度と予想している。

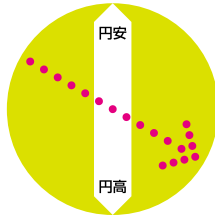


上席エコノミスト **上野 剛志**
うえの つよし | tueno@nli-research.co.jp

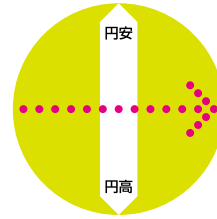
1998年日本生命保険相互会社入社、
2001年同財務審査部配属、
2007年日本経済研究センターへ派遣、
2008年米シンクタンク The Conference Boardへ派遣、
2009年ニッセイ基礎研究所。



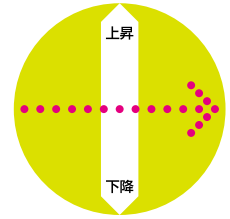
Market Karte August 2022



ドル円・3か月後の見通し

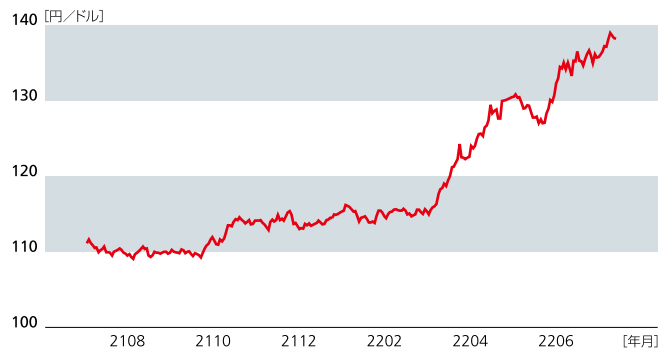


ユーロ円・3か月後の見通し

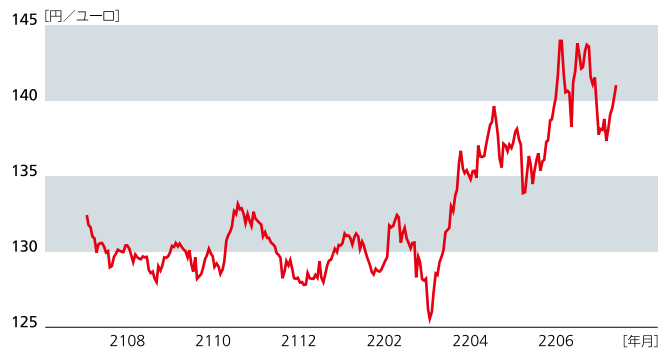


長期金利・3か月後の見通し

ドル円為替レートの推移 [直近1年] 資料:日本銀行



ユーロ円為替レートの推移 [直近1年] 資料:ECB



長期金利(10年国債利回り)の推移 [直近1年] 資料:日本証券業協会



Access Ranking TOP5

レポートアクセスランキング

- 1 円安は一体いつまで続く?
～円安終了の条件と見通し
上野 剛志 [エコノミストレター | 2022/5/6号]
- 2 新型コロナウイルスと保険金支払
～「自宅療養」「みなし陽性」「自主療養」、
入院給付金は支払われるのか
有村 寛 [基礎研レポート | 2022/4/26号]
- 3 確定拠出年金では何に投資したら良いのか?
～外国株式型、国内株式型、バランス型、外国債券型と
国内債券型でパフォーマンスを比較してみた
熊 紫云 [基礎研レポート | 2022/3/11号]
- 4 みるみる進む円安、そろそろ歯止めはかかるか?
～マーケット・カルテ7月号
上野 剛志 [基礎研REPORT-Market Karte | 2022/6/23号]
- 5 日本の物価は持続的に上昇するか
～消費者物価の今後の動向を考える
山下 大輔 [基礎研レポート | 2022/5/26号]

コラムアクセスランキング

- 1 監査等委員会設置会社とは何か
～監督と監査の違い
松澤 登 [研究員の眼 | 2022/4/20号]
- 2 執行役と執行役員はどう違うのか
松澤 登 [研究員の眼 | 2022/6/23号]
- 3 Z世代を1000文字くらいで語りたい(1)
～特徴的な3つの消費
廣瀬 涼 [研究員の眼 | 2022/6/21号]
- 4 ラグジュアリーホテルとは何か(前編)
～海外のホテル格付けと外資系ホテルのブランドについて
渡邊 布味子 [研究員の眼 | 2022/7/1号]
- 5 西側vsロシア
～勝者なき消耗戦
伊藤 さゆり [研究員の眼 | 2022/6/23号]

ニッセイ基礎研究所のホームページで検索されたレポートの件数に
基づくランキングです。《アクセス集計期間22/6/20～22/7/17》

www.nli-research.co.jp



変わる時代の確かな視点

infocalendar August, 2022

即席麺の一人当たり年間消費量 | 2021年 [8月25日は即席ラーメン記念日]

Source : 世界ラーメン協会 総需要一覧表(2021)、United Nation「World Population Prospects 2022」より ニッセイ基礎研究所作成 Design : infogram©

