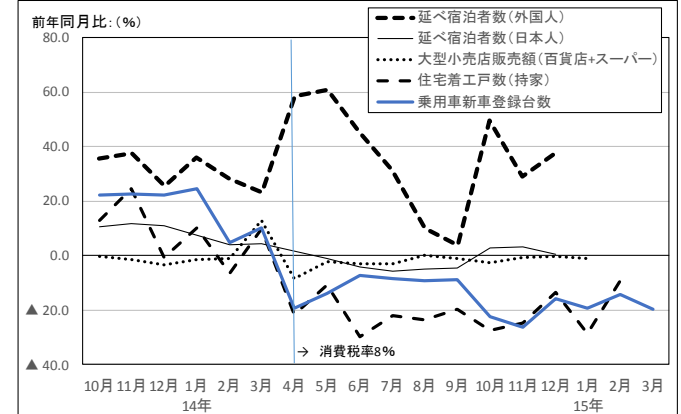


県内市町村では、「プレミアム付き商品券」の発行を中心に、地方創生のための「地域消費喚起・生活支援型」交付金の活用事業が本格化する。各自治体では、増税後の消費者ニーズの変化や地域特性にあわせた事業メニューの充実化に工夫を凝らしている。

消費税率が8%に引き上げられてから1年が経過した。駆け込み需要の反動減や天候不順により動きが鈍かった個人消費は持ち直しつつあるが、回復の度合いは業種によってばらつきがみられる。観光部門では、増税の影響は限定的であり、比較的堅調な動きが続いている。足許でも、日並びの良さや好天の追い風を受け、多くの観光地でGW期間中の入り込み客数が前年を上回った。百貨店では、株高基調等を背景に高額品売上が回復している。スーパーでは、生鮮品や総菜などを中心に食料部門が好調である。一方、耐久消費財や住宅販売は厳しい状況が続いており、自動車販売や注文住宅販売では前年実績を下回って推移している(図表①)。

【図表①】県内個人消費指標の推移



(観光庁、経済産業省、国土交通省、千葉県の自動車のデータから、ちばぎん総合研究所が作成)

また、増税後は消費者の価格志向が高まると同時に、品質や付加価値へのこだわり志向も強くなり、味や思い入れのある商品には高額でも出費を惜しまないなど、この面でも2極化が鮮明となった。増税の影響が小さい業種や、回復が鮮明な業種のなかでも、変化する消費者ニーズを汲み取って売上を伸ばしている企業と、変化に対応できずに苦戦する企業間の差が開いている。

さらに、堅調な観光部門のなかでも、増加する外国人旅客の宿泊者需要を受けて成田空港周辺やベイエリア周辺のホテルでは高稼働率が続く一方で、TDR以外の県内観光地周辺の日本人宿泊者数(特に団体客)は伸び悩むなど、地域間の格差もみられる。

このようななか、県内の市町村では、政府が地方創生の一環として14年度補正予算に盛り込んだ「地域消費喚起・生活支援型」交付金の活用事業が今後本格化する。なかでも、個人消費の地域経済への取り込みを狙った「プレミアム付き商品券」(消費者の購入額に加えて自治体が補助したプレミアム分を消費に充てられる商品券)は、政府が交付金の活用例として挙げたこともあり、県および県内全ての市町村で発行が予定されている。各自治体の助成で発行された、今までの商品券のプレミアム率が10%前後であったのに対し、今回は国の経済対策として交付金の後押しを受けての取組であり、20~30%の高い還元率で発行する自治体が多い(図表②)。

【図表②】県内市町村の主な「地域消費喚起・生活支援型」交付金活用事業

商品券	市町村	発行セット数	プレミアム率	主な内容など
	千葉市	25万	20%	うち1万セットはデビットカードによるキャッシュバック方式 年末には健康づくりや習い事にも利用できる商品券も発行予定
市川市	10万	30%	プレミアム率40%の高額商品購入向けも販売予定	
野田市	6万5千	30%	多子世帯向けはプレミアム率をアップ	
習志野市	8万6千	25%	中学生以下の子供を対象とした商品券(3千円)も配布	
その他	市町村	予定事業	主な内容など	
	鴨川市	シャトルバス限定無料化	市内宿泊施設利用者向けに運行するシャトルバスを限定無料化	
	南房総市	資源活用型誘客喚起	観光体験メニューを活用した割引券の配布、ツアー商品の企画など	
	鎌ヶ谷市	観光資源回遊宿泊券	市内の主な観光施設入園料の助成など	
	山武市	観光優待キャンペーン	宿泊者向けに、観光施設、土産物店等で利用できる優待券を配布	

(県内自治体や商工会のHPなどから、ちばぎん総合研究所が作成)

過去の政府の個人消費喚起策では、地域振興券や定額給付金などが支給されたが、使わずに貯蓄に廻してしまう人も多く、意図した効果があったとは言い難い。今回の発行内容をみると、デビットカードを活用して利用者の裾野を広げる試みのほか、高額商品購入用に通常発行分よりも高いプレミアム率を付与した商品券あるいは旅行券や、習い事にも使える商品券など、消費者ニーズの変化にあわせて利用対象を耐久財やサービスにも広げ、メニューの充実化を図る自治体が見られる。

また、観光地でも、宿泊者向けのアクセス料の補助や観光施設・土産物購入の優待券配布など、観光客誘致に向けて知恵を絞っている。

これらの工夫や努力が実を結び、交付金の活用が個人消費の喚起や地域経済の活性化につながることを期待したい(下出)。