

NIRA 政策レビュー

www.nira.go.jp

March 2007 No. 14

個人消費は回復するか

総合研究開発機構 (NIRA) 理事長 伊藤元重

議論のポイント

- 企業収益の回復にもかかわらず家計部門の可処分所得が着実に拡大しているとは言えない状況が、消費の回復が遅れている要因として考えられる。特に直近の家計調査を見ると、臨時収入は増えても定期収入は増えておらず、安定的な消費拡大につながりにくい環境にある。
- バブル崩壊後の15年近い景気低迷の結果、企業も家計も先行きの経済動向について依然として慎重な見方を持っている。これが企業の賃金引き上げを慎重にさせ、また家計も消費を増やすことに慎重になっている。
- 団塊の世代が近い将来に引退を控えていることも、マクロ経済の消費構造に大きな影響を及ぼしている。ライフサイクル仮説の視点から見れば、高齢化の中にある日本経済の消費は伸びにくい状況にある。
- 高齢化と消費の成熟化の中で、サービス消費の割合が今後ますます高まっていくことが予想される。サービス産業の生産性は低く、それがこの産業の賃金水準や労働分配率が低いことにつながり、消費のサービス化の流れがますます消費を抑える要因として働く可能性がある。
- 消費が安定的に拡大することなしに、日本経済が持続的な成長を続けることは難しい。しかし、消費を拡大させるためには、家計と企業の両方が日本経済の持続的な成長を確信できるようになることが必須の条件でもある。経済全体の80%近いシェアを占める非製造業の生産性が拡大することが日本の持続的成長の鍵となるが、そのためにも規制緩和を柱とした非製造業の分野の構造改革が必要となる。

伸びない消費と景気回復

消費の伸びの鈍いことが、景気の本格的な回復の障害になっている。景気回復のプロセスでは乗数効果と呼ばれる需要と生産の相乗効果が働く。所得の増加が消費拡大をもたらす、消費拡大が生産拡大を刺激し、それが追加的な所得増加、さらには消費の拡大へとつながるプロセスである。このような乗数効果が十分に発揮されないかぎり、持続的な景気拡大とはならない。

なぜ消費の伸びが鈍いのだろうか。様々な仮説が考えられるが、もっとも多く語られるのは労働への分配が十分ではないという見方だ。景気回復の中で企業収益は良くなっているのに、それが労働者の賃金上昇や雇用拡大という形で十分に消費者に還元されていない。「企業がもっと賃金を引き上げないかぎり景気の本格的な回復は難しい」という主張の背景にはこのような見方がある。

6～7頁で岡田氏も指摘するように、2006年の世帯あたりの収入の変化を見ると、臨時収入は伸びているのに、定期収入はかえって減少している。これではデジタル家電製品など耐久消費財の一時的な購入増は生まれても、本格的な消費拡大は望めない。高齢化が進む中で今後、社会保険料の負担増や増税などによって家計の可処分所得が影響を受ければ、消費意欲はさらに落ち込むことになる。

なぜ、企業は利益拡大を労働者に対する定期収入増加という形で還元しないのだろうか。この点はマクロ経済の今後の動きを考える上で重要である。ここでこの問題を深く掘り下げるスペースはないが、結論的に言えば多くの企業がバブル崩壊後の長引く不況の心理的状況を引きずっており、賃金を引き上げることに非常に慎重になっているということだろう。

個人消費は回復するか

好調な世界経済と円安によって拡大する日本の輸出、財政・金融の両面で景気刺激的な政策が採り続けられている、といった需要面の刺激で日本経済はかろうじて拡大を続けている。こうした需要からの刺激にいつまでも期待できるわけではない。日本経済が本格的な回復を持続するためには供給サイドからの拡大のエネルギーが出てこなくてはいけない。残念ながらそのような持続的成長の確信が持てるような状況にはなく、多くの企業もそうしたことを肌で感じ、賃金引き上げなどにも慎重な姿勢を取っているのだろう。

長引いた不況の影を背負っているという意味では、家計部門にもそのような影響を見ることができる。目先の景気回復が持続するかどうか慎重であるのは、家計部門も同じであるからだ。景気回復の持続性に確信が持てなければ、多少所得が増えたからといって大幅に消費を増やすことにはつながらない。

団塊の世代の高齢化

日本の消費を論じる際、人口の大きな部分を構成している団塊の世代の動きを考慮に入れる必要がある。消費のライフサイクル仮説によれば、人々は働いている時代に所得の一部を貯蓄として積み上げていき、それを引退後の消費のために使うことになる。こうした視点に立てば、近い将来の引退を控えた団塊の世代の存在する日本の消費は増えにくい状況にあることになる。

プリンストン大学のポール・クルーグマン教授が、日本でも大いに論争を起こしたデフレ経済の下での金融政策のあり方に

ついての論文の中で、この点に関して非常に面白い論点を出している。日本のように近い将来に引退を控えた世代に人口が集中している経済では、消費がどうしても抑えられる傾向にある。あるいは別の言い方をすれば、貯蓄が多くなる傾向がある。そのような状況では、金利をかなり低くして景気を刺激しても、供給力に見合う水準まで需要を引き上げることは難しい。どうしてもデフレ的な状況に陥りやすくなる、というのだ。クルーグマン教授はこうした状況から脱却するためには、インフレ的な政策が必要であるという結論を導く。

インフレ的な政策が必要かどうかはここで論じないとしても、団塊の世代の存在が過剰貯蓄（過小消費）の傾向をもたらす可能性があるという論点は重要である。日本銀行が政策金利を非常に低く抑え、市場の長期金利も非常に低い水準の中でも、国内需要が十分に伸びていかないことが日本の景気に確実な回復感が見られない背景にあるからだ。日本の国内需要構造を見ると、企業部門による投資はそれなりに拡大している。政府部門はあいかわらず大幅な赤字を出している。しかし、消費が十分な大きさに達しないので、結果的に海外に対する経常収支黒字、つまり外需に景気が大きく依存している状況が続いているのだ。

日本の人口が急速に高齢化すること、特に団塊の世代の引退が近い将来に迫っていることを考えれば、日本経済全体として大きな経常収支黒字（国民経済全体としての貯蓄超過）の状況にあることはむしろ好ましいことであるとも言える。将来の消費に対し今の貯蓄で備えるということが、経済全体の構造の中

に表れているのだ。ただ、そうした日本経済の構造が、消費が十分に伸びずに景気の足を引っ張っているという姿に映っていることも事実なのだ。

消費構造の変化—サービス消費の役割

社会の変化に伴って消費の中身にも変化が見られる。とりわけサービス消費の動きが注目される。岡田氏も指摘しているように、サービス消費が消費の中でもっとも重要な項目であり、今後もサービス消費の割合が増えていくことが確実であるからだ。景気動向を捉える上でも、百貨店の店頭などの小売売上高の動向だけでなく、サービス消費の動きを正確に捉えることができるような指標が必要となる。

これに関連して、「経済のサービス化が賃金の抑制要因である」という白川氏の論点（5頁）は重要である。サービス産業の労働生産性は一般的に低く、これがこの分野の賃金水準が低いことに反映されている。また、白川氏が指摘するように、「非製造業では労働分配率の調整が遅れている」。高齢化や消費の成熟化の中で国民の消費のより大きな割合がサービス消費の分野に向かう中で、これらの産業の賃金水準や労働分配率が低いままの状態であれば、消費のサービス化によって家計の所得水準や消費を抑制する力が働く結果になる。

こうした視点からも、サービス産業の生産性や労働分配率が上がっていくような構造調整が必要になってくる。ここで詳しく論じるスペースはないが、医療・福祉、公共サービス、農業、流通、その他サービス業など、多くの非製造業分野において、

規制緩和など構造改革によって生産性を引き上げる余地は非常に大きい。構造改革という生産性を引き上げるという視点だけで論じられることが多いが、それが結果として経済全体の消費を引き上げる上でも重要な意味を持っていることを認識しなくてはならない。逆に、こうした非製造業分野の生産性が高まらないかぎり、消費のサービス化の流れの中でますます消費を抑制することになるのだ。

冒頭でも述べたように、消費の伸びが鈍いこと背景には、企業も家計も回復の現状について非常に慎重な見方をしていることがある。バブル崩壊後15年近く景気低迷が続いた結果、多少の景気回復が続いてもいつまた経済が逆戻りするのではないかと漠然とした不安を持っている。それが企業の賃金引き上げや家計の消費を慎重にさせているのだ。結局、企業部門も家計部門も経済の将来により明るい展望を持ってないかぎり、消費に力強さが出てくることはないだろう。構造改革によって非製造業の生産性を上げていくことは、その分野の賃金や労働分配率を上げるだけでなく、日本経済全体をより高い成長経路に乗せるためにも必須の条件となる。日本のGDPの80%前後のシェアを占める非製造業の生産性の動向が、日本経済の持続的成長の鍵を握っているのであり、消費はそうした動きが起きるかどうかの見通しに敏感に反応する存在なのである。

伊藤元重

1951年生まれ。東京大学経済学部卒。79年米国ロチェスター大学大学院経済学博士号（Ph.D.）取得。専攻は国際経済学、流通論。96年より東京大学大学院経済学研究科教授、現在に至る。2006年2月よりNIRA理事長。（特非）金融知力普及協会理事長、政策分析ネットワーク代表。著書に『伊藤元重の経済がわかる研究室』[2005]編著、日本経済新聞社、『ゼミナール国際経済入門 改訂3版』[2005]日本経済新聞社、『はじめての経済学（上・下）』[2004]日本経済新聞社、など多数。



（写真：乾 芳江氏）

景気回復は消費主導の後半戦へ

野村證券株式会社 金融経済研究所 シニアエコノミスト 木内登英

個人消費は昨年後半から不振が続いている。その背景については天候要因を含め諸説紛々であるが、最も重視すべきなのは所得環境の弱さであろう。実質個人消費は、2005年下期の前期比年率+2.3%をピークに2006年上期の同+0.9%、下期の同-0.6%と急減速したが、同時期の実質雇用者報酬もそれぞれ同+3.3%、同+1.5%、同+1.2%と減速している。賃金上昇率がなお低位にとどまっている上に、輸出減速を受けて経済成長率全体が低下し、企業の雇用増加意欲が薄れたことがその背景である。この点から、個人消費の低迷が景気全体の足を引っ張っているというよりも、景気減速の結果として個人消費が低迷している側面の方が強そうだ。

消費を支える3つの要因

しかし2007年度から2008年度にかけての個人消費については、決して悲観すべきではないと考える。当社の最新経済見通しでは、実質個人消費は2006年度+0.7%から、2007年度+1.8%、2008年度+2.6%と加速する。個人消費の本格回復を支える要因として、以下の3点に注目しておきたい。

第1は、輸出環境の好転である。米国、EU（欧州連合）、アジア主要国を日本からの輸出構成比率で加重平均して算出した日本の主要貿易相手国の実質GDP成長率は、2006年1-3月期に前年同期比+5.8%でピークをつけた後に低下基調が続いているが、2007年4-6月期の同+3.4%（野村證券金融経済研究所見通し）を底に再び上昇に転じる見通しである。この結果、日本は軽い踊り場を脱し再び増勢を強めよう。さらにこれが企業の雇用意欲を高め、個人消費の持ち直しへと繋がろう。

第2は、個人消費と一見関係は薄いように感じられるかもしれないが、原油価格の安定である。日本は戦後最長の景気拡大を謳歌しているが、これは原油を中心とする資源価格が急騰し、交易条件（輸出価格/輸入価格）が大幅に悪化するという強い逆風の中で続いてきた点に大きな特徴がある。2002年初めの景気回復時から現在までに、交易条件の悪化を通じて海外に流出した所得は13兆円、年率換算で2.9兆円（名目GDP比0.6%）に

も及ぶ。一方、同じ期間に労働分配率の低下を通じて個人から企業に移転した所得は年率2.8兆円となる計算である。即ち、交易条件の悪化を通じて国内企業部門から海外に流出した所得とほぼ同額が、国内での個人から企業への所得移転によって賄われた計算となる。このように、内外の所得分配変化と国内の所得分配変化とは強く連動しており、これが「資源インフレと賃金デフレ」とも表現されるような状況を生んできた。ところが原油価格は昨年の夏に急騰局面を終え、安定期に入ったと見込まれる。その結果、所得の改善から個人消費が支えられる環境が整い始めたのである。

第3は、賃金上昇率の高まりである。賃金の先行きについては悲観的な見方が多いが、人手不足傾向が強いアルバイト、臨時雇いなどの非正規雇用や新卒雇用については、既に明確に賃金上昇率が高まっている。輸出主導で日本経済が踊り場を脱すれば、ほぼ1年間横ばいであった失業率も再び低下を始め、これが賃金上昇率全体を高めよう。当社の試算によれば、賃金が加速しやすい構造的失業率の水準は3.5%~3.7%である。今年1月時点で4.0%であった失業率は2008年初めにはこの水準にまで達し、賃金上昇率は全体的に上昇傾向を強めると見込む。

以上3点を考慮した場合、2008年度の実質雇用者報酬は+2.8%までの上昇が見込まれ、これが個人消費を強く刺激しよう。2008年度には個人消費がリードする、新たな景気拡大局面へと日本経済が歩みを進めていくことが予想される。

木内登英（きうち・たかひで）

1987年早稲田大学政治経済学部卒。同年野村総合研究所入社。90年野村総合研究所ドイツ、96年野村総合研究所アメリカ。2004年より野村證券金融経済研究所シニアエコノミスト。

視点・論点

個人消費の持続的回復は期待できない

クレディ・スイス証券株式会社 経済調査部長 白川浩道

今回の景気回復局面は既に5年を経過し、息の長いものとなっているが、個人消費の回復力は弱い。この5年間における個人消費の平均年率成長率は、実質ベースで1.2%、名目ベースで0.4%に過ぎない。

構造的な賃金下押し圧力が最大の逆風

個人消費が低成長を脱し切れていない最大の要因は雇用者報酬の伸び悩みであるが、雇用者報酬が、今後、本格的な拡大局面に入る可能性はあるのか。残念ながら、現状ではその可能性は低く、中期的にみた雇用者報酬の伸びは1%未満にとどまると予想される。高齢化の進展、経済のサービス化、非製造業の労働分配率の低下など、構造的な賃金下押し圧力が存在するからである。

高齢化が賃金水準を押し下げるのは、企業の賃金体系が依然として硬直的であるためである。家計調査によれば、勤労者(世帯主)の給与収入は、50~54歳という年齢階級まで増加し、55~59歳では緩やかな減少に転じる。さらに60~64歳という年齢階級になると、給与水準は55~59歳に比べて40%程度ダウンする。

今年は、団塊世代の一部が60歳に到達するが、8割程度は引退せずに、パートタイマーやコンサルタントとして働き続けるだろう。団塊ジュニアの給与が年功序列型賃金体系の下で上昇することを勘案しても、マクロでみた賃金は、今年、0.3%ポイント程度下落する見込みである。

経済のサービス化も賃金の抑制要因である。今回の景気回復局面で就業人口が顕著に増加した産業は医療・福祉業と狭義サービス業であり、就業人口全体に占めるシェアは、2002年初めの21%程度から直近では25%弱まで上昇した。問題は、これらの産業では労働生産性の低さを反映して賃金の絶対水準が低いということである。基本給でみた場合、医療・福祉業は8%程度、狭義サービス業は11%程度、それぞれ製造業に比べて低い(図1)。就業者が給与水準の高い製造業や金融業からサービス業に移動すれば、平均賃金は低下する。

また、非製造業では労働分配率の調整が遅れている。金融システム安定化策などを背景に合理化が中途半端に終わったこと、財政緊縮政策の影響から中小企業を中心に所得が十分に伸びていないことが背景にある。非製造業では、雇用はそこそこ伸びる可能性はあるものの、1人あたり賃金には、当面、下押し圧力がかかる公算にある。

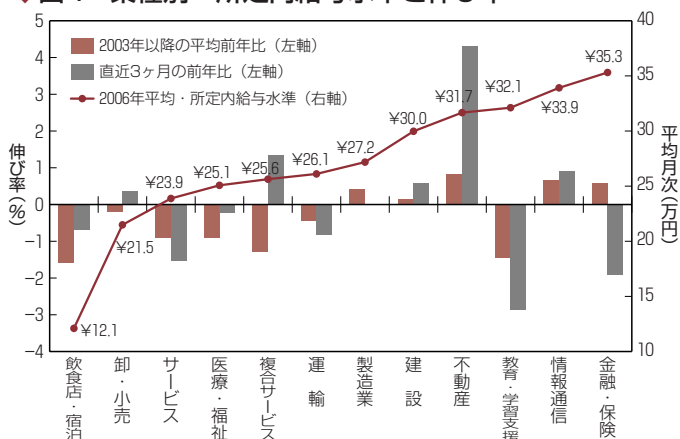
家計貯蓄率が下がる保証はなく、金融所得増も期待薄

家計貯蓄率の低下が個人消費を下支えするとの見方も容易にはとれない。確かに団塊世代は代表的な貯蓄取り崩し世代(60~64歳)に突入する。しかし、若年層では逆に貯蓄率が上昇する可能性が高い。名目所得の増加率が低い一方で期待インフレ率がジワジワと上昇しているためである。

最後に、株式や投資信託などリスク金融資産の運用益(配当所得)が家計所得を持ち上げ、個人消費を刺激するというシナリオも望み薄である。日銀が株価の持続的な上昇や円安基調の長期化を容認する可能性は低く、「半年程度に一回」のペースで政策金利の引き上げが行われると予想されるためである。

規制緩和等によりサービス業を活性化し、その労働生産性を大幅に上昇させることで賃金上昇率を高めない限り、個人消費の成長率は+1%に満たない低空飛行を続けるだろう。

◆ 図1 業種別・所定内給与水準と伸び率



(出所) 厚生労働省、Credit Suisse

白川浩道(しらかわ・ひろみち) 1983年、日本銀行入行。金融研究所エコノミスト、米国留学を経て、経済協力開発機構エコノミスト(91~94年)。その後、日銀に戻り、国際局、金融市場局で調査役を歴任、99年に退職し、UBS証券チーフエコノミスト。2006年4月から現職。著書『マネーサプライと経済活動』[1996](共著) 東洋経済新報社 など。

論点の背景

個人消費の動向について

(財) 連合総合生活開発研究所 主任研究員 岡田恵子

景気回復期が長期化するなか、企業部門の好調さが家計部門へ波及していないことが指摘されている。景気回復局面が今後も続くかどうかは消費の伸び次第であり、かつ消費が伸びるためには所得改善が必要であるとのコンセンサスも得られつつある。今年の春闘も、消費の伸びにつながるような賃金改定が実現されるかどうかといった観点から注目されている。

伸びが弱い消費

個人消費は2005年後半から2006年半ば頃にかけて緩やかに増加してきたが、昨年は初夏から夏にかけて梅雨明けが遅れたことなどの天候不順の影響もあって、伸びに鈍化がみられ、秋以降も個人消費の伸びは弱かった。GDP統計でみると、家計最終消費支出の実質伸び率は2004年

前年比1.5%増、2005年1.5%増のあと2006年は0.9%増となった(2次速報値)。2006年中の消費は、第4四半期の前年同期比からわかるように0.6%増であった。個人消費の動向を販売側からとらえる、百貨店やスーパーといった大型小売店の販売額を年平均でみると、新規出店を考慮に入れても2006年は2005年に引き続き前年比マイナスで推移した。小売業に従事し、家計の動きを日常の経済活動で実感している人達からみても、家計消費の伸びは緩やかなものとなっており(「景気ウォッチャー調査」)、こうした動きを天候不順の影響だけで説明することは難しい。

世帯収入は増えたが消費は減少

「家計調査」を用いて勤労者世帯の消費

の動きを収入との関連でみると、昨年は定率減税が縮減され負担増となったものの世帯収入は前年比で増加したこともあり、可処分所得は前年比でほぼ横ばいとなった。ところが消費支出は大きく落ち込んだ(図表1)。

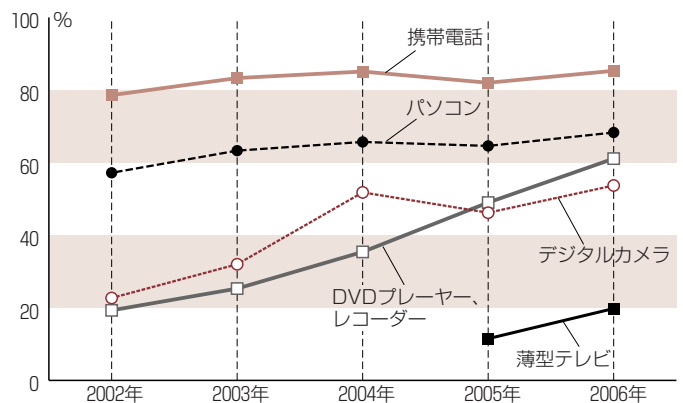
その一方で高額商品に対する消費は伸びている。総務省「家計消費状況調査」でみると、家具や家電製品といった単価が高額で購入機会の少ない商品への2006年における支出は2005年に比べて5.0%増加した(2005年は対前年比0.8%。いずれも総世帯/勤労者世帯)。デジタルカメラ、パソコン、DVDプレーヤー・レコーダー、携帯電話といった製品の普及率は高まっていること(図表2)や、これらの製品は、いわゆる白物家電のように故障したから買い替えるのではなく、

◆図表1 2006年における1世帯あたり1ヶ月の収入と支出(総世帯のうち勤労者世帯)

	(構成比)	対前年増減率(%)	
		名目	実質
実収入	100.0	0.6	0.3
世帯主収入	84.5	1.9	1.6
定期収入	70.4	-0.4	-0.7
臨時収入	0.5	20.1	19.7
賞与	13.6	14.9	14.6
可処分所得		0.3	0.0
消費支出		-4.0	-4.3

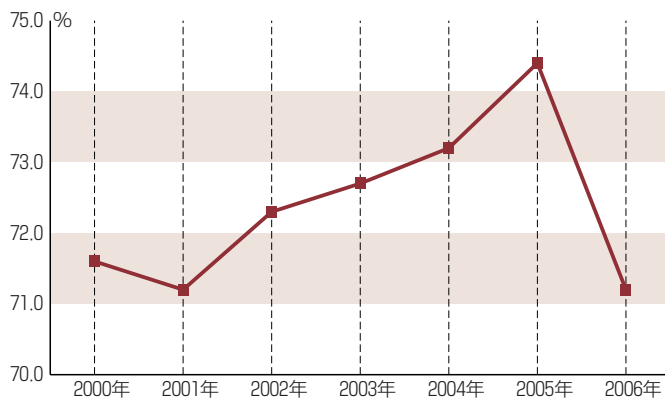
(注) 総世帯とは単身世帯、2人以上世帯をあわせたものである。構成比は、実収入額に対する比。
(資料出所) 総務省「家計調査」

◆図表2 耐久消費財の普及率



(注) いずれも3月末時点。(資料出所) 内閣府「消費動向調査」

◆図表3 平均消費性向の推移（総世帯のうち勤労者世帯）



(資料出所) 総務省「家計調査」

上位機種への変更を主な理由として買い替えがなされることが背景であろう。

定期所得が鍵を握る

消費の伸びに弱さがみられるのは、定期的な所得の伸びが弱いからである。勤労者世帯の世帯主収入は前年比で増加したが、定期収入は減少している。実収入が伸びたといってもそれは賞与が増加したことによるものであった。高額の家電製品への消費も、買い替え期であったことも一因であるが賞与の伸びに依存するところが大きかったと考えられる。

景気回復が家計へ波及してきているといってもそれは賞与であって、雇用環境の改善は定期所得の改善に結びついていない。「毎月勤労統計調査」でみても、所定内給与は2006年前年比マイナスで推移している。

後述するように、少子高齢社会においては新しい消費需要が創出されるであろうが、当面の景気との関係では、本格的に個人消費の伸びを期待するのであれば、定期給与がある程度改善される必要がある。

消費性向の低下

今回の景気回復過程では、消費性向（消費支出／可処分所得）は上昇してきた（図表3）。人々が多く消費したがるよう

になったのではなく、分母である可処分所得が減少するなか、可処分所得の減少幅ほどには消費を減らすことができなかったために生じた、いわゆる消費の慣性効果によるものであった。

2006年には消費性向は低下し2001年と同水準になったが、これは分母の可処分所得が増加したというよりも、分子の消費支出が減少したことによるものである。定期所得が伸び悩むなか、消費水準を落とすこととみることもできる。

サービス消費は今後も増加

消費の中身に目を転じると、サービスに対する消費は増加傾向にある。GDP統計でみると、2006年のサービスへの消費割合は57.3%、耐久財への消費が8.6%、衣料品などの半耐久財が7.5%、食料などの非耐久財は26.6%となっており、10年前と比べるとサービス消費への支出割合は5%ポイント強増加している。

今後もサービス消費化の動きには変化なく、今後の少子高齢社会においては、

サービスの利用はますます増加していくと予想できる。団塊世代が得る退職金はサービスを中心とした新たな消費需要の源泉となろう。本格的な労働力不足時代が到来する。労働力不足に対応するためにも女性や高齢者などを活用していくことになる。女性の社会進出が進み、育児期であっても仕事を継続する場合も増えている。家事や育児といった、これまでは家族の誰かが担ってきたものについての外部サービスの利用はますます進む。労働者一人ひとりをも、自らの雇用の質を磨くためのスキルアップにあたって各種教育サービスを利用するなど、サービスへの需要は根強いと考えられる。

※「家計消費状況調査」における家計調査補完品目への支出合計額。それらは、原則として1回の支出金額が3万円以上で購入頻度が年間1回未満の品目である。

岡田恵子（おかだ・けいこ）
京都大学経済学部卒。経済企画庁調査局、横浜市経済局、内閣府大臣官房等を経て、2006年4月より現職。

NIRA政策レビュー

伊藤元重編集

『NIRA政策レビュー』は、重要な政策課題から特定のテーマを設定し、タイムリーに分析するとともに、多様な論点を示すものとして、専門家の視点などもあわせて広く検討していただくために、コンパクトに情報を提供しています。NIRAのホームページに掲載。

No.	発行年月	特集
No. 1	2006年 5月	インフレ・ターゲットینگ
No. 2	2006年 6月	地域経済連携－FTA/EPA
No. 3	2006年 7月	所得格差をどう見るか
No. 4	2006年 8月	中国経済のゆくえ
No. 5	2006年 9月	エネルギー問題の現状と将来
No. 6	2006年10月	アジア債券市場の育成
No. 7	2006年10月	変貌する経常収支黒字

No.	発行年月	特集
No. 8	2006年11月	観光国際化への課題
No. 9	2006年12月	地方財政の課題
No.10	2006年12月	アメリカ経済を見通すポイント
No.11	2007年 1月	都市の活性がもたらす商業の発展
No.12	2007年 2月	イノベーション促進への課題
No.13	2007年 3月	日中貿易関係の深化へ
No.14	2007年 3月	個人消費は回復するか

伊藤理事長 対談シリーズ

「今後10年を見据えて、日本にとっての重要課題は何か、また、それにどう対峙し、どのような姿をめざすべきか。」
このような視点から、各界の第一線で活躍する方を迎えての対談を通して、日本、そして世界の未来を探っていきます。

掲載月日	タイトル/ゲスト	※ゲストの肩書きは対談時のものです。
第1回	2006年 4月	産業再生機構の経験から－日本企業の弱みと強み (株)産業再生機構 代表取締役専務 業務執行最高責任者(COO) 富山和彦 氏
第2回	2006年 6月	医療制度改革を考える 東京大学附属病院長 永井良三 氏
第3回	2006年 8月	日本の医療制度の課題 日本学術会議会長 黒川 清 氏
第4回	2006年 8月	若者の就労形態－ニート、フリーターの実状 東京大学社会科学研究所 助教授 玄田有史 氏
第5回*	2006年 8月	2010年への成長戦略－日本企業は所得収支を増やしてビジネスを拡大する トヨタ自動車取締役相談役 奥田 碩 氏
第6回	2006年 9月	「おかげ横丁」に見る地域振興 株式会社赤福 代表取締役会長 浜田益嗣 氏
第7回	2006年 9月	由布院にみる地域づくり、まちづくり 由布院玉の湯 代表取締役会長 溝口薫平 氏
第8回*	2006年10月	日本にお金と人呼び込み－海外企業からの投資と観光客をもっと増やすために エアバス・ジャパン(株) 代表取締役社長 グレン・S・フクシマ 氏
第9回	2006年11月	整理回収機構の役割と課題 株式会社整理回収機構 社長 奥野善彦 氏
第10回	2006年11月	農業問題で地域活性化を考える みどりの風協同組合理事長 坂本多旦 氏
第11回*	2006年12月	水不足がもたらす成長の限界－世界経済にとって石油以上に深刻な問題は水不足だ 伊藤忠商事(株) 取締役会長 丹羽宇一郎 氏
第12回*	2006年12月	リニア技術が日本を強くする超電導技術の応用が生み出す新たなブレイクスルー 東海旅客鉄道(株) 代表取締役社長 松本正之 氏
第13回	2007年 1月	M&Aで企業はどう変わるか GCA(株) 代表取締役 佐山展生 氏
第14回*	2007年 2月	連続社長インタビュー「省エネ技術で企業は勝つ」 本田技研工業(株) 取締役社長 福井威夫氏/シャープ(株) 代表取締役社長 町田勝彦氏/東京電力(株) 取締役社長 勝俣恒久氏
第15回	2007年 2月	種苗ビジネスにおける技術革新と国際化 (株)サカタのタネ 代表取締役社長 高橋英夫 氏
第16回	2007年 3月	現場から見た地方自治の課題と対応策 鳥取県知事 片山善博 氏

* 月刊『Voice』(PHP研究所刊) から転載。

〈NIRA政策レビュー〉

NIRA政策レビューは、重要な政策課題から特定のテーマを設定し、タイムリーに分析するとともに、多様な論点を示すものです。専門家の視点などもあわせて広く検討していただくために、コンパクトに情報を提供します。
本誌バックナンバーは、ホームページでご覧いただけます。
<http://www.nira.go.jp/>

NIRA 総合研究開発機構

National Institute for Research Advancement

編集発行人：伊藤元重 NIRA理事長
編集主幹：加藤裕己 NIRA客員研究員

〒150-6034 東京都渋谷区恵比寿4-20-3
恵比寿ガーデンプレイスタワー34階

電話 03-5448-1735 FAX 03-5448-1745

e-mail: pprd@nira.go.jp <http://www.nira.go.jp/>