

(30)政府の不況対策と消費者

政府の不況対策が始まった。2008年10月から09年4月にかけての2四半世紀間連続で、実質GDPの成長率が(年率換算で)二桁マイナス成長率という、戦後最大級の不況に直面して、政府は雇用対策などを主軸に大型の2009年度予算を編成したが、さらに、同予算成立直後、15.4兆円に及ぶ補正予算を組み、この5月末に成立させた。景気対策は、高速道路の利用料を土日に限って地方で一律1000円とするという地域活性化政策以降、定額給付金、家電製品のエコポイント制度、エコカー減税、住宅ローン減税、太陽光発電システムに対する補助金、そして、子育て特別給付金、失業給付金の改善をはじめとする雇用政策等などへと、広がり始めている。このおかげで、09年6月には経済不況は底割れしたとの報道がなされている。

短期的な需要拡大策は、「不思議の国のアリス」のように、価値が転倒する。貯蓄は悪であり、消費は美德であり、長持ちは悪であり、買い替えは善であるというわけだ。もっとも、政府見解ではこれはバラまきではなく、中長期的に見て内需を拡大する「賢い財政支出」であるという。エコカーと太陽光発電システムを今後20何倍も増やすことによって、わが国の「環境産業」を育成し、2020年の温室効果ガスの削減目標である05年度比で15%減を達成しようというわけである。どうも、政府は、おとなしい消費者を誘導して経済恐慌とサステナブル社会の課題を解決するつもりのようなのだ。不況対策は、外環道などの高速道路や箱物の建物にも投入されるが、消費者に焦点を当てているようだ。いずれにせよ、今後1年ぐらいで、消費者はどれだけ政府から補助金を得たのかという話が増えるだろうが、その数年後には、きっとどれだけ財政負担が増えるかが問われることになるだろう。

以上