

潮流

景気対策と成長戦略

常任顧問 田中 久義

いよいよ政権交代が実現し、民主党のマニュフェストに示された経済政策が実施に移されようとしており、それについて、新たな政策をめぐる議論が活発化している。

ある有力な経済週刊誌に、「民主党の経済政策のアキレス腱は成長戦略が欠如していることだ」という批判が掲載された。すこし引用すると、「子ども手当、高校無償化、高速道路無料化などの政策により家計の可処分所得を増やし消費を拡大することで内需主導型の成長を図る」とすることは、「庶民に対してバラマキを行えば、消費が増えて景気が良くなるという発想である。しかし、これは成長戦略とはいえない」と続き、さらには「今こそ新興国市場を開拓する」とともに、そうしたビジョンを国が明確にすべきであると主張する。

実は、このような議論は日頃から目にする。その主張は、明確そうにみえて、実は内容がはつきりしないことが多い。そのひとつの理由は、「景気回復」と「成長戦略」の区別が明確でないためである。

何らかの方法で消費を刺激することは立派な経済政策である。このような政策はなにも民主党の専売特許ではなく、これまでの政権が立て続けに行ってきたエコポイントやエコカー減税などによる消費拡大策と同じである。これまでの政策の効果によって景気が底打ちしたと評価するのであれば、民主党の政策も同様に評価しなければならないであろう。それなのになぜ後者だけを成長戦略ではないと批判するのであろうか。

景気対策が成長戦略かと問われれば、必ずしもそうではないといわざるを得ない。景気対策とは、現在の経済がもつ資源を最大限に活用できるようにするための政策であり、いわば、遊休化した工場や労働力を再稼動させようとするようなものである。これによって広い意味の稼働率は上昇するにしても天井はあり、潜在成長率以上の成長にはならない。景気対策とは、経済の実際の成長率を潜在成長率に近づけるために行われるものなのである。

これに対して成長戦略は、経済の潜在生産高の成長率をどのようにして上昇させるか、もうすこし具体的にいえば、国内における生産性の上昇をどのように実現するか、がその内容でなければならない。この意味での景気対策批判であれば、冒頭の経済政策批判は一面の説得性をもつてゐる。

しかし、先の論者がこの二つを明確に分けているかというと、これはかなりあやしい。なぜなら、成長戦略の一つとして提起されているのが、「新興国市場の開拓」つまり輸出の拡大という提言にとどまっているからである。これは、新興国市場という未開の市場を開拓できれば輸出が増加し、輸出企業の業績が良くなるという主張である。しかし、これで国内の経済の生産性が上昇するかどうかについての言及はまったくなされていない。これでは、批判そのものが成り立たないといわざるをえない。

成長戦略とは経済にとって生産性の上昇を実現することがその内容でなければならず、これが景気対策とは異なることへの認識を欠く議論はいただけない。この区別をつけることができずに正統派の経済学者の処方箋を理解することは難しい。教育投資や技術開発、そして年金制度などのインフラ整備への投資など、言い古されていて新味がないというだけでこれらの処方箋を無視してはならない。新政権が、景気対策とともに、言い古された処方箋の具体策に着実に取り組むことを期待したい。