

第 45 回テーマ

## 消費マインドを高めるメディアに期待

この休みを利用して、とあるお祭りに行ってみた。出店などがたくさん出ており、人出も凄かったのだが、多くのお店で、皆、暇そうに時間を持て余していた。不景気の影響だろうか？お店の横にある自動販売機で飲み物を買って済ませている人が多かったのを見ると、今の日本経済の深刻さを実感し少し怖くなった。

消費者の心理状況はとても微妙で紙一重の感覚を持ち合わせていると思う。個人消費はもちろん、世の中の「ムード」も影響する。現在の不況下の中では「欲しいモノを我慢する」という行動が目立つが、その背景には将来不安などの不確定要素に対する危機感だ。その危機感を醸成しているのは何かと言えば、メディアであろう。基本的にネガティブなニュースばかりが多いと個人的には思う。事実を伝える事は絶対だが、今こそムードを盛り上げる使命を果たすのはメディアの役目であろう。その事を重点的にわかりやすく説明すべきだ。

例えば日本は借金大国であり、財政状態は数年後に破綻するのでは？とされている。だが、調べてみると、国の財政状態は単式簿記であり、複式簿記のようなバランスシートで情報が開示されていない。国債は外国ではなく、ほぼ国内向けとなっているが、そのお金は国が保有する資産がたくさんある。実質、国民1人当たりの借金は相当少ないはずだ。こういったニュースだけでも、将来に対する危機感の持ち方は異なる。もちろん、ある程度は必要だが、希望をなくすようなニュースのみでは公平性に欠ける部分はないか？と。

政治に依存し過ぎるのは良くないと思うが、規制緩和を含めて、景気刺激策が少ないと同時に、もっと政策を正しく伝え、メディアもしっかりと伝える姿勢が重要ではなからうか？ある程度、全てのニュースを鵜呑みにするわけではないが、問題は「ムード＝雰囲気」である。

夢の持てない国になれば、国内の空洞化はさらに進み、来たる高齢化社会に対応できぬまま終わってしまうのではなからうか。個人でも、今こそ行動を起こす時だと思う。