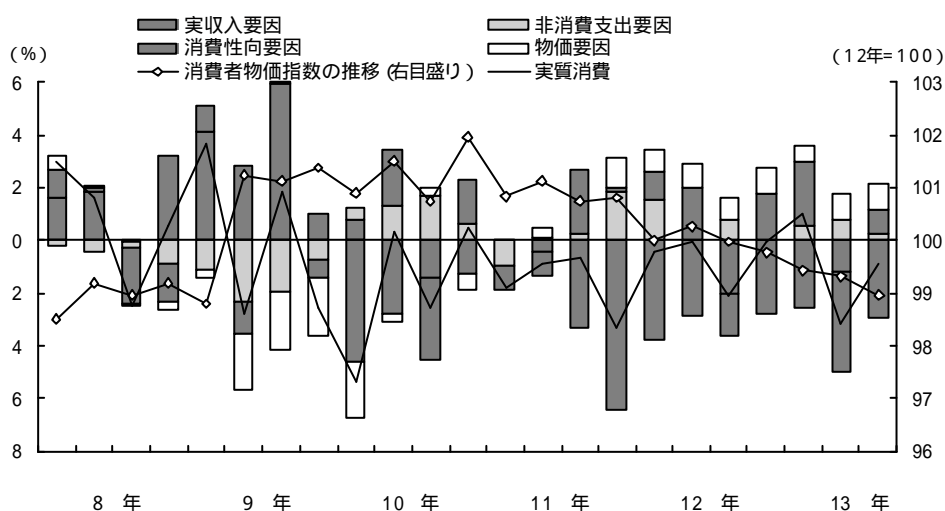


(5) 物価と消費の関係

ここ数年来、消費者物価の下落が言われて久しい。平成10年10～12月期をピークに消費者物価指数は低下傾向で推移しており平成12年4～6月期以来、5期連続の低下となっている。消費者物価の低下の背景には需給の緩和、安価な輸入製品の増加、規制緩和の浸透等の景気要因と構造要因があり、足下の物価下落については両者が相俟っていると考えられる。短期的には、消費者物価の低下が消費に与える影響として家計の実質購買力の上昇が考えられることから、物価の低下が消費動向に与える影響について観察することとする。

前述のとおり消費者物価(以下、単に「物価」という)が低下すると家計の実質購買力は上昇する。例えば同じ所得の下においては、物価の低下により数量的充足が得られやすくなる。そこで、実質消費支出を実収入要因、非消費支出要因、消費性向要因、物価要因に要因分解し、物価の下落が実質消費支出に与える影響について観察してみると、物価要因は平成11年10～12月期以来、8期連続で上昇に寄与している一方、実収入要因は平成10年4～6月期以来、14期連続で低下に寄与している。このことから、消費者は物価下落による実質購買力の上昇というメリットを享受しているものの、収入の大幅な低下によってそのメリットは相殺されてしまっているといえる(第 - 1 - 6図)。

第 - 1 - 6図 実質消費支出の要因分解 (前年同期比 勤労者世帯)



(注)1. 実質消費支出の要因分解は以下のとおり

$$C / P = C_p \times (Y - T) / P \text{ より}$$

$$(C/P) = Y \times C_p / P - T \times C_p / P + C_p \times (Y - T) / P - P \times C_p \times (Y - T) / P$$

(実収入要因) (非消費支出要因) (消費性向要因) (物価要因)

C: 名目消費支出 Y: 実収入 T: 非消費支出 C_p: 平均消費性向 P: 消費者物価

2 非消費支出とは、直接税、社会保険料等をいう

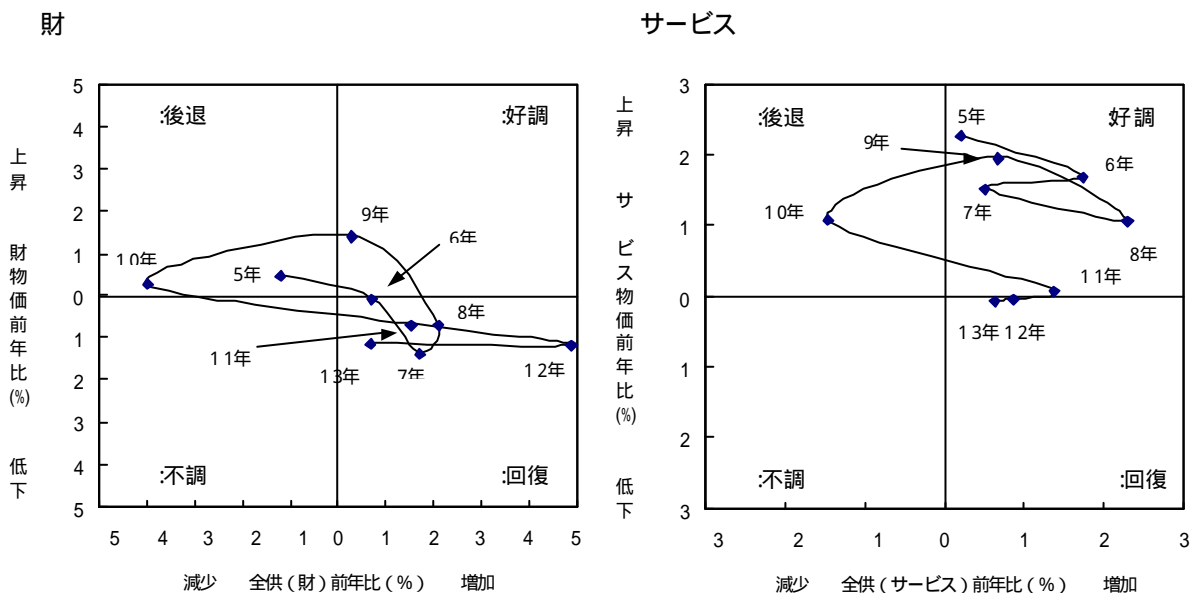
資料: 「家計調査」、「消費者物価指数」(総務省)

ここで、消費者物価と供給側から個人消費を捉えた数量指数である全産業供給指数(以下、「全供」という。)の伸び率のプロット図により物価の低下による財とサービスの供給動向を観察してみる。

景気の山があった9年には財、サービスともに物価の前年比上昇、全供の前年比増加の第 局面にあったが、10年に入り財、サービスともに全供の前年比が低下した結果、第 局面に移っている。そして、11~12年にかけて財物価が低下、サービス物価がやや弱含みで推移し、実質購買力が上昇した結果、全供(財)は第 局面に移動しており全供(サービス)も第 局面から第 局面、第 局面に移動している。

このように、一般的に消費が落ち込むとそれをうけて物価は低下し、消費が底打ちし上昇に転じると、物価は上昇するという循環図(第 第 第 第)をおおむね描くこととなる。しかしながら、13年は財、サービスともに12年と同様、第 局面にとどまっている。この背景としては、安価な輸入品の増加等、構造的な要因により物価が低下しているにもかかわらず、消費の底打ちが見られないためと考えられる(第 - 1 - 7 図)。

第 - 1 - 7図 消費者物価と全産業供給指数(財・サービス)のプロット図



資料：「全産業供給指数」、「消費者物価指数」(総務省)

さらに、物価と個人消費向け全産業供給指数の関係をより詳細に観察するため、各品目毎の物価と全供の伸び率の局面動向を確認してみる。

なお、ここでは全産業供給指数採用品目のうち、12年の消費者物価指数と対応する消費財122品目（11年以前については111品目）、サービス46品目（同39品目）についての前年同期比を～の局面別^{注1)}に割り当てた上、その構成比を算出した。

対応品目数を確認すると、消費財については約7～8割近くの対応がみられるのに対し、サービスについては4割に満たない^{注2)}。よって、サービス全体の動向を明確に反映しているものではないことに留意されたい。

財の動向を観察すると、9年1～3月期の景気の山からの全供の低下において、第局面割合が縮小し、第局面割合が拡大している。これは、消費が低下傾向にある中で、消費税率上昇により物価が相対的に高くなったため、消費の更なる下押し圧力が働いた結果と考えられる。一方、12年7～9月期をピークとした全供の低下において、13年1～3月期まで第局面割合が拡大していたものの、当期において第局面割合が縮小し、第局面割合が拡大している。これは、物価が低下傾向にある中で、実質購買力の上昇によって13年1～3月期までは物価低下品目が消費を下支えていたのに対し、当期はその効果が薄くなった結果と思われる。

これまでの物価と消費の循環の関係を勘案すれば、消費の回復には、第局面割合の拡大のほか、価格は多少高くても、消費者にとって魅力のある高付加価値品目等の出現が必要であり、第局面割合の拡大が不可欠であると考えられる（第-1-8図）。

注1) 分析に用いた局面符号は下記のとおり

なお、各品目の前年同期比を計算後、各局面に割り当てている。

上 昇	(後退)	(好調)
	(不調)	(回復)
物 価		
低 下		
	減少	増加
	全供(財・サービス)	

注2) 全産業供給指数と消費者物価指数の対応品目数は以下のとおり

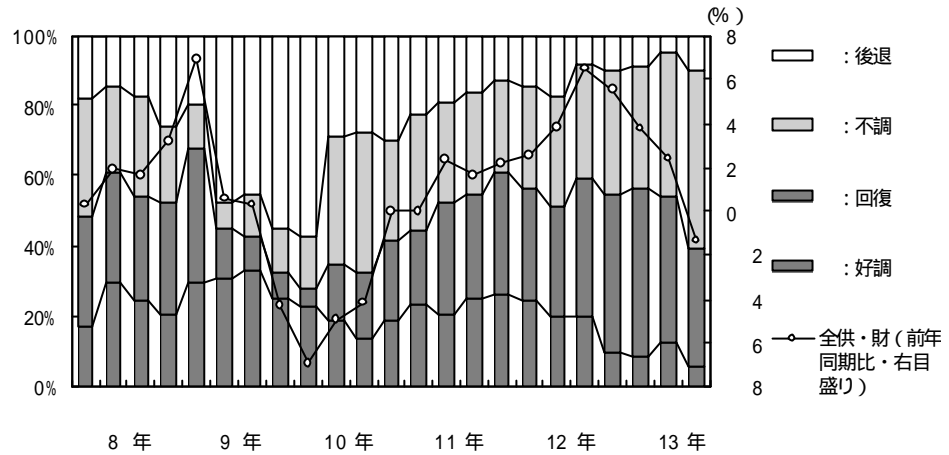
なお、ここでの消費者物価指数は平成12年基準を使用しているため、11年以前には存在しない品目がある。

	全産業 供給指数 採用品目	消費者物価指数 との対応品目数		全産業供給指数 に占める割合(%)	
		7～11年	12～13年	7～11年	12～13年
消費財	144	111	122	77.1	84.7
耐久消費財	47	30	36	63.8	76.6
非耐久消費財	97	81	86	83.5	88.7
サービス	118	39	46	33.1	39.0

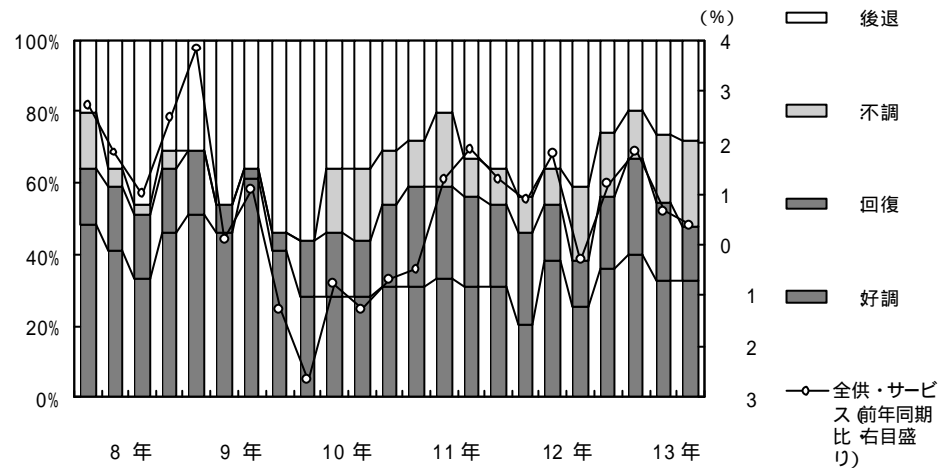
サービスの動向を観察すると、9年1～3月期からの全供の低下時には、財と同様、第局面割合が拡大している。一方、足下においては13年1～3月期以降、第局面割合が拡大しているものの、第局面品目が一定割合で存在している。

第 - 1 - 8図 局面別構成比の推移

財



サービス



資料：「全産業供給指数」、「消費者物価指数」(総務省)

ここで、10年4～6月期から一定の割合で推移し、足下において拡大傾向にある第局面割合を構成する品目の特徴を観察してみよう

第局面を構成する品目の中でも、特に足下における第局面割合拡大の要因となった12年に第局面から13年に第局面に移動した品目を確認^{注3)}すると、電子レンジ、電気掃除機等、一世帯に何台も必要がなく、かつ普及率が高いものや、ワードプロセッサ、24mm・35mmカメラのように製品代替が進展した品目、食酢等、物価が低下しても家計において消費量に限界があるものとなっている。しかしながら、パーソナルコンピュータ、ビデオカメラのように技術革新によって品質が向上しているにもかかわらず、物価、供給が低下している特殊な品目もあり、これらは近年の急速な普及の反動によるものと考えられる。

さらに、消費の回復には第局面割合の拡大が必要であることから、13年に第局面から第局面に移動した品目の特徴を観察してみると、バック、ケース類等、量的充足が得られる安価な製品から質的充足を図る高級品まで商品選択の幅があり、消費の二極化^{注4)}が進展している品目や、揮発油、医療のように物価の上昇にかかわらず、世帯において一定の消費が必要な品目となっている(第 - 1 - 4表)。

第 - 1 - 4表 第局面からの移動品目

12年第局面 13年第局面			12年第局面 13年第局面		
耐久消費財	非耐久消費財	サービス	耐久消費財	非耐久消費財	サービス
ワードプロセッサ	蛍光灯	旅館		揮発油	自動車レンタル
電子レンジ	磁気テープ			野菜漬物	医療
電気掃除機	ニット製外衣			バック、ケース類	
ビデオカメラ	靴下				
ステレオ	バター				
パーソナルコンピュータ	チーズ				
24mm・35mmカメラ	魚肉ハム・ソーセージ				
	鯉・削り節				
	醤油				
	マヨネーズ				
	食酢				
	菓子・調理パン				
	コーヒー・茶系飲料				
	畜産肉類				
	衣類及び同付属品				
	玩具、運動競技用具				

資料：「全産業供給指数」、「消費者物価指数」(総務省)

注3) 四半期ベースの局面比較によると、品目によっては季節性によりその動向を的確に把握できないため、年ベースで観察することとした。

注4) 消費の二極化については、相対価格と輸入数量の動向をもとにした分析を以前に行っている(産業活動分析(13年4～6月期) p57～参照)。