

## 実感と乖離する消費者物価

### 【ポイント】

1. 食料品を中心に消費者に身近なモノが値上がりしているものの、依然として消費者物価指数は前年比マイナスで推移するなど、消費者の実感と乖離している。
2. それは品質調整という物価指数の作成方法に起因しており、製品の高機能化が物価の下落として織り込まれることが物価指数の下落要因となっている。
3. この下落要因と消費者が実感できる値上げとの綱引きが続くが、消費者物価は変動幅が小さいことから、原油や移動電話通信料次第という展開が見込まれる。

スーパーなどに頻繁に足を運んでいる方はお気づきであろうが、昨年頃から食料品価格が上昇している。天候要因等の影響が大きい生鮮食品を除いてみても、練り物やソーセージ、お菓子などは値段据え置きで内容量が少なくなり、マヨネーズや砂糖は値上げされている。最近では、テレビなどでも「〇〇が何年振りの値上げ」と報道されることも多い。この食料品価格の動向に象徴されるように、物価が上昇していると実感している消費者は多いのではないだろうか。その一方で、消費者物価指数（除く生鮮食品）の前年比上昇率は水面下の推移が続いており、実感と統計結果では乖離がみられる。

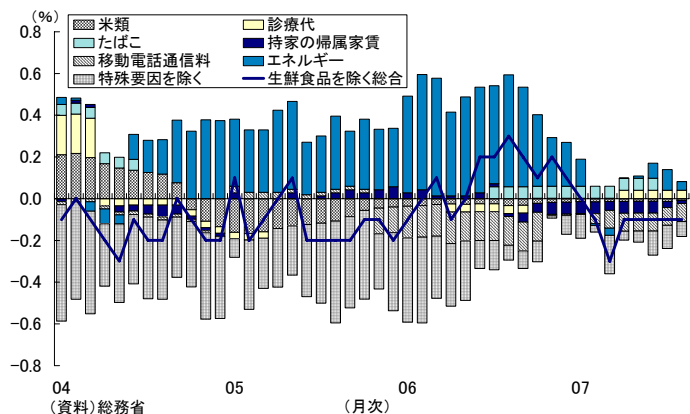
ここでは食料品価格（生鮮食品を除く）を中心に価格動向を整理した上で、実感と物価指数における乖離の要因を探ってみる。

### 1. 消費者物価の推移

8月の消費者物価（除く生鮮食品）は前年比0.1%の低下と、8ヵ月連続でゼロ以下で推移している（図表1）。原油価格の高騰によってガソリン、灯油などのエネルギー価格が大幅に上昇したことを主因に、06年6月から12月までの消費者物価は前年比上昇に転じていたが、その後は原油価格が一服したために前年比マイナスで推移している。このように消費者物価指数は、海外需給などで変動する原油価格に左右される展開となり、また、物価の変動幅が極めて小さいことで、税や社会保障制度の改正による料金体系の変更が物価全体に大きな影響を与えている。

図表1は、消費物価指数（除く生鮮食品）の前年比の推移を線で、それに対する価格変動の大きいエネルギーなどの個別要因の寄与度を棒で示したものである。足元では、エネルギーや診療代（医療保険制度改正に伴って、0.04ポイントの押し上げ要因、07年9月に一巡する）が物価を押し上げる一方で、移動電話通信料や持家の帰属家賃などが物価を押し下げている。このような個別要因を除いた部分については、依然として水面下の推移となっているものの、06年半ば以降は、マイナス幅が縮小している。

図表1. 消費者物価（除く生鮮食品）の推移



## 2. 物価が上昇している品目は着実に増加

次に、個別要因を除いた部分の内訳を確認する。

### ①食料品価格の動向

世界的に食糧需要が拡大する中、バイオ燃料との競合やオーストラリアの大干ばつなどの気候変動問題から、小麦、大豆などの価格が上昇している。食料自給率が4割程度の日本においては輸入に頼る部分が大きく、国際市況の影響は避けられない。また、この穀物の値上がりに加えて、精肉なども安全性の問題から輸入相手先国を変更する動きや飼料価格の値上がりによって影響が及んでいる。生鮮食品を除いた食料品の品目を詳細にみると、05年度には160品目の内、前年比で上昇していた品目は38.1%であったが、直近の07年8月では10ポイント以上の上昇となる50.0%と半数の品目で物価が上昇している。

そもそも消費者物価指数における食料のウェイトは約4分の1(全国:2,586/10,000)を占め、この部分の価格変動が消費者物価全体に与える影響は大きい。消費者物価の前年比上昇率に対する食料(除く米類、生鮮食品)の寄与度は、06年度が0.012ポイント、07年度(4~8月)が0.060ポイントと、今年度に入って押し上げ幅が拡大している(図表2)。その内訳をみると、肉類に加えて、原材料価格の上昇を映して調理食品や外食が引き続き物価の押し上げ要因となっている。また、今年度になって、油脂・調味料(0.008ポイント)、菓子類(0.007ポイント)など押し上げ幅が拡大している。飲料や酒類などを中心にメーカー間の競争激化で値上げに踏み切れない品目も残っているものの、原材料価格の上昇が、最終製品の価格にも着実に波及している。このように食料品については、消費者の実感と同様に指数ベースでも上昇基調にある。

図表2. 食料価格の内訳ごとの寄与度

	05年度	06年度	07年度 4~8月
食料(除く米類、生鮮食品)	▲0.026	0.012	0.060
穀類(除く米類)	▲0.022	▲0.010	▲0.002
魚介類(除く生鮮魚介)	0.009	0.012	0.003
肉類	0.025	0.024	0.032
乳卵類	▲0.003	▲0.012	▲0.004
野菜・海藻(除く生鮮野菜)	▲0.009	▲0.003	▲0.004
果物(除く生鮮果実)	▲0.001	▲0.001	▲0.001
油脂・調味料	▲0.009	▲0.012	0.008
菓子類	0.000	0.001	0.007
調理食品	0.016	0.016	0.019
飲料	▲0.027	▲0.028	▲0.012
酒類	▲0.004	▲0.014	▲0.015
外食	0.001	0.037	0.033

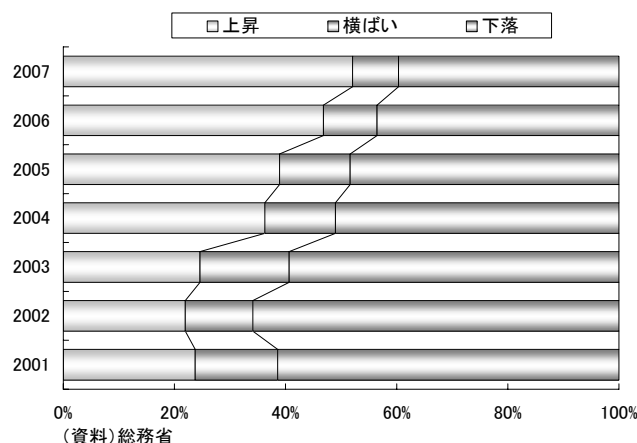
(資料)総務省資料より富国生命作成

### ②他の項目も前年比上昇する品目が増加

消費者物価(除く食料品)を構成する品目の中で、前年と比較して物価が上昇した品目数をみると、05年度平均は339品目中132品目(上昇した品目の割合、38.9%)であったが、その後は363品目中、06年度は170品目(46.8%)、07年度(4~8月)は189品目(52.1%)となっており、直近では半数以上の品目で物価が上昇している(図表3)。

図表4は、10大費目(食料除く、中分類)の消費者物価の前年比上昇率に対する寄与度を整理している。図表1で個別要因としたもの以外で物価が上昇している主な項目をみると、「家具・家事用品」は、全体の物価下落が続いているものの(詳細については後述)、台所用品や蛍光灯など家事雑貨、トイレトーパーや洗剤などを中心に家事用消耗品の物価が上昇している。また、「教養娯楽」では、パック旅行や入場・

図表3. 物価動向別の品目数の割合



ゲーム代などを中心に教養娯楽サービスが上昇し、「諸雑費」では、身の回り用品が円安の影響もあってハンドバック、指輪を中心に値上がりしている。さらに、「被服及び履物」と「教育」については、0.03ポイント前後のプラス寄与が続いている。一部項目では依然として物価下落が続いているものもあるが、原油などの原材料費の高騰や円安水準で推移したことも後押しとなり、最終製品の価格が値上がりしている。

大半が小幅な押し上げ寄与にとどまっていることで、消費者物価全体では依然として水面下を脱却できていないものの、上昇している品目に広がりが見られており、この部分も消費者の実感とマッチしているものと考えられる。

図表 4. 消費者物価の 10 大費目（食料除く、中分類）

	05年度	06年度	07年度 4~8月		05年度	06年度	07年度 4~8月
住居	▲ 0.003	▲ 0.022	▲ 0.045	保健医療	▲ 0.013	▲ 0.024	▲ 0.043
家賃	0.012	▲ 0.026	▲ 0.042	医薬品・健康保持用摂取品	▲ 0.006	▲ 0.009	▲ 0.006
設備修繕・維持	▲ 0.009	0.003	0.003	保健医療用品・器具	▲ 0.013	▲ 0.001	0.001
光熱・水道	▲ 0.116	0.181	0.014	保健医療サービス	0.004	▲ 0.013	▲ 0.048
電気代	▲ 0.046	0.004	0.012	交通・通信	0.054	0.019	▲ 0.042
ガス代	0.028	0.080	0.015	交通	▲ 0.002	▲ 0.011	0.008
他の光熱	0.148	0.079	▲ 0.009	自動車等関係費	0.243	0.131	0.027
上下水道料	0.008	0.012	▲ 0.000	通信	▲ 0.227	▲ 0.104	▲ 0.083
家具・家事用品	▲ 0.082	▲ 0.063	▲ 0.058	教育	0.025	0.025	0.028
家庭用耐久財	▲ 0.049	▲ 0.058	▲ 0.071	授業料等	0.020	0.019	0.016
室内装備品	▲ 0.009	▲ 0.008	▲ 0.008	教科書・学習参考教材	▲ 0.000	0.000	0.001
寝具類	▲ 0.005	▲ 0.001	▲ 0.000	補習教育	0.003	0.008	0.008
家事雑貨	▲ 0.006	0.005	0.007	教養娯楽	▲ 0.154	▲ 0.144	▲ 0.171
家事用消耗品	▲ 0.019	▲ 0.002	0.013	教養娯楽用耐久財	▲ 0.181	▲ 0.211	▲ 0.206
家事サービス	0.001	0.001	0.000	教養娯楽用品	▲ 0.015	▲ 0.001	▲ 0.043
被服及び履物	0.035	0.033	0.029	書籍・他の印刷物	0.008	0.006	0.004
衣料	0.030	0.017	0.011	教養娯楽サービス	▲ 0.000	0.051	0.042
シャツ・セーター・下着類	0.013	0.008	0.009	諸雑費	0.022	0.063	0.044
履物類	▲ 0.006	0.005	0.007	理美容サービス	0.003	▲ 0.002	▲ 0.004
他の被服類	▲ 0.004	▲ 0.002	▲ 0.000	理美容用品	▲ 0.013	▲ 0.011	▲ 0.006
被服関連サービス	0.001	0.004	0.002	身の回り用品	0.013	0.031	0.014
				たばこ	0.000	0.043	0.033
				他の諸雑費	0.027	0.001	0.006

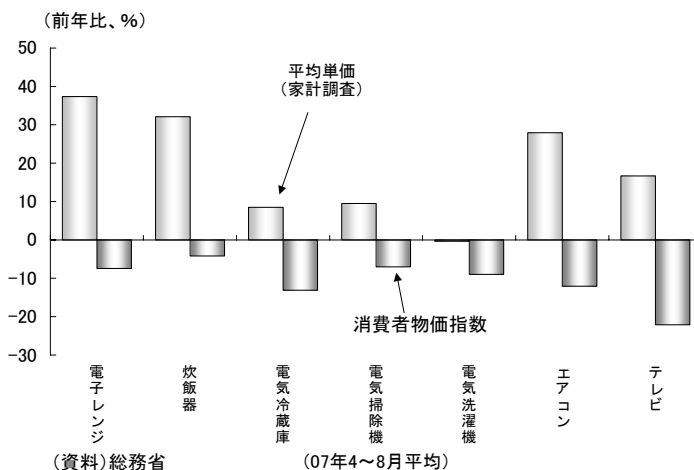
(資料)総務省資料より富国生命作成

### 3. 物価全体が前年比プラスに転じない要因

前述のように半数以上の品目の物価が上昇する中でも、消費者物価が前年比プラス化しないのは、指数作成上の要因が影響している。その一つとして、家庭用耐久財と教養娯楽用耐久財に含まれるデジタル・家電製品の指数が上昇しないことが挙げられる。図表 5 は、07 年 4~8 月（平均）のデジタル・家電製品の平均単価と消費者物価の前年比を示しているが、電気洗濯機を除いて平均単価は上昇している。新技術の開発などにより今までなかった機能が搭載された製品が高価格帯で販売されることで家電製品の平均単価を押し上げている。それに対して、消費者物価は軒並み前年比マイナスと、物価下落に歯止めが掛かっていない。この差が消費者の実感と統計との乖離を生み出している。

そもそも消費者物価指数は、品質調整という処理が行われている。これは製品が新発売された時に新旧の間にある容量や機能・特性などの品質の違いが物価指数に入り込まないようにするものである。例えば、価格据え置きのまま後継商品の機能が

図表 5. デジタル・家電製品の寄与度



2 倍になれば、物価指数は半減することになる。このように製品の高機能化が物価の下落要因になるケースもある。また、消費者物価を作成する上で価格を調査する際、原則一品目につき一銘柄が調査対象となっており、機動的に変更されないことも下落要因となる。価格の高い斜め式ドラムの電気洗濯機、紙パックを使用しないサイクロン方式の電気掃除機などは、現段階では調査品目に該当していない。高価格帯の人気商品の売り上げが伸びても、それによって調査対象銘柄が値崩れすれば、物価の下押し要因となる。以上の要因で、デジタル・家電製品の物価指数は前年比マイナスで推移し、消費物価全体へ与える寄与度をみると、概ね▲0.20～▲0.30 ポイントのマイナス寄与である。

#### 4. 移動電話通信料が攪乱要因に

単純に下落要因となる訳ではないが、移動電話通信料も消費者の実感とずれが生じている可能性が高い。実際、多くの消費者は、家族割引など様々な割引制度を活用しているだろうが、消費者物価指数は、付帯条件（2年間の継続契約等）のある割引を適用せずに「消費者が利用し得る最も安いプラン」で推計されている。また、事業者が新サービスを提供した場合でも、それが物価指数に反映されるかも不確かである。料金体系の複雑さも手伝って現実と推計とでギャップが生じている。足元では、ナンバーポータビリティ制度導入による事業者間の競争が激化で物価指数は下落傾向となっており、移動電話通信料は前年比 4.1%下落し、▲0.083 ポイントの物価押し下げ要因となっている。

折しも携帯電話通信業者が、これまでの携帯電話機並びに携帯電話通信料の価格体系を大幅に見直すことを発表した。総務省による見解はまだでていないが、その見直しが消費者物価に反映されることになれば、物価の下落要因になる。当社の推計によれば、この改定では通信料が約 40%下落するとみられ、▲0.23 ポイント物価を押し下げる。また、業界最大手が同様の割引率で追随すれば合計で約▲0.7 ポイントと、8月の消費者物価の下落率が▲0.1%ということを見るとあまりにも大きなマイナス幅である。

#### 5. まとめ

機能向上が物価下落として織り込まれるデジタル・家電製品に加えて、通常の消費活動にはない「持家の帰属家賃<sup>1</sup>」という項目も足元ではマイナス要因となっている。それに移動電話通信料を合わせると▲0.4 ポイント程度の物価押し下げとなり、消費者の実感とかけ離れているところの影響で物価指数の下落が続いている。その一方で、食料品の価格は値上がりし、それ以外の財やサービスでも着実に前年比上昇する品目が増加するなど、消費者の実感通りの物価指数動向も確認でき、中国発のデフレに悩まされた局面はほぼ脱却していると言えるだろう。

グローバル競争の中、労働コストの上昇によるサービス価格の引き上げ等、本格的な物価上昇局面となるには、まだ時間が掛かるだろう。そのため、当面、「実感できない物価下落」と「食料など基調としての物価上昇」とが綱引きする展開となるが、原油価格の高騰という後押しがなければ、消費者物価のプラス化の定着は 08 年度にずれ込む可能性が高くなっている。金融政策を決定する上で重要な指標である消費者物価は、原油価格と移動電話通信料に左右される側面が強くなっている。日銀には、こうした指標の特性を考慮した上で、物価と金融政策の関係について十分な説明が求められる。

(財務企画部 森実 潤也)

<sup>1</sup> これは持家の住宅を借家とみなした場合支払われるであろう家賃であり、ウエイトが約7分の1（全国：1,422/10,000）となっている。