

一部品目に左右されている消費者物価指数

【ポイント】

1. 耐久消費財価格の下落を主因として前年を下回る動きが続いてきた CPI は、エネルギーや食料の価格によって押し上げられ、足元プラスに転じている。
2. 2010、2011 年度における CPI の変動は、その殆どが一部の品目によって説明される。特に足元は、エネルギーと家電に左右されている。
3. 1、2 月にテレビ、エアコンの CPI が上昇に転じたが、銘柄の改正において品質調整がなされなかったためと考えられ、足元の CPI のかく乱要因となっている。
4. 物価上昇品目数は増加しており、今後も CPI の仔細な点検が必要となろう。

日銀は 2 月、日本経済のデフレ脱却と物価安定を目指す姿勢を明確化する取り組みの一環として、「中長期的な物価安定の目途」を導入した。その目途は、現時点では消費者物価指数の生鮮食品を除く総合（コア CPI）が前年比上年率で 2%以下のプラスの領域にあると判断しており、当面は 1%とした。デフレ脱却に向けた政策が期待される中、これまで以上に消費者物価指数（CPI）に注目が集まることになった。ここでは、エネルギーとコア CPI「食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合」に着目するために、CPI 総合指数の推移を確認すると共に、その変動要因を整理する。

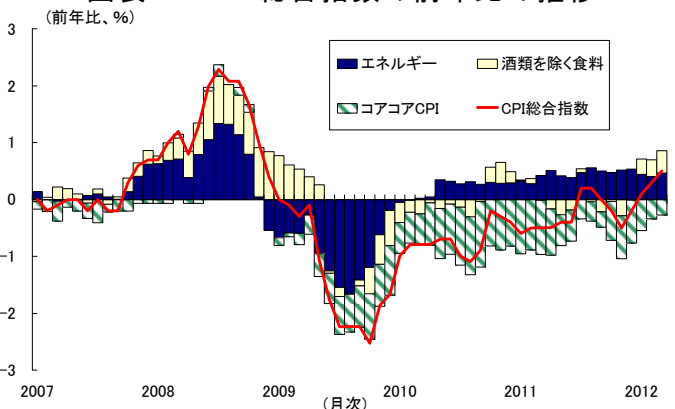
1. 消費者物価指数の推移

(1) CPI 総合指数の推移

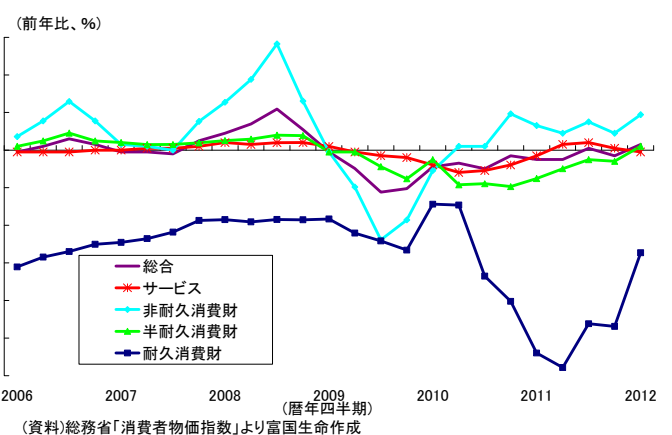
近年の、CPI の推移を確認する。図表 1 は、CPI 総合指数と、「エネルギー」、「酒類を除く食料」、「コアコア CPI」のそれぞれの寄与度の推移を示している。CPI 総合指数は 2007 年 10 月から前年を上回る動きが続き、2008 年 7 月には前年比 +2.3% となった。この時期の物価上昇は、コアコア CPI が前年比ゼロ近傍となる中、エネルギーと食料の価格上昇によって押し上げられていた。しかし 2009 年 1 月以降、そのコアコア CPI が前年を下回る動きを続けているものの、CPI 総合指数は、エネルギーや食料価格の上昇により、着実にマイナス幅が縮小し、2012 年 3 月は前年比 +0.5% とプラスに転じている。

次に、財・サービス別の CPI の前年比の推移をみると（図表 2）、エネルギーが該当する非耐久消費財は 2010 年第 2 四半期か

図表 1. CPI 総合指数の前年比の推移



図表 2. 財・サービス区分別CPI(前年比)の推移



ら上昇しており、半耐久消費財、サービスは 2010 年頃から下落幅が縮小し、足元では前年比横ばい前後となっている。一方、耐久消費財は前年を大きく下回る動きが続いている。特に、2010 年から 2011 年上期にかけて下落幅が拡大しており、コアコア CPI の下落の主因となった。2012 年第 1 四半期は下落幅が大幅に縮小しているが、これは後述する特殊要因による影響が大きい。

(2) 変動幅が大きい品目の整理

詳細な動きをみるために、品目ごとの動きを確認する。ここでは、物価変動が相対的に大きい品目をみるため、2010、2011 年度において、CPI 総合指数の前年比寄与度が 0.05%pt を超える、または▲0.05%pt を下回る月が 1 度でもあった、食料以外の品目(20 品目)を整理し、騰落の要因によって便宜的に分類した(図表 3)。

分類 1 はエネルギーの価格動向に左右される品目である。前述したエネルギーの物価上昇は、主に電気代、都市ガス代、灯油、ガソリンによって生じたことが確認できる。同じく、外国パック旅行は、エネルギー価格高騰によって燃油サーチャージ料などが上昇し、CPI 総合指数を押し上げた。分類 2 は、いわゆる電化製品であり、家庭用耐久財(電気冷蔵庫など)や教養娯楽耐久財(テレビなど)などが含まれている。これら分類 2 の品目は、性能向上のスピードが速く価格競争が激しいため CPI の下押し要因となっており、耐久消費財が大きく下落している要因はこれである。分類 3 は、税制・政策や料率の変更によって変動した品目である。ただし、これらの品目が前年比伸び率に与える影響は 1 年限りであり、足元では変動要因となっていない。分類 4 は、騰落の幅が 0.05%pt を越えた月が 3 ヶ月以内であり、一時的に超えたものと考えられる。また、分類 1~3 の主に上昇した品目(上昇寄与品目)、主に低下した品目(低下寄与品目)、食料、その他の品目の寄与度をみると(図表 4)、その他の品目の変動幅は小さいことが分かる。

以上を整理すると、2010、2011 年度の物価変動は、分類 1~3 の影響が大きかったと言え、特に、足元では分類 1、2 の品目の影響を受けている。

2. 特殊要因

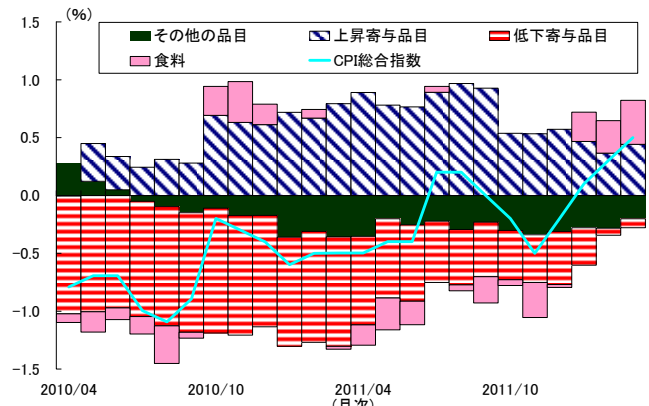
これまで各品目の推移を整理し、CPI は足元、原油価格上昇による上昇要因と、電化製品の値下げによる下落要因によって左

図表 3. 物価変動に影響を与えた品目

	2010			2011			2012			変動幅					
	月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	最小	最大
分類 1	電気代													▲0.323	~ 0.219
	都市ガス代													▲0.111	~ 0.078
	灯油													0.024	~ 0.127
	ガソリン													0.050	~ 0.379
	外国パック旅行													▲0.036	~ 0.124
分類 2	電気冷蔵庫													▲0.069	~ ▲0.023
	ルームエアコン													▲0.065	~ 0.054
	携帯電話機													▲0.074	~ 0.017
	テレビ													▲0.449	~ 0.017
	ビデオレコーダー													▲0.076	~ ▲0.012
	パソコン(ノート型)													▲0.119	~ ▲0.032
分類 3	自動車保険料(任意)													▲0.077	~ 0.039
	公立高校授業料													▲0.267	~ 0.000
	私立高校授業料													▲0.053	~ 0.002
	たばこ(国産品)													0.000	~ 0.115
	たばこ(輸入品)													0.000	~ 0.072
	傷害保険料													0.000	~ 0.141
分類 4	宿泊料													▲0.050	~ 0.013
	持家の帰属家賃													▲0.062	~ ▲0.016
	サブスクリプション													▲0.033	~ 0.052

(資料)総務省「消費者物価指数」より富国生命作成
(備考)太字斜体は主に上昇した品目。濃い網掛けが寄与度+0.05%pt以上、薄い網掛けが寄与度▲0.05%pt以下

図表 4. CPI総合指数に対する寄与度の推移



(資料)総務省「消費者物価指数」より富国生命作成

右されていることが分かった。その中で、分類 2 に該当するテレビとエアコンが CPI のかく乱要因となっている。とりわけテレビの影響が大きく、(1) テレビのウェイトが足元の実態からかけはなれている、(2) 銘柄の改正において品質調整が行なわれなかった可能性がある、という 2 つの問題点が挙げられる。

(1) テレビのウェイトについて

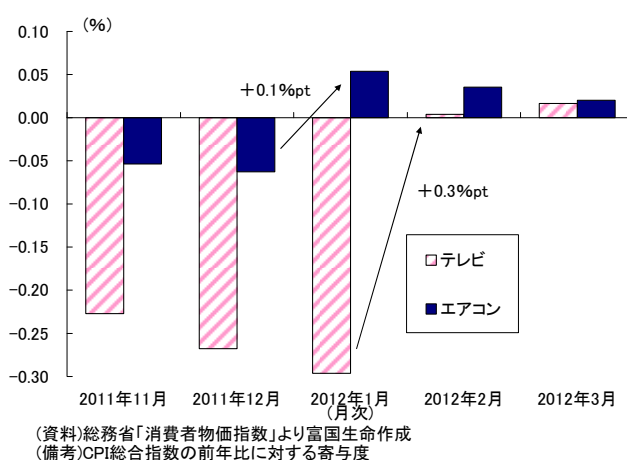
現在の 2010 年基準の CPI において、テレビのウェイトは 1 万分比で 97 となっている。実に全体の 1% を占めているが、2010 年は、エコポイントの導入や、アナログ放送終了前の買い替えなど、テレビの需要が強かった年である。しかし、家計調査によると 2011 年の消費支出に占めるテレビの割合は 0.4% であり、基準年で作成される CPI の性質によるものであるが、実態以上にテレビの価格変動が全体に影響を与えている。

(2) 基本銘柄の改正における品質調整について

CPI は、小売物価統計調査で得られた品目ごとの価格から作成される。調査する商品の代表性を維持するために銘柄¹の改正が行なわれるが、改正の際、CPI の作成に当たっては価格の変化を捉えるという目的に基づき、商品の機能や品質の違いによる価格の変化が調整され、これを品質調整と呼ぶ。

テレビは 2 月に銘柄の改正が行なわれ、これまでの銘柄になかった「地上デジタルチューナー2 基内蔵」の機能がある商品が調査対象となった。また、テレビの CPI は 1 月の前年比▲36.1% から 2 月は同+0.5% と、物価が上昇に転じている。これは、高性能の商品に変更されたにも関わらず品質調整が行なわれなかったことによる上昇と考えられ、ウェイトが大きいこともあり、全体に大きな影響をもたらした。また、エアコンについても 1 月に基本銘柄の改正が行なわれ、高い伸びに転じている (12 月同▲19.0% → 1 月同+16.3%)。この 2 品目の CPI 総合指数に対する寄与度をみると (図表 5)、1、2 月の 2 ヶ月の間に、合わせて 0.4%pt の影響を及ぼしている。この 2 品目の影響が無かったとすれば、1 月から上昇に転じている CPI 総合指数の上昇率は、1 月は前年比横ばい、2 月は同▲0.1%、3 月も同 0.1% 上昇と小さな上昇幅となる。

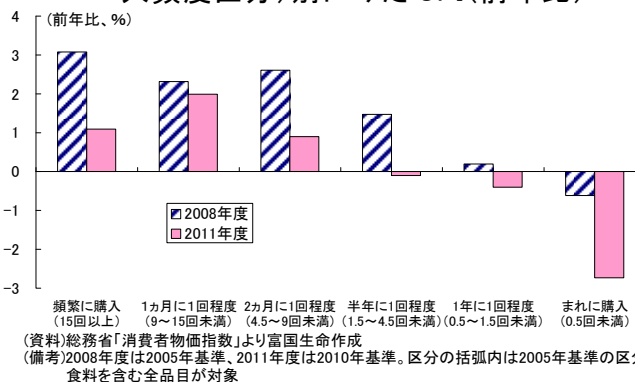
図表 5. テレビ、エアコンの寄与度の推移



3. CPI と消費者の実感の乖離

実際に消費者はどのように実感しているのだろうか。食料を含む、CPI の全品目を購入頻度階級別に確認する (図表 6)。物価上昇が顕著であった 2008 年度と 2011 年度を比較してみると、最も購入頻度の低い「まれに購入」する品目は下落幅が拡大、続いて頻度の低い 2 階級の品目については下落

図表 6. 購入頻度階級 (1 世帯当たり 1 年間の購入頻度区分) 別にみた CPI (前年比)

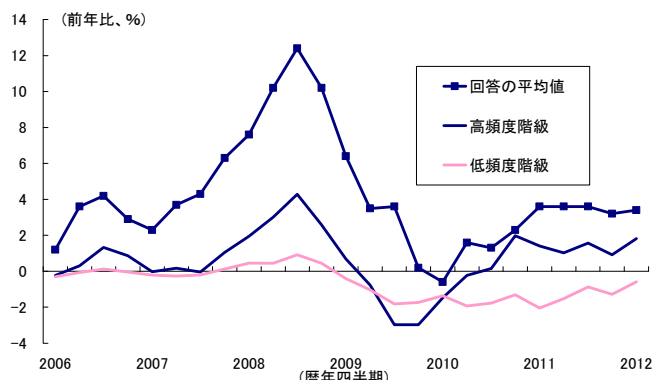


¹小売物価統計調査では、調査する商品の機能、規格、容量などの特性を「銘柄」として規定しており、該当する代表的な商品が品目ごとに選ばれ、その商品の価格が当該品目の価格として扱われる。

した一方、購入頻度が高い3階級については、2008年度ほどではないが上昇している。このように消費者の購入機会の多い品目ほど物価上昇し、その一方殆ど購入しない品目は物価が下落した。

日銀の「生活意識に関するアンケート調査」の2012年3月調査の結果をみると、消費者の物価に対する実感は、購入頻度が高い品目の物価に影響されやすく、足元では物価上昇を実感していることが分かる。図表7は、「1年前に比べ現在の物価は何%程度変化したと思うか」という質問に対する回答の平均値の推移と、購入頻度階級別の頻度が高い3階級（以下、高頻度品目）、低い3階級（低頻度品目）の前年比の推移である。低頻度品目の物価は、2009年以降前年を下回る動きが続いている。一方、高頻度品目は2010年第3四半期以降前年を上回っている。消費者の物価に対する実感である回答の平均値をみると、消費者は2010年第2四半期以降、物価が前年を上回っていると実感しており、高頻度品目の物価の推移に近いことが分かる。つまり、家電などの耐久消費財を中心とした購入頻度が低い品目によってCPIは押し下げられているものの、エネルギーなどの購入頻度が高いものが上昇しているため、消費者はCPIが示す以上に上昇を感じている。

図表7. 購入頻度階級別CPI(前年比)と消費者の物価に対する実感の推移



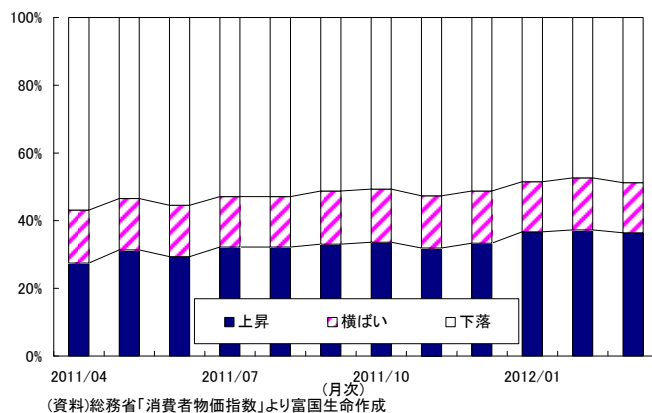
(資料)総務省「消費者物価指数」、日銀「生活意識に関するアンケート調査」より富国生命作成 (備考)CPIは、2010年以前は2005年基準、2011年以降は2010年基準。食料を含む全品目が対象。

4. まとめ

CPIは、食料を除くと、変動幅が大きかった限られた品目の影響を受け、ここ数カ月は先に分けた分類1と2の綱引きとなっている。分類1はエネルギー価格の影響を強く受けるが、原油価格が下落に転じており、原発停止の影響を受ける電気代を除くと今後の物価上昇圧力は緩和するだろう。一方、分類2の耐久消費財は、物価を大きく押し下げていたテレビとエアコンが前年比プラスとなるなど、これまでのような大幅な物価下落要因にならないとみられる。

こうした中、他の品目を含めた全体の動きについて、図表8は、食料以外の全品目の前年対比の動きを示している。上昇、横ばい、下落と分けて品目数の割合推移をみると、2011年度中に上昇した品目数は増加（2011年4月：98品目→2012年3月：130品目）する一方、下落した品目数は減少（203品目→174品目）している。こうした動きは、全体に与える影響は小さいが、被服及び履物や家具・家事用品などの品目で確認できる。この要因は、現時点で見極めるのは困難であるが、投入コスト上昇で価格の引き下げ余地がなくなった、消費者の暮らし向きの変化で、高品質であれば適正価格を受け入れるようになった、などの可能性が考えられる。この動きが他の品目にも広がり、コアコアCPIが変化していくのか、今後も仔細に点検する必要があるだろう。

図表8. 物価動向別品目数の割合の推移



(資料)総務省「消費者物価指数」より富国生命作成