

# 消費者物価指数半世紀の推移とその課題

予算委員会調査室 星 正彦

## 《要旨》

2019（平成 31）年 4 月 30 日に天皇陛下が御退位され、翌 5 月 1 日に皇太子殿下が御即位されることに伴い、新たな元号に改められる予定である。また、2020 年には東京オリンピック・パラリンピックも控えており、我が国は新たな時代を迎えることになる。

消費者物価指数も、次回の基準改定は 2020 年の予定であり、新たな元号のもとでの初めての改定となる。そこで、本稿では、昭和、平成期の消費者物価指数半世紀を振り返り、今後の課題を探ることとしたい<sup>1</sup>。

なお、補論として、最近の国会での議論を参考に、物価安定目標としての消費者物価指数の役割について言及した。

## 1. 消費者物価指数とは

消費者物価指数（Consumer Price Index：C P I。以下、「C P I」という。）とは、全国の家計が購入する財（商品）及びサービス<sup>2</sup>の価格変動を総合的に測定し、物価の変動を時系列的に測定するものである。この C P I の作成は、1946（昭和 21）年 8 月から開始された。現在では、C P I は単に経済指標として用いられるだけでなく、公的年金の給付額、児童扶養手当額などを物価の動きに応じて改定するための算出基準としても用いられており、生活に直結している。

C P I には幾つかの種類があり、通常、報道などで取り上げられる消費者物価上昇率では、すべての調査品目の動きを反映した「全国総合指数」（総合）が

---

<sup>1</sup> 本稿は拙稿「消費者物価 40 年の動き」（参議院予算委員会調査室『経済・金融・財政 月例資料』No. 491（2018. 4）6 頁）に加筆、再構成したものである。同誌は 1977（昭和 52）年 5 月に創刊して以来、2019（平成 31）年 1 月で 500 号を迎える予定であり、当室では、これを記念し、同誌で取り扱ってきた各種経済指標について、創刊以来の動きを振り返ることとし、各号に掲載するとともに、500 号発刊に当たって、これらの論文を取りまとめた『別冊』を発行する予定である。なお、以下で採り上げた各ホームページへの最終アクセスは 2018. 5. 15 である。

<sup>2</sup> よって、C P I は土地や株などの資産価格は対象としていない。

用いられている。一方、インフレーション、デフレーションの基調の度合いを見るときには、生鮮食品の価格が天候等の条件によって短期的に大きく変動してしまうため、「生鮮食品を除く総合」(コア)が使われる。また、エネルギー価格の中心を占める原油価格が、供給要因による変動が大きく、景気以外の要因によって決まってしまうことがしばしばあり<sup>3</sup>、純粹に景気の動向を反映した物価の趨勢を把握するためにはエネルギー価格を除いたほうがよいことから<sup>4</sup>、「食料(酒類を除く)及びエネルギーを除く総合」(米国型コアあるいはコアコア)が2006(平成18)年より統計として加わっている<sup>5</sup>。なお、我が国でコアコアに該当するものを、国際的にはコアと呼んでいる。つまり、各国の中央銀行で議論される際に用いられるコアとは、我が国で言うコアコアのことである。

日本銀行がゼロ金利政策、量的緩和を巡って政策変更の判断材料にCPIを使用している理由は、「金融政策の目的は物価の安定を実現し、これを通じて究極的には国民の厚生の上昇を図ることであると考え、国民(消費者)の生活に直接関係する消費者物価指数が最も自然であること」、「消費者物価指数は国民から見て最もわかりやすく身近な物価指数であること」にある<sup>6</sup>。この日銀が基調的な判断材料としているCPIとはコアのことであり、黒田日銀総裁も「私どもが言う消費者物価指数の中では、生鮮食品を除いたベースで見る人が多いわけでございます。」<sup>7</sup>と答弁している。同時に「コアコアといえますか、エネルギーと食品を除くベースの指標も重要であり、そういったものもあわせて見ていくということになると思います。」とも答弁しており、コアコアも参考としていることが明らかとされている。

## 2. 我が国消費者物価指数の推移

---

<sup>3</sup> 「原油価格は、通常、世界の景気、すなわち需要動向によって決まるはずですが、時に、景気の動向から大きく逸脱した動きを見せます。たとえば、産油国どうして紛争が生じるなど、政治的な緊張が高まった場合、原油供給に支障が出るとの懸念から原油価格が急騰する可能性があります。また、産油国が協調して減産を決定した場合などでも、供給量の減少懸念から原油価格が大幅に上昇することがあります。」(新家義貴『予測の達人が教える経済指標の読み方』日本経済新聞出版社(2017)209頁)

<sup>4</sup> エネルギーだけでなく、食料品も、海外での価格変動や為替レートの影響を大きく受けることから、必ずしも景気動向を反映しないことがある。

<sup>5</sup> 2017(平成29)年から「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」の「新型コア」も公表されている。「後発のコアコア、新型コアは、日銀の量的緩和政策、2%の物価安定目標といった非伝統的な金融政策の効果について、新たな判断材料を提供する役割が期待された」(『《トピックス》消費者物価指数で注目される4つの指標』参議院予算委員会調査室『経済・金融・財政 月例資料』No.481(2017.6)8頁)

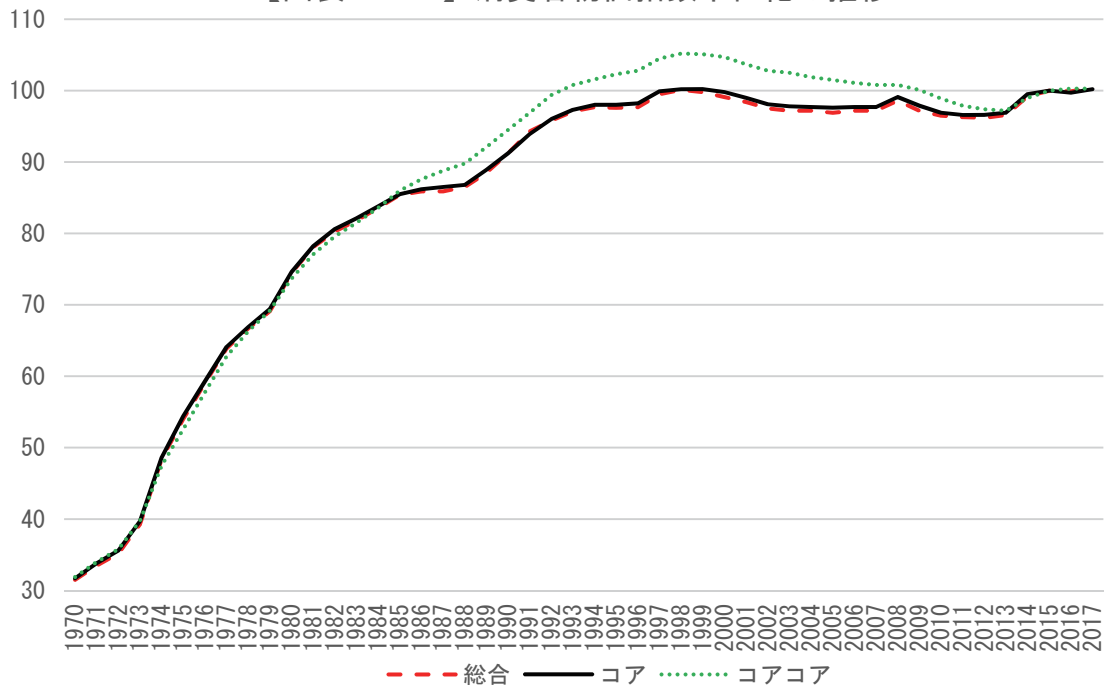
<sup>6</sup> 白川方明『現代の金融政策 理論と実際』日本経済新聞出版社(2008)65頁

<sup>7</sup> 第183回国会衆議院予算委員会議録第18号(2013.4.2)17頁

### (1) 半世紀の推移

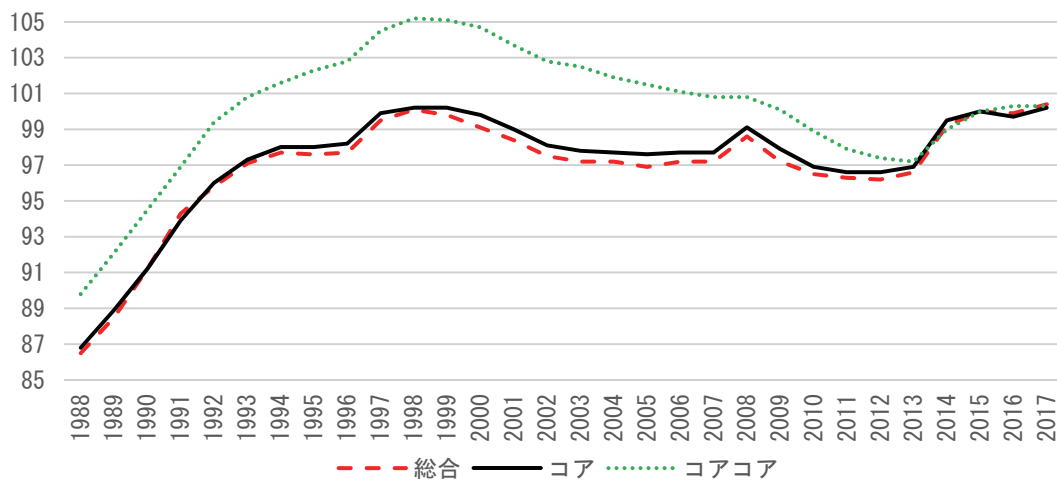
1970年代からのCPIの推移を見ると（図表1-1、図表1-2）、高度成長期、バブル期を経て1998（平成10）年までは右肩上がりに上がっていたが、同年から2013（平成25）年まで続いたデフレの間は停滞している。ただし、「デフレ」という言葉から想像される程、物価水準が逡減している状態ではない。その後2014（平成26）年に消費税引上げで微増したが、以後、再び停滞している。

【図表1-1】消費者物価指数半世紀の推移



（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

【図表1-2】平成期の消費者物価指数の推移

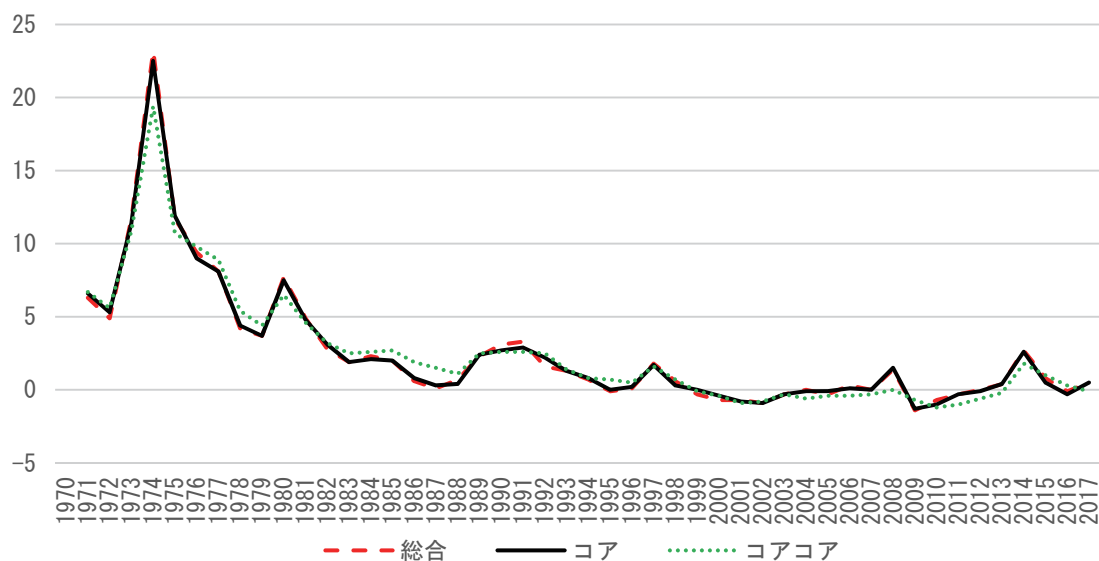


（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

一般に、景気が拡張（後退）すると物価が上昇（下降）すると言われており、高度成長期にはそのような傾向が確認できるものの、バブル崩壊以降は景気に対する物価の反応度は低下しており、たとえば1997（平成9）年のアジア通貨危機（7月）・山一証券等の破綻（11月）、2008（平成20）年のリーマンショック直前の好景気と直後の不況、2011（平成23）年の東日本大震災後の景気の落ち込みとの関連を見ても、近時は経済変動があっても物価の変化幅は小さいことが見て取れる。これはC P I と実質経済成長率が単純に連動するものではなく、先行研究によると、これは我が国に限ったことではないことが判っている<sup>8</sup>。

なお、平成期前半においてコアコアが総合、コアに比べて高いのは、この間、原油価格が低かったためである。その後、原油価格は2008年（リーマンショック直前）、2010～2014年に高騰し、コアコアと総合、コアとの差が縮まった。

【図表2-1】消費者物価指数半世紀の推移（対前年比）

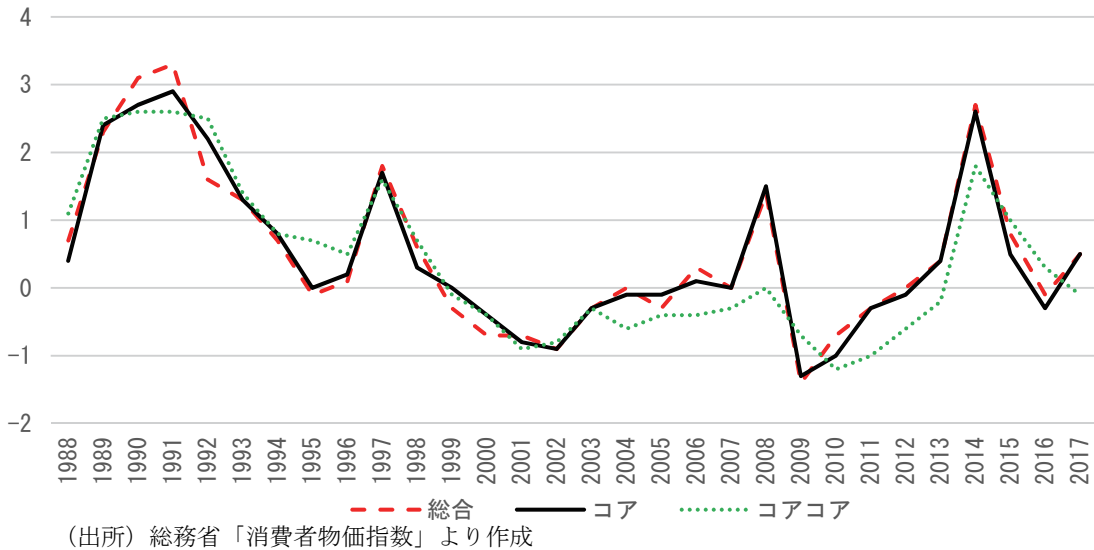


（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

対前年比で見ると（図表2-1、図表2-2）、第1次オイルショックの1973（昭和48）年と第2次オイルショックの1979（昭和54）年の前後に大きく上がっており、これがC P I 押し上げの大きな要因となったが、その後は、比較的安定して推移している。その安定期の中で、対前年比が上がっている年を見ると、1989（平成元）年の消費税導入（3%）、1997（平成9）年の消費税率引上げ（5%）、2014（平成26）年の消費税率引上げ（8%）と、いずれも消

<sup>8</sup> 鈴木克洋「我が国における物価の現状と物価の変動要因の整理」参議院事務局企画調整室『経済のプリズム』No114（2013）7頁

【図表 2-2】平成期の消費者物価指数の推移（対前年比）



費税に関わるものである<sup>9</sup>。消費税以外が要因のものとして、2002（平成 14）年から 2008（平成 20）年にかけての山は、「戦後最長の景気」あるいは「いざなぎ景気」とも呼ばれる好景気の期間で物価が上昇したものであったが、リーマンショックで再びデフレに戻ってしまったことがわかる。

## （2）消費者物価指数と消費税率引上げの関係

消費税増税時に C P I（対前年比）が一時的に跳ね上がる理由としては、増税分の価格転嫁<sup>10</sup>のほか、端数の切り上げ処理の関係で増税分以上に値上げるケース、増税分と併せて仕入れコストや人件費の上昇分を転嫁するケース（いわゆる便乗値上げ）があるものと推察される<sup>11</sup>。

C P I に消費税分を含めることについては異論もあるが、C P I は世帯が購入する財及びサービスの価格の変動を測定することを目的としていることから、財やサービスの購入と一体となって徴収される消費税分を含めた、消費者が実

<sup>9</sup> いずれも 4 月に導入・引上げがなされている。

<sup>10</sup> 欧州各国では、我が国の消費税に相当する付加価値税の税率を上げた際でも、価格転嫁はあまり見られないが、その理由は、「消費者に増税分を持ってもらう意識が乏しく、企業は利益を全体の中で確保できればいいと考える」からだとしている（日本経済新聞 2018. 3. 31）。

<sup>11</sup> みずほ総合研究所「消費増税後の物価動向」（2014. 4. 18）。なお、消費税増税分を価格転嫁する必要はないはずの納税義務免除事業者が多いとみられる品目においても、増税に併せて値上げされる例が見られ、総務省の調査では、2014 年の増税の際、焼肉（外食）で 2.5%、コーヒー（外食）A で 2.2%、理髪料で 1.4%、パーマ代で 2.9%（いずれも価格指数の前月比）値上げされている（総務省統計局統計調査部消費統計課物価統計室「消費者物価指数における消費税抜き C P I の作成・公表への対応について」（2016. 11. 17））。

際に支払う価格を用いて作成されるべきとされている<sup>12</sup>。ILOの国際基準でも、消費税分を含めることとなっている<sup>13</sup>。

消費税率引上げと物価の上昇の関係について、黒田日銀総裁は、「消費税率引き上げによる消費者物価上昇率の押し上げは一時的なものである」としている<sup>14</sup>。実際にグラフでCPIとその対前年比を並べて見てみると、導入時を含めた3回とも、上昇率、すなわち対前年比の押し上げは、確かに一時的なものであった。CPI自体について見ていくと、1989年の導入時は、バブル景気の真っ只中であつたため、その後も物価は上昇し続けた。一方、5%への引上げの1997年の場合は、その後、物価は低迷し、デフレの引き金を引いた形になったとも言える。8%への引上げの2014年の場合は、その前年から始まっていた物価上昇基調に水を差し、以後、物価が停滞している<sup>15</sup>。以上のことから、過去の我が国の状況を見ると、景気が非常によい時には消費税の引上げ（導入）はあまり物価の上昇に影響を及ぼさないが、景気の足腰が強くない時に消費税を引上げてしまうと物価上昇に腰折れが生じてしまうということがわかる。

2019年に予定されている10%への引上げの影響について、黒田日銀総裁は、その所信質疑において、「来年の消費税率引上げに伴う2019年度の成長率の押し幅は前回増税時と比べると小幅なものにとどまるのではないかとというふうに考えられます。これは、単純に税率の引上げ幅が前回よりも小さい、あるいは飲食料品を中心に軽減税率が適用されるということによるわけでごさ

---

<sup>12</sup> 総務省統計局『消費者物価指数のしくみと見方』（2016）12頁。ただし、「統計改革推進会議最終とりまとめ」（2017.5）において、消費税抜きCPIの作成・公表が盛り込まれ（39頁）、総務省内で早急に開始するよう検討している（総務省統計局「消費者物価指数における課題とその対応について」（2017.4.19））。

<sup>13</sup> ILO, Consumer Price Index Manual : Theory and Practice, 2004, p487 ([http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/presentation/wcms\\_331153.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/presentation/wcms_331153.pdf))

<sup>14</sup> 黒田日銀総裁の日本商工会議所における講演「なぜ「2%」の物価上昇を目指すのか」（2014.3.20）[https://www.boj.or.jp/announcements/press/koen\\_2014/ko140320a.htm/](https://www.boj.or.jp/announcements/press/koen_2014/ko140320a.htm/)

<sup>15</sup> 黒田日銀総裁は「結果的に、確かに前回の消費税増税の場合は2四半期マイナス成長になったということで、……短期的なところは確かに私ども自身もやや駆け込みと反動減の大きさを過小評価していたのではないかとというふうに反省しております。」（第196回国会参議院予算委員会（2018.3.28））と、また若田部新日銀副総裁は「前回の消費税の税率引き上げというのは……実質経済成長率の低下であったり、あるいは物価安定目標2%を達成するということの中でそれが頓挫するというところにおいて無視できない影響があつた」（第196回国会参議院議院運営委員会会議録第9号（2018.3.7）3頁）と発言している。また、近年の個人消費の大きな落ち込み例として2008年のリーマンショック、2011年の東日本大震災、2014年の消費増税があつたが、リーマンショックでは2年後、東日本大震災では1年後に元の趨勢に戻つたのに対し、2014年の消費増税の際は元に戻るのに3年かかつたとの分析もある（永濱利廣「景気配慮の財政再建が必要な理由①」第一生命研究所経済調査部（2018.4.16））。

す。」<sup>16</sup>と楽観的な予測をしており、雨宮新日銀副総裁も、その所信質疑において、「前回の消費税引上げと比べますと引上げ幅が小さいこと、それから軽減税率が適用されること、それと教育無償化等で支出される部分があること等を踏まえたと、前回よりも影響は小さいのではないかというふうに見ている」<sup>17</sup>と述べている。一方、3月に退任した岩田前日銀副総裁は、「2%未達の最大の理由は14年4月の消費増税だ。……この増税がなければ14年夏頃に2%に到達したはず。19年10月の消費増税は、消費を冷やして物価を下押ししないと確信できない限り再延期が必要」<sup>18</sup>と慎重な発言をしている。

この点につき安倍内閣総理大臣は、「リーマン・ショック級の大きなインパクトのあるものがあるときには当然それは考慮しなければならないと考えておりますが、……基本的には消費税を引き上げていく考え方であります。また、そのためのしっかりと対策は、前回3%引き上げた際の消費が冷え込んだ等々の経験を生かしてしっかりと対応を取っていきたい」<sup>19</sup>と答弁している。

### (3) 足下の状況

本稿は長期系列を扱うものではあるが、足下の状況を見ておくと（図表3参照）、2018年3月の時点で、いずれも若干の上昇傾向にあるが、総合で前年同月比1.1%、コアで0.9%、コアコアで0.3%の上昇に留まっている。

コアでみると、2016年に入り、円高方向への動きやエネルギー価格の低下等により、前年同月比で低下していたが、同年後半からのエネルギー価格の上昇などにより、2017年に入ってからプラスに転じ、同年後半からは1%近傍で推移している。

他方、エネルギー価格の変動による影響を除いた物価の基調についてコアコアでみると、2016年後半以降は前年同月比、前月比とも0%近傍で横ばいの動きとなっている<sup>20</sup>。これは、原材料費の上昇などにより一般食料工業製品などが

<sup>16</sup> 第196回国会参議院議院運営委員会会議録第8号（2018.3.6）9頁

<sup>17</sup> 第196回国会参議院議院運営委員会会議録第9号（2018.3.7）18頁

<sup>18</sup> 日本経済新聞 2018.3.28

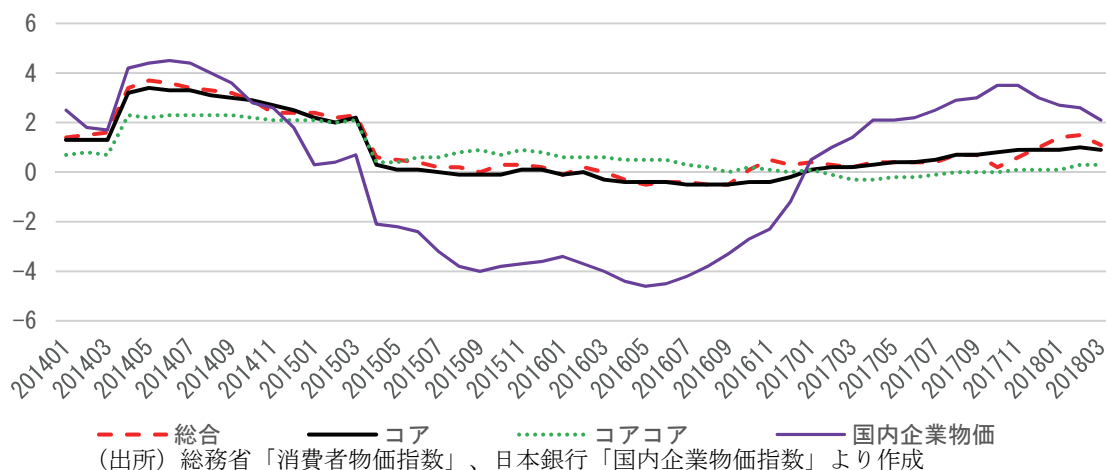
<sup>19</sup> 第196回国会参議院予算委員会（2018.3.28）。この発言並びに平成30年第2回経済財政諮問会議（2018.2.20）の結果（<http://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/minutes/2018/0220/gijiyoushi.pdf>）を受け、政府は4月13日、消費税率10%への引上げに伴う景気の悪影響を緩和するための対策を協議する検討会を立ち上げた（内閣官房長官記者会見（2018.4.13）[http://www.kantei.go.jp/jp/tyoukanpress/201804/13\\_a.html](http://www.kantei.go.jp/jp/tyoukanpress/201804/13_a.html)）。

<sup>20</sup> この景気拡大が長期化してもなかなか上がらない物価、外需主導型の景気拡大という2点が、リーマンショック前の「いざなぎ景気」と呼ばれた頃とよく似ているという指摘がある（早川英男「2018年の経済見通し：「適温経済」に潜む罠」富士通総研（2018.1.12））。

上昇し、またインバウンドが好調であることなどを背景に宿泊料が上昇しているほか、単身世帯の増加もあって外食が上昇している一方、携帯電話機や携帯電話通信料などが下落していることが主な要因であるとされている<sup>21</sup>。

また、企業物価の動向を需要段階別で見ると、資源価格の回復により素材価格が2017年に入り前年比で大きく上昇し、その動きが中間財、さらには最終財にも波及しつつある。企業物価の最終財のうち、消費財と消費者物価(財)との時差相関をみると、政府は企業物価の消費財の上昇から半年程度のラグを伴って消費者物価(財)が押し上がると見込まれるとし<sup>22</sup>、「物価を取り巻く環境には局面変化がみられる」<sup>23</sup>と結論づけている。このように、一般に国内企業物価指数はCPIの先行指標と目されている<sup>24</sup>が、実際に近年の状況を見る限りでは、むしろ同調しており特段の先行性は見当たらない<sup>25</sup>。

【図表3】 足下の消費者物価の状況（前年同月比）



以上のように総合、コアが若干ながら上昇傾向にあり、国内企業物価指数も上昇している情勢を踏まえ、2018年3月の内閣府月例経済報告では消費者物価の判断を「横ばいとなっている」から「このところ緩やかに上昇している」と修正し、4月の同報告でもこれを維持している。2015年5月に「横ばい」から

<sup>21</sup> 内閣府政策統括官（経済財政分析担当）『日本経済 2017-2018 ー成長力強化に向けた課題と展望ー』（2018年1月）50頁。なお、直近の2018年3月では逆に、携帯電話機や携帯電話通信料がプラスに転じたが、宿泊料が低下し、結果として横ばいの状況に変化が見られない（BNPパリバ証券「Economic Spotlight」（2018.4.20））。

<sup>22</sup> 前掲注21 56頁

<sup>23</sup> 前掲注21 58頁

<sup>24</sup> ニッセイアセットマネジメント「マーケットレポート」（2018.2.28）

<sup>25</sup> 小林弘明「デフレ下における食品製造業の課題ー消費者物価指数・企業物価指数・輸入物価指数の連動性」『食品企業財務動向調査報告書』食品需給研究センター（2011）143頁



「緩やかに上昇」へと上げ方向に変更し、その後食料品の値上がり一服を受け16年6月に「上昇テンポが鈍化している」とし、同年8月に「横ばい」に修正して以来、久々の上げ方向への変更となった。茂木内閣府特命担当大臣は同報告に関する記者会見で「デフレ脱却に向けた動きに進展が見られている」としつつも、物価は昨年の円安に伴う原材料の輸入コスト増に押し上げられている面もあるとし、今後とも「雇用・所得環境を改善するためのあらゆる手段をとっていくということが必要」だとしている<sup>26</sup>。

片や、生活実感という面では、国民がCPIの現況とは若干異なった実感を持っていることがわかる。日銀の「生活意識に関するアンケート調査」(第73回<2018年3月調査>)を見ると、かなり上がった14.8%、少し上がった58.7%、ほとんど変わらない23.7%となっており、「かなり上がった」については前回2017年12月調査の7.6%からほぼ倍増している。また、1年前に比べ物価は何%程度変化したと感じているかという「体感物価」についても、平均値は+5.8%となっており、多くの人がCPIの実際の値以上に物価が上がっていると感じているようである<sup>27</sup>。このように生活実感として物価が上がったように思われている理由について、一般には、生活実感の中では生鮮食品やエネルギーの占める割合が高く<sup>28</sup>、あるいは、賃金上昇が思うように進んでいない<sup>29</sup>ため、少しの価格上昇でも、気持ちとして家計に大きく響いていることによるものであろうと推察されている。

#### (4) 世相を反映する品目の新旧

CPIの対象品目は、世帯が購入する多種多様な財及びサービス全体の物価変動を代表できるように、家計の消費支出の中で重要度が高いこと、価格変動の面で代表性があること、継続調査が可能であることなどの観点から選定した584品目に持家の帰属家賃を加えた585品目(沖縄県のみで調査する4品目を含む。)とされている<sup>30</sup>。なお、消費動向を調査するのであれば品目数をもっと増やすべきではないかとする意見もあるが、総務省は、家計の消費支出全体の

<sup>26</sup> 茂木内閣府特命担当大臣記者会見要旨(2018.3.16)

<sup>27</sup> [https://www.boj.or.jp/research/o\\_survey/data/ishiki1804.pdf](https://www.boj.or.jp/research/o_survey/data/ishiki1804.pdf)

<sup>28</sup> 額賀信「生活実感と物価目標」『金融財政ビジネス』2018.1.22号3頁。なお、CPIに「持ち家の帰属家賃」すなわち、マイホームを借家とみなした場合に支払ったはずの家賃という“架空の取引”が含まれていることも生活実感との乖離を生じさせる原因であるとの指摘もある(永濱利廣『サンデー毎日』2018.5.6-13号173頁)。

<sup>29</sup> 前掲注21 60頁

<sup>30</sup> 総務省統計局「2015年基準 消費者物価指数の解説」(2016)2頁

中から支出額の高い品目順に並べてみると、上位 300 品目で全体の支出額の約 9 割を占めており、この品目数で十分であるとしている<sup>31</sup>。

対象品目は、基準改定時に再検討され入れ替えがなされるが、その結果は、世相を反映したものとなっている。

1970 年基準で追加された主な品目としては、即席カレー、レモン、メロン、コーラ、テレビ（カラー）、ルームクーラー、石油ストーブ、カーペット、婦人ウール着物、航空運賃、乗用車、自動車ガソリン、ボールペン、ゲーム代（ボウリング）、フィルム（カラー）など、廃止された主な品目としては、かんぴょう、ジャンパー、まき、キャラコ、綿ネル、サージ、学生帽などであった。

一方、2015 年基準で追加された主な品目としては、ロールケーキ、からあげ弁当、コンビニのセルフコーヒー、空気清浄機、マスク、ペットトイレ用品、警備料など、廃止された主な品目としては、レモン、親子どんぶり、お子様ランチ、電気ポット、電気アイロン、体温計、セロハン粘着テープ、筆入れなどであった。

#### （５）急激に変化した品目、変化の少ない品目

個別品目ごとの指数を見れば、その品目の価値の移り変わりがわかる。2015 年の各品目を 100 とした場合の主な品目の変化は次のとおりである。

カメラは 1970 年 3641.8 から 1976 年に 5112.8 まで上昇した。現在の価値の約 50 倍ということであり、当時は、これらの品目は、相当に「高嶺の花」だったことがわかる。その後、急激に落ち、2017 年には 109.7 になっており、今では生活の中でありふれた財となっている<sup>32</sup>。電気冷蔵庫も 1944.3 から 1982 年の 2735.3 まで上昇し、現在は 91.4 に落ち着いている。

また、水道工事費は 7.1 から現在は 103.1 に、こんぶつくだ煮は 11.9 から 100.9、プロ野球観覧料は 12.6 から 101.9 へと 10 倍前後の上昇となっている。

一方、変化幅が小さく、安定した品目もある。歯磨きは 100.7 から 1984 年に 129.9 となり、現在は 96.9 とあまり変化が見られない。ガステーブルも 100.8

---

<sup>31</sup> 前掲注 12 15 頁

<sup>32</sup> 技術革新が著しく市場の製品サイクルが極めて短いため同質の製品を継続的に調査することが困難なものについては、POSデータを用いて、ヘドニック法と呼ばれる方法により品質調整（新旧の財・サービスの品質差を除去する処理）された指数を作成するようになっている。カメラでは 2003 年からヘドニック法により作成されており、これによって指数が引き下げられたという面もあるとの指摘もあるが（市川正樹『『CPI（耐久財除く総合）』の試み』大和総研グループ（2013.3.7））、同法導入前の 2002 年 1421.6、導入後の 2003 年 1238.3 であり、その前後の期間も同程度の下落幅となっていることから、同法の採用が大きな影響を及ぼしているとはまでは言えない。

から 1992 年に 223.2 となり、現在は 103.9 とあまり変化していない。なお、腕時計も 101.5 から 1980 年に 111.1 となり、現在は 99.8 と調査対象品目ベースでは変化が少ないものの、超高額の腕時計も存在していることは周知のとおりである。

オイルショック時の象徴となったティッシュ・トイレットペーパーについて見ると、60.7 から第 1 次オイルショック時の 1974 年には 136.8 と一気に跳ね上がったが、現在は 100.2 となっており、変化幅としては、他に比べて大きなものではなかった。よく“物価の優等生”と言われている鶏卵は、61.1 から 1981 年に 109.1 となり現在は 98.8 となっている。

また、政策を反映し特徴的な動きをしているものとして、教育関連費がある。大学授業料（国立）は、2.1 から 2008 年に 100 へと大幅に上昇したが、以後変わっていない<sup>33</sup>。国立大学の授業料は、2004 年度以降は国の示す標準額に従い各大学が決めることとなっているが、この標準額は 2005 年度以降変わっていない。ほぼ 3 年の間に、各国立大学の授業料が標準額に収斂したことが見て取れる。高等学校授業料（公立）も、47.2 から 2009 年に 631.5 と大幅に上昇していたが、民主党政権下の 2010 年に無償化が行われたことにより 2011～2013 年は 9.8 となり、自民・公明連立政権に戻った後、2014 年に所得制限を設けたことにより再び上昇し、現在は 164.4 となっている<sup>34</sup>。

### 3. 年間消費者物価指数の推移とその変遷

1 年間を通した C P I の動きに特徴的な点は見られるであろうか。

1970 年、1990 年、2017 年の月次前月比を比較してみると（図表 4-1、図表 4-2、図表 4-3）、共通しているのは、4 月に上昇率が高くなり、夏は上昇率が落ち着き、秋の 9、10 月に再び上昇率が高くなり、年末・冬に再び落ち着くという流れがある点である。4 月の物価上昇が顕著なのは、年度替わりのタイミングで値上げをすることが多いからであろうと思われる。野菜など生鮮食品の動向に左右されやすい総合を見ると、夏は供給過剰で下がり、台風シーズンで被害が出る秋、野菜不足となる冬場に高くなる傾向にある。

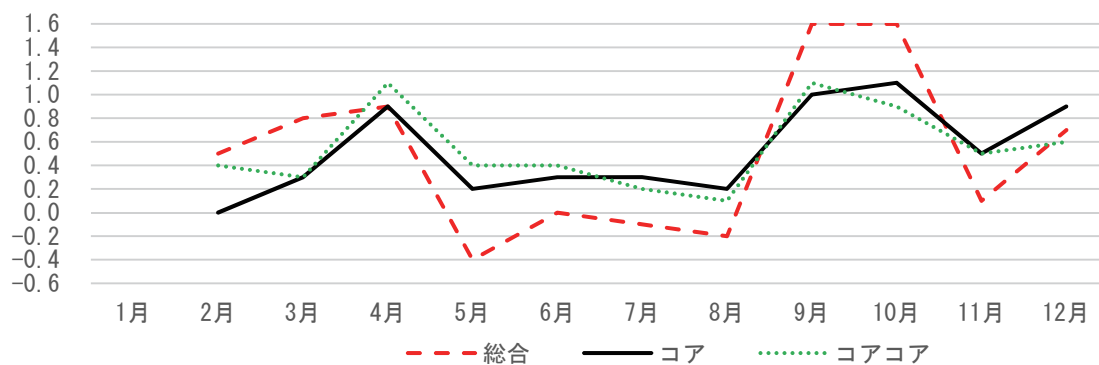
---

<sup>33</sup> ちなみに、大学授業料（私立）は、10.4 から現在は 101.3（これまでの最高値）となっている。

<sup>34</sup> ちなみに、高等学校授業料（私立）は、14.1 から 2009 年に 122 となり、2011～13 年の間は 92、93、93.4 と推移し、現在は 103.7 となっている。いわゆる高校無償化は、公立高校生の授業料（原則として年 11 万 8,800 円）は国が負担する一方、私立高校生に対しては原則同額の就学支援金を支給するものであったため、高等学校授業料（私立）の変化のほうはこの程度にとどまったものと思われる。

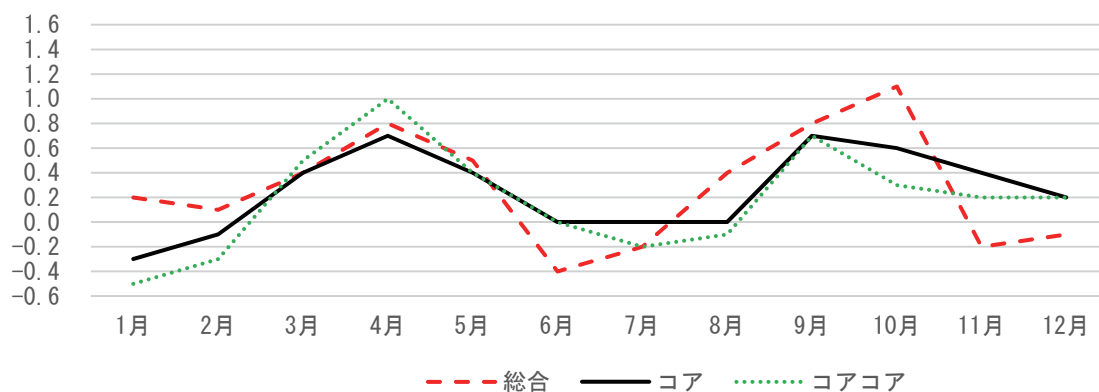
また、3表を見比べると、年を経るにつれ、徐々に振幅が小さくなっていることがわかる。総合の振幅も小さくなっていることから、自然を相手にする農業でも、技術革新によって、需要に見合った生産調整が進んでいると想像できる。

【図表4-1】年間消費者物価指数の推移（対前月比）（1970年）



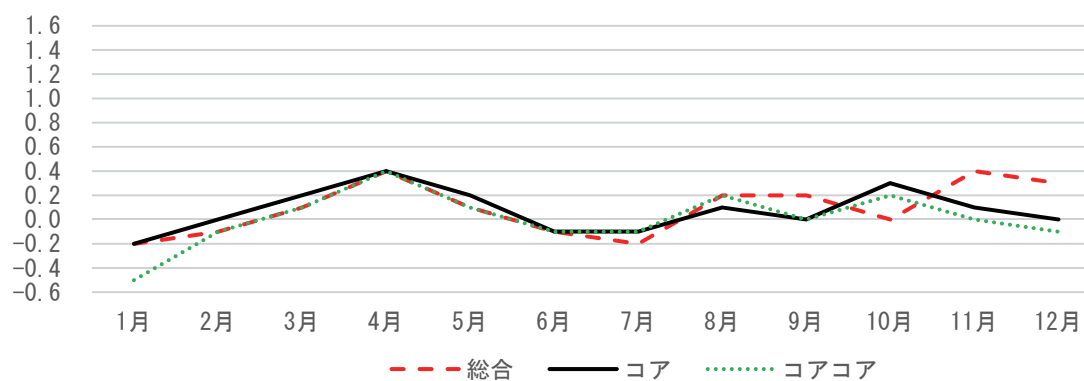
（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

【図表4-2】年間消費者物価指数の推移（対前月比）（1990年）



（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

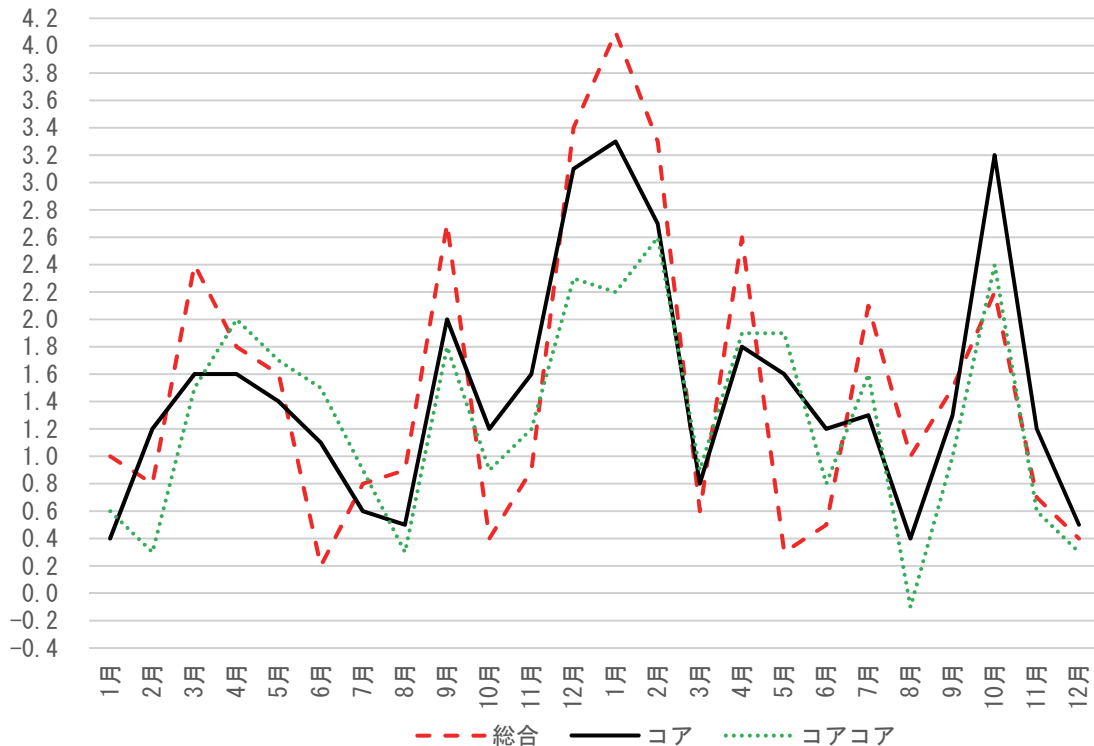
【図表4-3】年間消費者物価指数の推移（対前月比）（2017年）



（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

なお、第1次オイルショックの1973～74年時(図表4-4)とリーマンショックの2008年時(図表4-5)の年間推移についても、参考までに掲載した。

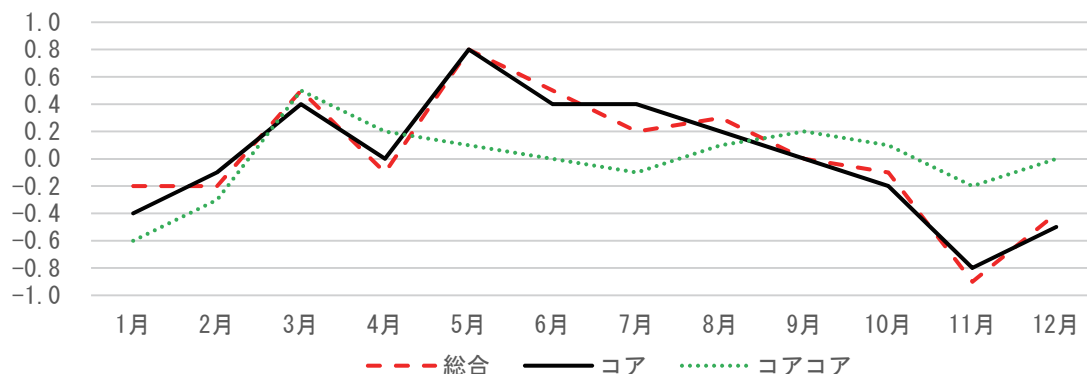
【図表4-4】年間消費者物価指数の推移(対前月比)  
(1973～74年)



(出所) 総務省「消費者物価指数」より作成

第1次オイルショック時の経過は以下のとおりである。1973年10月、O A P E C (アラブ石油輸出国機構) が、親イスラエル政策を採る諸国(我が国も含まれていた)に対する石油輸出の制限を発表した。オイルショックは安価なアラブ原油に依存していた西側先進工業国の燃料不足、原料不足をもたらし、生産が低下して急激な物価上昇となった。国内では、マスコミが連日、石油資源不足の危機を報道したため、11月には消費者がスーパーに押しかけてトイレットペーパーを買いだめするなどの騒ぎとなった。実際には品不足ではなかったが、マスコミとロコミによる情報に多くの人が踊らされた結果と言われている。この石油禁輸は1974年春には完全に撤廃され、石油供給に関する危機も急速に薄らいだ。C P I の推移を見てみると、1970年に比べ振幅が大きいものの、73年9月まではほぼ同様のトレンドをたどっており、10月に一旦落ち込んでから急激に上昇し、74年3月に落ち着くまでは、異常な物価上昇率となった。エネルギーを除いているコアコアよりも総合とコアの上昇率が高いことから、原油を含むエネルギーが狂乱物価の原因であったことがC P I の推移からもわかる。

【図表4-5】年間消費者物価指数の推移（対前月比）（2008年）



（出所）総務省「消費者物価指数」より作成

2007年のサブプライム住宅ローン危機に端を発した住宅バブル崩壊を切っ掛けとして、アメリカでは多分野にわたる資産価格の暴落が起こっていた。そのような中、2008年9月に大手投資銀行であるリーマン・ブラザーズが経営破綻したことに端を発して、連鎖的に株価が暴落するなど世界的な金融危機へと発展した。我が国では「戦後最長の景気」が続いていたが、2007年末頃からリーマンショック前までの間は、アメリカを中心とする金融不安、景気の減速、原油・原材料価格の高騰などから、景気が緩やかながら弱まりを示した時期であり、CPIでも、エネルギーを除くコアコアよりも総合とコアの上昇率が高くなっている。9月のリーマンショック後は、世界景気が一段と下振れたことに伴い、物価も急激に下がり、デフレが深刻化していったことがわかる。

#### 4. G7各国の消費者物価指数の推移

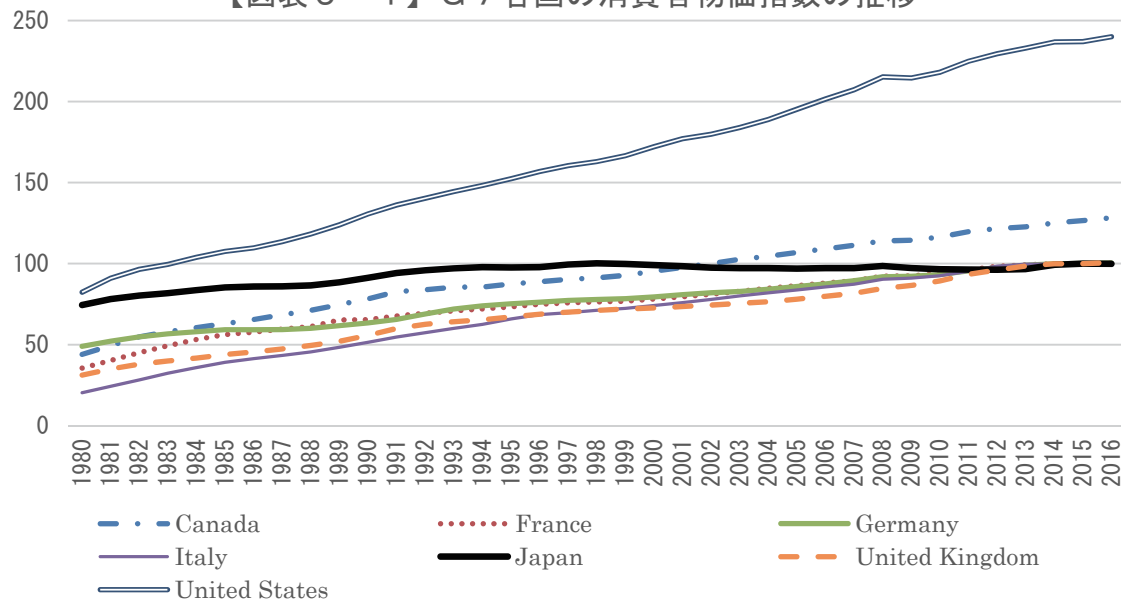
G7各国のCPIの推移について、IMFのWorld Economic Outlook Databaseの2017年10月版を元に見ると、図表5のとおりとなる。7カ国の中で、我が国のCPIの上昇率が最も緩やかなものとなっている。よって、対前年比の変化率も、我が国が最も低くなっている。

また、我が国以外での対前年比マイナスは、1986年ドイツ、2009年アメリカ、2016年イタリアが、いずれも単年でマイナスが出ただけであり、慢性的なデフレ状況にあったのは我が国だけであったことがわかる。

なお、2(2)で見たとおり、我が国では、消費税の引上げ（導入）がCPI上昇の大きな要因となっている。一方、付加価値税（消費税）制度のないアメリカを除く他のG7各国の付加価値税の引上げがCPIに及ぼす影響を見ると、たとえば、ドイツでは1998年、2007年、フランスでは1995年、イタリアでは1997年、2011年、イギリスでは2010年、2011年に引き上げられている

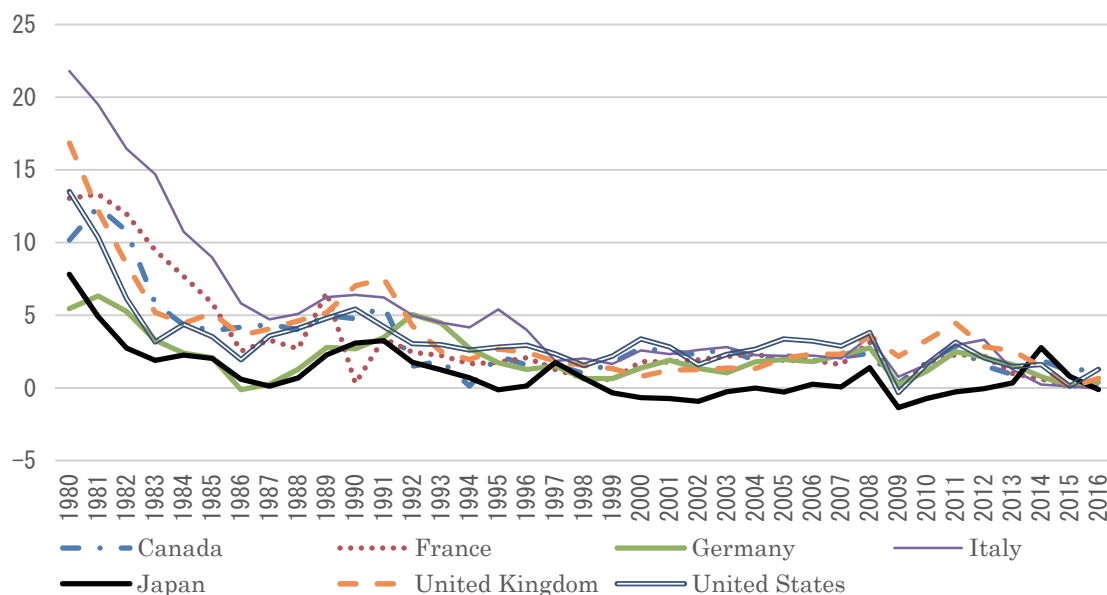
が、いずれの国・時期でも、我が国のように顕著に年ベースで見て対前年比に影響を及ぼしている国はない<sup>35</sup>。

【図表 5-1】 G7 各国の消費者物価指数の推移



(出所) IMF World Economic Outlook Database October 2017より作成

【図表 5-2】 G7 各国の消費者物価指数の推移（対前年比）



(出所) IMF World Economic Outlook Database October 2017より作成

<sup>35</sup> 「日本の消費増税とグローバル比較」三菱UFJ信託銀行『三菱UFJ信託資産運用情報』2014年10月号9頁。ただし、四半期ベースで見ると、駆け込み需要の増大で物価上昇ペースが加速したという分析がある（「欧州の事例から読み解く消費増税の影響」日本総研（2013.9.24））。

## 5. 消費者物価指数の課題と問題点

### (1) 5年ごとの基準改定は妥当か

CPIは、「ある時点の世帯の消費構造を基準に、これと同様のものを購入した場合に必要な費用がどのように変化したか」を表す指標である。しかし、実際には、時の経過とともに消費者の嗜好が変化したり、新商品の普及が進むことから、基準年から離れるほど消費構造は実態と合わなくなる。こうした問題を修正し、最新の消費構造を反映する目的で、我が国では、1955年以降、5年ごとに西暦の末尾が0か5の年を基準年として改定している（基準改定）。国際的にも、5年ごとに改定している国が多い。現在のCPIは、2016年8月発表の「2015年基準」に依っている。

現在でも、5年を基本としつつも随時見直しが可能とはなっているものの、随時見直しは非常に限定的に行われている。毎年のように基準を全面改定するのは実務的に困難な面があることは理解できるが、消費者の嗜好がめまぐるしく変化し、新製品が次々発表される近年の動向を踏まえると、対象品目の入れ替え等の全体的な見直しが5年ごとというのには長いのではなかろうか<sup>36</sup>。

### (2) 調査方法が旧態依然としているのではないか

調査を行う際、該当品目のうち1銘柄を特定し、これを継続的に調査することを原則としている。しかし、例えば電気冷蔵庫を例にとっても、小型でシンプルな廉価品から、大型で多機能、更にはAIoT搭載の高額機種まで様々なものがあり、多様なラインナップの中から1銘柄で代表させるのは無理がある。

また、品目の価格には、原則として小売物価統計調査（統計法に基づく基幹統計調査）の動向編によって得られた市町村別、品目別の小売価格が用いられている。その小売物価統計調査（動向編）の調査市町村の数は、全国の市町村（特別区も含む）1,741のうち、わずか167に過ぎず<sup>37</sup>、非常に限られている。

---

<sup>36</sup> 新製品が調査品目に取り込まれるようになるのは、普及率15%程度に達してからであるとの研究があるが（白塚重典「消費者物価指数を巡って」『ESP』2001年3月号）、同研究においても、パソコンが2000年基準で採用された際には普及率が4割近くになってからであり、迅速に新製品を組み込まないと、対象品目の対象外品目に対する相対価格が上昇するため、CPIの上方バイアスが増すとしている。

<sup>37</sup> 総務省統計局『2015年基準 消費者物価指数の解説』（2016）2頁、240頁。なお、近年、原材料費等の高騰に対し、販売価格は据え置きながら1個当たりの容量や重量を減らす、いわゆる「隠れ値上げ」が行われることも見受けられ、これがCPIに反映されていないのではないかと批判もある（日本経済新聞2018.3.26夕刊参照）が、CPIは、容量比や重量換算を用いて算定しており、「隠れ値上げ」にも対応している（佐藤朋彦「消費者物価指数は「隠れ値上げ」にも対応」総務省統計局『統計Today』No.127（2018）<http://www.stat.go.jp/info>



調査方法については、毎月12日を含む週の水曜日、木曜日又は金曜日のいずれか1日を調査日とし、調査員等が調査店舗等（全国で約2万7千店）を訪問するなどし、調査品目の小売価格及びサービスの料金等を調査している。調査価格は、希望小売価格や正札の価格ではなく、その店で実際に販売している消費税込みの小売価格であり、一時的な特売価格や限定会員向け価格などは調査対象外としている。ただし、「パソコン（デスクトップ型）」、「パソコン（ノート型）」及び「カメラ」の3品目については、POS情報<sup>38</sup>による全国の主要な家電量販店で販売された全製品の販売価格が用いられている。さらに、調査対象の小売店舗、サービス事業所及び関係機関は、品目ごとに各価格調査地区内又は調査地域内で販売数量等が多い順に選定しているとされている。

以上のような調査方法は、調査員が実際に各店頭を回って確認するという昔ながらの方法を採る上ではやむを得ない措置かもしれないが、全国の物価や消費動向をつぶさに把握することは困難である。例えば、近時の消費者の行動を見ると、近くにスーパーがあっても（物によってはスーパーの方が価格的には安い可能性があることを知っているにもかかわらず）、コンビニで物を買うということも見受けられる。また、ドラッグストアが医薬品だけでなく食品や日用品にも力を入れ、スーパーから客を奪っているという状況も見られる<sup>39</sup>。当該地域での個々の品目の販売数量だけに着目するとコンビニやドラッグストアでの購入は多くないかもしれないが、このような消費者の行動を全国的に見れば、無視できない額となろう。

### （3）新たな消費形態をどのように把握していくか

最近では、スマートフォンの普及に伴い、店頭でモノを買うのではなく、ネットで購入するというスタイルが増えている。小売業全体の売上高は2016年までの10年間で3.7%増（約140兆円）にとどまるが、個人向け電子商取引は同

---

/today/127.htm)。

<sup>38</sup> POS情報とは、POS（Point of Sales：販売時点情報管理）システムで収集した小売り現場の購買情報。「いつ」「どこの店舗で」「どの商品が」「いくつ売れた」などの情報が数値化されている。流通業界等は、蓄積されたPOS情報を分析して市場動向などを把握し、マーケティングや在庫管理、商品発注などに活用している。

<sup>39</sup> 日本チェーンドラッグストア協会によれば、2017年6月1日現在の市場規模は6.5兆円（前年比5.6%増）、店舗数は1.9万店（前年比2.1%増）に達しており、2007年の約5兆円から、10年間で1.3倍も拡大している。「2025年に10兆円産業を目指し、その実現に向けて業界をあげて取り組んでおります」（日本チェーンドラッグストア協会・青木桂生会長、年頭所感）としており、スーパーが2007年の約14兆円から漸減傾向なのに比して、右肩上がりのドラッグストアが中長期的にはその売上を抜くとの見方もある。

期間で3.4倍の15兆円に拡大しており、野村総合研究所の試算では、店頭からネットへの流入額は2016年度に3兆5千億円と百貨店の国内市場（約6兆円）の半分以上の規模となっている<sup>40</sup>。また、アメリカのマサチューセッツ工科大学が日本、アメリカ、中国など10カ国を対象にネットと実店舗の価格差を調べたところ、日本ではネットの方が割安な商品の割合が45%と最多で、価格はネットの方が平均で13%安かったという報道もなされており<sup>41</sup>、今後、一層ネットでの購入が増える見込まれる。

さらに、ネット購入の場合、海外の業者から直接購入することも比較的容易である。また、店頭販売を介さずに、生産者がネットを通じて消費者に対してダイレクトに販売するという「直販」形態も増えてきており、従来の流通形態では把握しきれない消費というものが生じてきている。

また、必ずしも新品でなくともよいという消費者嗜好の変化から、ネットオークションやフリーマーケットアプリも盛況である。また、これらの場を利用し、新品を販売する業者も出てきている。

これらの新たな商品購入形態は、いずれも現在のCPIには反映されていない。正確な消費者物価を把握するためには、これらの新たな販売形態をどのように把握していくかが課題となる。現在、総務省では、ネット販売価格の更なる補足及び2020年基準改定における採用の可否を検討し、主要なネットモールサイト、企業サイト及び宿泊予約サイトの情報を収集している段階であるが<sup>42</sup>、ネットオークション等については対象とされていない。

## 6. 民間におけるビッグデータ活用の試み

これらの問題を解決する方法として、今やチェーンストアやコンビニ、ドラッグストアで商品管理のために広く使われているPOSシステムで収集したビッグデータを活用している民間の試みをいくつか紹介することとしたい<sup>43</sup>。

### (1) 日経ナウキャスト日次物価指数

この前身である東大日次物価指数<sup>44</sup>は、東京大学の渡辺努教授らが開発し、

---

<sup>40</sup> 日本経済新聞 2018. 3. 12 夕刊

<sup>41</sup> 日本経済新聞 2017. 11. 27 夕刊

<sup>42</sup> 総務省統計局「消費者物価指数における課題とその対応について」（2017. 4. 19）

<sup>43</sup> スイス、オランダ等では、すでにPOS情報を利用して消費者物価を作成する試みが行われている（渡辺努「消費者物価をいかに測るか」独立行政法人経済産業研究所（2013. 5. 23））。

<sup>44</sup> [http://www.cmdlab.co.jp/price\\_u-tokyo/](http://www.cmdlab.co.jp/price_u-tokyo/)

2013年5月から公開された。全国の約300店舗のスーパーで販売される商品20万点のPOS情報を使用していた。

これを引き継いだ日経ナウキャスト日次物価指数（日経CPI Now）は、従来の東大日次物価指数を改良・継承したもので、日本経済新聞社とナウキャスト社が2016年1月から提供開始した<sup>45</sup>。調査店舗数を800店舗に、商品数を30万点へと大幅に増やしている。東大日次物価指数を引き継いで、ある日の物価をその翌々日に公表するT指数と、総務省が指定する銘柄に対応する商品を抽出し同省が採用する算式を用いて集計したCPIに準拠するS指数の2種類がある。

## （2）Tポイント物価指数

「T-POINT Price Index」（TPI＝Tポイント物価指数）<sup>46</sup>は、全国のTポイント提携先を通じて日々蓄積される購買価格データをもとに集計した指数であり、TSUTAYA等を営業するカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社が東京大学の渡辺努教授と共同プロジェクトとして2014年11月に発足させた。

TPIが使用しているデータは、Tポイント提携先のスーパー、ドラッグストア、コンビニ、外食チェーンでTカードが関与した購買金額を収集している。対象商品数は約5万5千点、CPIの23.4%をカバーしている。

現在は日次指数と月次指数の公表にとどまっている。ただし、ポイントカードに割り当てられた番号とPOS情報を紐付けているため、購入者の性別、年齢、来店頻度、同一商品の購入回数など詳細なデータも得ることができることから、より詳しい分析の公表も期待される。

## （3）SRI一橋大学消費者購買指数

SRI一橋大学消費者購買指数<sup>47</sup>は、一橋大学経済研究所経済社会リスク研究機構、株式会社インテージ及び新日本スーパーマーケット協会の共同プロジェクトの一環として、各店舗のPOS情報を利用して作成しているもので、2014年9月より公開された。日本全国を11ブロック及び沖縄に分け、各地域における需要の代表性を確保するようサンプリングした4,000店舗（総合スーパー（GMS：General Merchandised Store）約230店舗、スーパー約1,200店

<sup>45</sup> <https://lp.nowcast.co.jp/>

<sup>46</sup> <https://www.cccmk.co.jp/tpi/>

<sup>47</sup> <http://risk.ier.hit-u.ac.jp/Japanese/nei/>, <http://www.srihito.com/index.html>

舗、ドラッグストア約 1,000 店舗、コンビニ約 800 店舗、その他約 600 店舗)を  
対象としており、対象商品は約 20 万点となっている。

#### (4) POS 情報の活用のメリットと課題

以上紹介した民間の試みに共通するメリットは、CPI に比べ迅速にデータを  
を収集し公表できる点にある。CPI が調査の翌月末に公表されるのに対し、  
たとえば日経ナウキャストの T 指数では購買取引の翌々日には公表され、CPI  
準拠の S 指数のほうも CPI より約 1 か月早く公表されている。よって、CPI  
でも POS 情報を利用すれば、公表期間の短縮がはかれるようになるもの  
と思われる。

また、POS システムでは、販売価格だけではなく、販売数量や、購入者の  
性別や年代別等の情報、及び新規取扱商品や消滅商品の動向なども収集できる。  
CPI でも POS 情報を利用することにより、対象品目の入替えに迅速に対応  
できるようになるだけでなく、対象品目中の複数銘柄の調査、調査対象となる  
店舗・企業の拡大も可能となるであろうし、更には、CPI と消費動向を融合  
させた新たなデータの公表なども可能となるであろう。

一方、現在の民間の試みに共通している課題としては、調査対象店舗・企業  
がデータの提供に協力した一部の店舗・企業に限られており、必ずしも全国各  
地の代表的な店舗で行われているとは言い難いことなどが指摘されている<sup>48</sup>。  
また、現在の調査対象店舗・企業の性格上、集計対象が食料や家庭用品に限ら  
れ、耐久消費財やサービスなどが除外されてしまっているため、CPI に比べ  
て範囲が限定されている。

さらに、現在の民間の試みはいずれもネット購入は対象としていない<sup>49</sup>。ネッ  
ト売買の場合は、POS システムと同様に各企業にとってはデータ収集が容易  
であるが、これを CPI に取り込むには、ネット売買を行っている膨大な数の  
企業にデータ提供の協力を求める必要があり、また、提供する側において個人  
を特定できないようにデータを加工する必要も生じることから、多大な労力が

---

<sup>48</sup> 野内修太「消費者が直面している物価をいかに考えるか」参議院予算委員会調査室『経済・  
金融・財政 月例資料』(2015.4) No.455 6頁

<sup>49</sup> ナウキャスト社がクレジットカード会社の JCB と共同開発し 2017 年 3 月から提供を開始  
した「JCB 消費 NOW」(<https://www.jcbconsumptionnow.com/>) は、クレジットカードで実  
際に決済された情報を基に消費動向をデータ化したものであるが、この中にネット購入のもの  
も含まれている。よって、将来的に日経ナウキャスト日次物価指数とのデータの共有の可能性  
もあろう。

必要となる。加えて、先述のマサチューセッツ工科大学の調査で明らかとなったようにネット販売価格が実店舗よりも1割程度も低い価格であるため、ゴールドマン・サックス証券のレポートによると、ネット購入をC P Iに取り込んだ場合、統計の精度は高まるがC P Iの下押し要因となるとの分析もなされている<sup>50</sup>。

## 7. まとめ 新たな時代に向け最新手法を駆使したC P Iの作成を

現在、2018年3月6日に閣議決定された「公的統計の整備に関する基本的な計画」（第Ⅲ期基本計画）に基づきC P Iについても見直しが進められており、具体的には、冠婚葬祭サービスなどの把握の可否、インターネット販売価格の採用の可否、家賃の品質調整について参考指数を公表することなどが検討されている<sup>51</sup>。同計画では「民間企業等が保有するビッグデータの活用」が唱われ、P O S情報の利用にも触れられているが、C P Iへの利用推進については、明確には検討対象となっていない。

前回の2015年C P I基準改定の際には整っていなかったが、2016年末から2017年にかけて、官民データ活用推進基本法の制定や改正個人情報保護法の全面施行などといった法整備が進められ<sup>52</sup>、現在ではデータの保護とのバランスを取りながら企業から政府（B to G）へのビッグデータの提供も可能となっている。2020年の次期C P I基準改定でどこまで具体化されるかは不明であるが、P O S情報等の活用促進が期待される。

統計で最も必要なことは、迅速性と正確性である。C P IでP O S情報を含むビッグデータを活用するためには、上記のような課題を解決していかなければならないことも事実であるが、これらの課題をクリアし、新たな時代に向け、I C T（情報通信技術）を積極的に活用した、より迅速で正確な調査方法を編

---

<sup>50</sup> 「日銀の2%目標には逆風、ネット通販巡る消費者物価指数の精度向上」ブルームバーグ（2018.3.29）<https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2018-03-29/P6BQHY6K50XS01>

なお、同記事は、「インターネット通販価格の消費者物価指数への反映は、統計上の物価上昇率を抑制し、日本銀行が目指す2%目標には逆風になりそうだ。」としている。確かに物価安定目標2%を掲げる日銀にとっては逆風となるかも知れないが、もともとC P Iには上方バイアスがあるため（後述【補論】（1）参照）、C P Iがより実勢に近づくという意味ではメリットがあるのではなかろうか。

<sup>51</sup> 同計画45頁

<sup>52</sup> 官民データ活用推進基本法は、データの適正かつ効果的な活用の推進に関し、基本理念を定め、行政手続や民間取引のオンライン化等を目指すこととしている。改正個人情報保護法では、個人情報を特定の個人を識別できないように加工した情報を匿名加工情報と新たに定義し、個人情報の適正な流通のための環境を整備している。

み出していく必要がある。

## 【補論】物価安定目標としての消費者物価指数の役割

### (1) 物価安定目標「消費者物価の前年比上昇率2%」の根拠と未達の理由

2013年1月22日に出された政府及び日銀の共同声明「デフレ脱却と持続的な経済成長の実現のための政府・日本銀行の政策連携について」<sup>53</sup>において、物価安定の目標として、CPIの前年比上昇率2%<sup>54</sup>が掲げられてから、5年が経過した。

目標を2%とした理由は幾つか考えられるが、1つは、アメリカ、イギリス、カナダなど他の中央銀行が2%の目標値を掲げており、高インフレ国ほど他国より通貨の価値が下がる傾向を考えると、我が国がデフレだと円高を招きやすくなるため、2%で足並みを揃える必要があったということにある。2つ目として、CPIは実勢よりも上昇率が高めに出る傾向がある（上方バイアス）とされていることから、物価の安定的な上昇基調を確保するには、余裕を持って2%程度を目指したほうがよいとされたこと。3つ目として、景気が大きく悪化した場合にも金融政策の対応力を維持する（すなわち、利下げの余地を確保する）ために、ある程度の物価上昇率を確保しておくほうがよいという、「のりしろ」と呼ばれる考え方があったことによる<sup>55</sup>。

日銀は、2%目標導入時は「できるだけ早期の実現を目指す」としていたが、なかなか実現に至らず、2017年7月には達成時期を「2019年度頃」へと6度目の先送りを行った<sup>56</sup>。既出の渡辺教授は、日銀の金融緩和策、すなわち日銀の国債購入によって円安効果が生じていることは確認されるものの、このように物価と賃金に思うように効果が波及していかない理由について、消費者と企業のそれぞれにあるデフレのトラウマが解消されていないからだと分析している<sup>57</sup>が、エコノミストの間では「好景気が何年も続くという確信が持てなければ、

<sup>53</sup> [http://www5.cao.go.jp/keizai/seifu-nichigin/2013/0122\\_seifu-nichigin.pdf](http://www5.cao.go.jp/keizai/seifu-nichigin/2013/0122_seifu-nichigin.pdf)

<sup>54</sup> 「日本銀行は、消費税率引き上げの直接的な影響を除いた基調的なベースでみて、2%の「物価安定目標」を目指しています。」（前掲注14）

<sup>55</sup> 前掲注14、第196回国会参議院予算委員会（2018.3.2）安倍内閣総理大臣答弁

<sup>56</sup> 日銀の「経済・物価情勢の展望」（いわゆる「展望レポート」）における2%目標達成時期についての表現の変遷を見ると、2013年4月「見通し期間（筆者注：2015年度）の後半にかけて」から、①2015年4月「2016年度前半頃」、②2015年10月「2016年度後半頃」、③2016年1月「2017年度前半頃」、④2016年4月「2017年度中」、⑤2016年10月「見通し期間の終盤（2018年度頃）」、⑥2017年7月「2019年度頃」と先送りされた。

<sup>57</sup> 渡辺努「物価上昇率2%が達成できない理由」『中央公論』2016.1 60頁

このマインドは容易に変わらない」<sup>58</sup>とされている。

黒田日銀総裁も、「消費者物価の前年比がこれまで2%に達していない背景としては、原油価格の下落などによって実際の物価上昇率が下落し、元々実際の物価上昇率に引きずられやすい人々の予想物価上昇率も下押しされたということが主な要因であるというふうに考えております。また、こうした点に加えて、人々の間に根付いてしまったデフレマインドというものの転換に時間が掛かっておりまして、企業の賃金、価格設定スタンスがなお慎重なものにとどまっているということも、現実の労働需給の引き締めあるいは高水準の企業収益に比べまして物価の上昇ペースが鈍い理由であるというふうに考えております。」<sup>59</sup>「実体経済自体は、御承知のように、経済が成長し、失業率も低下し、その中で企業収益も過去最高水準で推移しているということで、実体経済が好調に推移している中で依然として賃金、物価は弱めの動きが続いていると。これはなぜかということになれば、金融政策の観点からは、やはりデフレマインドというものがなかなか払拭できないという中で企業の賃金や価格設定スタンスがまだ慎重であるということだと思えます」<sup>60</sup>「価格が上昇しないことを期待した経済行動が定着しており、こうした期待を変えていくにはある程度時間を要することが明らかになってきました」<sup>61</sup>と答弁している。

それでも2018年3月の時点までは、黒田日銀総裁は、日銀「政策委員会のコンセンサスとしては、2019年度頃に2%程度に達する可能性が高いというふうに考えております。」<sup>62</sup>との楽観的姿勢を堅持していた。

しかしながら、遂に4月27日に発表した「経済・物価情勢の展望（2018年4月）」（いわゆる「展望レポート」）において、目標達成時期についての文言を削除するに至った<sup>63</sup>。

## （2）目標達成時期の削除の理由

<sup>58</sup> 新家義貴『PRESIDENT』2018.4.2号13頁

<sup>59</sup> 第196回国会参議院予算委員会会議録第2号（2018.1.31）4頁

<sup>60</sup> 第196回国会参議院予算委員会会議録第4号（2018.3.1）10頁。雨宮新日銀副総裁も、その所信質疑の際に「消費者物価の前年比が2%に達していない理由といたしましては、原油価格の大幅な下落ですとか消費税引上げ後の需要の低迷といった要因に加え、この20年の間、人々の間に定着してしまったデフレマインドを転換するにはやはりどうしてもある程度の時間を要するということが明らかになっているものと考えております。」と答弁している（第196回国会参議院議院運営委員会会議録第9号（2018.3.7）13頁）。

<sup>61</sup> 第196回国会参議院議院運営委員会会議録第8号（2018.3.6）2頁

<sup>62</sup> 第196回国会参議院議院運営委員会会議録第8号（2018.3.6）2頁

<sup>63</sup> <http://www.boj.or.jp/mopo/outlook/gor1804a.pdf>

確かに、実質GDP成長率が7四半期連続に増加になるなど、足下良好な景気指標が多くなってきていることも事実である。消費者物価にとって「川上」である企業物価も、好調な動きを示している。4月に日銀が発表した2017年度の国内企業物価指数は、対前年度比2.7%上昇と3年ぶりにプラスに転じ、かつ高い伸びを示した。これまでは、家計の節約志向が強いため、企業の方が内部努力で企業間取引価格の上昇分を吸収するという動きが強く、価格転嫁されてこなかったが、2018年に入ってから、ようやく値上げする動きも見られるようになってきている<sup>64</sup>。

また、野村総合研究所が2017年12月に実施した「生活者年末ネット調査」によると、景気・株価・収入ともに先行きの見通しが良くなる傾向にあり、とりわけ、この1年で景気が良くなったと回答した人の割合が、(2016年以前も大企業就業者では景気回復の実感があったが、)2017年は中小企業(300人から500人未満)の就業者で前年の13%から27%へと顕著に高まっている<sup>65</sup>。

同調査では、中小企業の給与が増加傾向であることも示されているが、今年の春闘の結果を見ても、定期昇給とベースアップを含めた賃上げ率は2.10%で、3年ぶりに前年を上回っている<sup>66</sup>。

しかしながら、安倍内閣総理大臣が経済3団体に新年祝賀会で求めた3%の賃上げという水準にまでは至っていない<sup>67</sup>。

さらに、デフレを脱却したか否かについて、黒田日銀総裁は「1998年から2013年までデフレが続いていた」<sup>68</sup>が「生鮮食品、エネルギーを除いた消費者物価の前年比は、2013年秋にプラスに転じた後、ほぼ一貫して前年比プラスで推移しています。日本経済は、物価が持続的に下落するという意味でのデフレではな

---

<sup>64</sup> 日本経済新聞 2018.1.17 夕刊

<sup>65</sup> 松下東子、林裕之「NR I 「生活者年末ネット調査」から見る5年間の変化」野村総合研究所 (2018.1.30)

<sup>66</sup> 連合「2018 春季生活闘争 第4回回答集計結果について」(2018.4.19)

<sup>67</sup> 黒田日銀総裁は、その所信質疑において、「賃金が上がらなければ物価も上がらない、……金融緩和によって企業収益が拡大し、雇用情勢が改善し、そうした下で賃金が上昇して、それを反映して物価が緩やかに上昇していくという姿を狙って現在の金融緩和政策を行っている」(第196回国会参議院議院運営委員会第8号(2018.3.6)14頁)が、「2%の物価安定目標が達成されたときに(は、)……3%以上の賃金上昇があっておかしくないというか、がなければならないということになる」(同10頁)と答弁している。

<sup>68</sup> 第196回国会参議院予算委員会会議録第4号(2018.3.1)10頁。茂木内閣府特命担当大臣も、「2013年の12月の月例経済報告におきまして物価の基調判断からデフレという表現を落としまして、それ以降、我が国はデフレではない状況が続いていると認識をいたします。」と答弁している(第196回国会衆議院予算委員会会議録第12号(2018.2.15)10頁)。



くなっています。」<sup>69</sup>とし、ここで一旦区切りがあったとしながらも、デフレに逆戻りする可能性を払拭し切れていないことから、いまだ政府として公式にデフレ脱却宣言するまでには至っていない<sup>70</sup>。安倍内閣総理大臣も「デフレ脱却の道を実に歩んでいます」<sup>71</sup>と述べるにとどめている<sup>72</sup>。

また、2017年もコアの前年比上昇率は0.5%に留まり、当室の収集している各シンクタンクの2018年度の物価上昇率の見通しでは0.7~1.1%<sup>73</sup>、日銀政策委員の見通しでも、2018年度1.2~1.3%、2019年度（消費税率引上げの影響を除くケース）1.5~1.8%<sup>74</sup>となっており、いずれも2018年度中の2%の目標達成は程遠いと見込んでいる。

以上のように、好況感を認めつつも早期達成は困難との情勢判断も多いことから、黒田日銀総裁自身も、2%の目標達成には「まだ道のりは、道半ばというか距離があるということは事実である」<sup>75</sup>と認め、今般、目標は堅持しつつも達成時期の削除に至ったのであろう。

### （3）「掲げ続けることに意味のある看板」か

各国の中央銀行も2%の目標値を掲げているが、達成時期を明示してきたのは日銀だけであった。達成時期いかにというよりも、そもそも物価上昇率2%という数値自体が我が国経済にとって高過ぎる目標値ではなかったかという声

---

<sup>69</sup> 第196回国会参議院議院運営委員会会議録第8号（2018.3.6）1頁

<sup>70</sup> 内閣府月例経済報告では、2001年4月に「緩やかなデフレにある」と初めて認定し、2006年7月には一旦デフレの文言が削除されたが、脱却宣言をする前にリーマンショックが起り物価が下落したため、2009年11月に再び「緩やかなデフレにある」に戻ってしまった。2013年5月には「なお緩やかなデフレ状況にあるものの、このところ一部に変化の兆しもみられる」、同年7月「デフレ状況は緩和しつつある」、同年8月「デフレ状況ではなくなりつつある」とし、同年12月「底堅く推移している」とデフレの文言を削除し現在に至っているが、いまだ脱却宣言はしていない。

<sup>71</sup> 第196回国会衆議院本会議録第5号（2018.2.13）

<sup>72</sup> 政府は、「「デフレ脱却」とは、「物価が持続的に下落する状況を脱し、再びそうした状況に戻る見込みがないこと」と定義した上で、「その実際の判断に当たっては、足元の物価の状況に加えて、再び後戻りしないという状況を把握するためにも、消費者物価やGDPデフレーター等の物価の基調や背景（例えば、需給ギャップやユニット・レーバー・コストといったマクロ的な物価変動要因）を総合的に考慮し慎重に判断する必要がある。」としており（2006.3.15参議院予算委員会理事会提出資料「デフレ脱却の定義と判断について」）、現在もこれを維持している（茂木内閣府特命担当大臣答弁（第196回国会衆議院予算委員会会議録第12号（2018.2.15）10頁））。

<sup>73</sup> 参議院予算委員会調査室『経済・金融・財政 月例資料』No.491（2018.4）74頁

<sup>74</sup> 前掲注64参照

<sup>75</sup> 第196回国会参議院議院運営委員会会議録第8号（2018.3.6）2頁

もある<sup>76</sup>が、そうではあっても「掲げ続けることに意味のある看板」だとする意見もある<sup>77</sup>。この見解によると、国内の景気が前回 2014 年 4 月の消費税引上げで落ち込んだ中、大規模緩和がもたらした円安基調が輸出の追い風となり、成長率を押し上げてきた。にもかかわらず、日銀が仮に 2% の看板を下ろしてしまうと、金融緩和が弱まるとの思惑が強まり、円高への圧力がかかってしまうことになる。円高となれば、輸出に陰りが出るだけでなく、更に訪日客の消費にも水を差すこととなれば、デフレからの完全脱却が一層遠のくことになってしまう、ということになる。

また、若田部新日銀副総裁は、その所信質疑の際、更なる失業率の低下のためにも「2% の物価安定目標は依然として有効であり有用である」と発言している<sup>78</sup>。雨宮新日銀副総裁も「関係国が同じ目標を共有し、同じような物価情勢を持っていますと、結局長い目で見ると為替相場のトレンドが安定すると。それによって金融資本市場が安定し、結局は企業経営の基盤も安定するということにつながるということでございますので、やはり物価の安定ということを確認する上でこの 2% という数字は今のところ大事な目標であるというふうに考えているということでございます。」<sup>79</sup>と答弁している。黒田日銀総裁は、2% の「物価安定の目標が実現していない段階で金融緩和を中止するというか、あるいは弱めるというか、そういうことは考えられません」<sup>80</sup>と明言している。

一方で、先に引用した日銀の「生活意識に関するアンケート調査」で見ると、現在のようにほとんど C P I が上昇していない状況であるにもかかわらず、7割近くの人が 1 年前と比べて物価が「上がった」と答えており、このような回答をした人に、その感想を聞くと、約 8 割の人が「どちらかと言えば、困ったことだ」と回答している。国民の意識としては、物価が上がらないことを望んでいる声が強いということを示している。黒田日銀総裁も、「もし賃金が変わらないのであれば、物価は下がるほうが望ましいに決まっています。」<sup>81</sup>と、この

---

<sup>76</sup> 元日本銀行政策委員会審議委員の木内登英氏インタビュー（読売新聞 2018. 1. 23 夕刊）

<sup>77</sup> 日本経済新聞 2017. 12. 26 夕刊

<sup>78</sup> 第 196 回国会参議院議院運営委員会会議録第 9 号（2018. 3. 7） 1 頁

<sup>79</sup> 第 196 回国会参議院議院運営委員会会議録第 9 号（2018. 3. 7） 17 頁

<sup>80</sup> 第 196 回国会参議院議院運営委員会会議録第 8 号（2018. 3. 6） 3 頁、再任後初の記者会見でも同様の発言をしている（日本経済新聞 2018. 4. 10）

<sup>81</sup> 前掲注 14。総裁は、この生活実感は肯定しつつも、「賃金が増えずに、物価だけが上昇するということは普通には起こらないこと」であり、引き続き『「物価も賃金も緩やかに上がる世界」を目指す』としている。また、「基本的に、賃金の上昇率が物価の上昇率を上回って推移しており、「そうならず、物価上昇率の方が賃金上昇率を上回っているのは、1971 年以降では、1980 年の第 2 次オイルショックのときと、2007～2008 年の国際商品市況の高騰のときの

生活実感を肯定している。

目標達成困難な情勢判断やこれらの世論を踏まえ、経済が現在の好況感を維持できているのであれば、今や物価上昇率2%という数値自体にこだわる必要性は乏しくなっていると言えるのではなかろうかとの意見も出てきている<sup>82</sup>。日本経済研究センターがまとめた2018年3月のESPフォーキャスト調査でも、日銀の金融緩和策の望ましい見直し・変更時期について、民間エコノミスト40人の半数が「物価上昇率が1%を安定的に上回るようになったら」と回答しており、2%目標達成にこだわらない意見が増えてきている。

物価上昇率2%達成は日銀の金融緩和策の「出口」論と直結するものだけに、いやが上にも関心が高まっていることも事実である<sup>83</sup>。しかしながら、物価上昇率2%というのは「掲げ続けることに意味のある看板」であり、その看板を下ろす下ろさない、達成するしないということのみに拘泥するのはあまり有効とは言えない。それよりも、現在の好況を維持すべく、人口減少対策、労働生産性の向上など、どのような経済政策を採っていくかについて冷静に議論する方向に視座を移していく必要がある。

(内線 75321)

---

2回だけ」と指摘している。

<sup>82</sup> 第196回国会参議院予算委員会会議録第5号(2018.3.2)32頁、同旨、毎日新聞2018.3.6朝刊、門間一夫「物価2%は好景気の必要条件ではない」『週刊エコノミスト』2018.4.24号42頁、河村小百合「新体制下の日銀とわが国の課題」『金融財政ビジネス』2018.4.19号16頁

<sup>83</sup> 早川英男「2018年の経済見通し:「適温経済」に潜む畏」富士通総研(2018.1.12) <http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/column/opinion/2018/2018-1-3.html>