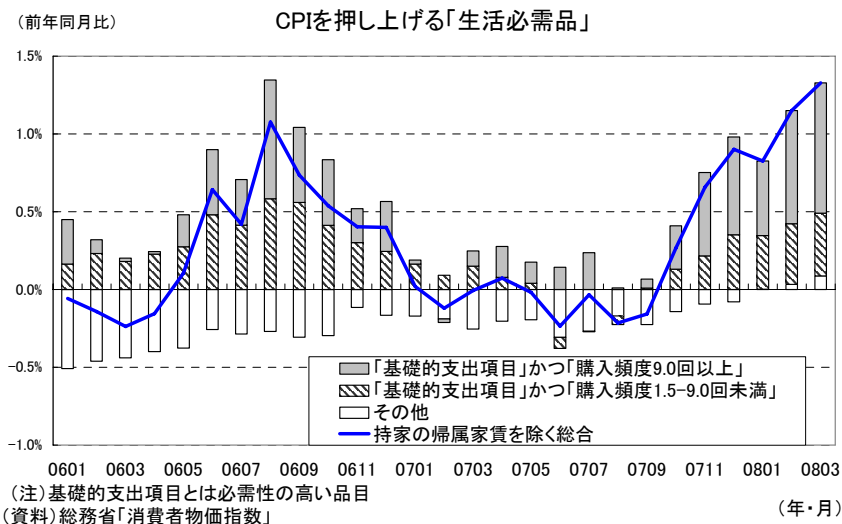


Weekly エコノミスト・レター

ニッセイ基礎研究所 経済調査部門

消費者物価を押し上げる生活必需品

1. 消費者マインドが悪化している理由のひとつとして、最近の物価上昇の影響が挙げられる。物価の上昇は、現状のように賃金が伸び悩むなかでは、家計の所得を実質的に減少させ、消費者の購買意欲を冷やすことになる。さらに価格が上昇した品目が、生活の必需品であればあるほど、家計も物価上昇を実感することになり、消費への悪影響も大きくなる可能性がある。
2. 消費者物価指数の品目特性別指数の動向からは、必需性の高い品目（基礎的支出項目）、および購入頻度の高い品目の価格上昇が、足元のCPI上昇率を押し上げていることが確認できる。生活必需品のなかでも購入頻度の高い品目の価格が上昇していることが、家計の物価上昇への負担感を高め、消費者マインドを悪化させている要因のひとつと考えられる。



シニアエコノミスト 篠原 哲 (しのはら さとし) (03)3512-1838 shino@nli-research.co.jp

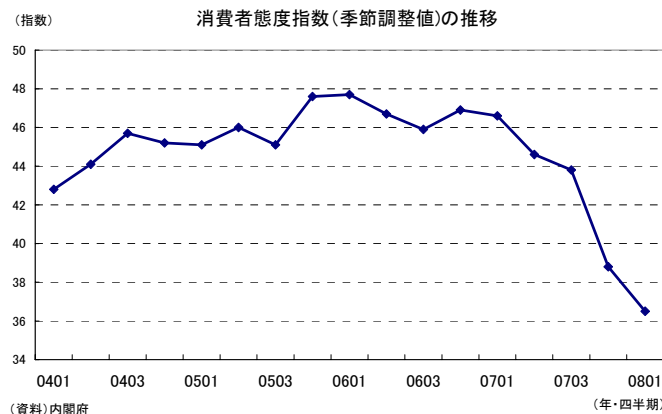
ニッセイ基礎研究所 〒102-0073 東京都千代田区九段北4-1-7 3F TEL:(03)3512-1884

ホームページアドレス：<http://www.nli-research.co.jp/>

＜消費者物価を押し上げる生活必需品＞

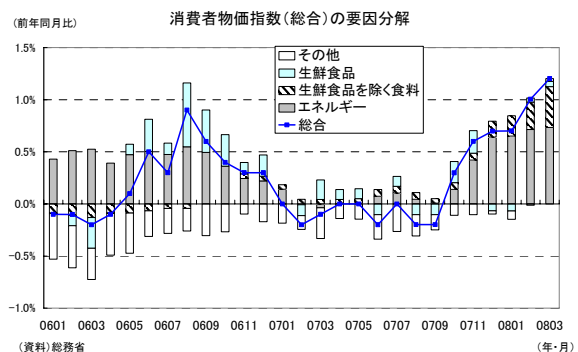
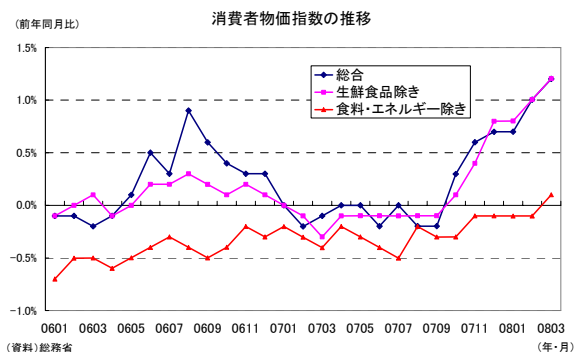
● 低迷する消費者マインドと物価上昇

消費者の購買意欲（消費者マインド）を表す、内閣府の消費者態度指数（季節調整値）は、2008年3月には前期差▲2.3ポイントの低下となった。消費者態度指数は2006年12月以降、5期連続で低下しており、特に2007年中ごろから悪化傾向が鮮明になってきている。



消費者マインドが悪化している理由としては、賃金の伸び悩み、税負担の増加とともに、最近の物価上昇による影響が挙げられる。消費者物価指数（総合）は07年10月以降、前年同月比でプラスに転じており、3月には同1.2%にまで上昇率を拡大させている。内訳を見てみると、3月はガソリンや灯油などの「エネルギー」の寄与度が前年同月比0.7%、「生鮮食品を除いた食料」が同0.4%となっており、原油価格の高騰や食料品の値上げによる影響が、最近の消費者物価を押し上げている要因であることが分かる。

また、3月には「食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合指数」も、前年同月比0.1%の上昇に転じており、足元では、食料品とエネルギー以外の品目でも、物価の上昇傾向が顕著になってきている。



日本銀行の「生活意識に関するアンケート調査・平成20年3月調査」では、「1年前に比べて物価が上がった」と回答した人の割合が85.9%となり、半年前の07年9月調査時点の60.0%か

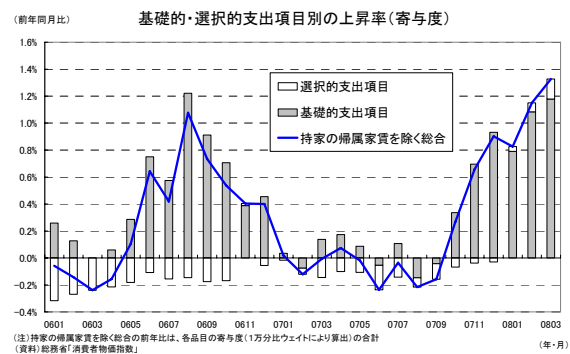
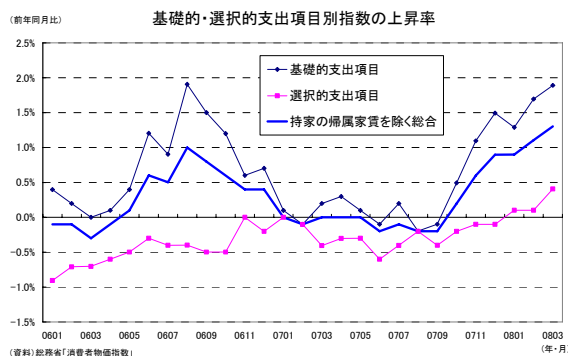
ら大きく上昇した。まず、ガソリンや食料などの日用品の価格が上昇していること、さらに、それ以外の幅広い品目でも、価格が上昇し始めてきたことが、家計の物価上昇に対する実感をより強いものにしていただと考えられる。

このような、物価の上昇は、現状のように賃金が伸び悩むなかでは、家計の所得を実質的に減少させ、消費者の購買意欲を冷やすことになる。さらに価格が上昇した品目が、生活の必需品であればあるほど、家計も物価上昇を実感することになり、消費への悪影響も大きくなる可能性があるだろう。

本稿では消費者物価指数の品目特性別指数（「基礎的・選択的支出項目別指数」と、「品目の年間購入頻度階級別指数」）を用いて、足元の消費者物価指数を押し上げている品目の特性について考察してみたい。

● 上昇する基礎的支出項目の価格

消費者物価指数では、毎月、指数品目を「必需品か否か」で区分した基礎的・選択的支出項目別指数が公表される¹。消費者が購入する品目は、食料品などの必需性の高い品目（基礎的支出項目）と、パソコンのような嗜好性の強い品目（選択的支出項目）に、大きく分けることができる。消費者物価指数は、「帰属家賃を除く総合指数」に採用されている581品目のうち、367品目を基礎的支出、残りの214品目を選択的支出としている。基礎的支出項目の物価上昇が大きい場合には、価格が上昇しても、消費を抑制することが難しいため、家計の負担感も高まると考えられる。



最近の基礎的・選択的支出項目別指数の動きを見ると、基礎的支出指数は昨年10月に前年比でプラスに転じた後、急激に上昇幅が拡大しており、3月には前年同月比+1.9%と「帰属家賃を除く総合指数」の同+1.3%を大きく上回った。必需性の高い基礎的支出項目の価格が上昇していることが、家計が物価上昇に対する実感を強めている大きな要因であると考えられる。

選択的支出についても、2007年中は前年比マイナスが続いていたが、08年1月以降は増加に転じ、3月には前年同月比+0.4%となっている。

¹各指数品目が基礎的か選択的かの区分は、家計調査の品目別支出弾力性に基づく。基礎的支出品目は支出弾力性が1未満のもの、選択的支出は1以上のものとされている。

3月の「帰属家賃を除く総合指数」の前年比+1.3%に対する基礎的・選択的支出項目別の寄与度を、品目ごとの上昇率とウェイトを用いて試算してみると、基礎的支出の寄与度は前年比+1.2%、選択的支出は同+0.1%となる。CPIの上昇の大部分は、基礎的支出によるものであり、その内訳もガソリン（帰属除き総合に対する寄与度：+0.5%）、灯油（同：+0.2%）、食料（基礎的支出に含まれる食料品目の合計、同：+0.4%）によるところが大きい。原油価格の高騰や食料品の値上げによる影響が、必需品の価格を押し上げていることになる。

一方、選択的支出については、ノート型パソコン（同：▲0.06%）などは価格が低下しているものの、外国パック旅行（同：+0.06%）、ケーキ（同：+0.03%）、ドーナツ（同：+0.02%）などは価格が上昇している。

● 購入頻度別の物価上昇率

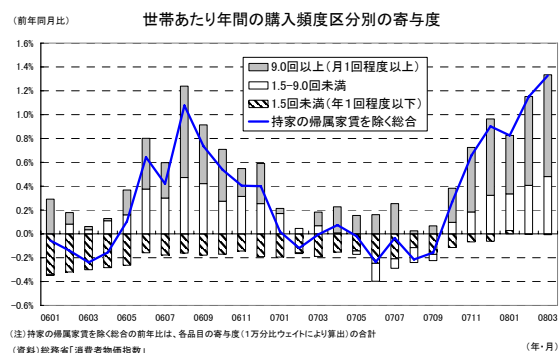
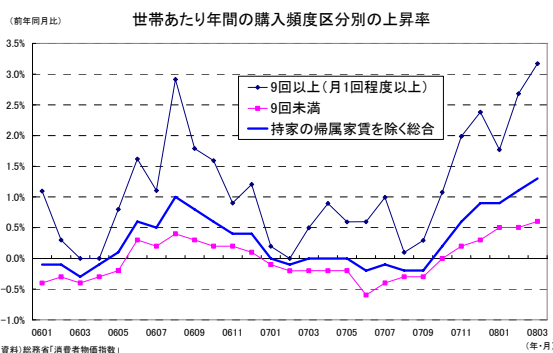
消費者物価指数では、世帯が1年間に各指数品目を購入する頻度により区分した年間購入頻度階級別指数も、毎月、公表される（購入頻度区分、およびそれぞれの採用品目数は下の図表を参照）。消費者が購入する品目には、パンや牛乳などの様に頻繁に購入する品目もあれば、自動車やパソコンなどの様に、数年に一度しか購入しない品目もある。基礎的支出と同様に、購入頻度の高い品目の価格上昇幅が大きい場合には、家計の物価上昇感もより高まると考えられる。

消費者物価指数の購入頻度区分

購入頻度	概要	品目数	主な品目(ウェイト上位2種)
0.5回未満	まれに購入する品目	151	傷害保険料、私立大学授業料
0.5~1.5回未満	1年1回程度購入する品目	115	民営家賃(非木造中住宅)、宿泊料
1.5~4.5回未満	年2~4回程度購入する品目	157	自動車保険料(任意)、ビール(外食)
4.5~9.0回未満	2か月に1回程度購入する品目	69	携帯電話通信料、水道代
9.0~15.0回未満	月1回程度購入する品目	53	電気代、ガソリン
15.0回以上	頻繁に購入する品目	36	診療代、牛肉
合計		581	

(資料)総務省

年間購入頻度階級別指数の動きを見ると、およそ月1回以上購入する品目を対象にした「購入頻度9.0回以上」の指数は、昨年8月の前年比+0.1%を底に、3月には同+3.2%まで急速に上昇幅が拡大している。購入頻度の高い品目の価格が上昇していることも、消費者マインド悪化の要因と考えられる。

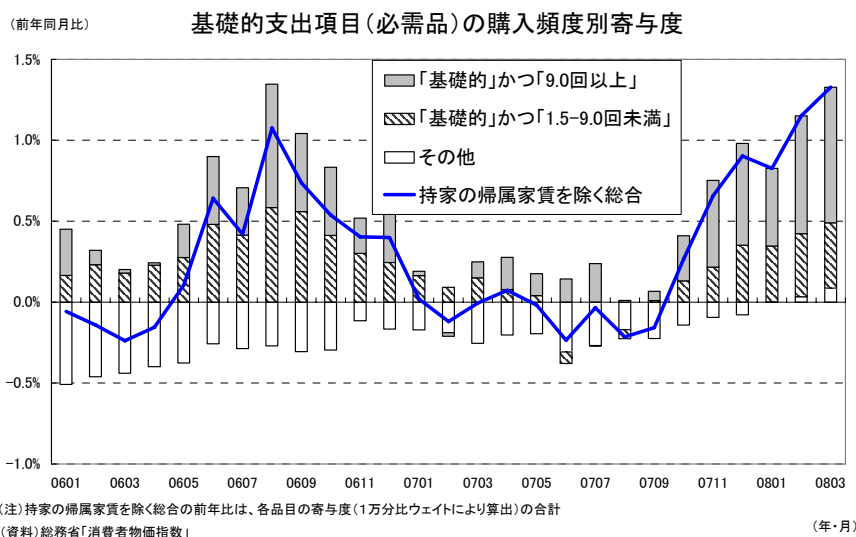


「帰属家賃を除く総合指数」は3月には前年同月比+1.3%の上昇となったが、これに対する、購入頻度別指数の寄与度を、購入頻度「9.0回以上」、「1.5回以上9.0回未満」、「1.5回未満」の3区分に分けて試算してみると、「9.0回以上」の寄与度は前年比+0.9%、「1.5回以上9.0回未満」は同+0.5%となり、購入頻度が高い品目ほど、足元のCPIを押し上げていることが確認できる。「9.0回以上」のなかでは、ガソリン（帰属除き総合に対する寄与度：+0.5%）、食料（購入頻度「9.0回以上」の食料品目の合計、同：+0.3%）の寄与度が特に大きく、「1.5回以上9.0回未満」では、灯油（同：+0.2%）が指数を押し上げている大きな要因となっている。

なお、購入頻度「1.5回未満」についても、2007年中は前年比マイナスが続いており、CPIを押し下げていたが、外国パック旅行などの品目の価格が上昇していることから、3月の寄与度は▲0.0%となり、価格の下げ止まり傾向が見られる。

● 消費者物価を押し上げる生活必需品

消費者物価指数の品目特選別指数の動向からは、必需性の高い品目（基礎的支出項目）、および購入頻度の高い品目の価格上昇が、足元のCPI上昇率を押し上げていることが確認できる。そのなかでも、特に基礎的支出のうち購入頻度「9.0回以上」、および「1.5回以上9.0回未満」の品目に限って、「帰属家賃を除く総合指数」の前年比（3月：+1.3%）に対する寄与度を試算してみると、3月の「基礎的支出かつ9.0回以上」の寄与度は前年同月比+0.8%、「同1.5回以上9.0回未満」は同+0.4%となる。このように、生活必需品のなかでも、購入頻度の高い品目の価格が上昇していることが、家計の物価上昇への負担感を高め、消費者マインドを悪化させている大きな要因であると考えられる。



消費者物価指数の基礎的・選別的区分、および購入頻度区分ごとの品目数

	0.5回未満	0.5-1.5回未満	1.5-4.5回未満	4.5-9.0回未満	9.0-15.0回未満	15.0回以上	計
基礎的支出品目	51	61	108	63	48	36	367
選別的支出品目	100	54	49	6	5	0	214
計	151	115	157	69	53	36	581

（資料）総務省



なお、両者を除いた「購入頻度が低い必需品（例：テレビ・電気冷蔵庫等）」と「嗜好品（選択的支出）」を合わせた寄与度は、2007年まではマイナスとなっていたが、08年3月には前年比0.1%のプラス寄与となり、CPIを押し上げている。2006年にも、原油高や天候不順による生鮮食品の値上げにより、生活必需品の価格が上昇した局面があったが、その際には、それ以外の品目については、価格の低下基調が続いていたため、消費者の物価上昇による負担感を多少なりとも緩和していた可能性がある。しかし、今回は、逆に物価の上昇が生活必需品以外の項目にも波及し始めているため、このような効果は期待できないだろう。

物価上昇は、賃金が伸び悩む家計の所得を実質的に減少させ、消費者の購買意欲を冷やすことになる。米国経済の急減速による輸出の鈍化により、企業部門の低迷が予想されるなかで、今後、消費も落ち込むようであれば、日本経済の景気後退局面入りが、ますます現実味を帯びてくると考えられる。

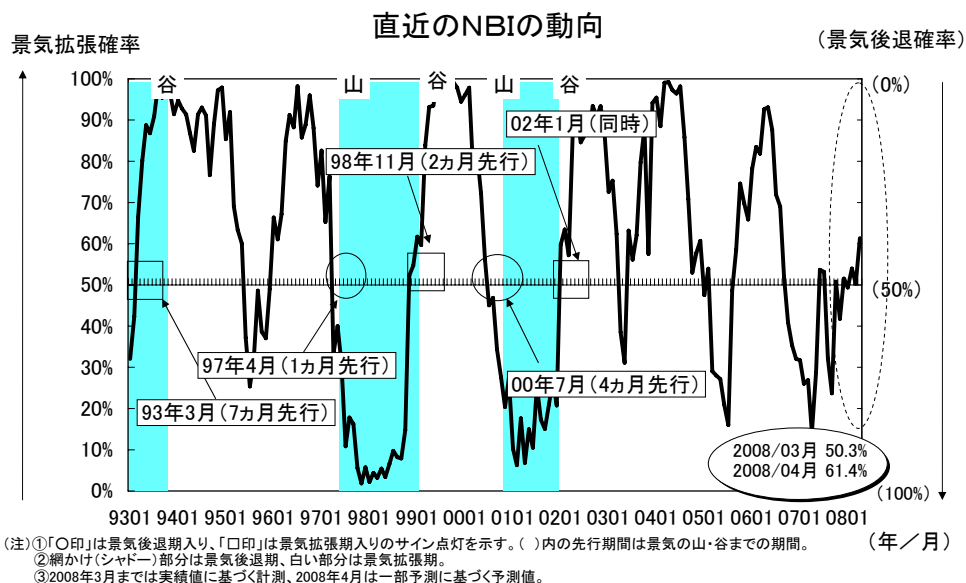
＜ニッセイ景気動向判断指数（NBI）＞

● 3月のNBIは50.3%、4月（予測値）は61.4%

3月のNBIは50.3%（景気後退確率：49.7%）と、2月実績の54.0%から悪化したものの、2ヶ月連続で、景気の転換点を示す50%ラインを上回った。

3月のNBIの構成指標については、サブプライムローン問題により世界的な金融不安が高まるなか、東証株価指数（前年同月比▲28.2%）が、前月よりも低下幅を拡大させたことなどがNBIの悪化に寄与した。

4月のNBI（予測値）は、61.4%（景気後退確率：38.6%）と3月から改善することが見込まれる。米国金融不安の後退や、世界的なインフレ圧力の拡大を受けて、長短金利差が0.74%にまで拡大することなどが、NBIの改善に寄与することになるだろう。



2月の鉱工業生産指数は110.2となり、従来までのピーク（07年10月：110.0）を更新したものの、3月は前月比▲3.1%の大幅な低下となった。米国の景気後退懸念が高まるなか、これまで堅調を続けた輸出も今後は減速に向かう可能性が高く、生産活動も弱めの動きが続くことが予想される。

最近のNBIは50%ラインを上下する不安定な動きを続けているが、日本の景気動向もしばらくは微妙な局面が続くことになるだろう。

＜基礎研インデックス ヒストリカルデータ＞

● NBI と景気動向指数（内閣府）の動向

	2007年		2008年			→ 予測値
	11月	12月	1月	2月	3月	4月
ニッセイ景気動向判断指数(NBI) 景気拡張確率 (景気後退確率)	41.7% (58.3%)	51.5% (48.5%)	49.4% (50.6%)	54.0% (46.0%)	50.3% (49.7%)	61.4% (38.6%)
内閣府景気動向指数 先行DI 一致DI	16.7% 45.5%	37.5% 59.1%	45.5% 20.0%	54.5% 70.0%		

(注)「ニッセイ景気動向判断指数(NBI)」とは、景気転換点・局面を確率的に判断する指数。
景気拡張確率が50%を上回れば「景気回復局面」、下回れば「景気後退局面」、
50%は景気の転換点を示す。

● 基礎研インデックス

	ニッセイ景気動向 判断指数(NBI) 水準	月次GDP		為替インデックス
		水準(10億円)	前期比	水準
07/5	28.7%	560,336	0.9%	43.0%
07/6	53.6%	561,010	0.1%	37.6%
07/7	53.2%	559,809	▲0.2%	41.3%
07/8	32.2%	562,505	0.5%	44.8%
07/9	23.7%	559,500	▲0.5%	41.9%
07/10	50.8%	563,017	0.6%	39.5%
07/11	41.7%	565,359	0.4%	25.9%
07/12	51.5%	564,617	▲0.1%	16.8%
08/1	49.4%	569,399	0.8%	17.4%
08/2	54.0%	571,481	0.4%	14.3%
08/3	50.3%	568,109	▲0.6%	30.7%
08/4 (予測値)	61.4%			27.0%
08/5				28.3%

(注) 基礎研インデックスの見方

- ①ニッセイ景気動向判断指数 (NBI) : 景気の転換点・局面を確率的に判断する指数。数値が50%を上回れば「景気回復局面」、
下回れば「景気後退局面」、50%は景気の転換点を示す。
- ②月次GDP : GDPを月次化したもの。直近の数値はweeklyエコノミストレター2008年4月30日号を参照。
- ③為替インデックス : 為替の局面・転換点を確率的に判断する指標。プラスが続くと円安局面、マイナスが続くと円高局面。

(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。

(Copyright ニッセイ基礎研究所 禁転載)