

の消費行動は品質の高い商品へシフトしていたと見られる。他方、リーマンショック後の局面について見ると、消費者物価と平均購入単価がともに下落している。すなわち、物価水準が下落するとともに、家計は低価格な商品、廉価な店舗へ消費行動をシフトしたと考えられる⁸⁹。

2011年末から2012年春頃までは、平均購入単価が持ち直す動きも見られたが、その後は再び下落に転じた。前述したように、この頃は、小売企業が値下げ戦略を打ち出し始めた時期と一致する。項目別に見ると、「生鮮食品を除く食料」と「外食」の平均購入単価の下落が顕著であり、「被服及び履物」も小幅ながらも下落幅を拡大した（第1-2-9図（2）～（4））。家計は、割安なプライベートブランド食品、低価格帯の飲食店、価格の安い衣料品を愛好して消費を行っていたと考えられる。

ただし、2013年1月以降は、平均購入単価が上昇に転じており、家計の低価格志向は緩和しつつあると考えられる。この背景としては、緊急経済対策の効果や大胆な金融政策に対する期待などから、2013年1月以降、消費者マインドが改善傾向にあることが挙げられる。

- 注 (88) 消費者物価指数は、家計の消費構造を一定に固定したうえで、財・サービスの価格変化を測定するものであるため、家計の低価格・高価格商品への消費シフトの影響を受けない。一方、消費金額を購入数量で割って単純に算出する平均購入単価には、家計の消費行動の変化がそのまま反映されるため、家計の低価格志向（高価格志向）は平均購入単価の下落（上昇）に寄与する。
- (89) 「外食」の消費者物価については、焼肉や牛丼など一部の品目の下落寄与があるものの、それ以外の品目がリーマンショック後も高止まりしているため、全体として下落が見られない。

コラム

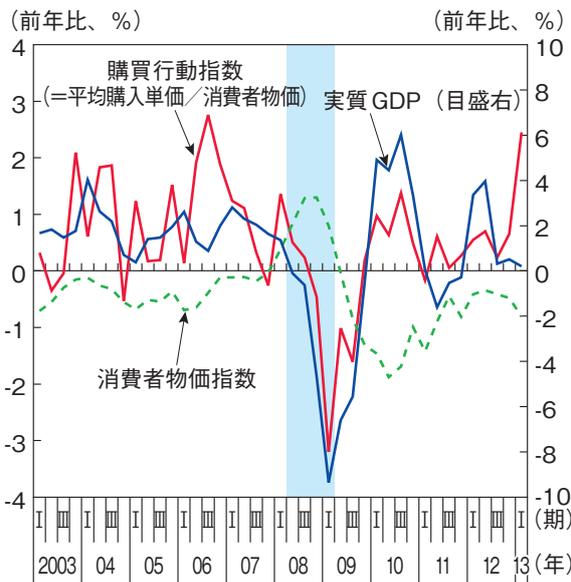
1-5 購買行動と景気

財やサービスの需給が反映される物価は、しばしば経済の体温に例えられる。しかし実際の物価指数は、景気変動に対して遅れて動く遅行指数であり、足下の物価指数から現在の「体温」を読み取ることは容易ではない。他方、実際に購入された財・サービスの価格から算出した平均購入単価（＝支出金額／購入数量）は、物価変動に加えて、所得環境の改善による高額商品へのシフトや節約志向の高まりによるディスカウント店へのシフトといった、その時々の人々の購買行動がそのまま反映されるため、景気に対する感応度は高いと考えられる。さらに、平均購入単価から物価変動の影響を除けば、そこには実質的な意味での人々の購買行動が表れると期待できる。

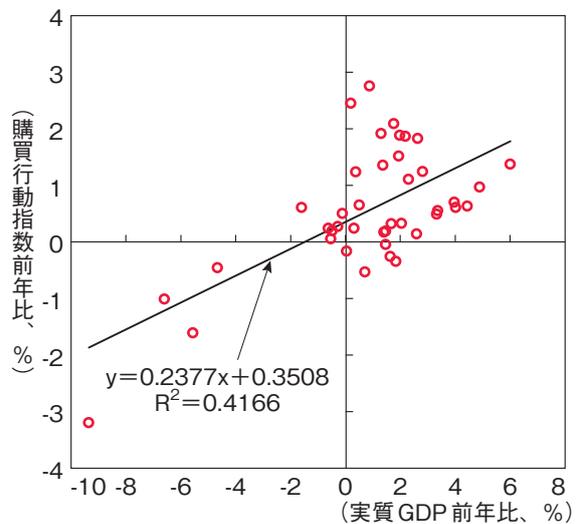
そこで、平均購入単価を消費者物価で割ったものを仮に「購買行動指数」とすると、短期的な振れを伴いつつも、実質GDPの動きとの一致性の高さが確認できる（コラム1-5図(1)）。また、両者を散布図にすると、明瞭な右上がりの関係が見られる（コラム1-5図(2)）。こうしたことから、購買行動指数には、足下の経済の状況を知る上で有用な情報が含まれていると考えられる⁹⁰。

コラム1-5図 購買行動と実質GDP

(1) 購買行動指数と実質GDP（推移）



(2) 購買行動指数と実質GDP（散布図）



- (備考) 1. 内閣府「国民経済計算」、総務省「家計調査」、「家計消費状況調査」、「消費者物価指数」により作成。
 2. 平均購入単価は第1-2-9図と同じ方法により算出。
 3. 平均購入単価、消費者物価は、いずれも、持家の帰属家賃、生鮮食品及びエネルギーを除く。
 4. 図中の網掛けは景気後退期。

注 (90) 白川・門間 (2001) は、「景気の体温を測る目的で何らかの価格情報を見るのであれば、例えば、高級品も低級品も取り混ぜて単に表面価格を平均した平均単価などが有益であるかもしれない」と指摘している。

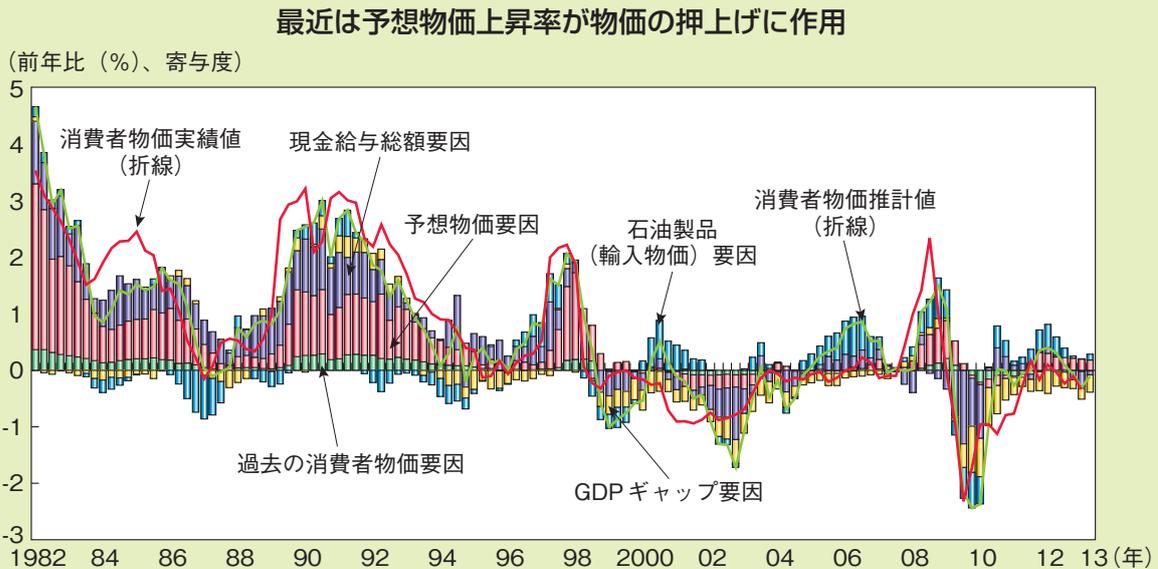
●最近は予想物価上昇率が物価の押し上げに作用

こうした消費者物価の現状と背景を理解するために、コアの変動を、(1) マクロの需給バランス (GDPギャップ)、(2) 予想物価上昇率、(3) 現金給与総額、(4) その他外生要因 (石油製品の輸入物価)、に分解すると、近年の特徴として以下の点が指摘できる (第1-2-10図)。

まず、2009年末以降のデフレ局面においては、我が国の総需要低迷を背景に、GDPギャップ要因が常にデフレ圧力として作用している。リーマンショック後の景気後退期には、企業収益が落ち込み、給与が大幅に減少したため、現金給与総額要因の物価押し下げ寄与が拡大した。また、1990年代後半以降のいずれの景気後退期においても、GDPギャップ要因と現金給与総額要因が揃ってマイナス方向に大きく動き、デフレ圧力を相乗的に強める傾向が見られる。

他方、予想物価要因は、資源輸入価格の上昇や消費者マインドの改善などを受けて、2011年後半から継続して物価押し上げ要因となっている。2000年代前半のデフレ局面において、予想物価要因が、消費者のデフレ予想の広がりなどによって、物価押し下げに作用していたのとは

第1-2-10図 消費者物価関数の推計



(備考) 1. 総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」、内閣府「消費動向調査」、「国民経済計算」などにより作成。GDPギャップは内閣府試算。消費者物価は生鮮食品を除く総合 (コア)。

2. ここでは、①消費者物価は、過去の予想物価上昇率、過去のGDPギャップ、過去の石油製品輸入物価に依存し、②予想物価上昇率は、過去の消費者物価、過去の予想物価上昇率、現時点の石油製品輸入物価に依存すると仮定し、以下の2式を1980年1-3月期から2012年10-12月期までのデータを用いて同時推計した。図は、②式の推計結果を①式に代入して整理し、各要因の寄与を示したもの。

$$CPI(t) = \alpha \cdot GAP(t-3) + \beta \cdot E\pi(t-1) + \gamma \cdot W(t-1) + \delta \cdot OIL(t-1) + \varepsilon(t) \quad \dots \text{①式}$$

$$E\pi(t) = \eta \cdot CPI(t-1) + \psi \cdot E\pi(t-1) + \phi \cdot W(t) + \theta \cdot OIL(t-1) + \omega(t) \quad \dots \text{②式}$$

ただし、CPI：消費者物価 (コア) 前年比、GAP：GDPギャップ、Eπ：予想物価上昇率、W：現金給与総額前年比、OIL：石油・石炭・天然ガス輸入物価 (円ベース) 前年比
：5%水準で有意な係数、：10%水準で有意な係数

3. 予想物価上昇率は、消費動向調査における1年後の物価予想に関する回答を用いて、①2004年1-3月期までは、合理的期待仮説により一部修正したカールソン・パーキン法により算出し、②2004年4-6月期以降は、各上昇・下落レンジに対する回答の加重平均により求めたものを、2004年1-3月期以前の系列との段差 (0.9%程度) を調整して算出した (詳しくは、内閣府政策統括官 (経済財政分析担当) (2011) 付注1-4-1参照)。

4. 消費者物価の実積値は、2010年基準の接続指数により内閣府試算。このため、特に基準改定の年 (2010年、2005年などの5年ごと) は総務省の公表値との乖離が大きくなる場合 (0.3%ポイント程度) がある。