

い傾向にあるが、我が国とこれらの国との賃金上昇率の違いなどを反映して特にサービスにおいて乖離幅が大きい（第1-2-23図（1）（2））。ただし、サービスの消費者物価上昇率の変動幅は非常に小幅であり、リーマンショック後の低下局面を除くと、おおむね横ばい圏内で推移している¹⁰⁴。また、財を耐久消費財と非耐久消費財に分けると、耐久消費財の消費者物価上昇率は他のG5諸国から下方に乖離してマイナス圏で推移する一方、非耐久消費財はそのような傾向が小さい（第1-2-23図（3）（4））。すなわち、我が国の消費者物価上昇率が他国よりも低く、かつデフレ状況が継続しているのはサービスと耐久消費財の消費者物価の動向によるものといえ、特に耐久消費財の下落が大きい。

●家電や情報機器が耐久消費財価格を押し下げ

そこで、耐久消費財について、我が国のマイナス幅が他国より大きい理由について検討する（第1-2-24図）。まず、日本では、パソコンやテレビなどを含む「教養娯楽家電・情報機器」のマイナス寄与が非常に大きい。他国においても、「教養娯楽家電・情報機器」は物価下落に寄与することが多いが、日本よりも価格の下落ペースが緩やかであることやウエイトが大きくないことなどから、マイナス寄与は限定的なものにとどまっている。次に、冷蔵庫やエアコンなどを含む「家事家電・冷暖房機器」を見ると、日本ではマイナス寄与が大きい一方、他国では価格下落が緩やかであり、マイナス寄与は小さい。最後に、ドイツとフランスにおいては、「自動車」が物価上昇に寄与しており、耐久消費財全体の物価下落を抑制する方向に働いている。ドイツは、自動車生産について日本と比較されることが多いが、両者の国内価格は異なった動きとなっている。

3 企業の価格・賃金設定行動と物価

ここでは、財・サービスの供給側である企業の価格・賃金設定行動の特性について、マクロとミクロの両面から考察する。前半部分で、企業取引段階の企業物価の変動要因を分析するとともに、企業収益と賃金の関係から近年の企業の賃金設定行動の特徴について論ずる。後半では、内閣府が2013年に実施した「企業経営に関する意識調査」を利用し、我が国企業の価格設定行動の特性について、企業レベルのミクロデータを用いた分析を行う。

(1) 我が国の企業物価と賃金の動向

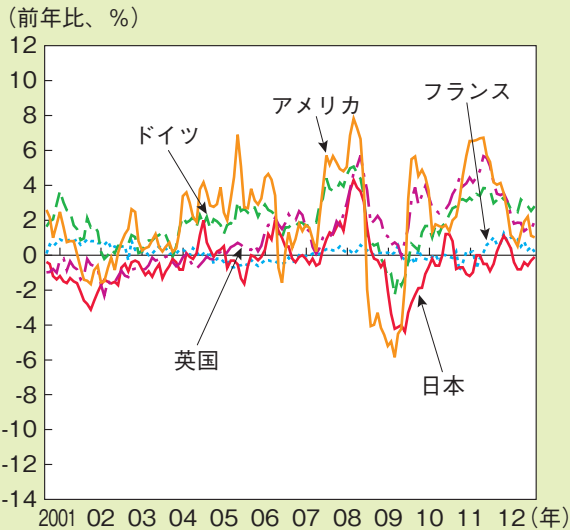
企業物価の動向を予想物価上昇率や賃金との関係から整理するとともに、過去の景気局面ごとの企業収益と賃金の関係を比較することによって、近年、企業収益の変化に対して賃金の反

注 (104) 市橋・長谷川(2012)において、アメリカではサービス価格における家賃のプラス寄与が大きい一方、我が国は家賃の寄与がほとんど見られず、その要因として賃貸需要動向の違いを指摘している。

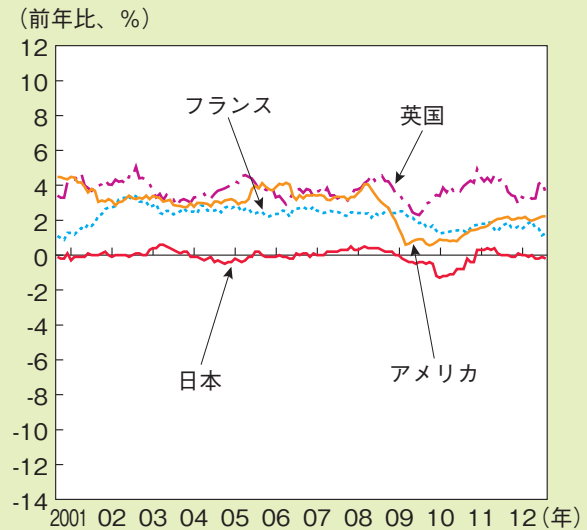
第1-2-23図 G5の財・サービス別の消費者物価上昇率

耐久消費財とサービスの消費者物価が他国より下方に乖離

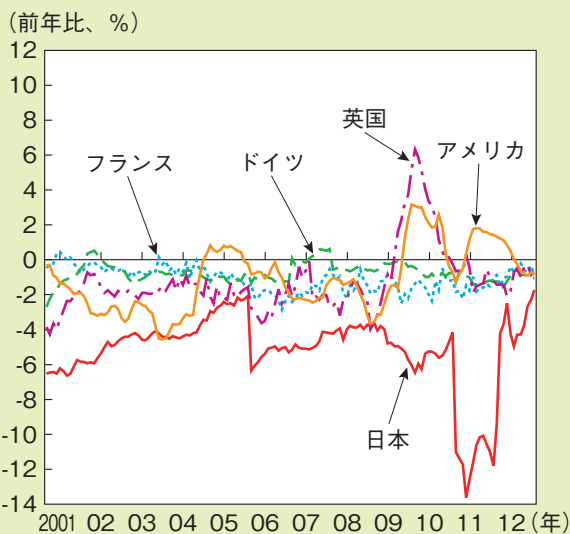
(1) 財



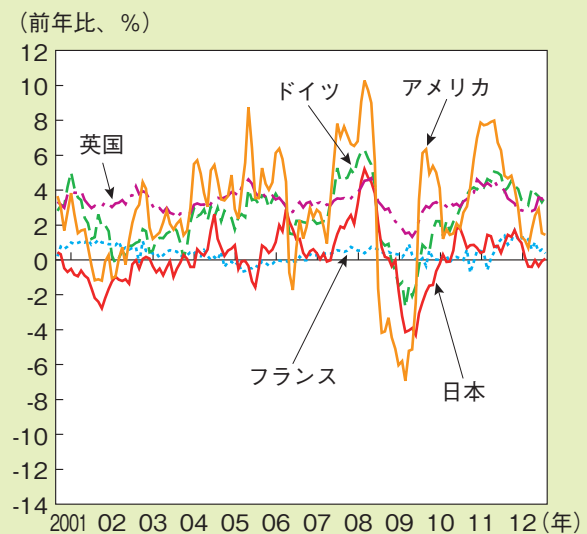
(2) サービス



(3) 耐久消費財



(4) 非耐久消費財



- (備考) 1. 総務省「消費者物価指数」、OECD「OECD.Stat」、U.S. Bureau of Labor Statistics「Consumer Price Index」、Datastreamにより作成。
 2. 日本の耐久消費財の2005年と2006年及び2010年と2011年の間の段差は、それぞれ2005年基準、2010年基準への基準改定によるもの。
 3. 日本の耐久消費財は、家庭用耐久財、自動車、教養娯楽用耐久財などにより内閣府試算。また、非耐久消費財は、財から前述の耐久消費財を除くことにより内閣府試算。

応が小さくなっている現状を確認する。また、企業が労働コスト抑制に取り組む中で進んでいる単位労働費用の低下の特徴についても検討する。

●企業間の取引段階における根強いデフレ予想の転換が重要

企業間取引段階の価格である国内企業物価と企業向けサービス価格について、その決定要因