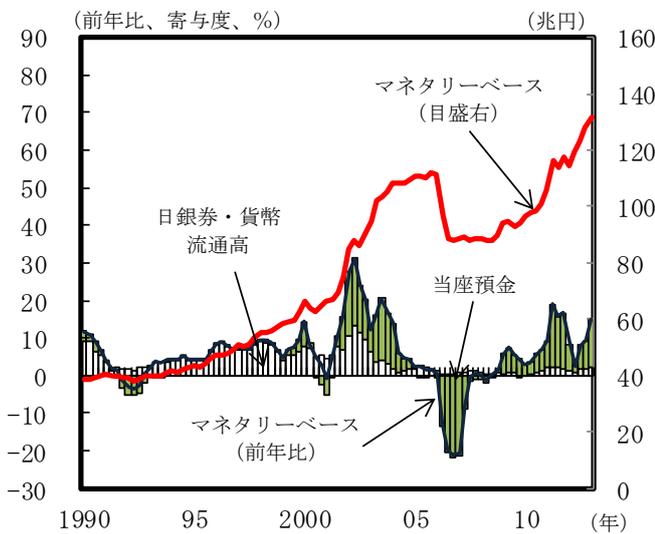


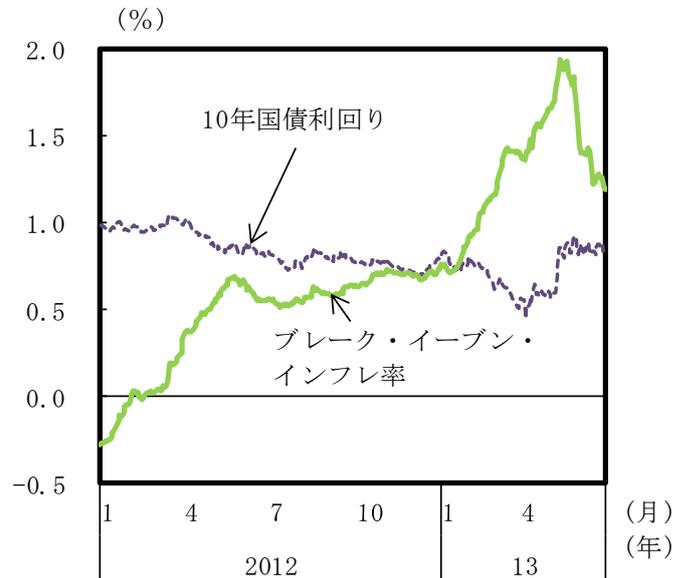
第2節 金融政策のレジーム転換と物価動向

- 「量的・質的金融緩和」では、マネタリーベースの大幅増加を目標設定
- 大胆な金融緩和などを背景に、市場参加者の予想物価上昇率が上昇

第1-2-3図 (1) マネタリーベースとその変動要因



第1-2-4 (4) 長期金利とブレック・イーブン・インフレ率

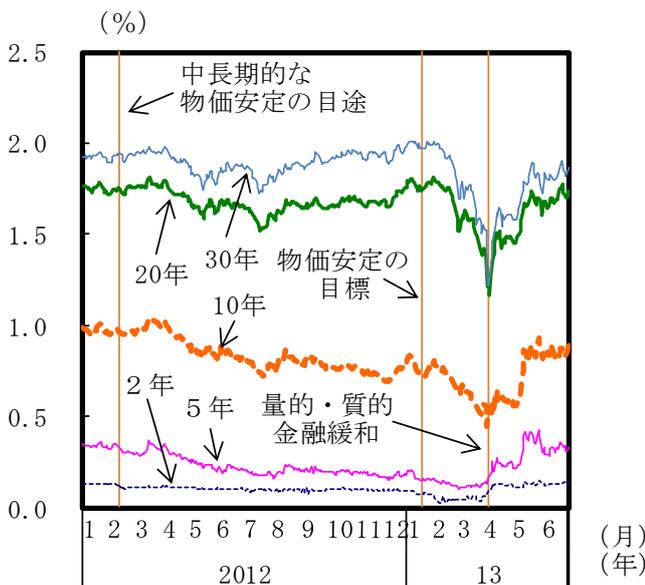


(備考) 1. (左図) 日本銀行「マネタリーベース」により作成。
2. (右図) Bloombergにより作成。

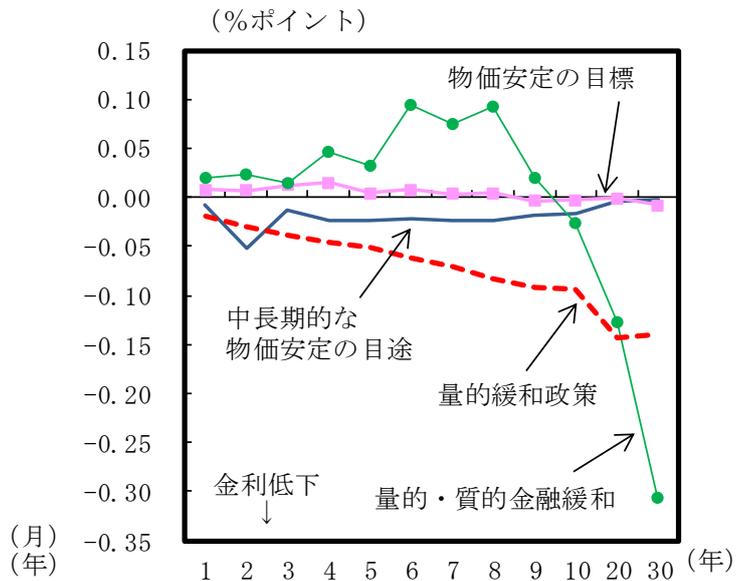
- 長期金利は、2013年に入って低下した後、幾分上昇
- 「量的・質的金融緩和」は超長期ゾーンの金利に大きく作用

第1-2-5図 金融政策と国債金利の変化

(1) 国債利回りの推移



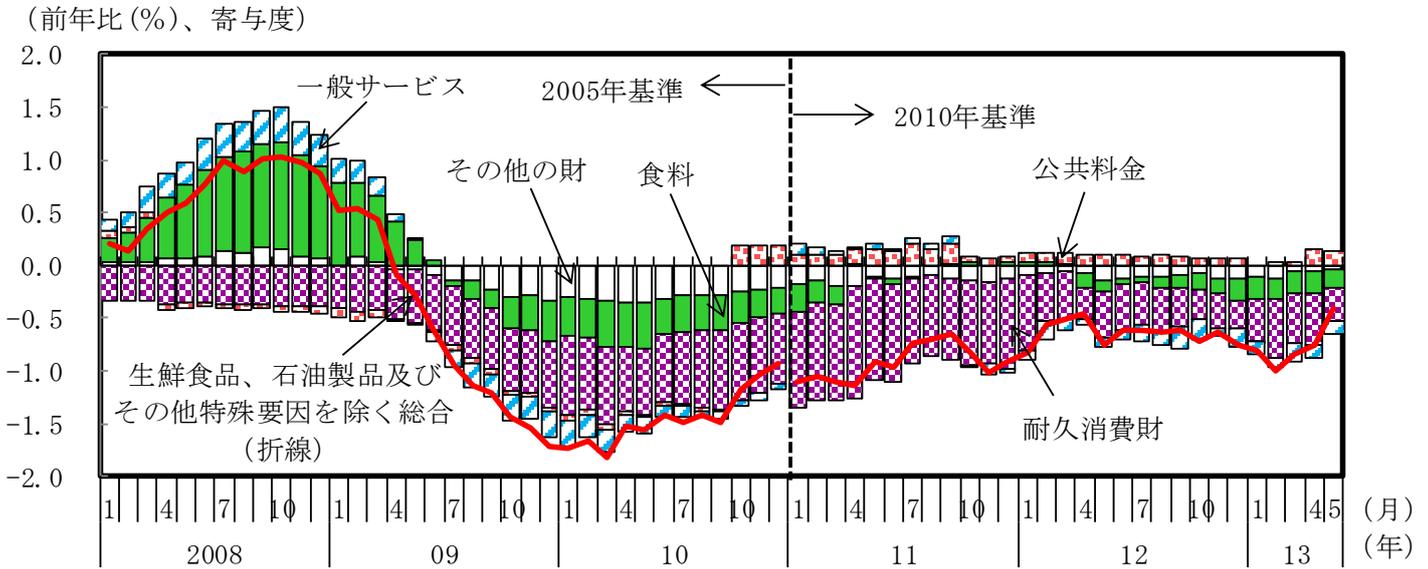
(3) イールドカーブの変化 (前日から翌日)



(備考) Bloombergにより作成。

- 2013年3月以降、消費者物価の前年比下落幅が縮小
- 食料価格の下落傾向の一服や耐久消費財の下落寄与の縮小などが背景

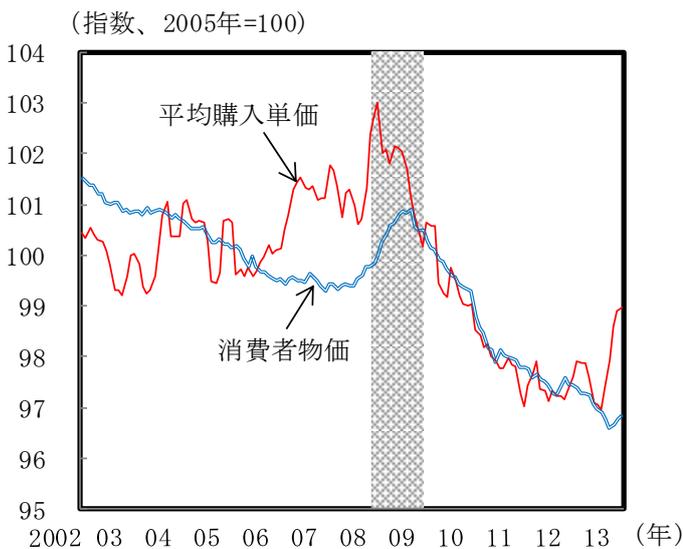
第1-2-8図 消費者物価の動向
(2) 生鮮食品、石油製品及びその他特殊要因を除く総合(コアコア・連鎖基準)



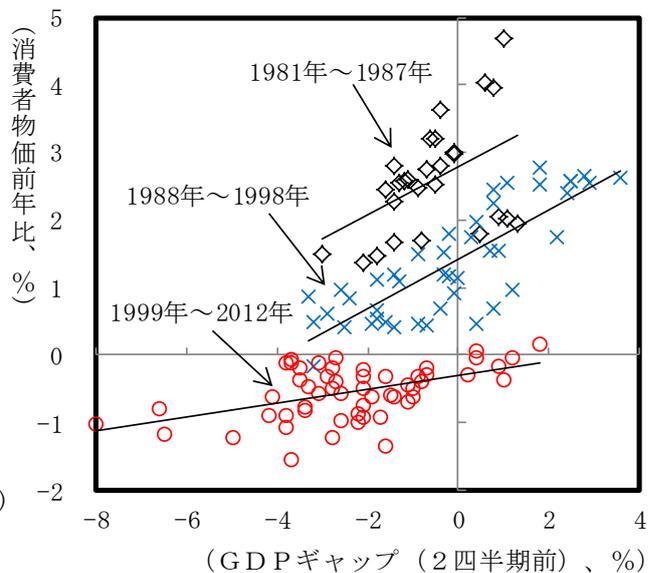
(備考) 総務省「消費者物価指数」により作成。

- 家計の低価格志向の緩和を背景に平均購入単価が上昇
- デフレから脱却するためには、予想物価上昇率を高めることが重要

第1-2-9図 消費者物価と平均購入単価
(1) 持家の帰属家賃、生鮮食品
及びエネルギーを除く総合



第1-2-11図 フィリップス曲線(日本)



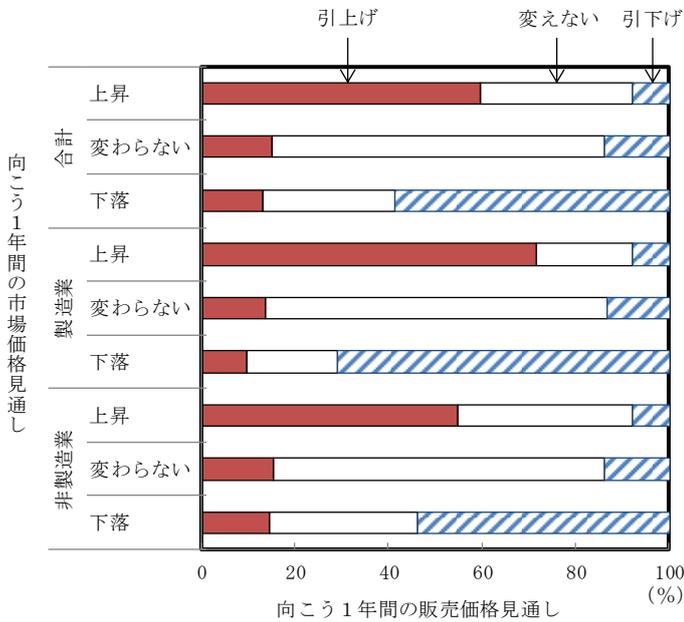
(備考) 1. (左図) 総務省「家計調査」、「家計消費状況調査」、「消費者物価指数」により作成。

2. (右図) 内閣府「国民経済計算」、総務省「消費者物価指数」などにより作成。

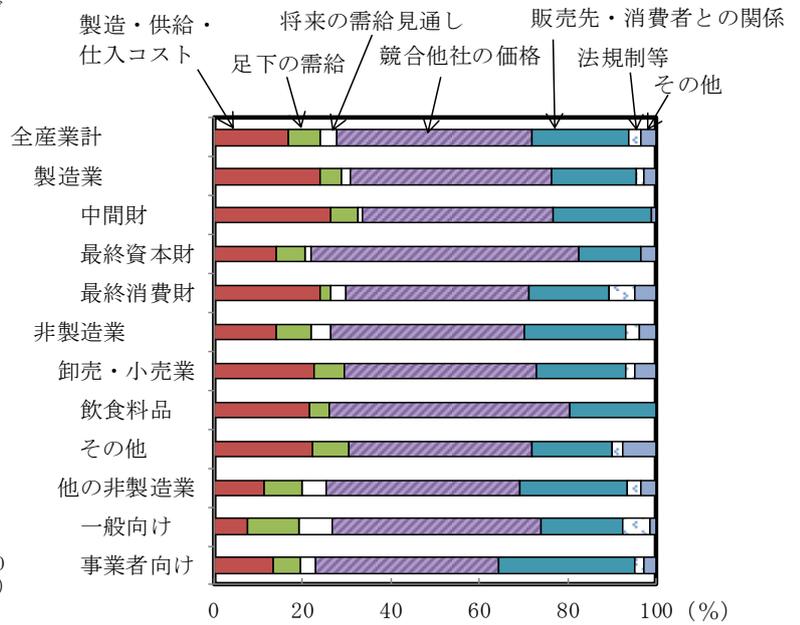
3. 消費者物価指数は、基本的に家計の低価格・高価格商品への消費シフトの影響を受けない。一方、消費金額を購入数量で割って算出する購入単価については、家計の低価格志向(高価格志向)が購入単価の下落(上昇)に寄与する。

- 企業は市場価格見通しに合わせる形で、自社商品の価格変更を計画
- 自社商品の販売価格引下げの際は「競合他社の価格」を重視する傾向

第1-2-28図(2) 商品の市場価格見通しと販売価格見通し



第1-2-30図(2) 販売価格の引下げの際に最も重視する要因

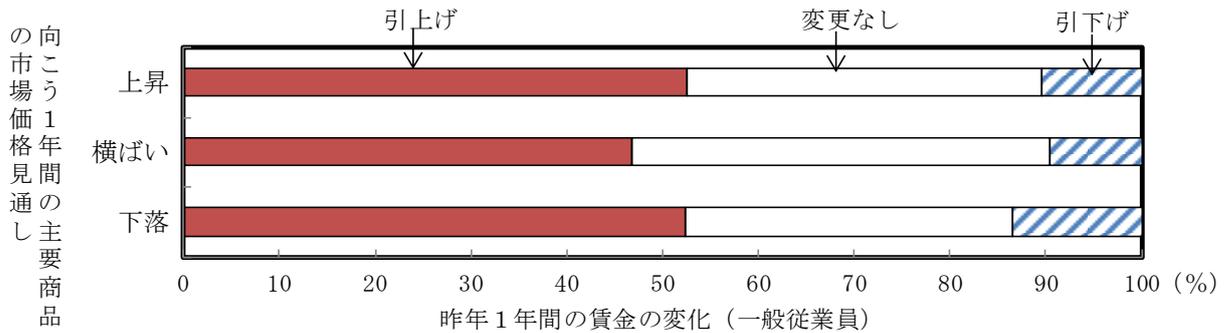


(備考) 内閣府「企業経営に関する意識調査」により作成。

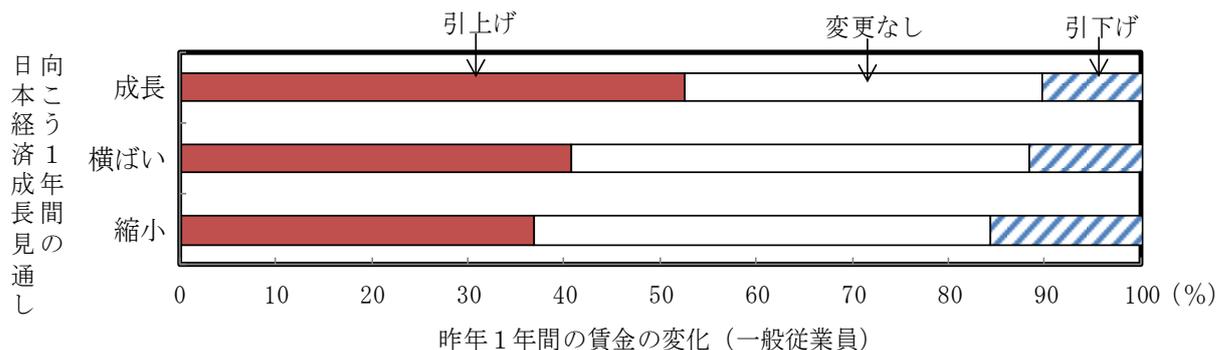
- 先行きの経済環境や業況の改善を見込む企業は賃金を引き上げる傾向

第1-2-33図 賃金を引き上げた企業の特徴

(2) 主要商品の市場価格見通しと賃金の変化 (一般従業員)



(3) 日本経済の成長見通しと賃金の変化 (一般従業員)



(備考) 内閣府「企業経営に関する意識調査」により作成。