

# マンスリー・トピックス

NO.007

平成24年 5月18日

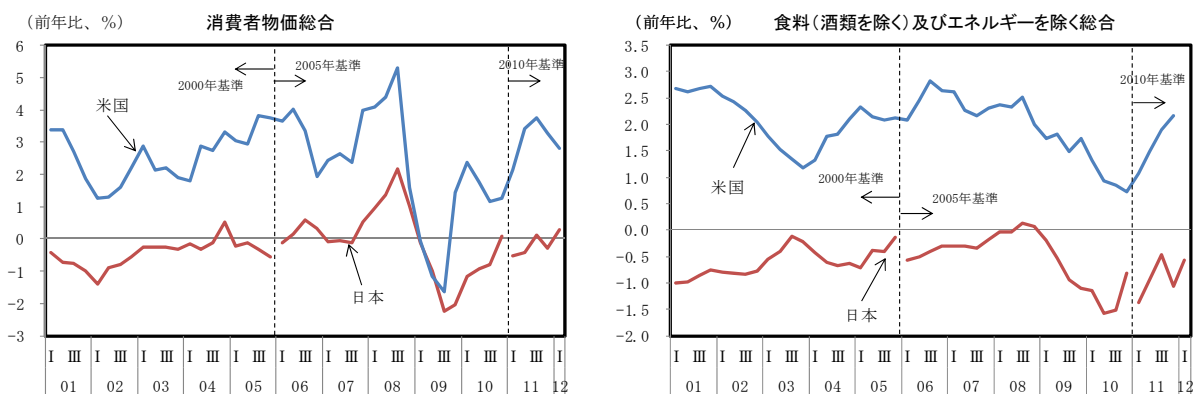
## 〈消費者物価の日米比較 ～個別品目に着目して～〉

参事官（経済財政分析—総括担当）付 市橋 寛久 ※  
長谷川 昌士 ※

### 1. はじめに

消費者物価の下落基調が続くなど、日本経済は緩やかなデフレ状況にある。2001年以降の消費者物価指数（以下「CPI」）の「総合」及び「食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合」の前年比の推移をみると（図-1）<sup>1</sup>、2008年のリーマンショック前後の上昇・下落を除けば、概ね0%～▲1%程度の範囲で推移している。他方、これらの指数について同時期の米国の動きをみると、概ね1%～3%程度の範囲で推移しており、緩やかなインフレが続いている。本稿では、このような日米のCPIの動向の違いについて、CPIを構成する下位分類レベルの指数に着目して比較検討することで、日本におけるCPIの持続的下落の背景を考察する。

図-1 CPI 総合前年比



（備考）総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。

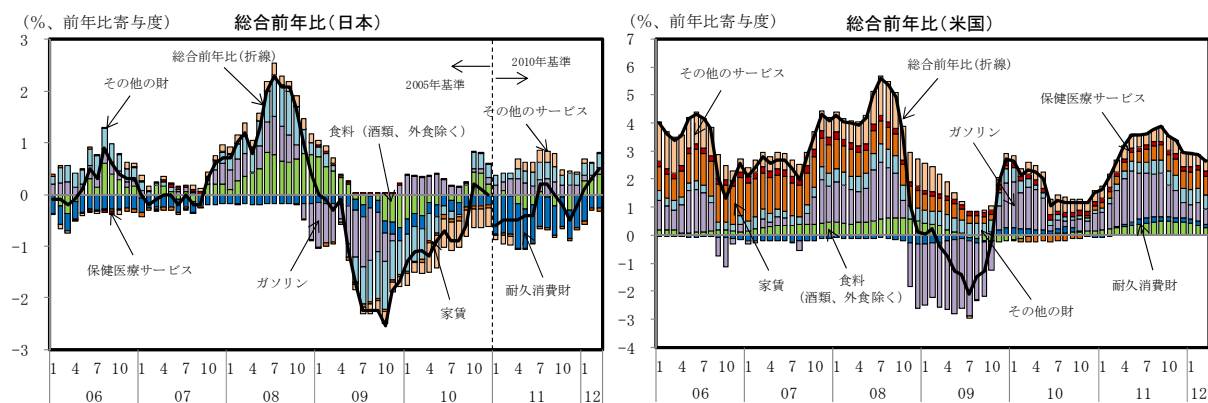
※本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。  
<sup>1</sup> 日本も米国もCPIの算式に固定基準ラスパイレズ指数を用いており、上方バイアスが生じる傾向がある。当該バイアスは基準改定時のウェイトの更新等によって解消され、その改定頻度は日本で5年に一度、米国で2年に一度となっている。このため、日本のCPIでは5年ごとに段差が生じる傾向があり、旧基準と新基準を直接比較することは必ずしも適当ではないことから、本稿では基準年ごとの系列を用いている。他方、米国のCPIについては2年に一度改定が行われ、段差は生じにくいと考えられることから、本稿では旧基準と新基準の接続系列を用いている。

## 2. CPI総合に対する寄与

まず、CPI総合の前年比を寄与度分解し、日米で比較する(図-2)。ここでは、財を「食料(酒類、外食を除く)」、「ガソリン」、「耐久消費財」、「その他の財」の4要素に、サービスを「家賃」、「保健医療サービス」、「その他のサービス」の3要素に分ける。また、財は青系統の色で示し、サービスはオレンジ系統の色で示す。

一見して明らかなように、日本では青系統の財が寄与の大半を占め、特に耐久消費財が恒常的にマイナスに寄与している。裏返せば、日本においてサービスは総合指数にほとんど影響を及ぼしていない。他方、米国では、日本と異なりオレンジ系統のサービスがかなりの寄与を示しており、特に家賃の寄与が大きいことがわかる。また、財についても、日本と違って耐久消費財の寄与は小さく、主にガソリンによって説明されることがわかる。

図-2 CPI総合の寄与度分解



(備考) 総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。

## 3. CPI構成品目のウェイト

このように総合指数に対する寄与が日米で異なる要因の一つとして、CPIを構成する品目ウェイトの違いが挙げられる。

CPIを構成するウェイトの財・サービス比率を日米で比較すると(図-3(1))、日本では財が49.3%、サービスが50.7%と、財とサービスがほぼ半々なのに対して、米国では財が40.0%、サービスが60.0%と、サービスの割合が高い。サービスの中でも特に家賃については、日本18.7%に対して米国31.2%と、米国の方が13%ポイントも高い。このため、米国においてはサービス(とりわけ家賃)の寄与が大きくなっていると考えられる。

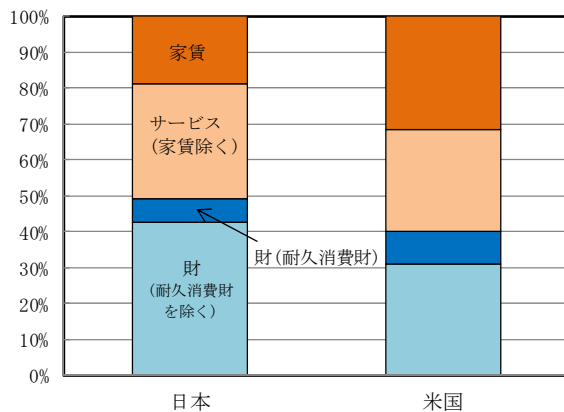
また、財のうち耐久消費財についてみると、日本6.6%、米国8.9%と米国の方が高く、これだけでは日本における耐久消費財の寄与の大きさを説明することはできない。しかし、個別品目にまで遡ると(図-3(3))、耐久消費財の中でもテレビのウェイトは日本が米国の約5倍、逆に自動車のウェイトは米国が日本の約3倍となっており、耐久消費財の中での重み付けが日米で大きく異なる。これらの違いが、耐久消費財の寄与の違いとして表れていると考えられる(この点は次項で検討する)。

次に、目的別分類で日米のウェイトを比較すると（図-3（2））、日本では食料、教養娯楽のウェイトが大きいこと、米国では保健医療、交通のウェイトが大きいことがわかる。より詳しくみると、米国の保健医療のウェイトの大きさは保健医療サービスに、交通のウェイトの大きさはガソリンと自動車に、それぞれ起因していることがわかる（図-3（3））。先に確認した米国におけるガソリンと保健医療サービスの大きな寄与は、このようなウェイトの大きさを反映したものと考えられる。

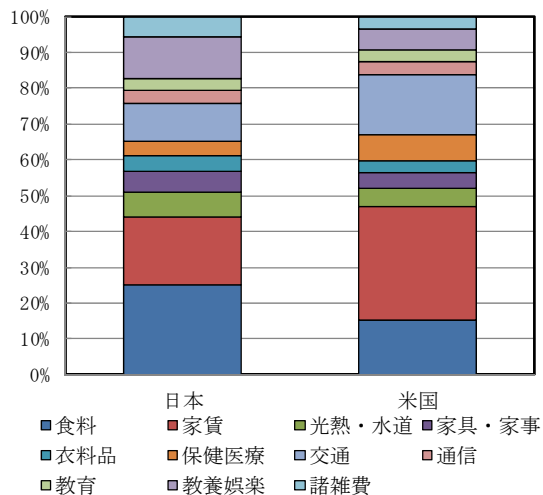
CPIのウェイトは、日本では総務省統計局の「家計調査」に基づく家計の消費支出額が、米国では労働統計局(BLS)の「消費者支出調査(Consumer Expenditure Survey)」に基づく家計の消費支出額がそれぞれ用いられている。したがって、こうした日米のCPIのウェイトの違いは、両国の消費構造の違いを映し出したものといえる。

図-3 CPIの構成

(1) 財・サービス分類



(2) 目的別分類



(3) 個別品目

	日本	米国
耐久消費財	6.6%	8.9%
テレビ	1.0%	0.2%
自動車	1.8%	5.7%
交通	8.2%	15.7%
ガソリン	2.3%	5.5%
自動車(再掲)	1.8%	5.7%
保健医療	4.3%	7.1%
保健医療サービス	2.2%	5.3%
保健医療用品	2.1%	1.7%

(備考) 総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。目的別分類の日米の対応関係は付表参照。

#### 4. 下位分類指数の動向と背景

総合指数に対する寄与が日米で異なるより直接的な要因は、CPIを構成する下位分類指数の動向の違いにある。そこで以下では、日米で寄与が大きく異なる耐久消費財とサービス（特に家賃）について、価格指数の動向をみるとともに、その動きの背景を考察する。

### (1) 耐久消費財

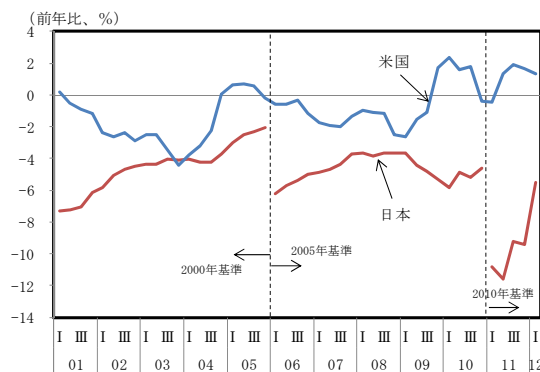
まず、図-4(1)に耐久消費財の前年比を示す。これより、日本では耐久消費財の大幅な前年比マイナスが続いており、マイナス幅は基準改定のたびに拡大していることがわかる。他方、米国では前年比での下落基調はみられるものの、2009年末以降はプラスを示すなど、日本よりも下落圧力は小さいことがわかる。

この点を詳しくみるため、耐久消費財の前年比を「テレビ」、「自動車」、「他の耐久消費財」の3要素に寄与度分解する(図-5)。これより、テレビと他の耐久消費財は日米ともにマイナスに寄与しており、そのマイナス幅は日本の方が大きいことがわかる。特に、2010年基準における日本の耐久消費財のマイナス幅の拡大は、テレビのマイナス寄与の急拡大によって生じていることがわかる。これは、2010年基準のCPIでは、家電エコポイント制度によって家計のテレビへの支出が急拡大した2010年の支出額がウェイトとして採用されているためである<sup>2</sup>。また、自動車については、米国で大きく上昇・下落に寄与しているのに対して、日本ではほとんど寄与がみられない。特に2009年末以降は米国で自動車が前年比プラスに寄与しており、耐久消費財全体の押し上げを担っていることがわかる。

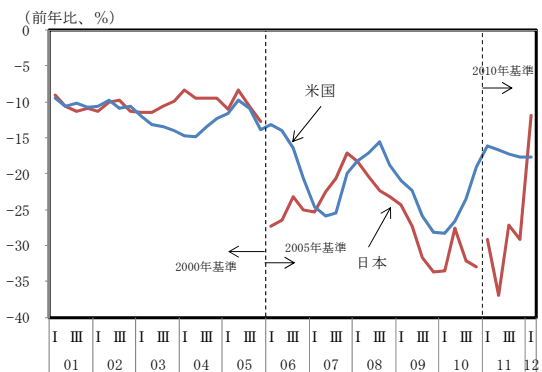
このように、日米の耐久消費財の動向の違いは、もっぱらテレビと自動車によるところが大きい。そこで以下では、これら二品目についてより詳細に検討する。

図-4 下位分類指数前年比(財)

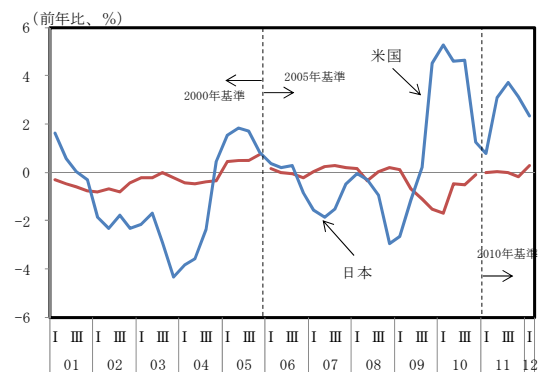
(1) 耐久消費財



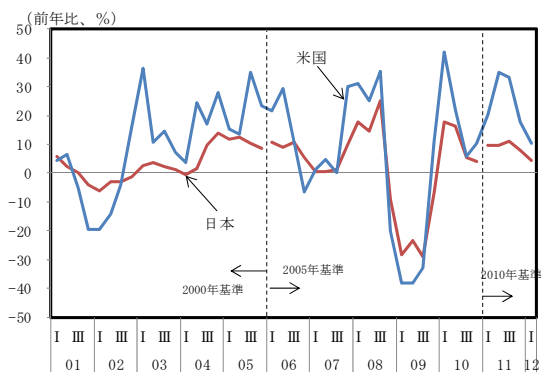
(2) テレビ



(3) 自動車



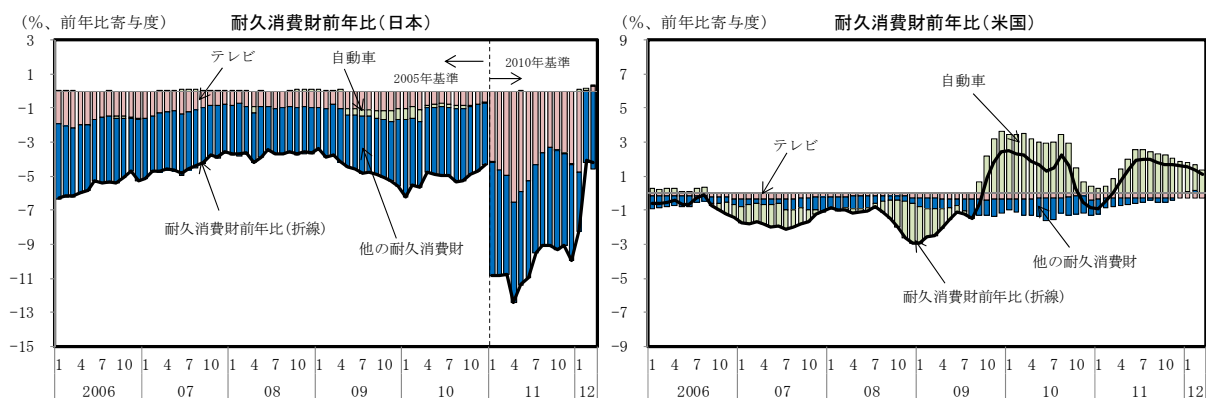
(4) ガソリン



(備考) 総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics「Consumer Price Index」により作成。

<sup>2</sup> テレビのウェイトは、2005年基準の0.38%から2010年基準では0.97%に急上昇している。

図-5 耐久消費財の寄与度分解



(備考) 総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。

### 【テレビ】

図-4(2)にテレビの前年比を示す。これより、①2006年以降、日米ともに前年比マイナス幅が大きく拡大するとともに、日本では2005年基準への改定の際に大きな段差が生じている、②2010年以降、米国で前年比マイナス幅が縮小したのに対して、日本では縮小していない<sup>3</sup>、といった特徴が読み取れる。

まず①については、市場に出回るテレビが、ブラウン管テレビから技術の陳腐化と価格低下の激しい薄型テレビへと移行したことによると考えられる。実際、日本のCPIでは、2005年基準への改定の際にテレビの調査品目が「ブラウン管テレビ」から「薄型テレビ」へと変更されており<sup>4</sup>、これに伴い指数に大きな段差が生じている。他方、米国ではこのような段差はみられないが、これは米国に特有のサンプリング手法に起因すると考えられる。日本のCPIの調査品目は、テレビであれば「液晶テレビ、32V型、ハイビジョン対応パネル、LEDバックライト搭載、特殊機能付きは除く」と詳細に銘柄が指定され、さらに商標や型番まで指定されている。他方、米国では、“Entry Level Item”として大雑把に“Televisions”と定められているだけで、各調査店舗でどの銘柄の価格を調べるかは、4年のローテーションで行われる「確率比例抽出」という手法によって、販売シェアに応じて確率的に定められる。このため、日本と違って“Televisions”の中には品質の異なる様々なテレビが同時に含まれ、その中身は販売シェアの移り変わりとともに4年かけて次第に入れ替わる<sup>5</sup>。米国ではこうしたサンプリング手法を採用していることから、市場での出回りの変化を反映して、調査銘柄がブラウン管テレビから液晶テレビへと徐々にシフトしたものと推測される<sup>6</sup>。

<sup>3</sup> 2012年第I四半期に日本のテレビのマイナス幅が大幅に縮小しているが、これは2012年3月に行われたテレビの調査銘柄の変更の際に品質調整がなされなかったことによるものであり、技術的な性質が強い。

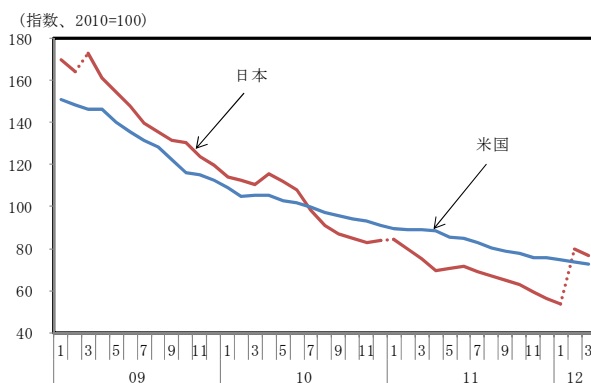
<sup>4</sup> 正確には、2008年に行われた2005年基準の中間年見直しによって「ブラウン管テレビ」は廃止され、併存していた「薄型テレビ」へと一本化された。

<sup>5</sup> ただし、抽出された銘柄の販売が終了するなど価格調査が継続できなくなった場合は、4年のローテーションを待たずに調査銘柄の変更(Replacement)が行われる。

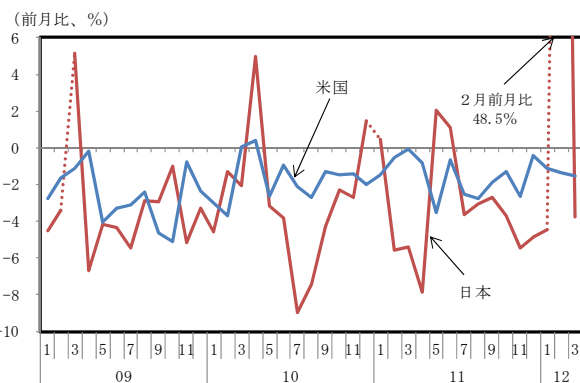
<sup>6</sup> 確率比例抽出については、BLS(2007)、ILO(2005)、菅(2005)参照。なお、調査銘柄のサンプリングに確率的手法を用いているのは、G7諸国の中では米国のみである(梅田(2009))。

続いて②について検討する。2009年以降のテレビの前月比をみると（図-6（2））、2009年中は日米ともに▲4%程度と概ね同じテンポで下落していたものの、2010年に入って米国下落テンポが▲2%程度に鈍化したのに対して、日本では上下に振れながらも平均▲4%程度下落が続き<sup>7</sup>、その結果、2010年以降、日米で前年比マイナス幅が乖離したことがわかる。ここで、日本のCPIにおける薄型テレビの調査銘柄をみると、2005年以来、年に1回程度のマイナーな変更を伴いつつも一貫して「32V型、特殊機能付きは除く」に固定されている。急速な技術進歩によってより大型で高機能なテレビが廉価で量産される中であって、「特殊機能なし」の「32V型」は相対的に価格下落が速く、結果として指数の下落も速くなっている可能性がある。実際、40型以上、40型未満の薄型テレビの販売単価の推移をみると（図-7）、40型未満の下落テンポが速いことが確認できる。他方、米国においては、市場に出回るテレビがより大型で高機能なものへとシフトするに従って、確率比例抽出によって抽出されるサンプルもシフトし、指数の下落速度の鈍化に一定の貢献を果たしているものと推測される。もっとも、品質を一定としたときの価格変動を測定するというCPIの目的に照らせば、日本の調査銘柄が「32V型、特殊機能付きは除く」に固定されていること自体は必ずしも問題ではなく<sup>8</sup>、むしろ米国において調査サンプルの変化に伴う品質調整が十分になされず、品質上昇分が価格上昇として計測されている可能性も考えられる<sup>9</sup>。

図-6 2009年以降のテレビの動向  
（1）指数



（2）前月比



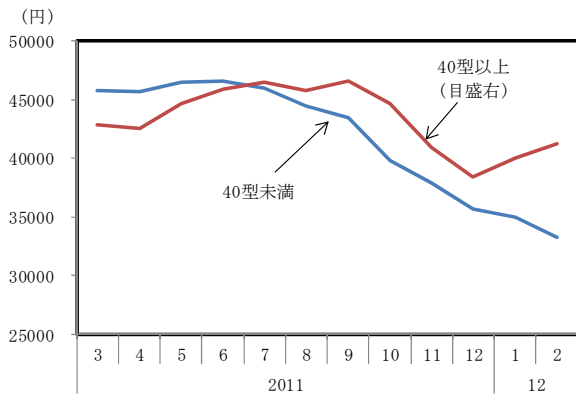
（備考）総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。  
日本における破線部分は、調査銘柄が変更された月を表す。

<sup>7</sup> 日本におけるテレビの前月比の振動の背景としては、2010年11月・12月のピークは家電エコポイント制度のポイント半減・対象の厳格化に伴う駆け込み需要を、2011年5月・6月のピークは地上デジタル放送への完全移行に備えた駆け込み需要を、それぞれ反映したものと考えられる。また、2010年4月のピークについては、銘柄変更を伴わずに指数が大きく跳ね上がっていることから、調査銘柄の詳細指定（商標、型番）が変更されたものと推測される。

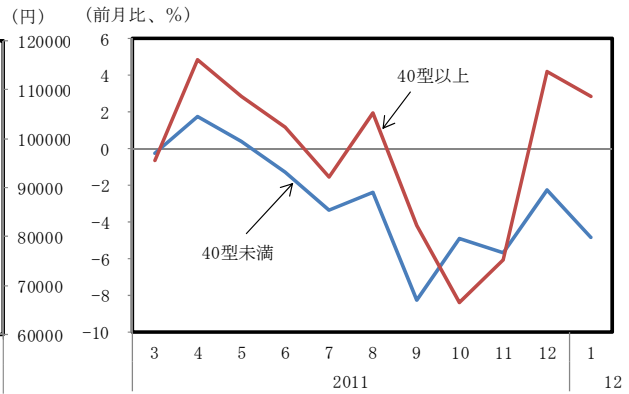
<sup>8</sup> 薄型テレビの販売台数に占めるシェアは、2012年2月時点で40型未満75.8%、40型以上24.2%（経済産業省「生産動態統計」）となっており、日本では販売シェアの高い中小型が調査銘柄として適当であることがうかがえる。

<sup>9</sup> 確率比例抽出により調査銘柄を定める米国では、新銘柄と旧銘柄の価格をオーバーラップさせて調査することができない（梅田(2009)）。このため、品質調整には、新旧銘柄を直接接続する方法や、類似商品の価格変化から新旧銘柄の価格変化を推定する方法が主として用いられている。

図-7 薄型テレビの販売単価  
(1) 販売単価 (3ヶ月移動平均)

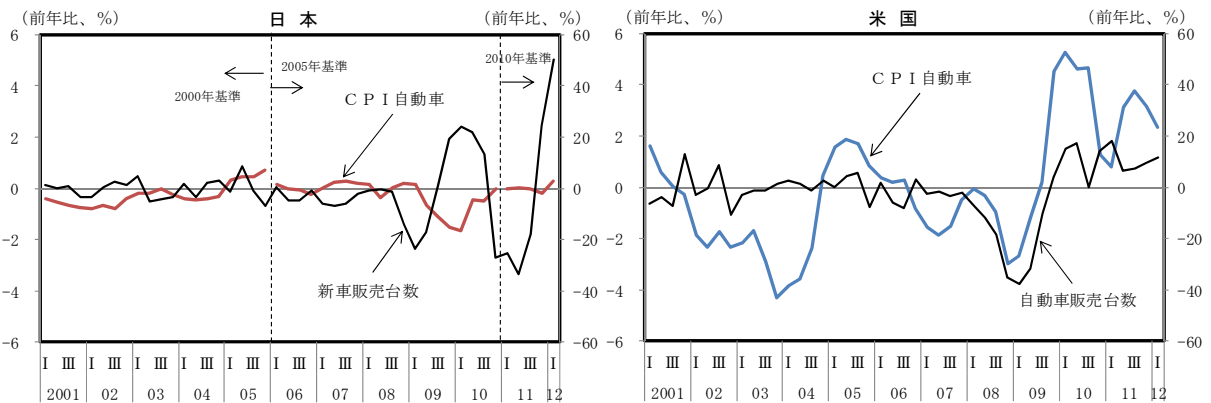


(2) 3ヶ月移動平均の前月比



(備考) 経済産業省「生産動態統計」により作成。

図-8 C P I 自動車(前年比)と自動車販売台数(前年比)



(備考) 一般社団法人日本自動車販売協会連合会「新車登録台数」、United States Department of Commerce により作成。

### 【自動車】

次に、自動車について前年比をみると(図-4(3))、日本ではゼロ近傍で推移しているのに対して、米国では上下に変動しており、両国でその動きは大きく異なることがわかる。

このような違いが日米で生じる背景として、ここでも指数作成方法の違いが影響していると考えられる。日本の自動車の指数は、「軽乗用車」、「普通乗用車」といった計6つの品目から構成され、いずれも新車価格が調査されている。これに対して、米国の自動車の指数<sup>10</sup>は、“New vehicles”、“Used cars and trucks”といった計5品目から構成され、中古車も調査対象に含まれている。また、調査価格についても、日本では車両本体価格に自動車取得税、リサイクル料金を合計した金額が調査されており、個別の値引き・値上げは指数に反映されないのに対して、米国では個別の値引き・値上げも考慮したディーラーから顧客への実際の販売価格が推計されている。中古車を含み、個別の値引き等も含む米国の指数は、これらを含まない日本の指数に比べて、自動車の需給動向に対してより感応的であると考えられる。

この点を確認するため、C P I 自動車の前年比と自動車販売台数の前年比の関係を図-8に

<sup>10</sup> 正確には“New and used motor vehicles”であり、オートバイも含まれる。

示す。日本では、2008年のリーマンショックによる自動車販売台数の落ち込み、その後の2度にわたるエコカー補助金による盛り上がりに対してCPIの連動はみられない<sup>11</sup>。他方、米国では、リーマンショックによる自動車販売台数の落ち込みとその後の回復に対してCPIは連動しており、需給動向を反映していることがうかがえる。このように、両国の指数作成方法の違いが、需給動向に対する感応度の違いとして表れているものと考えられる。

## (2) サービス・家賃

続いて、サービス、家賃について検討する。サービス全体の前年比の推移をみると(図-9(1))、日本ではゼロ近傍で推移する中、米国では3%程度のプラスで推移しており、日米で大きく動きが異なることが確認できる。また、サービスのうち家賃についても(図-9(2))、日本ではゼロ近傍で推移しているのに対して、米国では概ね3%程度のプラスで推移しており、サービス全体と同様の傾向が確認できる。さらに、サービスの前年比を「家賃」と「他のサービス」の2要素に寄与度分解すると(図-10)、日本では家賃の寄与がほとんどみられないのに対して、米国ではサービスの動きのほぼ半分が家賃によって説明されることがわかる。そこで以下では、サービスを家賃とそれ以外に分け、それぞれ日米の違いの背景を検討する。

### 【家賃】

まず、サービスのうち家賃についてみると、ここでも日米で指数の作成方法に違いがあることがわかる。

指数作成方法の違いとして第一に挙げられる点は、当月に価格調査が行われない物件の扱いである。日本では、調査対象物件を3群に分け、3ヶ月ローテーションで価格調査が行われ、当月の調査対象とならなかった残り2/3の物件については直近の調査価格が用いられる。他方、米国では、調査対象物件を6群(Panel)に分け、6ヶ月ローテーションで価格調査が行われ、指数の算出にあたっては当月の調査結果のみが用いられる(したがって、調査対象とならなかった残り5/6の物件に関する情報は当月の指数に含まれない)。このように、日本では価格情報が毎月1/3ずつ改定されるのに対して、米国では調査対象が毎月完全に入れ替わるため、米国の方が指数の変動が大きくなり得る仕組みとなっている。

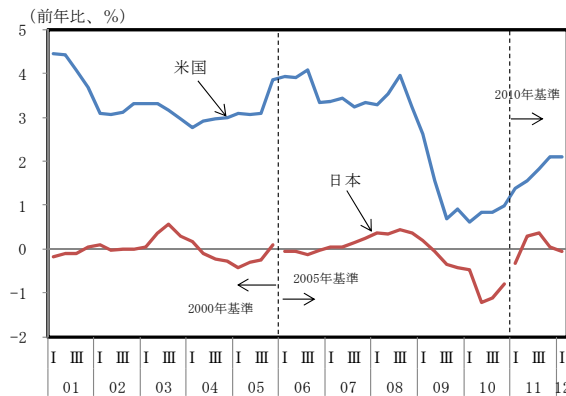
指数作成方法の違いとして挙げられる二点目は、空き家の扱いである。日本では、空き家の賃料は新しい入居者が入るまで古い賃料のまま横置きとなる。他方、米国では、空き家の家賃を、入居者の変化があった他の物件の家賃変化率を用いて推計している。この点も、日本の指数の変動を小さくし、米国の指数の変動を大きくする方向に影響していると考えられる。特に、賃貸用住宅の空室率が20%にのぼる日本の現状に照らせば(図-11)、空き物件賃料の横置きに伴う指数の硬直性は無視しえないと思われる。

---

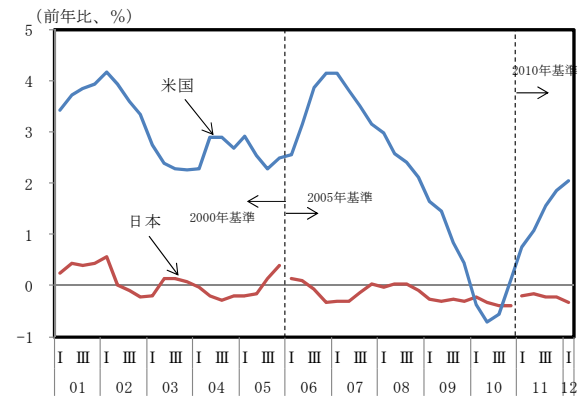
<sup>11</sup> 2009年のCPI自動車の下落は、自動車取得税の減税(エコカー減税)による。



図-9 下位分類指数前年比（サービス）  
 (1) サービス

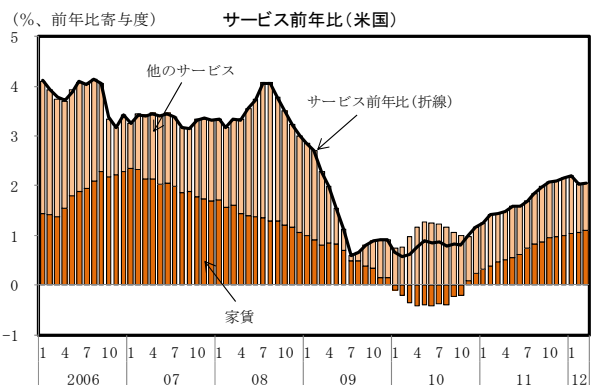
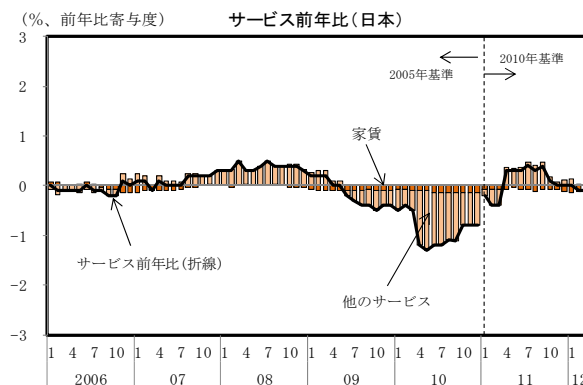


(2) 家賃



(備考) 総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。

図-10 サービスの寄与度分解



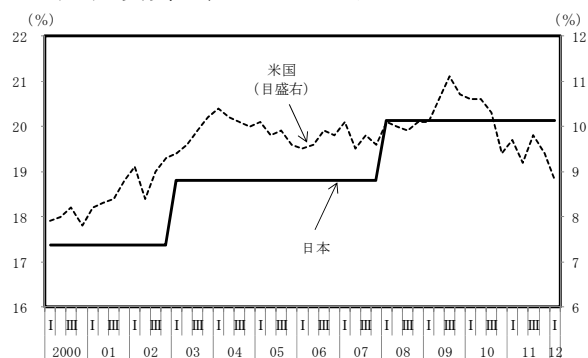
(備考) 総務省「消費者物価指数」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”により作成。

また、これら指数の作成方法に起因するのみならず、実際の契約においても、日本の家賃には硬直性が指摘されている。不動産管理会社のマイクロデータを用いた清水・渡辺(2011)の分析によると、1年間に家賃が変化する住戸の割合は、日本で5.4%と推計され、同様の分析に基づく米国の71%に対して圧倒的に低い。このような、家賃契約における賃料改定率の違いが、両国のCPIの違いとして表れているものとみられる。

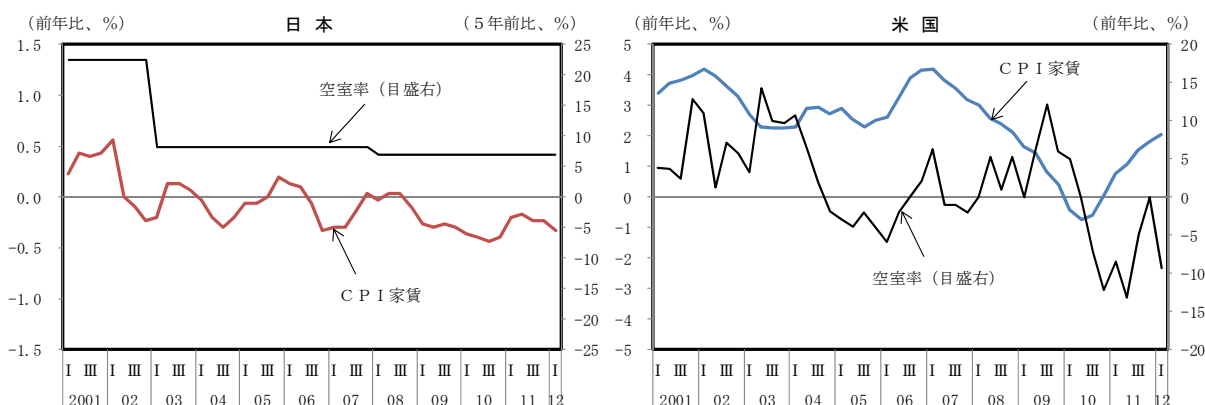
このように、日米では家賃の変化幅に大きな違いがあるが、指数の方向も日本では前年比マイナス、米国では前年比プラスと異なる。そこで、賃貸用住宅の空室率をみると(図-11(1))、日本では若年人口の減少等を反映して上昇しており、賃貸物件の需給は緩和傾向にあることがわかる。他方、米国では、空室率は10%程度と日本の半分程度の水準にあり、特にここ数年は低下し<sup>12</sup>需給は引き締まっていることがわかる。また、CPI家賃の前年比と空室率の前年比(日本はデータの制約上5年前比)の関係を見ると(図-11(2))、日本では空室率の上昇を受けてCPI家賃の前年比マイナスが続き、米国では空室率の低下(上昇)局面ではCPI家賃が上昇(下落)するという関係が確認できる。このように、日米のCPI家賃の動向の違いは、両国の賃貸需要動向の違いを反映しているとみられる。

<sup>12</sup> 内閣府(2011)は、持ち家を手放した家計が賃貸物件に移っている点を指摘している。

図-11 C P I 家賃と賃貸用住宅空室率  
 (1) 賃貸用住宅の空室率



(2) C P I 家賃(前年比)と賃貸用住宅空室率(前年比)

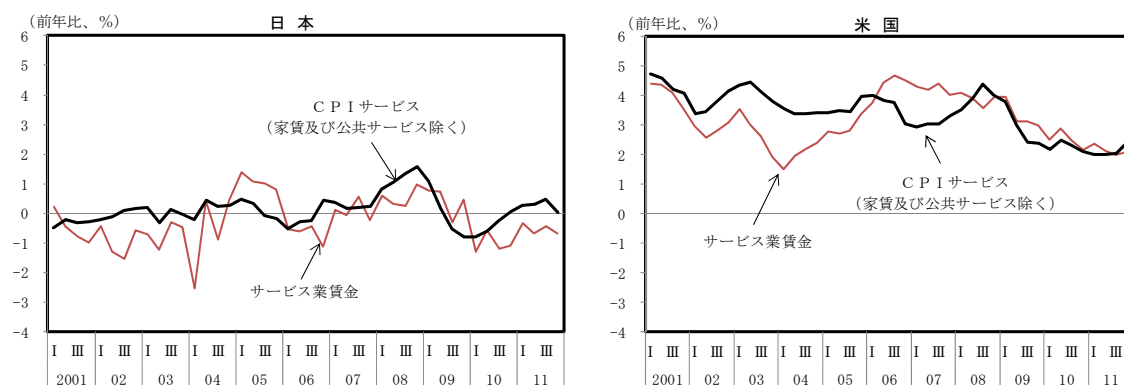


(備考) 総務省「消費者物価指数」、総務省「住宅・土地統計調査」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”、United States Census Bureau “Housing Vacancies and Homeownership”により作成。日本の空室率については、5年に一度の調査のため、5年間同じ値を横置きとしている。

【他のサービス】

家賃と公共サービス以外のサービスについては、物価水準を規定する主要因として賃金が挙げられる。サービス業賃金とC P I サービス（家賃及び公共サービス除く）の関係をみると（図-12）、日米ともに両者の連動が確認できる。これより、米国におけるC P I サービスの大きなプラスは賃金の伸びを反映したものであり、日本におけるゼロ近傍での推移は賃金の低位での推移を反映したものであることがうかがえる。

図-12 C P I サービスと賃金



(備考) 総務省「消費者物価指数」、厚生労働省「毎月勤労統計」、United States Bureau of Labor Statistics “Consumer Price Index”、“Current Employment Statistics”、により作成。日本の賃金は、建設業を除く非製造業（5人以上、一般・パート）の定期給与を総実労働時間で除して時給換算したものの。米国の賃金は、民間サービス部門の時間当たり平均賃金。

## 5. まとめ

本稿では、下位分類レベルの指数の動向を日米で比較することにより、日本におけるCPIの持続的下落の背景を考察した。本稿で得られた主な結果は以下のとおりである。

- 日本のCPIにおいては、耐久消費財、とりわけテレビが恒常的に下落に寄与している。特に2010年以降、日本のテレビの指数の下落速度は米国を上回っているが、その背景としては、日本の調査銘柄である32型の価格下落が速いことなどが考えられる。
- 日本のCPIにおいては、サービスの寄与が小さい。サービスのうち家賃については、家賃契約の硬直性により指数の変動幅が小さくなるとともに、空室率の上昇によって下落傾向が続いている。また、家賃・公共サービス以外のサービスについては、低位で推移する賃金を反映してゼロ近傍で推移していると考えられる。

(以上)

付 表 C P I 目的別分類の日米対応関係

共通化した分類	日本		米国	
	対応する分類	ウェイト	対応する分類	ウェイト
総合	総合	100000	All items	100000
食料	食料	25254	Food and beverages	15256
	食品	酒類、外食除く食料	Food at home	8638
	外食	外食	Food away from home	5669
	酒類	酒類	Alcoholic beverages	948
住居	住居、光熱・水道、家具・家事用品	31723	Housing	41020
	家賃	家賃	Shelter	31539
	光熱・水道	光熱・水道	Fuels and utilities	5372
	家具・家事	住居のうち設備修繕・維持、家具・家事用品	Household furnishings and operations	4109
衣料品	被服及び履物	4052	Apparel	3562
保健医療	保険医療	4283	Medical care	7061
	保健医療用品	医薬品・健康保持用接種品、保健医療用品・器具	Medical care commodities	1716
	保健医療サービス	保健医療サービス	Medical care services	5345
交通	交通・通信のうち交通及び自動車等関係費	10297	Transportation	16875
	公共交通	交通	Public transportation	1181
	自動車等関係費	自動車等関係費	Private transportation	15694
通信	交通・通信のうち通信	3911	Education and communicationのうち Communication	3581
教育	教育	3345	Education and communicationのうち Education	3216
教養娯楽	教養娯楽	11447	Recreation	6044
諸雑費	諸雑費	5688	Other goods and services	3385

(参考文献)

- 梅田雅信(2009)「日本の消費者物価指数の諸特性と金融政策運営」、吉川洋編『デフレ経済と金融政策』慶応義塾大学出版会
- 清水千弘・渡辺努(2011)「家賃の名目硬直性」、『フィナンシャル・レビュー』平成23年第5号、pp52-68、財務省総合政策研究所
- 菅幹雄(2005)『物価指数の測定論』日本評論社
- 内閣府(2007)『平成19年版 経済財政白書』
- 内閣府(2011)『2011年Ⅱ 世界経済の潮流』
- Bureau of Labor Statistics (2007) “BLS Handbook of Methods, chapter 17, The Consumer Price Index (updated 06/2007)”
- Bureau of Labor Statistics (2009) “How the CPI measures price change of Owners’ equivalent rent of primary residence(OER) and Rent of primary residence(Rent)”
- Bureau of Labor Statistics (2011) “How BLS measures price change for New Vehicles in the Consumer Price Index”
- ILO(2005)、財団法人日本統計協会訳『消費者物価指数マニュアル 理論と実践』財団法人日本統計協会

～．～