

マンスリー・トピックス（最近の経済指標の背景解説）

NO. 050

平成29年12月 5 日

一部のサービス業における価格上昇の動きとその背景

参事官（経済財政分析―総括担当）付 那須 祐子 ※
参事官（経済財政分析―総括担当）付 松岡 勇志 ※
参事官（経済財政分析―総括担当）付参事官補佐 室伏 陽貴 ※

【概要】

1. 本稿は、2017 年 11 月に開催された月例経済報告等に関する関係閣僚会議において取り上げられたサービス物価の動きについて、より詳細な分析を行ったものである。
2. 消費者物価は横ばいで推移しており、特にサービス物価の伸びは弱い。また、米国やユーロ圏と比較すると、賃金の伸びの弱さなどを背景に、日本のサービス物価は低水準で推移している。
3. 一方、運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料など一部のサービス品目では、価格上昇の動きがみられる。この背景としては、電子商取引の活発化、訪日外国人数の増加、単身世帯数の増加等に伴う外食売上の拡大など需要の高まりと、人件費等のコスト圧力の高まりがみられる。
4. 非製造業について、販売価格引上げの状況と需給状況及び人手不足感の状況の相関を分析すると、一般労働者の賃金上昇が緩やかなものにとどまっていることもあり、人手不足感の強まりによる価格の引上げは限定的であるのに対し、当該サービスの需給の引き締めに対する価格の引上げの関係は明確に確認できた。今後、持続的な物価上昇が実現するか否かは、持続的な賃金の上昇によって、コスト面からの価格上昇圧力が高まるとともに、家計の勤労所得増加によって消費需要が高まり、より広い範囲の財・サービスで価格の引上げが可能となるような環境が実現するかが大きな鍵となる。

* 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。

1. はじめに

物価の基調を表す消費者物価のコアコア（生鮮食品及びエネルギーを除く総合）¹については、2016 年後半以降前年比 0 % 近傍で横ばいが続いている。一方、景気回復が長期化する中で、需要面の高まりが一部にみられることや、人手不足感が強まっていることなどを背景に、このところ運送業、外食業等の一部のサービス業において価格上昇の動きがみられる。今後このような動きが広がれば、消費者物価のコアコアで 6 割弱を占めるサービス物価²の押上げに寄与すると考えられる。

本稿では、我が国の消費者物価におけるサービス物価のこれまでの動きを概観するとともに、最近みられる一部のサービス業における価格上昇の動きに着目し、その背景を検証する。

2. サービス物価の現状

本節では、消費者物価について、財とサービスに分けてそれぞれの現状を確認する。

（サービス物価の伸びは弱い）

消費者物価（コアコア）を財とサービスに分けてそれぞれの特徴をみると、財物価については、食料品や家電製品等の一部の耐久消費財では輸入品に依存しているものが多いこともあり、為替や原材料価格の動向に大きく影響される傾向がある。一方、サービス物価の変動は比較的小幅となっており、その特徴として、教育や医療など制度的な要因の影響を受けるものが多いことや、財に比べて人件費の影響を大きく受ける傾向があることが挙げられる。

2012 年以降の動きを確認すると、財物価は、為替の円安方向への動きや原材料価格の上昇等により 2013 年 8 月に前年比プラスに転じ、2016 年央までは前年比 1 % 程度で推移した。その後、2015 年末から 2016 年央にかけての為替の円高方向への動きなどを反映して、輸入品の多い耐久消費財の価格が下落し、前年比 0 % 近傍となった。2017 年以降は為替の影響が小さくなる中で、食料品などが上昇し、携帯電話機の下落幅が縮小したことなどから、2017 年 9 月時点で前年比 0 % 代半ばとなっている（図 1）。

次に、サービス物価の動きを類別で詳細にみると（図 2）、家賃が一貫して下落に寄与³する中で、2013 年まではインターネット接続料や外国パック旅行費の下落等により教養娯楽サービスが下落に寄与し、おおむね前年比マイナスで推移していた。2014 年以降は、高等学校

¹ 総務省「消費者物価指数」について、天候による一時的な変動や原油価格変動の直接的な影響等を除いた「コアコア（生鮮食品及びエネルギーを除く総合）」で基調をみることにしている。

² 総務省「消費者物価指数」において、品目別価格指数を財・サービスに分類し、品目別ウェイトで加重平均して算出される。コアコアでは財：サービス＝43：57 となる。

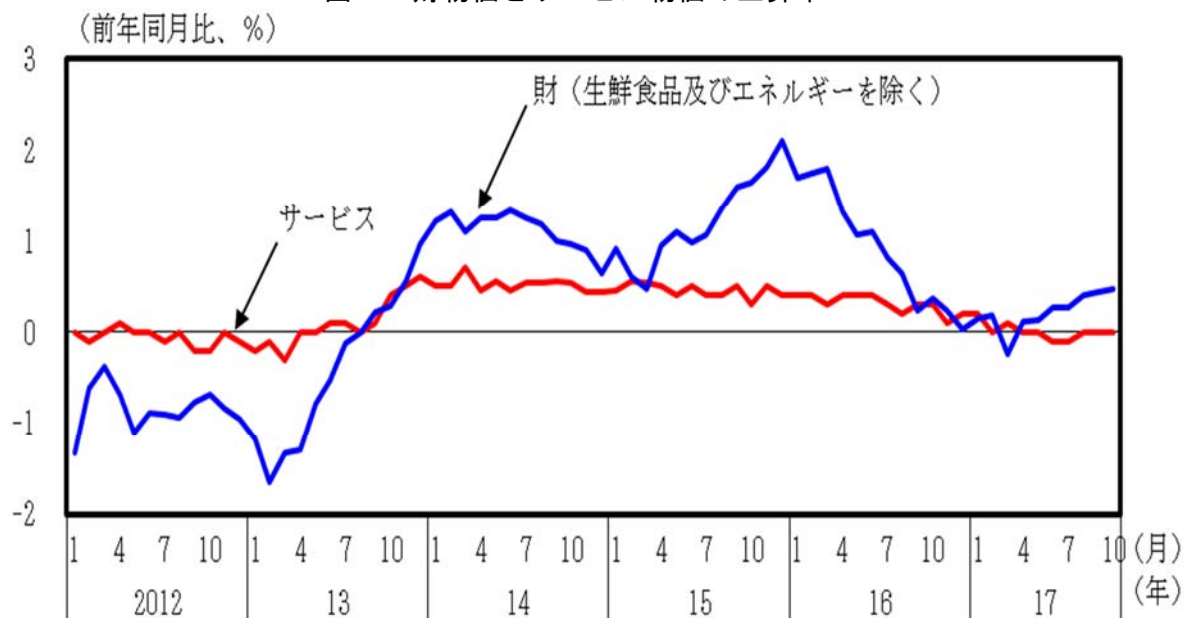
³ 民営家賃について、経年劣化による品質低下が調整されておらず、下方バイアスがかかる傾向にある点に留意。なお、持家の帰属家賃についても、この民営家賃のデータから推計されている。

授業料（公立）の無償化に所得制限が導入されたことにより教育が上昇するなど制度的要因の影響もあるが、自動車保険料（任意、自賠責）の上昇等により交通・通信（携帯電話通信料を除く）が上昇に寄与したほか、傷害保険料の上昇等により他の諸雑費、宿泊料や外国パック旅行費の上昇等により教養娯楽サービス、焼肉や牛丼の上昇等により外食などが上昇に寄与し、サービス物価は前年比プラスで推移した。ただし、2016 年以降については携帯電話通信料の下落幅が拡大し、サービス物価は 2017 年半ばに一時前年比マイナスとなったが、8 月以降は前年比 0 % 近傍で推移している⁴。

なお、財物価とサービス物価について米国、ユーロ圏と比較すると（図 3）、財物価は日本、米国、ユーロ圏ともに低水準で推移している。一方、サービス物価は米国では前年比 3 % 程度、ユーロ圏では同 1 % 程度で推移しているのに対し、日本は賃金の伸びの弱さ（図 4）などを背景に同 1 % 未満で推移しており、日本のサービス物価は欧米に比べて低水準であることが確認できる。

経済・労働需給と物価との関連でみると、①教育、保健医療、諸雑費等は制度的な要因が大きいこと、②家賃は景気循環に関わらず継続的に下落していること、③携帯電話通信料は技術が進歩する中で競争が激化し大きく下落していることから、①～③については本稿での分析対象とはせず、経済・労働需給と関連するサービス物価（運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料）の動きに着目して分析することとする。

図 1 財物価とサービス物価の上昇率

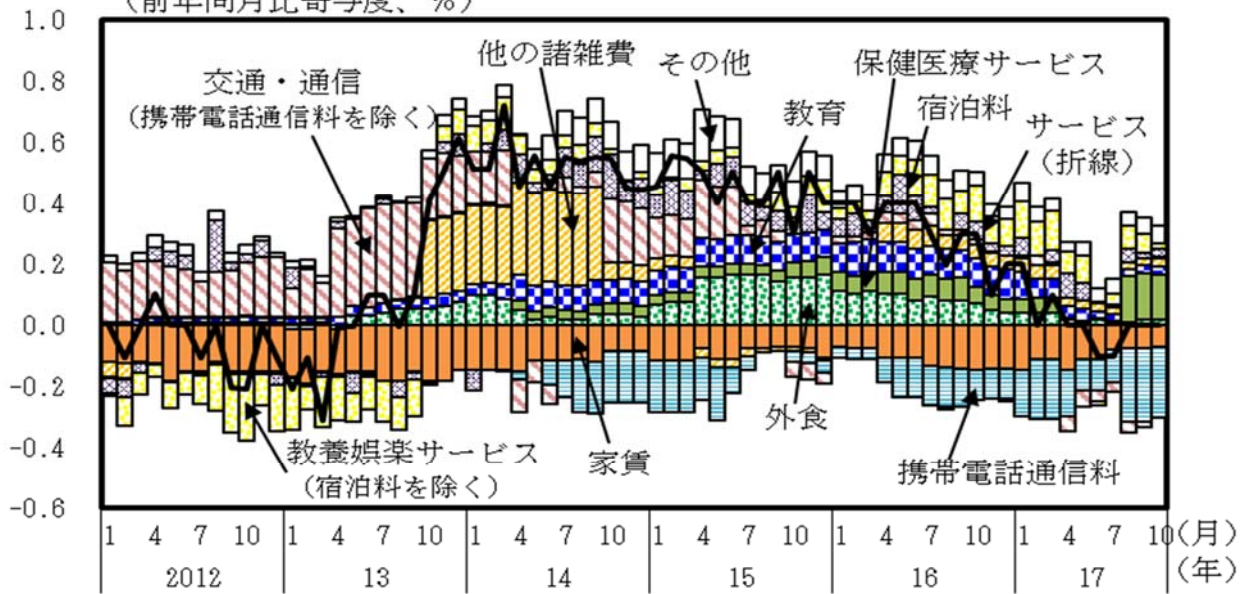


（備考）総務省「消費者物価指数」により作成。消費税率引上げの影響を除いたもの。

⁴ 2017 年 8 月に 70 歳以上の高額療養費の自己負担上限額が引上げとなり診療代が上昇したことも影響している。

図2 サービス物価の寄与度分解

(前年同月比寄与度、%)

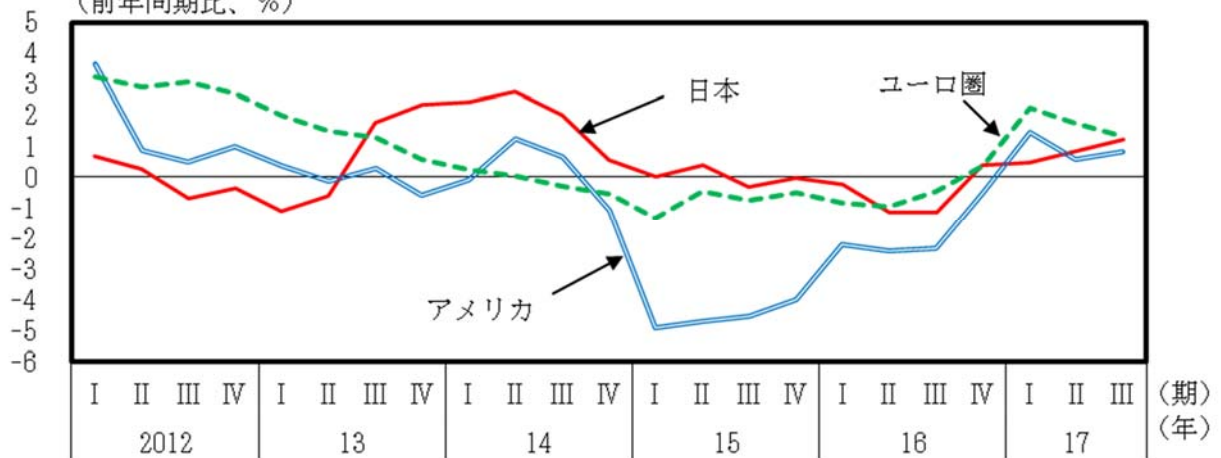


(備考) 総務省「消費者物価指数」により作成。消費税率引上げの影響を除いたもの。

図3 財物価とサービス物価の国際比較

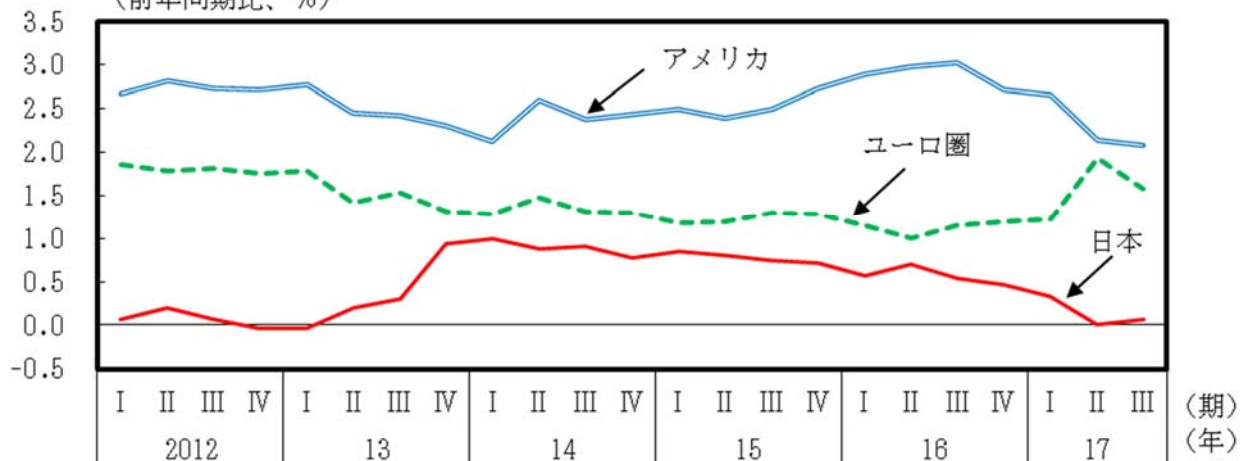
財物価

(前年同期比、%)



サービス物価

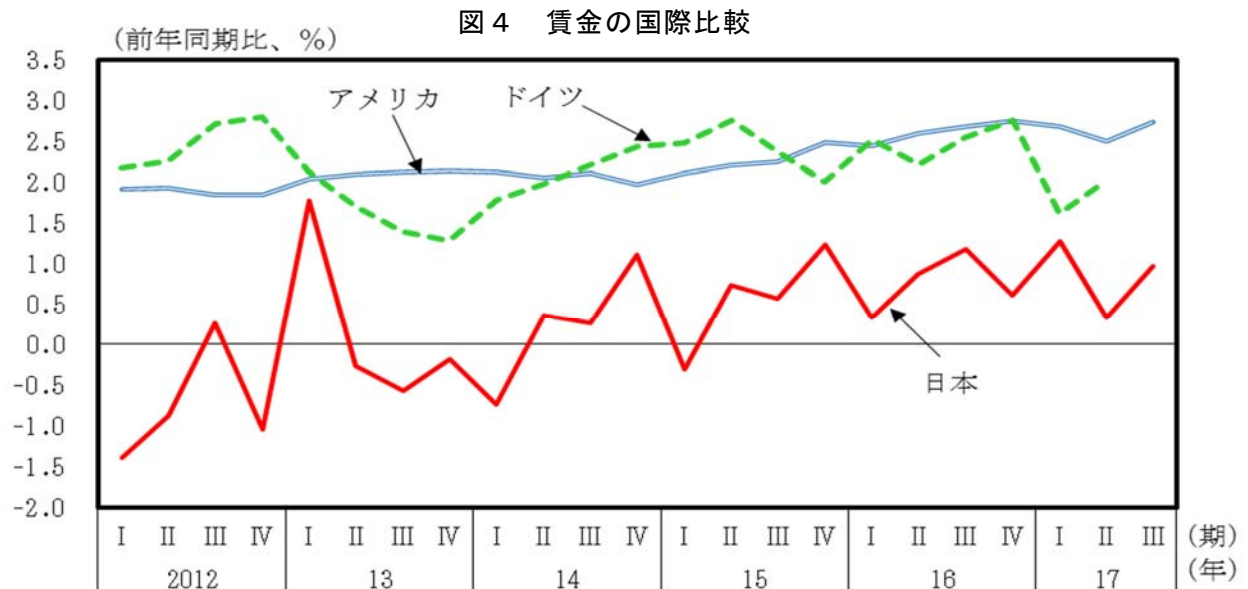
(前年同期比、%)



(備考) 1. 総務省「消費者物価指数」、アメリカ労働省、Eurostat により作成。

2. ユーロ圏の消費者物価指数 (HICP) のサービス物価には持家の帰属家賃が含まれないため、日本及びアメリカについても持家の帰属家賃を除くサービス物価を用いている。

3. 日本は、消費税率引上げの影響を除いたもの。



(備考) 1. 厚生労働省「毎月勤労統計調査」、アメリカ労働省、ドイツ連邦統計局により作成。

2. 非農業の平均時給。

3. 一部のサービス業における最近の価格上昇の動きとその背景

サービス物価は全体で見れば小幅な上昇にとどまっているが、運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料において、このところ価格上昇の動きがみられ⁵、実際にこれらの消費者物価指数も上昇傾向にある(図5)。本節では、これらのサービス物価上昇についての背景を検証する。

(運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料の消費者物価指数は上昇傾向)

消費者物価指数で上記各サービスの価格の動向を確認すると、外食、宿泊料、テーマパーク入場料は2014年以降緩やかに上昇しており、2017年10月の前年比はそれぞれ0.2%、1.0%、0.8%となっている(図5)。また、運送料は企業向けでは上昇してきた一方、消費者向けでは2017年9月までは横ばいとなっていたが、同年10月の値は前年比8.0%と大きく上昇している。

それぞれ最近の値上げの動きを確認すると、消費者向け運送料では、大手運送業A社が

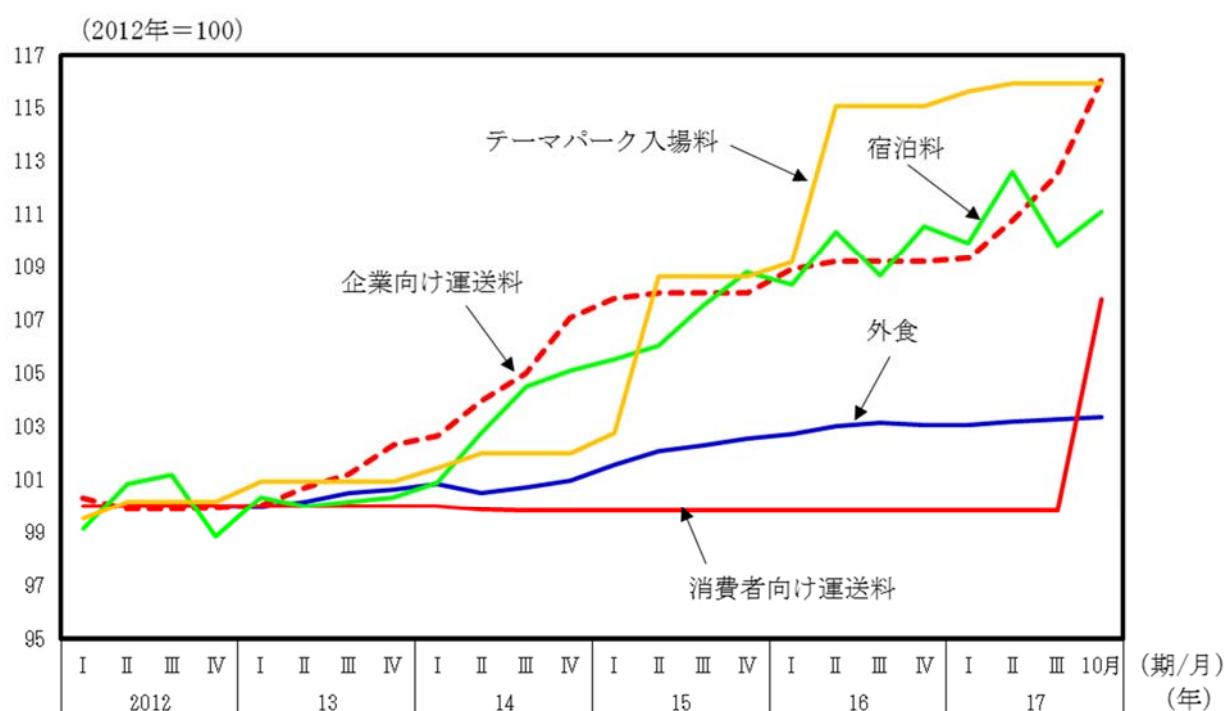
⁵ 各種資料、報道等を参照。

2017 年 10 月から 27 年ぶりに宅配便の基本運賃を平均 15% 値上げした。また、大手運送業 A 社に続く形で大手運送業 B 社も同年 11 月下旬に平均 9 % 値上げし、大手運送業 C 社も 2018 年 3 月に平均 12% の値上げを予定している。

外食では 2017 年 9 月からレストランチェーン D 社でビール価格を約 6 % 値上げし、同年 10 月から居酒屋チェーン E 社が全商品価格を約 6 % 引き上げるなど、販売価格への転嫁の動きが相次いでみられる。

教養娯楽関連では、大手レジャー事業 F 社がテーマパーク入場料を 2014 年から 3 年続けて値上げし、宿泊料でも一貫して値上げの動きがみられる。

図 5 運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料の価格推移



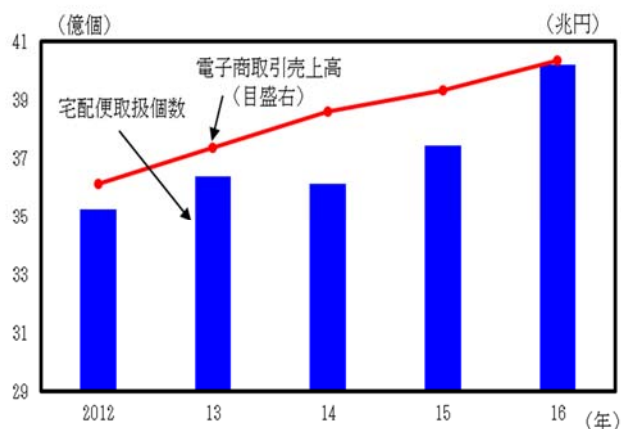
- (備考) 1. 総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業向けサービス価格指数」により作成。運送料、外食、テーマパーク入場料は原数値。宿泊料は季節調整値。消費税率引上げの影響を除いたもの。
2. 運送料（企業向け）は「企業向けサービス価格指数」の宅配便。
3. 消費者物価指数（総合）におけるウエイトは、運送料：0.2%、外食：4.9%、宿泊料：1.1%、テーマパーク入場料：0.2%

（価格上昇品目では需要面の高まりがみられる）

これらの値上げの背景について、需要面とコスト面に分けて検証する。まず、需要面の变化をみると、運送業では技術革新により様々な商品がネット経由で購入できるようになり通信販売の需要が高まったことに伴い、荷物運送量の増加がみられる（図6）。また、外食業で

は景気回復に伴う所得の増加に加え、単身世帯数や働く女性の増加も外食の利用機会の増加に寄与しているとみられる⁶（図7）。さらに、教養娯楽業では、遊園地やテーマパークの新たなアトラクションの設置等により入場者数が増加し、売上高が伸びているほか（図8）、宿泊業では、訪日外国人数の増加などにより宿泊施設稼働率の上昇の動きがみられる（図9）。以上を踏まえると、これらのサービス業における価格上昇の背景には、需要の高まりがあることが考えられる。

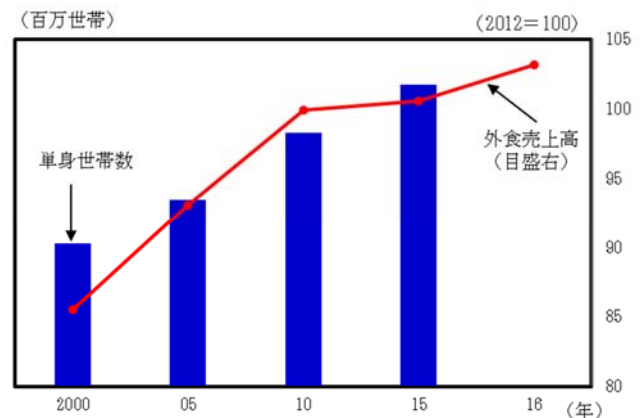
図6 電子商取引売上高と宅配便取扱個数の推移



（備考） 1. 宅配便取扱個数は、国土交通省プレスリリース「宅配便取扱実績について」、電子商取引売上高は、経済産業省「電子商取引に関する市場調査」により作成。

2. 電子商取引売上高には、物販系のほか、サービス系、デジタル系を含む。

図7 単身世帯数と外食売上高の推移

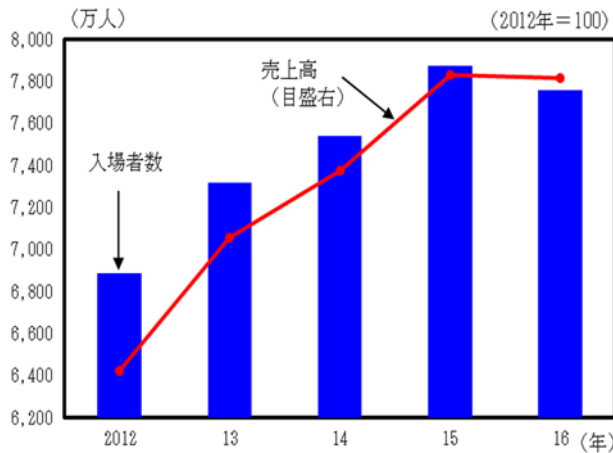


（備考） 1. 外食売上高は、日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」、単身世帯数は、総務省「国勢調査」により作成。

2. 単身世帯は、世帯人員が1人の世帯。

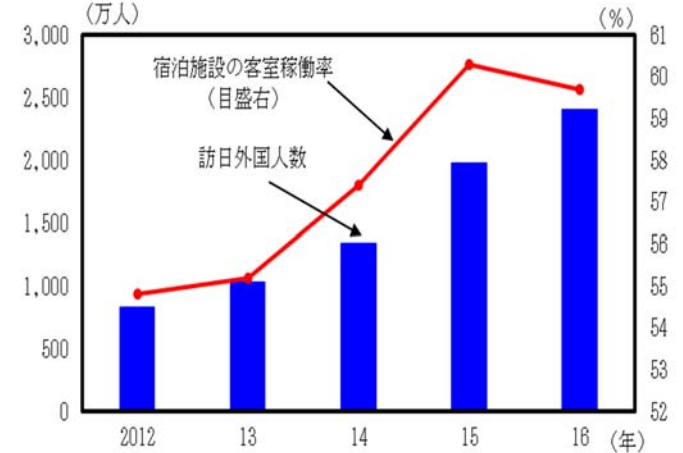
⁶ 内閣府（2017）等を参照。

図8 遊園地・テーマパークの
入場者数と売上高の推移



(備考) 経済産業省「特定サービス産業動態統計」により作成。

図9 訪日外国人数と宿泊施設の客室稼働率
の推移



(備考) 1. 訪日外国人数は、日本政府観光局（J N T O）「訪日外客統計」、宿泊施設の客室稼働率は、観光庁「宿泊旅行統計調査」により作成。
2. 客室稼働率は、全国の旅館、リゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテル、簡易宿所、会社・団体の宿泊所の客室稼働率。

（価格上昇品目では人件費等のコスト上昇がみられる）

次にコスト面の変化について考察する。まず、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」の人員判断D I⁷をみると、運輸・郵便や宿泊・飲食サービスでは、全産業と比べて人手不足感が大きく強まっている（図 10）。このように労働需給がひっ迫する中で、パートタイム労働者の時間当たり給与が上昇しており、2017 年 7－9 月期時点で、運輸業・郵便業のパート時給は 1,103 円（前年同期比 3.1%増）、生活関連サービス業・娯楽業は 1,086 円（前年同期比 2.6%増）、宿泊業・飲食サービス業は 998 円（前年同期比 2.2%増）となっている（図 11）。飲食サービス業、運輸・郵便業、宿泊業では売上高に対する人件費の割合がそれぞれ 33.6%、22.9%、21.6%と全産業平均の 13.9%に比べて高い傾向にあることに加え（図 12）、飲食サービス業や娯楽業ではパートタイム比率がそれぞれ 82.7%、58.1%と高く（図 13）、最近のパート時給の上昇による人件費の増加が価格上昇の圧力を高めている可能性がある。さらに、飲食サービス業では原材料価格の高騰もコスト面から値上げの動きにつながったと考えら

⁷ 「D. I.」（ディー・アイ）とは、Diffusion Index（ディフュージョン・インデックス）の略で、企業の需給など各種判断を指数化したもの。各判断項目について 3 個の選択肢を用意し、選択肢毎の回答社数を単純集計し、「第 1 選択肢の回答社数構成百分比」－「第 3 選択肢の回答社数構成百分比」により算出。

る⁸（図 14）。以上を踏まえると、これらのサービス業における価格上昇の背景にはコスト上昇の影響もあると推察される。

図 10 人員判断 D I

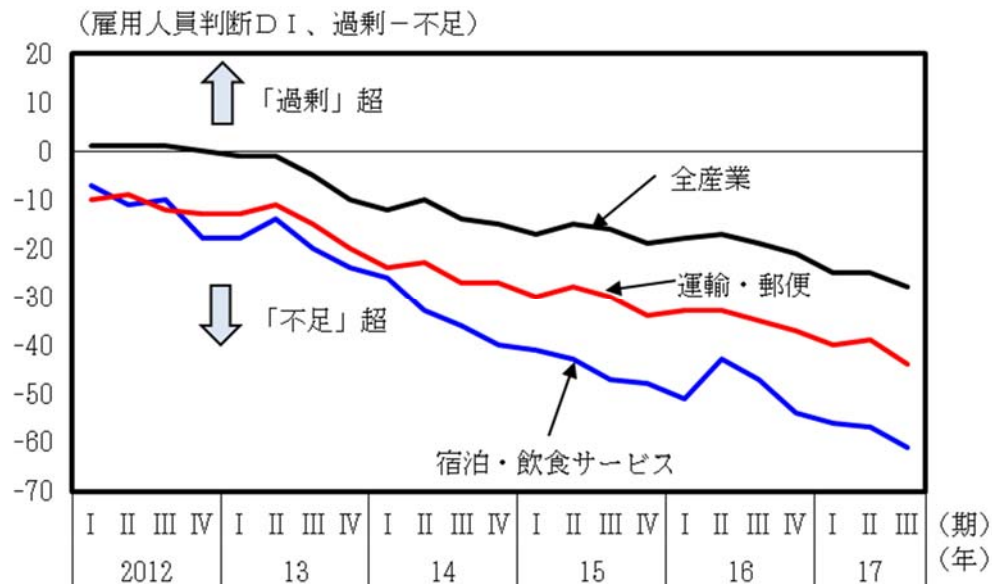
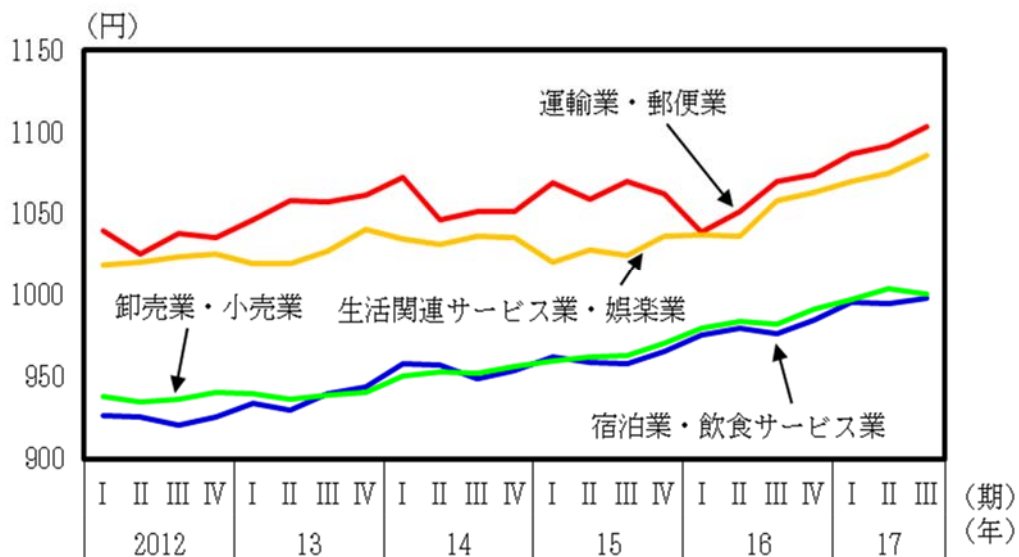


図 11 パートタイム時間当たり給与



⁸ 2017年6月に酒税法が一部改正され、酒類の安売りが規制された影響が外食まで波及したことも関係していると考えられる。

図 12 売上高人件費比率

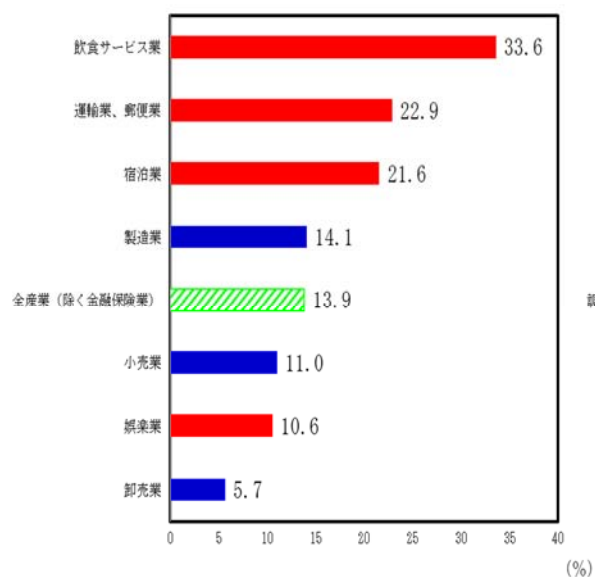
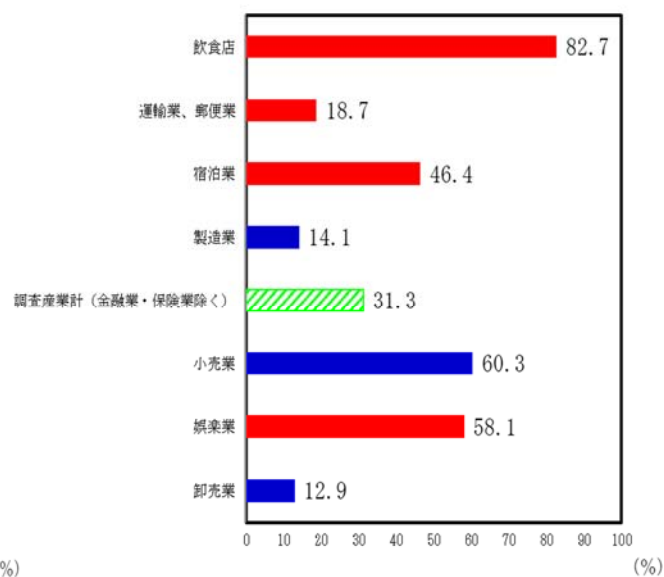


図 13 パートタイム比率



（備考） 1. 売上高人件費比率は、財務省「法人企業統計」により作成。2016 年度の値。パートタイム比率は、厚生労働省「毎月勤労統計調査」により作成。2016 年の値。

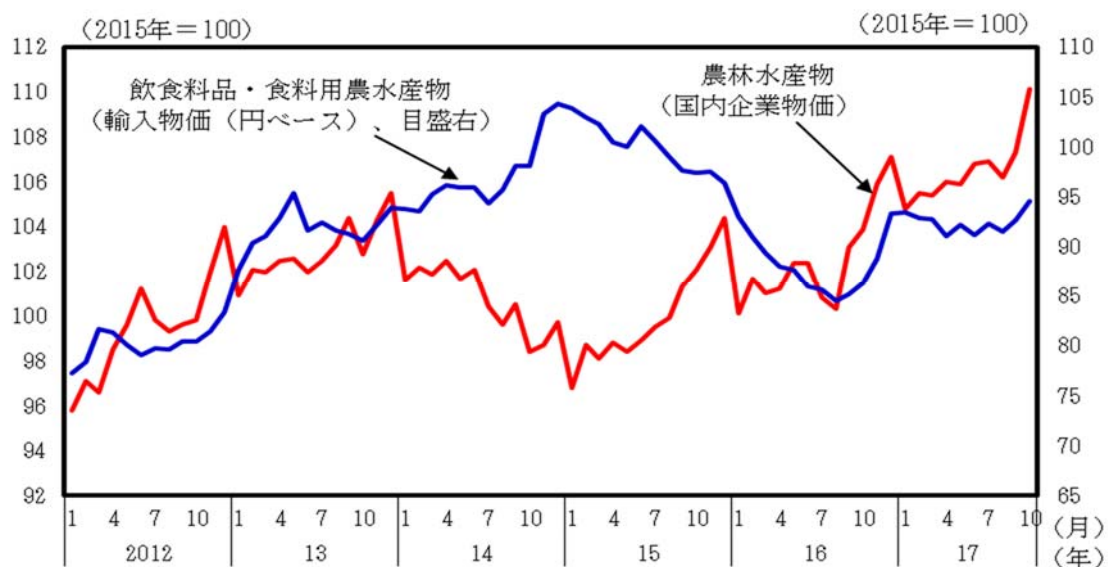
2. 売上高人件費比率＝人件費／売上高×100

人件費＝役員給与＋役員賞与＋従業員給与＋従業員賞与＋福利厚生費

パートタイム比率＝パートタイム労働者数／労働者数×100

3. 本稿において着目する運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料に該当する産業を赤色とする。

図 14 農林水産物、飲食料品価格の推移



（備考） 日本銀行「企業物価指数」により作成。

4. サービス物価引上げの要因について

これまでみたように、サービス業のうち運送業、外食業、宿泊業、娯楽業の一部の企業において、需要の高まりや人件費等のコスト上昇を背景に価格上昇の動きがみられる。本節では、これらの産業に加えて、産業全体について、価格上昇の動きがみられる産業とそうでない産業の違いを分析する。

（運輸・郵便は価格転嫁が進みやすく、宿泊・飲食サービスは価格転嫁に慎重な傾向）

まず、上述の産業の需給、人手不足感、価格転嫁の状況を日本銀行「全国企業短期経済観測調査」の国内需給判断D I⁹、雇用人員判断D I¹⁰、「販売価格判断D I¹¹－仕入価格判断D I¹²」を利用して確認する（図 15）。なお、国内需給判断D Iは、プラス幅が大きいほど需要超過であることを示し、雇用人員判断D Iはマイナス幅が大きいほど人手不足感が強いことを示し、「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」はプラス幅が大きいほど販売価格への転嫁が進んでいることを示す。そこで、運輸・郵便と宿泊・飲食サービスについて2012年10-12月期から2017年7-9月期までの各D Iの変化幅をみると、宿泊・飲食サービスは需給判断D Iの上昇幅が大きく、雇用人員判断D Iの下落幅も大きい、「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の上昇幅は小さい。つまり、需要超過幅が大きくなり、人手不足感が強くなっているが、販売価格への転嫁は相対的に小幅なものにとどまっている。一方、運輸・郵便は需給判断D Iの上昇幅、雇用人員判断D Iの下落幅は宿泊・飲食サービスに比べて小さいが、「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の上昇幅は大きい。このことから、両者とも国内需要が高まり人手不足が進んでいるものの、宿泊・飲食サービスでは相対的に販売価格への転嫁の動きが弱いといえる。

⁹国内需給判断は、回答企業の主要製商品・サービスの属する業界の国内における需給についての判断（「1. 需要超過」、「2. ほぼ均衡」、「3. 供給超過」）。

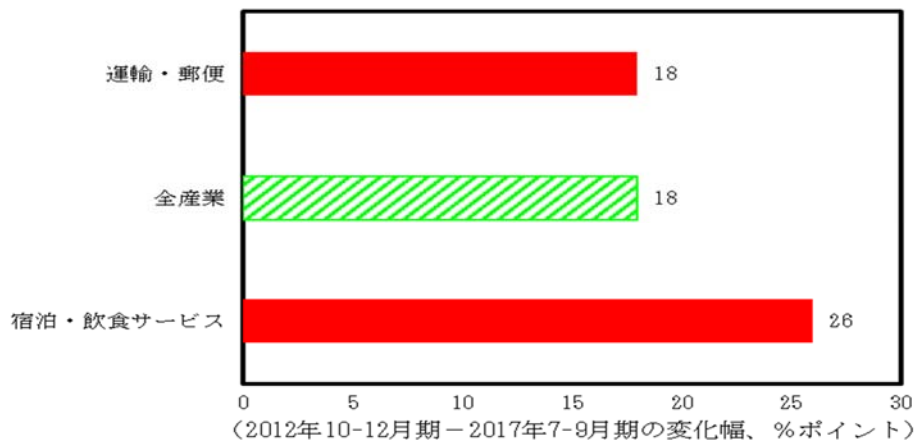
¹⁰雇用人員判断は、回答企業の雇用人員の過不足についての判断（「1. 過剰」、「2. 適正」、「3. 不足」）。

¹¹販売価格判断は、回答企業の主要製商品の販売価格、または主要サービスの提供価格についての判断（円ベース）（「1. 上昇」、「2. もちあい」、「3. 下落」）。

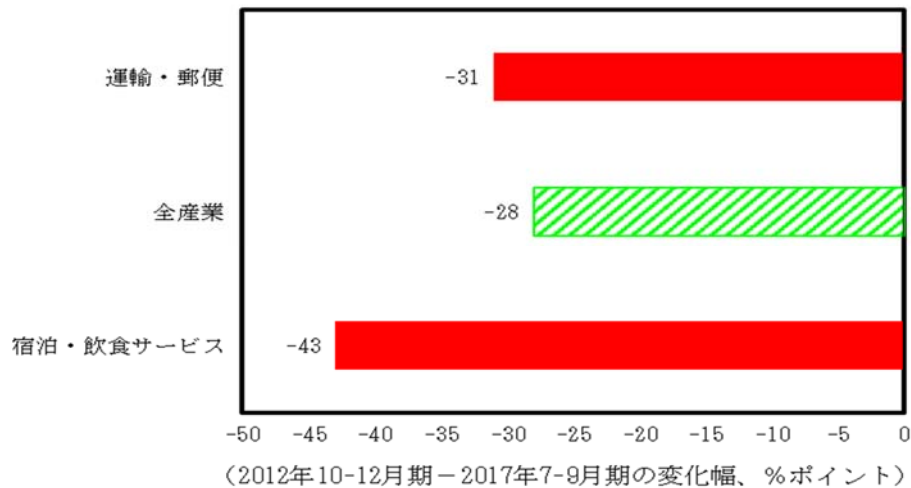
¹²仕入価格判断は、回答企業の主要原材料購入価格（外注加工費を含む）または主要商品の仕入価格についての判断（円ベース）（「1. 上昇」、「2. もちあい」、「3. 下落」）。

図 15 企業の諸判断 D I の変化幅（2012 年 10－12 月期－2017 年 7－9 月期）

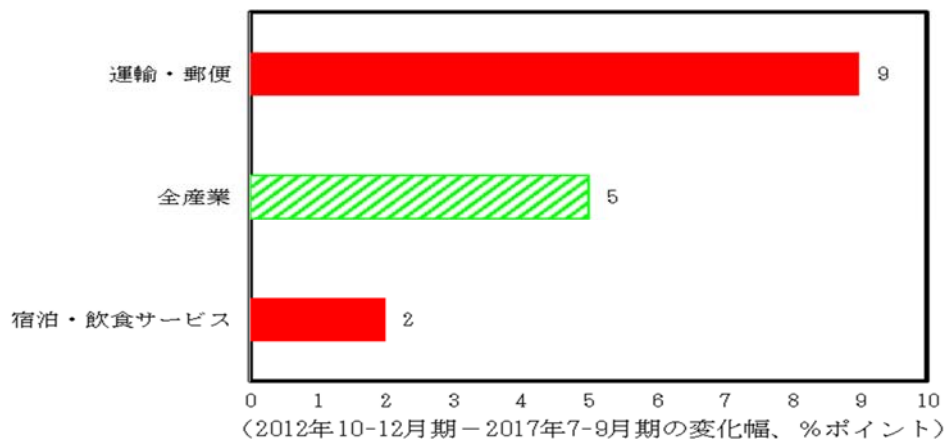
国内需給判断 D I の変化幅



雇用人員判断 D I の変化幅



「販売価格判断 D I－仕入価格判断 D I」の変化幅



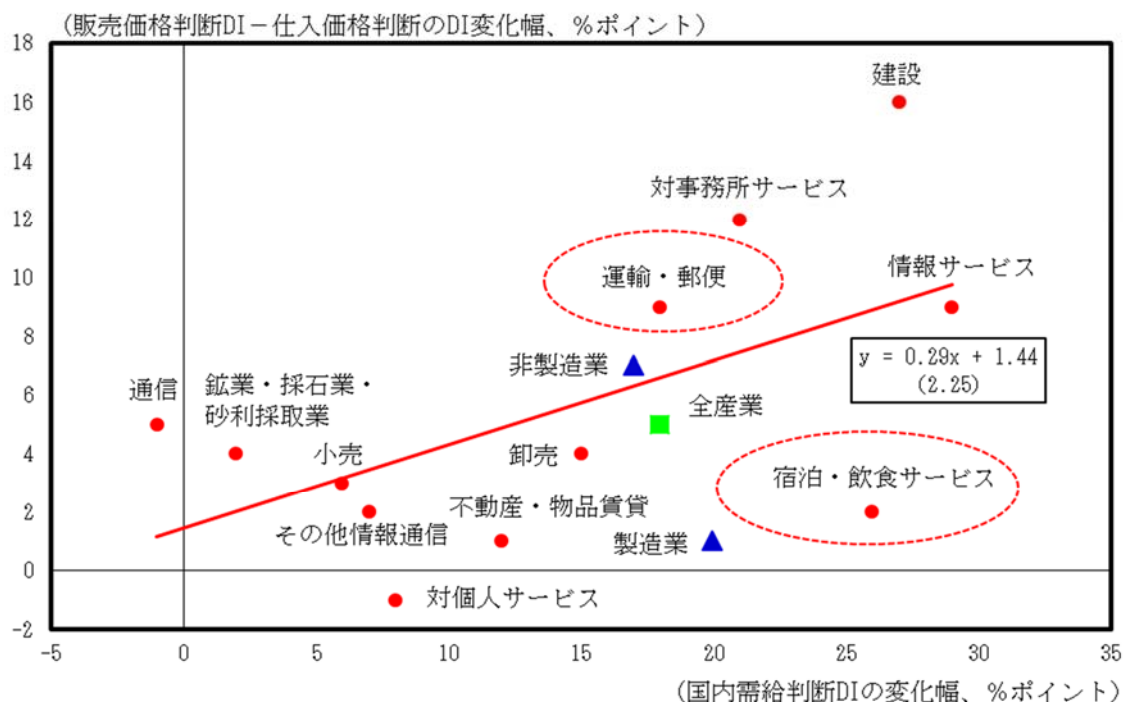
(備考) 1. 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」により作成。

2. 国内需給判断 D I は「需要超過」－「供給超過」、雇用人員判断 D I は「過剰」－「不足」、販売価格判断 D I 及び仕入価格判断 D I は「上昇」－「下落」。

（価格引き上げの鍵の一つは需給の引き締め）

次に、産業全体について需要面の要因をみるため、需給判断D Iと「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の2012年10-12月期から2017年7-9月期までの変化幅の関係を産業別に比較する（図16）。全体としては両者には正の相関がみられ、当該サービスの需給の引き締めが販売価格の引き上げにとって重要な要素であることが示唆される。ただし、宿泊・飲食サービスは他の非製造業と比べると需給判断D Iの上昇幅が大きい一方で「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の上昇幅は小さい。この背景としては、宿泊・飲食サービスは企業数が多く競争が激しいため、需要が高まっても価格転嫁の動きに慎重な傾向がある可能性が考えられる。

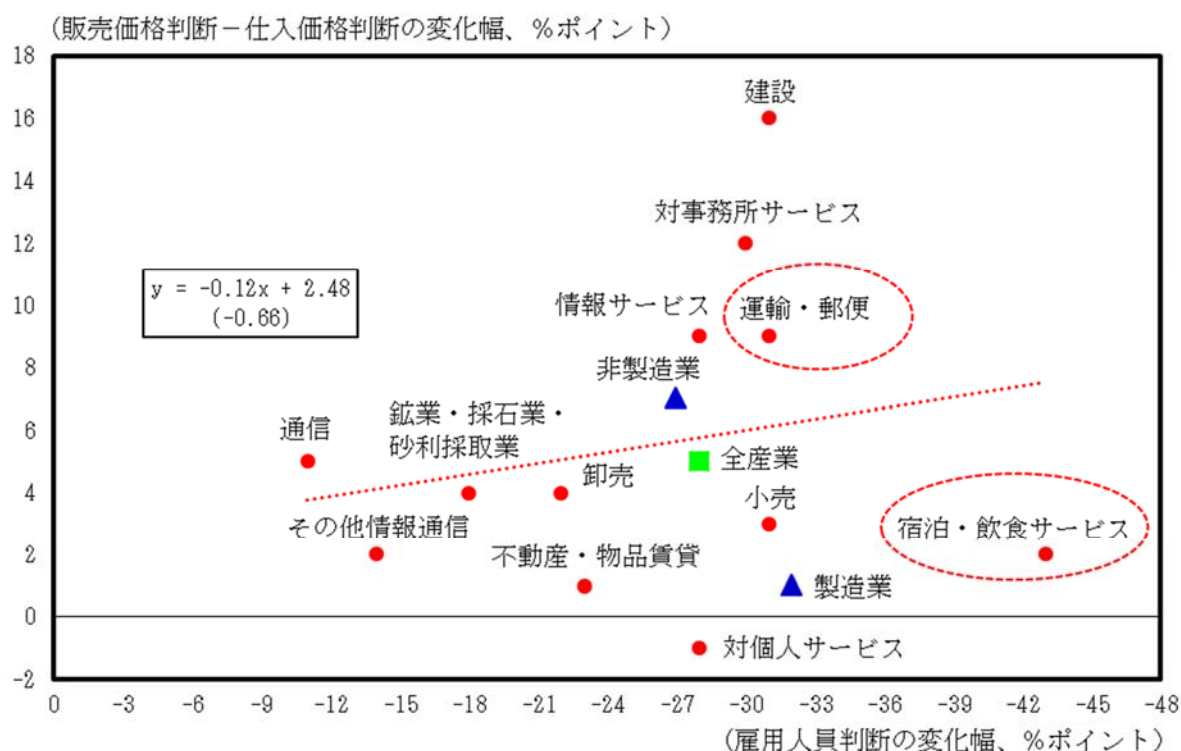
図16 非製造業の国内需給判断D Iの変化幅と「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の変化幅の関係



（雇用人員判断D Iと「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」は明確な相関がみられない）

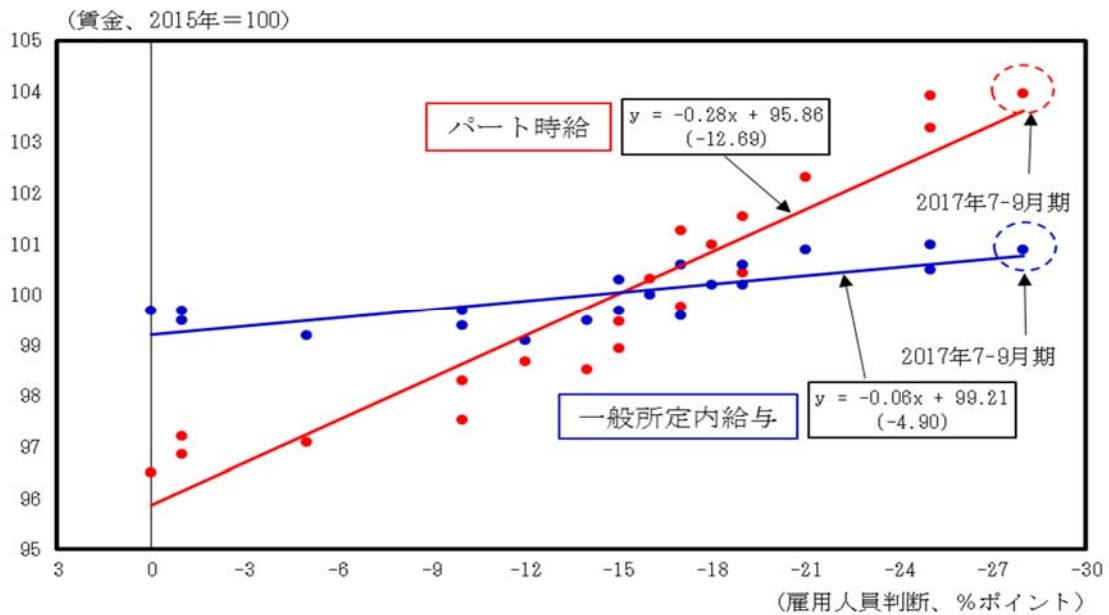
コスト面では、人手不足感の強まりにより雇用者の賃金が上昇し、その分サービス価格の上昇が起きることが考えられる。そこで、雇用人員判断D Iと「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の2012年10-12月期から2017年7-9月期までの変化幅の関係をみると、両者の間には明確な相関は確認できない（図17）。この背景をみるために雇用人員判断D Iと賃金の関係を確認すると、人手不足感とパート時給は正の相関が大きい一方、人手不足感と一般所定内給与は正の相関が小さいことが分かる（図18）。したがって非製造業の中でもパート比率が高い産業では、パート時給の上昇によって人件費が増加し、価格上昇圧力が高まるものの、非製造業全体でみるとパートが占める割合は3割程度のため、人手不足感が強まっても人件費の上昇は限定的になると考えられる。

図17 非製造業の雇用人員判断D Iの変化幅と「販売価格判断D I－仕入価格判断D I」の変化幅の関係



- （備考） 1. 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」により作成。2012年10－12月期から2017年7－9月期までの変化幅。直線は非製造業の各産業の値を回帰したもの。ただし、電気・ガスの価格は原油等の価格に左右されるため、回帰式には含まない。
2. 回帰式の下括弧内はxの係数のt値。

図 18 雇用人員判断 D I と賃金の関係



(備考) 1. 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」により作成。

データ期間は全産業の 2012 年 10-12 月期から 2017 年 7-9 月期までの四半期毎の値。

2. 回帰式の下括弧内は x の係数の t 値。

(労働生産性と単位労働費用の状況)

人手不足感の高まりが賃金の上昇につながったとしても、販売価格の引上げが難しい状況においては、企業は労働生産性を高めて販売価格上昇を抑えるよう行動する可能性がある。ただし、労働生産性向上を上回って時間当たり名目賃金が増加する場合には、単位労働費用（以下、U L C）が増加し、消費者物価全体の押し上げにつながると考えられる¹³。

国民経済計算等を用い、マン・アワーベースでの労働生産性、名目賃金及び U L C について、1990 年から 2015 年にかけての動向を製造業・非製造業に分けて比較すると、製造業では労働生産性が上昇しているものの、名目賃金の伸びは緩やかとなっており、U L C は下落している。一方、非製造業は、労働生産性が伸びず、名目賃金も低迷しており、U L C は横ばいの動きとなっている（図 19）。

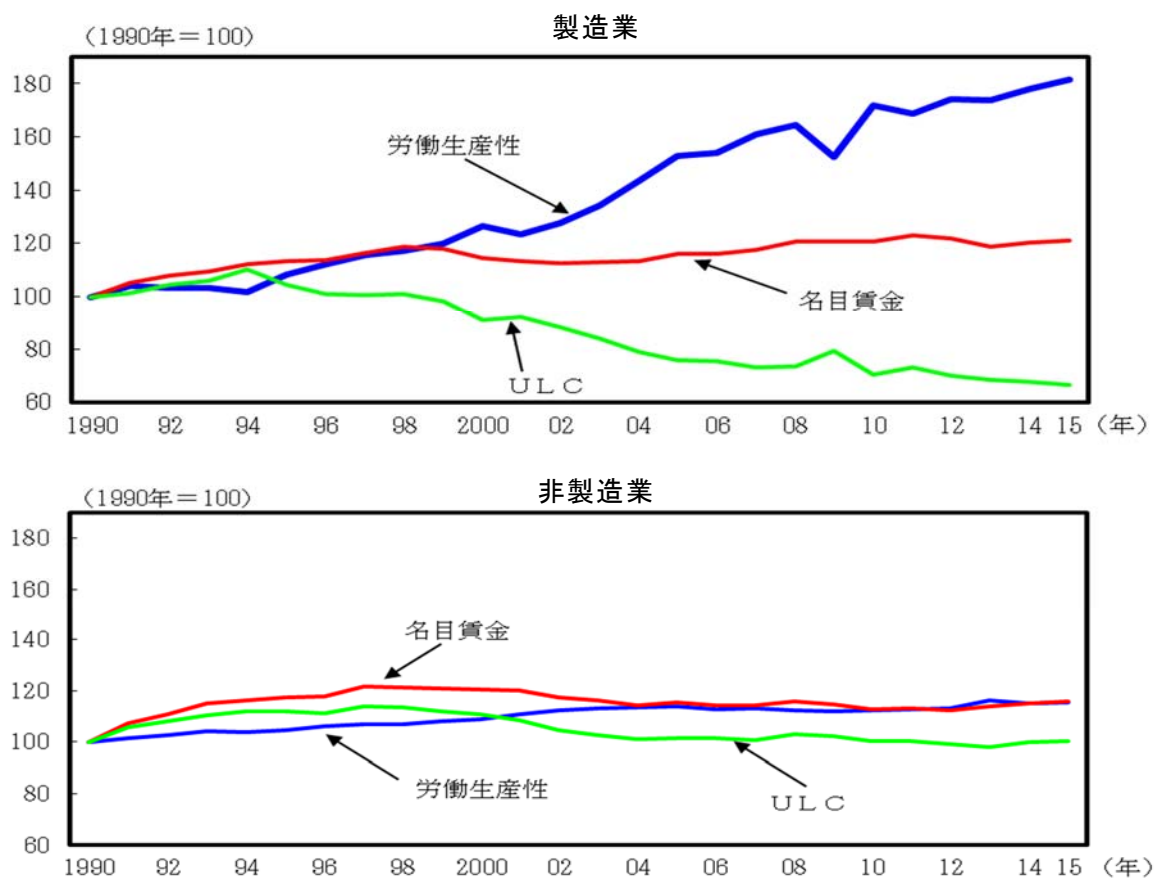
次に、運輸業・郵便業、宿泊業・飲食サービス業について、2010 年から 2015 年にかけての動向を比較すると、運輸業・郵便業は、労働生産性が 4.7% と緩やかに上昇する中で名目賃金は労働生産性の伸びを上回って 7.1% 上昇しており、結果として U L C も 2.3% 上昇している（図 20）。

宿泊業・飲食サービス業についても均してみれば労働生産性の伸びを名目賃金上昇が上回り、U L C がわずかながら上昇している。ただし、宿泊業と飲食サービス業では傾向に

¹³ 内閣府（2017）等を参照。消費者物価と U L C の関係をみると、やや関係は弱まっているものの、正の相関があり、賃金上昇と物価上昇は車の両輪であるといえる。

違いがある可能性もあるため、法人企業統計を用いて宿泊業と飲食サービス業に分けて長期の動向を見た¹⁴。すると、宿泊業では労働生産性、名目賃金ともに横ばいで推移している。一方、飲食サービス業では、特に中小規模で労働生産性を高める動きがみられるが、名目賃金はそれを上回って上昇しており、結果として賃金面からも価格引上げの圧力が高まっていることが示唆される（図 21）。

図 19 製造業と非製造業の単位労働費用



(備考) 1. 内閣府「国民経済計算」、総務省「労働力調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」により作成。

内閣府「国民経済計算」は、1994年以降は2011年基準、1990年から1993年までは2000年基準を接続して使用。

2. $ULC = \text{名目雇用者報酬} / \text{実質GDP}$

$\text{労働生産性} = \text{実質GDP} / (\text{労働時間} \times \text{雇用者数})$

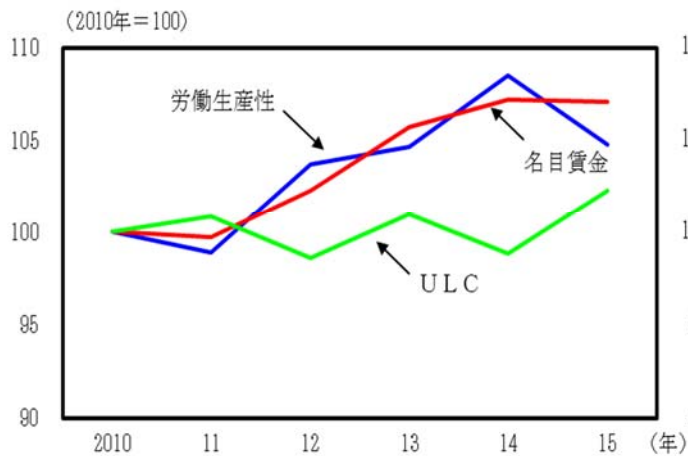
$\text{名目賃金} = \text{名目雇用者報酬} / (\text{労働時間} \times \text{雇用者数})$

3. 労働生産性、名目賃金はマン・アワーベース。

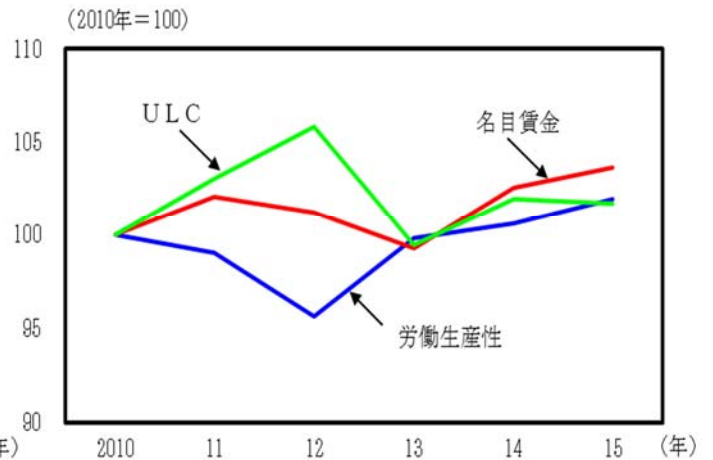
¹⁴ 本来、労働生産性と賃金の関係を論じる際には、雇用者一人当たりの賃金はパートタイム比率が高まると押し下げられるため、マン・アワーベースでとらえる方が適切であるという点に留意する必要があるが、ここではデータの制約上一人当たりの労働生産性と一人当たりの名目賃金についての動きをみる。

図 20 運輸業・郵便業、宿泊業・飲食サービス業の単位労働費用

運輸業・郵便業



宿泊業・飲食サービス業



(備考) 1. 内閣府「国民経済計算」、総務省「労働力調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」により作成。

2. $U L C = \text{名目雇用者報酬} / \text{実質 GDP}$

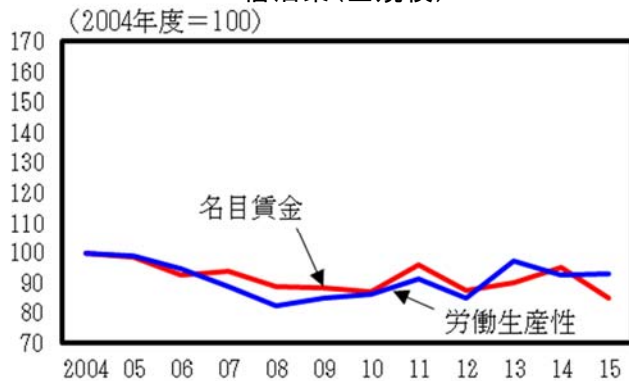
労働生産性 = $\text{実質 GDP} / (\text{労働時間} \times \text{雇用者数})$

名目賃金 = $\text{名目雇用者報酬} / (\text{労働時間} \times \text{雇用者数})$

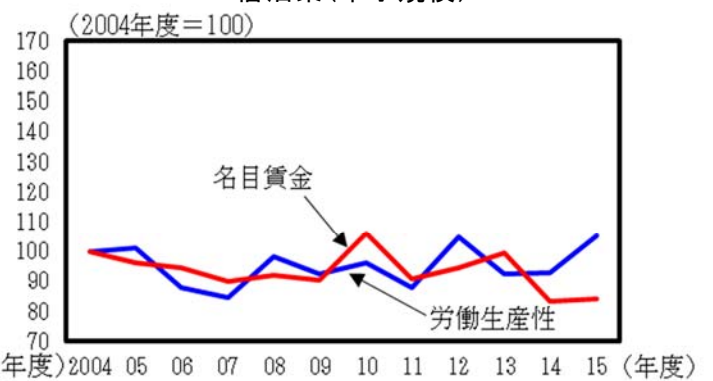
3. 労働生産性、名目賃金はマン・アワーベース。

図 21 労働生産性と名目賃金(法人企業統計)

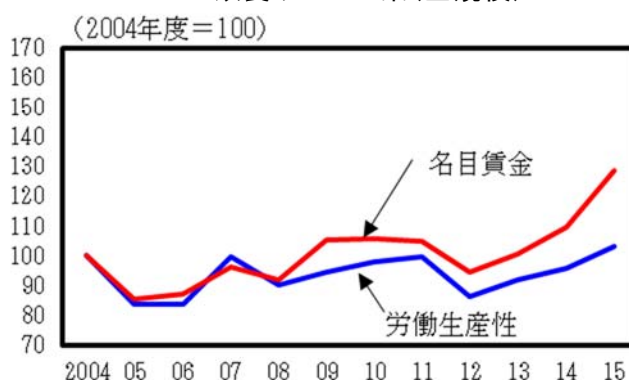
宿泊業(全規模)



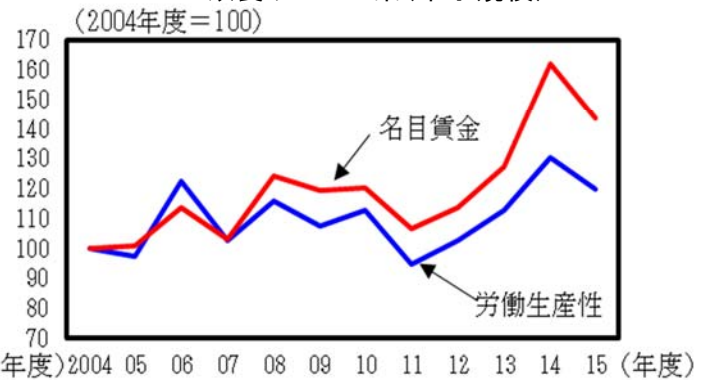
宿泊業(中小規模)



飲食サービス業(全規模)



飲食サービス業(中小規模)



(備考) 1. 財務省「法人企業統計調査」(年報)により作成。

2. 労働生産性は、従業員 1 人当たり付加価値を GDP デフレーターで実質化。名目賃金は、(従業員給与+従業員賞与) / 従業員数

4. 中小規模は資本金 1 億円未満。

5. 結び

本稿では、消費者物価が依然として横ばいで推移する中で、特に伸びの弱いサービス物価のうち最近価格上昇の動きがみられる運送料、外食、宿泊料、テーマパーク入場料に着目し、その背景を検証した。

その結果、価格上昇の背景として、電子商取引の活発化、訪日外国人数の増加、単身世帯数の増加等に伴う外食売上の拡大など需要の高まりと、人件費等のコスト圧力の強まりがみられる。

また、非製造業について、販売価格引上げの状況と需給状況及び人手不足感の状況の相関を分析すると、一般労働者の賃金上昇が緩やかなものにとどまっていることもあり、人手不足感の強まりによる価格の引上げは限定的であるのに対し、当該サービスの需給の引き締まりに対する価格の引上げの関係は明確に確認できた。今後、持続的な物価上昇が実現するか否かは、持続的な賃金の上昇によって、コスト面からの価格上昇圧力が高まるとともに、家計の勤労所得増加によって消費需要が高まり、より広い範囲の財・サービスで価格の引上げが可能となるような環境が実現するかが大きな鍵となる。

(参考文献)

内閣府 (2017) 『平成 29 年度 年次経済財政報告』

http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je17/index_pdf.html

内閣府 (2014) 『平成 26 年度 年次経済財政報告』

http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je14/index_pdf.html