

消費者物価指数を巡る議論について

第三経営経済研究部研究官 荒田 健次

[要約]

物価指数は国内外の経済情勢を反映した「経済の体温計」として重要な経済指標である。とりわけ、消費者物価指数（CPI）は厚生年金や国民年金など公的年金の支給額の算定根拠となる他、民間企業の賃金決定に影響を与える等の必要な役割を担っている。

1999年4月を景気の谷とした回復過程にありながら、CPIが下落傾向をみせるなど、「デフレ」議論と相まって物価指数の在り方を巡って活発な議論が展開されている。

アメリカでは、1990年代後半に入ってCPIを巡る議論が活発になり、1996年12月に米国議会のCPI諮問委員会が上院財政委員会に報告書（ボスキンレポート）を提出し、米国のみならず他の国でも注目された。日本におけるCPIの議論もこのレポートを根拠にしているものが見られる。

我が国でも、1999年5月11日の日本経済新聞に「消費者物価指数が実際より高め」という記事が掲載されたことから、CPIを巡る議論が高まってきている。

その他、卸売物価指数や企業向けサービス価格指数が下落を続けデフレ懸念が言われる状況にあって、CPIはほぼ横ばいで推移していることに疑念の声もある。

これらのことから、CPIを巡る議論が活発に行われている。

本稿ではまず、それらの議論等を概観することとする。

総務省統計局は現在の1995年基準指数から2000年基準指数へ変更し、2001年8月の公表日から切り替える予定にしている。この改訂によって、情勢の変化や要請をできる限りの確に指数に反映させることとしている。より精度の高い指標になるとどうか注目されるころである。

経済統計にはサンプルバイアスが付きものであり、すべての実態が把握できるわけでは

ない。その他の経済指標と総合的に判断し、国全体、世界全体の状況を判断すべきである。しかし、逐次、経済統計の精度を高める努力は求められる。

最後に、CPIと実感の乖離について、ライフスタイルや家族構成（ライフステージ）の違いによって、CPIと実感に乖離が発生することを検証し、「生計費の指数として世帯属性ごとの指数を作成する」ことを提唱する。

はじめに

消費者物価指数（CPI）は、1946年8月に作成が開始されて以来、景気が過熱さみか停滞さみかといった景気判断に用いられるなど、「経済の体温計」とも呼ばれており、経済政策を的確に推進する上で極めて重要な指標となっている。また、国民年金や厚生年金などの実質的な給付水準を維持するため、物価の動きに応じて改定される物価スライド制が法律によって定められており、この物価の動きを示す指標としても使われている。そのほかにも、賃金、公共料金や家賃の改定の際の参考に使われるなど、官民を問わず幅広く利用されている。

しかし、その指数が実際の生活実感から乖離しているのではないかとの議論が最近、高まってきている。

1996年12月に米国上院財政委員会により設立された「消費者物価指数諮問委員会」がそのレポート（ボスキンレポート）の中で米国の消費者物価指数（CPI）に上方バイアスが存在することを指摘した。以来、CPIを巡る議論が活発になり、日本でも新聞記事になる等活発な議論が展開されている。

本稿では、まずアメリカのボスキンレポートの内容とそれに対する労働統計局（BLS）の対応、日本におけるCPIを巡る議論と総務庁（現、総務省）統計局の対応等を概観することとする。

最後に今後のCPIの在り方について、筆者の所

見を記したいと考えている。

1 米国のCPIを巡る議論

米国では、1990年代後半に入って政府作成のCPIを巡る議論が活発に行われるようになった。とりわけ1996年12月に出されたボスキンレポートは米国のみならず他の国でも注目された。

1.1 ボスキンレポートの背景

ボスキンレポートは、米国議会のCPI諮問委員会が、上院財政委員会に提出した報告であり、“Toward a More Accurate Measure of the Cost of Living”（「生計費のより正確な尺度を目指して」）と題されている。同諮問委員会の委員長がスタンフォード大学のマイケル・ボスキン教授であることからこう呼ばれた。

米国においては、CPIの上昇率に上方バイアスが存在するという批判が1990年代前半以前から存在していた。1990年代後半には政治の舞台でこの問題が取り上げられるほど加熱することとなったが、その背景には、米国の財政事情がある。

米国では、CPIは1970年代初期以前は財政部門でほとんど利用されていなかったが、その後のインフレの進行に伴い、CPIを税率区分や社会保障費などと連動させる仕組みが作られた。これによりCPIの作成方法や精度は財政状況に大きな影響を与える要素となった。

1980年代に入ると、税収は伸び悩む一方で歳出削減が計画どおりに進まず、財政赤字が急拡大し

た。同時に、個人貯蓄率の急速な低下に伴って、経常収支は急速に悪化し、「双子の赤字」の時代が到来した。この為、1990年代半ばにさしかかると、財政赤字の削減が最重要課題の一つとされた。

このような中、1995年1月にアラン・グリーンSPAN連邦準備制度理事会議長が議会の予算委員会で、米国CPIには上方バイアスがあり、これを是正すれば財政赤字の改善に役立つとの趣旨の発言をしたことがきっかけとなって、CPIの精度に関して検討するよう委員会に諮問することとされた。こうして発足したのが、ボスキン氏を含む5名から成るCPI諮問委員会である。

1.2 ボスキンレポートの概要

CPI諮問委員会は、1996年12月の最終報告では、過大評価の大きさ（上方バイアス）を年率1.1ポイントとした。

(1) 米国CPIにおける上方バイアス

ボスキンレポートにおいて、CPIは生計費の変化を測定するものと定義した上で、次の四つのバイアスが存在すると指摘している。

① 代替バイアス

商品の代替に関するバイアスであり、消費者がより安価な代替商品を購入しても、それがCPIに反映されないというバイアスである。特に、現行CPIが固定マーケットバスケット方式を前提としていることに起因するものである。

この一つの要因は指数算式の問題である。委員会は、本来なら最良指数¹⁾を採用すべきと考えるが、現行CPIはラスパイレス型²⁾を採用しており、品目間での代替効果が反映されないために、上位集計レベルで年率0.15ポイントの上方バイアスが発生しているという。

もう一つは品目内で各銘柄の価格を集計するときのバイアスである。下位集計レベルについて、幾何平均を真の生計指数とみなすとすれば、年率0.25ポイントの上方バイアスが発生しているとしている。

② 新店舗バイアス

消費者がディスカウントストアなどの安売り店にシフトする行動が適切に反映されないことによるバイアスであり、年率0.1ポイントの上方バイアスがあるとされている。

③ 品質バイアス

製品の品質改良が正確に評価されないことに起因するバイアスである。ボスキンレポートでは、CPIの作成に用いられる206の品目を27のカテゴリに分類し、それぞれバイアスの大きさを推計している。このうち、光熱、家事用品、家事サービス、他の個人交通、公共交通、医療保険、娯楽サービス、煙草の8カテゴリについてはバイアスが存在しないとしている。一方、食料（農産物を除く）、家賃、新車などの19カテゴリについては上方バイアスが存在するとされている。

1) 基準時ウェイトによる指数の幾何平均を用いるFisherの理想指数と呼ばれるものと、基準時と比較時のウェイトの平均値を使って価格比の加重幾何平均を用いるTornqvist指数と呼ばれるもの、2種類ものが紹介されている。

2) 日常用いられる代表的な物価指数としてラスパイレス指数とパーシェ指数がある。q_{ti}を第i品目のt時点における数量（購入量、あるいは生産量、輸入量など）とすると、ラスパイレス指数ではq_i=q_{0i}と基準時点の数量を用いるのに対して、パーシェ指数ではq_i=q_{ti}と比較時点の数量を用いる。したがって、ラスパイレスおよびパーシェのt時点の価格指数をそれぞれP_L(t)、P_P(t)と表せば、それらは

$$P_L(t) = \frac{\sum_i p_i t_i q_{0i}}{\sum_i p_{0i} q_{0i}}$$

および

$$P_P(t) = \frac{\sum_i p_i t_i q_{ti}}{\sum_i p_{0i} q_{ti}}$$

となる。

④ 新製品バイアス

新しい製品が出現してもCPIにはすぐに反映されないことによるバイアスであり、③のバイアスと合わせて年率0.61ポイントの上方バイアスになるとしている。

(2) CPIバイアスの財政への影響

これらの四つのバイアスを合計すると、先述の年率1.1ポイントとなる。また、同レポートでは、CBO（議会予算局）の推計によれば、今後10年間で毎年1.1ポイントの上方バイアスがあるとするれば、2006年には1,480億ドルの財政赤字が水増しされ、政府の負債は6,910億ドル増加することになるとしている。この赤字要因は、社会保障費、保健医療費、防衛費に次ぐ4番目に大きい要因である。さらに、この推計を延長すると、2008年までに財政赤字は2020億ドル増加し、政府債務は1兆700億ドル増加するとの結果も得られている。このようにCPIのバイアスが財政に大きな影響を与えるのは、米国においては、社会保障費を始めとする歳出の約3割がCPIに自動的に連動しているほか、歳入の45%前後を占める個人所得税の税率区分が物価にスライドして調整されるためである。

(3) 勧告

ボスキンレポートでは、これらの推計を踏まえた上で、以下16項目の勧告を出している。

- ① 消費者物価を測定する目標として生計費指数を掲げるべきである。
- ② 2つの指数を作成、公表すべきである。一つは月次指数でデータの制約はあるものの、できるだけ生計費指数の考えに基づくものを月一回公表し、もう一つは年次指数で最新の情報や検討の成果を反映したものを年一回公表すべきである。年次指数は、過去に遡及し改定する。

- ③ 月次指数には、マーケットバスケットの変化を反映させ、生計費指数の概念に適応したものとするため、ラスパイレズ指数をやめ、最良指数の算式を採用すべきである。

年次指数にも同様の算式を採用し、該当年以降のデータ、更新されたウェイト及び新製品の導入を反映させるべきである。

- ④ 下位集計レベル（品目レベル）の指数の算出には幾何平均を用いるべきである。
- ⑤ 指数の長期的な変動に影響を及ぼす要因を見極めるために、指数の個別の要素の動きを分析し、そのうちの重要なものについてのデータ収集に力点を置くべきである。
- ⑥ 価格収集のサンプリングにおいては、地理的要因の優先度を下げ、まず、商品の母集団の中からサンプリングを行い、次に各品目ごとに店舗や地域のサンプリングを行うべきである。
- ⑦ 品目の分類基準を設定する際には、例えばオンライン・ニュース・サービスと新聞を同じグループに入れるなど、指数に品目の代替性が十分に反映されるよう改善すべきである。
- ⑧ 自動車のような耐久財については、持ち家の帰属家賃と同様、その商品の価格ではなく、その利用により得られるサービスの価格に変更すべきである。また、保険については、現行の保険の収支差額によるのではなく、消費者の支払う掛金に基づくものとすべきである。
- ⑨ 外部の情報収集、専門的技術の把握・研究のため、専門家による常設の独立した公的組織が必要である。
- ⑩ 長期的視点に立って、現行のマーケットバスケット方式の枠組みを超える研究プログラムを策定すべきである。
- ⑪ CPIの算出の際の前提となっている価格均衡が成り立たないような場合の結果について検討すべきである。

- ⑫ 長期的課題として、生活の質を測定するため、消費者の時間配分、環境、治安などに関する情報を広範に収集すべきである。
- ⑬ 議会は、経済統計の正確性と迅速性を改善するため、商務省と労働省とで情報を共有し、統計の開発・作成のコストを削減するために必要な法の整備を行うべきである。
- ⑭ 議会はCES（消費者支出調査）の標本規模と詳細情報を拡充し、POPS（購入先調査）の頻度を増やすとともに、業界データやPOSデータなど新しい情報源により追加品目の詳細データが得られるよう、必要な追加財源を措置すべきである。
- ⑮ 議会は、約3年ごとにこの分野における進捗状況をレビューし、助言するため、永続的な専門委員会を設置すべきである。
- ⑯ 議会及び大統領は、連邦政府の支出プログラムや税制度を現在のように高めの指数によって調整することを今後も継続するかどうかを判断すべきである。指数による調整の目的が納税者や受給者に物価変動の影響を及ぼさないようにすることにあるとするならば、調整方法を改める法律を制定すべきである。

1.3 BLSの対応

BLSはボスキンレポートに対して、1997年6月に“Measurement Issues in the Consumer Price Index”という報告書を提出し、さらに1998年6月には特に勧告への見解や対応についてその改定版を出している。そのなかで、BLSは、ボスキンレポートの指摘には統計的な根拠の薄弱なものが多くあること、実務的に実行が困難なものも多いことなどを説明し、BLSとしてはCPIの基本的な枠組みを変更することについては慎重な姿勢を示しているが、CPIに最近の社会経済動向をよりの確に反映させるために様々な改善や検討を行いつ

つあることも併せて説明している。

まず、ボスキンレポートの勧告①から④までについては、CPI作成の目的には様々なものがあり、その中でも最も重要なものの一つが生計費指数の作成であるとして、この意味ではボスキンレポートの考えに賛同している。しかしBLSとしては、仮に、毎月公表できるような真の生計費指数の作成方法が存在するのならそれを採用したいところであるが、生計費指数は理論的な概念であり、実用に耐える単一明快な万能の指数算式は現存しないことに留意する必要があるとして、この点ではボスキンレポートとは立場を異にしている。

指数計算における品目を合算して上位レベルの指数を算出する算式として、比較時のウェイトを用いたTornqvist型（注2）参照）の算式を用いるべきであるとしていることについては、この方式ではウェイト作成に時間がかかり指数の公表が著しく遅れるため、仮にこれを適用するとすれば近似方式を使用せざるを得ないが、この近似方式では下方バイアスが生じる傾向にあることや、毎年事後的な改定が必要となり利用上不便であること、結果の解釈が難しいことなどの問題を指摘している。

このため、BLSは指数算式の変更については慎重に対応すべきであるとして、今後も引き続きラスパイレイス型を維持しつつ、指数の数式、対象品目及び作成方法など、CPIの理論的前提、概念、範囲などについて十分な情報を提供していくこととしている。

また、最良指数の算式による指数を真の生計費指数と見なし、その算式による試算値と現行のラスパイレイス型のCPIの値と比較した結果、現行CPIが年率0.15ポイント高いとして、これを指数算式に起因する上方バイアスの推計値としている点については、指数算式の性格上このような差が生じるのは当然のこととして、試算結果を妥当で

あると認めている。

勧告④については、同じ層（品目）の中で商品間に代替制がある場合には、現行の算術平均よりも幾何平均のほうが生計費指数のよりよい近似となっているとしている。そして1997年4月分から幾何平均の算式による試算値を試験的に公表し1999年1月分からは正式な指数として公表している。BLSの推計によると、幾何平均の採用によりCPI上昇率は年率0.2ポイント減少するとの結果が得られている。

新店舗バイアスについては、①わずか2年間という短いデータに基づいていること、②推計結果は標準誤差が大きいこと、新店舗バイアスはゼロである可能性もあること、③対象となった食品とガソリンの状況が他の品目にも妥当するかどうか疑問であること、を指摘している。そして、このバイアスの推計結果は信頼性が低く、むしろ他の要因を考慮すると、この結果は過大となっていると指摘している。

次に、品質・新製品バイアスについては、すでにCPIには品質変化に対する調整方法をかなり適用して効果が上がっていること、また新製品をCPIに反映させる手法を確立していることを述べている。その上で、ボスキンレポートにおける品質・新製品バイアスの推計の妥当性についてコメントしている。同レポートでは、CPIの品目を27分野に分けてバイアスを推計しているが、BLSは、①これらの推計は裏付けとなるデータがないこと、②推計法が具体的に示されておらず、多くの場合には直感的判断に基づいていること、③必ずしも代表性のない偏ったデータをもとに推計していること、などの理由から、同レポートの推計結果は信頼できないと指摘している。またBLSは2分野について自ら行った推計の方法と結果を紹介し、これらの分野については同レポートの推計結果が過大であるとしている。さらに、品質・新製品バ

ィアスに関して同レポートに特段の提言がされていないことから、BLSは、この問題への対処方法についてエコノミストの間でコンセンサスがないと考えられると指摘している。

2 日本のCPIを巡る議論

2.1 日本経済新聞（1999.5.11）記事

日本でも1999年5月11日の日本経済新聞に「消費者物価指数が実際より高め」という記事が掲載されたことから、CPIを巡る議論が高まってきている。

この記事によると、日銀が指摘した問題点は4つ。①調査地域が商店街を中心とした狭い地域で、郊外型のディスカウント店の動向などを把握できない②各県別に集計しているが、実際には消費者はマイカーなどで隣接県でも消費をする③調査の曜日が偏っており土曜日のバーゲンなどを反映できない④ある特定の銘柄の商品の物価だけを調査するので、競合する商品の需要が増えたときの影響を把握できない、といった点である。

（記事の内容は上述のとおりだが、実際は日銀が指摘したのではなく、日銀職員（白塚重典（1998））が個人的見解を示した論文であったようだ。）

2.2 白塚論文（日銀）の概要

白塚論文によれば、以下4つの要因によってCPIの計測誤差が生じている。

(1) 相対価格変動に伴う代替

① 品目間における代替：例えば、肉の値段が上昇すると、家計は魚へ購入をシフトさせるが、肉と魚のウェイトは、基準時点のものが利用されるため、肉の価格上昇を過大に評価し、上方バイアスが生じる。

② 調査銘柄の価格を品目レベルに集計する際の代替：一般に公表されていない品目以下の個別

調査銘柄の価格データを品目レベルに集計する段階でも(1)同様の代替効果に起因するバイアスが生じる。

- ③ 同一品目内での購入銘柄間の代替：多くの品目で特定の銘柄についてだけ調査が行われているため、品目全体の価格変動を把握することが困難なケースが多い。
- ④ 既存店舗間での代替：多くの消費者は、近隣のスーパー、百貨店、専門店等の中から、その時々で一番安い製品を購入しようと考えられるが、特定の日時・店舗における販売価格を調査しているため、こうした動きを十分に捕捉できていない。
- ⑤ ディスカウント・ストア等の新規出店に伴う代替：CPIの価格調査では、ディスカウント・ストアがほとんどカバーされていないため、消費者が、既存の小売店・百貨店等から価格低下幅の大きいディスカウント・ストアへシフトしている実態は、物価指数の変動にはなかなか反映されない。

(2) 品質変化の影響

物価指数の価格調査では、特定の商品を継続的に調査しているが、経済構造の変化や技術革新の進展等に伴って、調査対象銘柄が市場から消滅したり、代表性を失うなど、同一の調査銘柄の変遷に合わせて調査銘柄を入れ替える必要が生じる。その際、物価指数は、新旧調査銘柄間の品質差を適切な方法で調整し、純粋な価格変動を物価指数へ反映させる。

銘柄変更手続きとしては、(ア)新旧調査銘柄間で品質・容量等に差がない場合、新旧銘柄の価格をそのまま接続する、(イ)新旧調査銘柄間で品質は同じであるが容量等に差があり、容量と価格が比例関係にあるとみなすことができる場合、容量比により価格を調節し接続する、(ウ)新旧調査銘柄間に

明らかに品質差がみとめられる場合は、新・旧銘柄の価格指数比を用いて接続する、というの3種類の方法が主として採用されている。

物価指数は品質を一定に保ったとした場合の価格変化を捕捉するものであるから、その上昇率は、表面価格の上昇率から品質向上率を控除した値と考えられる。CPIの品質調整法を、表面価格変化率と品質変化率の関係から調整すると、まず、(ア)の場合は「品質向上＝ゼロ」として処理するものであり、物価指数上昇率は表面価格上昇率と等しくなる。また、(ウ)の場合は「表面価格上昇率＝品質向上率」とみなすため、物価指数上昇率はゼロとなる。したがって、多くの銘柄変更が属すると考えられる「価格差≠品質差」のケースが的確に処理されるのは、容量のみの変化時に限定される。

このように銘柄変更時の品質調整には、かなり限定的な手法が採用されているため、品質変化の把握には自ずから限界が存在している。この結果、CPIは、技術革新の著しいマイクロエレクトロニクス製品を中心として価格調査対象の品質向上を過小評価し、上方バイアスを有している。

(3) 新製品登場の影響

新製品が登場した後、これらが物価指数バスケットへ取り込まれるまでにはラグが存在するため、新製品登場の影響が適切に反映されにくく、上方バイアスの源泉となっていると考えられる。すなわち、新製品が登場し、一般家庭に普及していく過程では、新製品そのものが新たな需要を創出すると同時に、新製品が既存製品に代替されていく。これは、消費者が、新製品を既存製品に比べ品質変化調整ベースでみて相対的に割安であると判断していることを意味している。この結果、新製品が迅速に対象範囲に取り込まれない限り、調査対象品目の調査対象外品目に対する相対価格が上昇し、物価指数には上方バイアスが生じるこ

とになる。

また、新製品取り込みのラグは、サービスについても認められる。例えば、車庫借料や遊園地入園料等は1985年基準から取り込まれたほか、ハンバーガーの外出価格やビデオレンタル料が取り込まれたのは、1990年基準になってからである。このほか、新電電による通話料金やレンタカー代等は依然として取り込まれていないほか、クレジット・カードや口座振替手数料等の各種金融サービスについても、指数対象外となっている。

こうした新製品のCPIへの取り込みラグは、技術革新のテンポが速く、プロダクト・サイクルの短い製品において特に著しい。これは、これらの製品に関しては、品質調整が極めて困難なことから、継続的に価格調査を行うことが難しいと判断され、このため、指数対象範囲への取り込みが先送りされやすい傾向があるためと推測される。

このほか、調査品目が細分化されている結果として、新規採用品目について、類似の機能を果たす既存調査品目との比較が行われえないとの問題も指摘される。例えば、将来、パソコンが新規に採用されるとした場合、ワードプロセッサからの代替に伴う影響はカウントされないことになる。

(4) 統計作成技術的な問題

価格調査方法の問題：第1は、特定日の価格を調査しているため、バーゲンセール、季節料金等の特殊要因が混入しやすい問題が挙げられる。価格調査は、原則として毎月12日を含む週の水・木・金のいずれかに実施されるため、曜日構成の違いにより実際の調査日は最大8日間前後する。この結果、バーゲン品に代表されるように、ある月の中の特定の期間に調査日が重なるか否かにより、価格変動が大きく異なる品目がみられることになる。また第2に、民営家賃について、価格調査が3ヵ月に1回となっていること、価格調査の

サンプル数が少ないこと、などの問題から、月々の指数変動が、年によって大きく振れやすいとの問題が指摘される。

ウェイトの問題：算出基礎資料となっている「家計調査」の抱えている問題が大きい。・調査対象とする課程の標本抽出作業に偏りがみられること、・単身世帯が含まれていないほか、主婦以外の家計構成員の支出が捕捉されにくく、家計全体としての消費支出の把握度が低いことの問題がある。また、帰属家賃のウェイト算出方法等の問題点が指摘される。

以上4つの問題点を指摘したうえで、

①品目指数を総合指数に集計する指数算式の問題、②個別調査価格を品目指数に集計する方法の問題、③品質調整手法の問題、④価格調査サンプルの問題（小売構造の変化の影響）、について定量的な評価を行い、0.9%程度の上方バイアスを試算値として発表している。（大胆な仮説のもとに試算したもので、必ずしも精度の高いものではない、と断り書きしている）

2.3 総務庁（現総務省）統計局の対応

これに対し、総務庁（現、総務省）統計局は以下の様に回答している、

「これは日銀職員が個人的な見解を示した論文に基づくものと思われませんが、その論文には、例えば、消費者物価指数の作成方法が日本と全く異なるアメリカの指数作成方法に基づく固有のバイアスを日本にそのまま当てはめて推計する部分があるなど、その妥当性には多くの疑問点があります。なお、日銀では、この論文の指摘はあくまで個人的なものであり、日銀の公式見解ではないと回答しています。しかし、消費者物価指数の精度については、様々な議論があるところであり、統計局としては引き続き研究していきたいと考えて

います。」

また、表1のとおり、新聞記事にある指摘についてそれぞれ回答している。

また、2000年10月4日に開催された第94回統計審議会経済指標部会において、ボスキンレポートやその他消費者物価指数への批判に対する統計局としての見解を報告した際のレポートをインターネットで公表している。

3 その他の議論

3.1 CPIとWPIの乖離

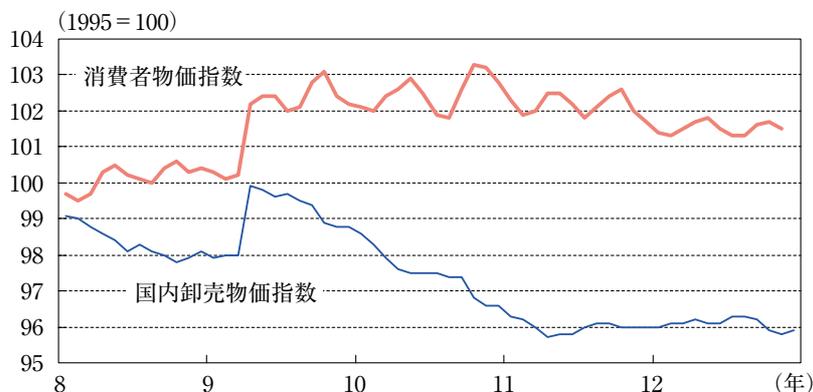
最近になってCPIに対する議論が盛んになっている背景には、卸売物価指数（WPI）の下落が続く、デフレ懸念が言われる状況にあって、CPIは、平成9年度ころから、ほぼ横ばいで推移し、WPIの動向と異なっていることに対する疑念があると

思われる。（図表1）

また、対前年度比でも、平成10年度までは同じような動向を示していたのが、平成11年度からCPIとWPIは異なった動きを示している。（図表2）

これについて、総務庁（現、総務省）統計局は「消費者物価指数には、卸売物価指数が対象としていない授業料、家賃、外食などのサービスの価格も5割近く含まれています。サービスの価格は、商品に比べて人件費の割合が高く、商品の価格が低下しても、それほど低下しない傾向があります。また、消費者物価指数が対象としている商品は消費者が購入するものについてであり、原油などの原材料、電気部品などの中間財、建設機械などの設備機械は含まれていません。したがって、これらの商品が値下がりしても、消費者物価が直接下

図表1



図表2

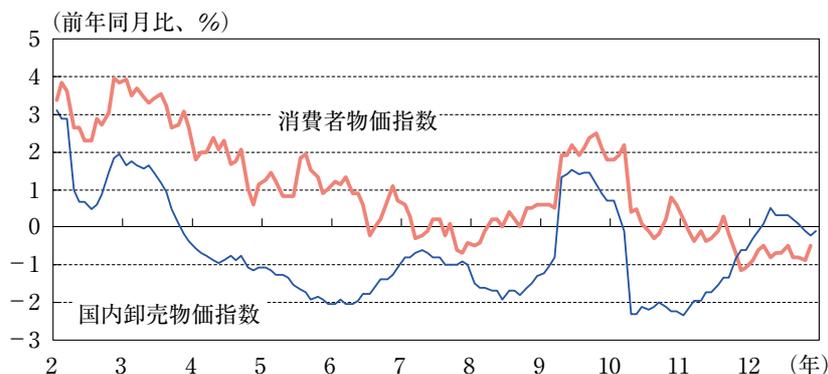
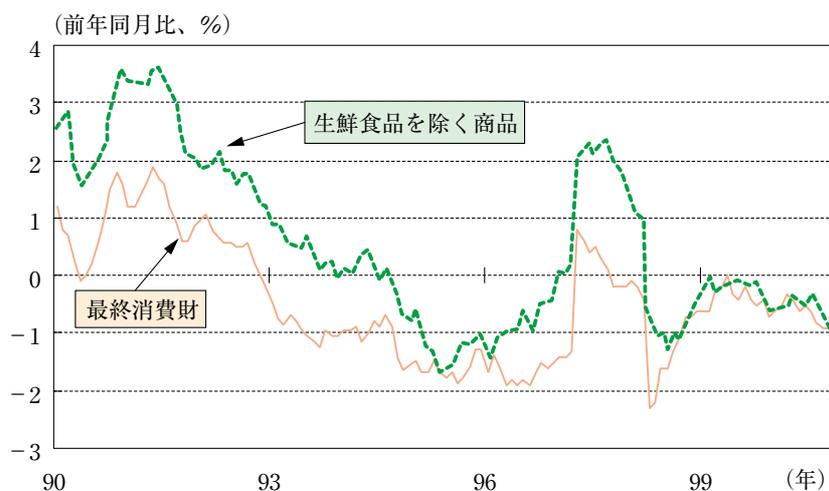


表1

新聞記事にある日銀の主張	総務庁（現、総務省）の見解
<p>1 調査地域が商店街を中心とした狭い地域であるため、郊外型のデパート・ディスカウント店等の価格動向が“把握できていない”。</p>	<p>現行の調査店舗は、商店街や繁華街だけから選定しているわけではありません。また、調査品目によっては、調査地域を定めず、調査市町村全域から調査店舗を選定しています。 最近では郊外型店舗での購入が更に多くなってきているとの指摘もありますが、その一方で大型店がかなり増加し、以前よりも商圏が狭くなってきている地域もあります。したがって各地域の実態に即して、今後も随時見直しを行っていく必要があります。</p>
<p>2 調査の曜日が平日に偏っており、土曜日などのバーゲンを反映できていない</p>	<p>通常、バーゲンや特売は特定の商品が対象となっており、すべての商品の価格動向を安定的にとらえることができません。 その特定商品を対象とした短期間のバーゲンの価格を採用すると、すべての商品の価格動向を安定的にとらえることができません。</p>
<p>3 ある特定の銘柄の商品の物価だけを調査するので、競合する商品の需要が増えたときの影響を把握できない</p>	<p>消費者物価指数では、各品目中でも販売額が多く、出回りが安定している代表的な商品（総務庁（現総務省）統計局では「基本銘柄」と呼んでいます。）の価格を調査しています。一般的に、同一品により価格の動きにバラツキが生じますが、趨勢としてはほぼ同じ動きをしていると見られます。また、競合のために、売上げ下位の商品ほど価格の変動を伴いながら売上シェアが大きく変動する傾向があります。各品目から複数の商品を選定して調査する場合には、売上順位がやや低い商品を含めることとなるので、むしろ競合によって生じる価格代替効果（商品の価格変化に伴う販売量の変化）の影響により、価格指数に偏りを生じる恐れがあります。 なお、調査する商品については、基準改定における全面的な見直しに加え、出回り状況を年に4回調べ、見直しを年2回行っており、調査する品目の代表性を維持するようにしています。また、商品の特性が異なり、価格の推移が異なる場合（例えば、店頭販売される牛乳と配達される牛乳は、後者が配達サービスのコストが含まれるため、価格の推移が異なる。）、消費者物価指数では、それぞれを別の品目に区分しています。</p>
<p>4 調査する商品を変更する際、製品の品質や性能の向上による実質的な値下がりなどが反映されていない</p>	<p>物価指数は商品の品質が一定という条件のもとでの価格変化を把握するものです。したがって、新旧両商品の価格差①品質の変化に対応する部分と、②品質一定の下での純粋な値上げ（値下げ）部分に分割し、後者のみを指数に反映させることとなります。前者の品質変化に対応する部分を数値化（価格に換算）し、指数にふくませないように調整することを品質調整と呼んでいます。この品質調整を行う際の基本的な考え方は、出回りが同程度の二つの商品は、同一時点で同一店舗において同一条件で販売されている場合に、両商品の価格差は調査する商品を変更する場合には、この考え方に基づいています。実際に調査する商品を変更するためには、個々のケースについて吟味する必要があります。具体的には、①質の差がほとんど無いとみられる場合は、価格の違いは質の差を含んでいないと評価して、新旧商品の価格を直接比較（調整をしない）します。また、②数量に比例した差がほとんど無いとみられる場合には数量に比例する調査を行い、③質の差があるともみられる場合には同一調査時点の両者の価格を調査して、その価格比を使って調整する方法（いわゆる価格リンク）をとっています。なお、品質の差を調整する方法の一つとして、ヘッドトラックアプローチという回帰モデルを用いる方法が知られていますが、この方法も価格差は品質差を反映しているという考え方に基づいている点では、上記の調整とまったく変わりません。しかし、ヘッドトラックアプローチによる品質調整は、①多くの商品の価格が必要になるのですが、通常、売れ筋といわれる商品の数が限られており、多くの商品が同程度の出回りで、同一条件で販売されていると考えられないこと（売れ筋と売れ筋でない商品の価格差は品質の差を反映していると考えられることではない）、②完全な回帰モデルを推計することが容易ではないこと、さらに、③適切な回帰モデルを常に維持していかないという過剰な調整を行ってしまう危険があることなどから、ヘッドトラックアプローチについては慎重な意見が多く出されています。</p>

図表 3



がるのではなく、間接的にしか影響を与えません。このような理由から、卸売物価指数と消費者物価指数の総合指数は必ずしも一致した動きをするとは限りません。なお、両指数をできるだけ同じ範囲の商品で比較するため、国内卸売物価指数の「最終消費財」と消費者物価指数の「生鮮食品を除く商品」に限定して両指数の動きを見てみると、両者はほぼ同じ動きをしています。」と回答している。

実際にデータで検証してみると、国内卸売物価指数の「最終消費財」と消費者物価指数の「生鮮食品を除く商品」両指数とも対前年度比でみると(図表 3) ほぼ同様の動きを示していることから経済指数として傾向をみるという役割は果たしているかに思える。

3.2 CPIと実感の乖離

また、消費者の実感と比べてCPIが下がっていないとの意見も散見する。2000年1月に「経済企画庁(現、内閣府)で実施した「物価安定下の消費者の物価意識調査結果」によると、最近の物価は生鮮食品を除き全般的に安定しているといわれていることについて、80%の者は「実感に大体あっている」としている。1999年1月に実施した

図表 4

	実感に大体あっている	むしろ上昇している	むしろ下落している
1999年1月調査	68.4%	19.8%	7.8%
2000年1月調査	80.0%	11.2%	6.0%

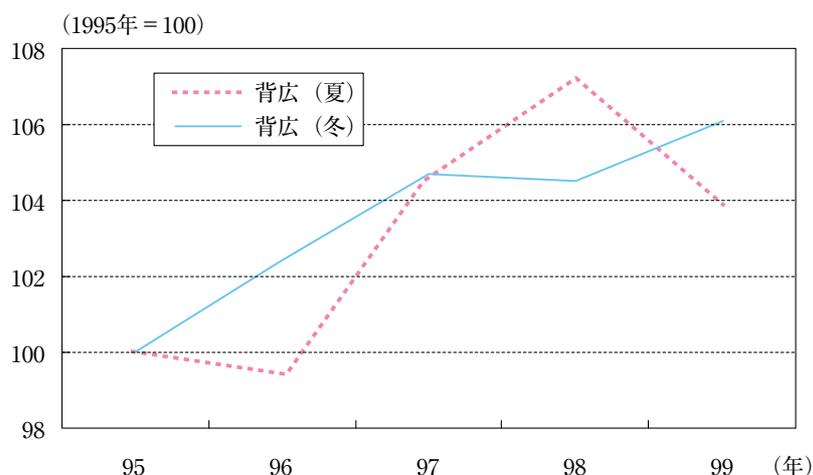
同様の調査では、約70%の者が「実感に大体あっている」としている。(図表 4)

実感とCPIが乖離していないという裏付けの資料と思われるが、消費者の実感と比べてCPIが下がっていないとの意見は杞憂なのか？。

こういった実感論争のでてくる背景には価格破壊の問題があると思われる。

背広の価格破壊の仕組みを見てみると、百貨店等で販売している背広は、ある程度売れ残りを計算に入れて価格を設定していると言われる。かりに4着のうち1着が売れ残ったら、残りの3着の販売価格の中に1着の費用を入れなければ採算が合わない。それだけで本来あるべき価格よりも25%価格が高くなる計算になる。要するに価格の半分以下が流通マージンである。こういった一見「無駄」に見える部分が発生するのは、私たち消費者が衣料品に多様性を求めるからで、仮に、日

図表 5



本国民が全員国民服を着れば、計画生産、計画流通が可能になるので、こういった「無駄」がなくなる。しかし、日本の消費者はそういった画一的な押しつけの消費を望んではいない。「無駄」とも思われる流通コストを払っても高い商品を購入する。

一方、価格破壊を実現した郊外店の特徴は、商品の品数を売れ筋の紺やグレーの単色、あるいは標準的な柄物の商品に絞り込んで、大量の店で一気に売りさばくことにある。つまり、少品種多量を実現したのだ。少品種多量にするほど、店の間での商品のやりくりで、売れ残りは相当解消することができる。背広の郊外店に限らず、これはチェーン店の専門店の持つ大きな強みである。チェーン店という新しい仕組みの中で、売れ残りの「無駄」を解消することができた。

我々のライフスタイルは、このような流通革命によって変化している。定番の背広は郊外型専門店で購入し、多少デザインの違った背広は百貨店等でブランド物を買う。といったライフスタイルの変化をもたらしているという人は多いのではないと思われる。

しかしCPIにおける背広の指数はほぼ一環して上昇している。(図表5)

郊外型専門店のシェアは百貨店、量販店に比べ低く、調査の対象にならない場合が多いと思われるので、こういったライフスタイルの変化はCPIに反映されない。仮に反映されたとしても、CPIにおける背広のウェイトは夏、冬合わせて44/10000であるので、数値として現れづらい。

こういったことから、ライフスタイルが多様な人ほど、CPIと実感に乖離が生じてくることになる。

背広の例で考えたが、その他にも電化製品、医薬品等でこういった現象が発生していることが推察できる。

また、ライフスタイルだけでなく、ライフステージの違いによってもCPIと実感が乖離しているケースもあることも、予想される。

その他、買い物の都度一定価格以上にはポイントが付き、ポイントを貯めると一定額の割引を行うという、「ポイント制等の払い戻し」がCPI調査から除外されているという問題も指摘されている。

それに対して総務庁（現、総務省）統計局は、「・欧州調整消費者物価指数HICPでは、収集価格に含める基準として、個々の製品の購入に適用されること、製品の実際の購入時点で与えられる

こと、差別的でないことを定めており、原則としてポイント制等の払い戻しを除外している。

- ・HICPの考え方が現実的。
- ・なお、販売店は、ポイント制等による払い戻し分を売上高から控除せず、経費に計上しており、割引とみなすべきではないという考え方もある。
- ・各種割引制度等の多様化の状況と対応について、今後さらに研究していきたい。」

としている。

こういったポイント制を活用している者もCPIと実感に乖離を感じているのではないかと推察する。

3.3 生計費の指標としてのCPI

現在の指数は各家庭の平均的なウェイトを用いて作成されているが、実際の我々の生活においては、家族構成員（ライフステージ）等の条件の違いによってウェイトは異なるはずである。

前述の実感論争でも触れたが、ライフステージが、平均的なウェイトと異なる者にとっては、CPIに対して実感との乖離が発生する。

若者と高齢者では消費行動の違いは容易に予想され、当然ウェイトに違いがあることはあきらかであり、指数においても、その違いが反映されることが予想される。

3.3.1 単身者世帯の生計費

1999年の消費実態調査を基に年齢別に単身世帯の指数を試算してみると、平成2000年のCPIが101.5に対し男が100.9、女が101.6となり、女の単身世帯の方が、生活の負担感が年々増していることが推察できる。（図表6.7）

これは、物価上昇率が高い、住居、被服及び履物、諸雑費において女が男よりウェイトが高い（支出割合が高い）ためである。

年齢別にみると、男は30～39才が100.6と一番

図表6 単身世帯・男

	CPI	平均	30才未満	30～39才	40～49才	50～59才	60～69才	70才以上
95年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
96年	100.2	99.9	99.9	99.9	99.9	100.1	100.0	99.9
97年	101.9	101.5	101.4	101.4	101.4	101.7	101.6	101.6
98年	102.5	101.9	101.7	101.7	101.8	102.2	102.2	102.1
99年	102.2	101.6	101.4	101.4	101.6	102.1	102.0	101.8
00年	101.5	100.9	100.7	100.6	100.9	101.4	101.2	101.1

図表7 単身世帯・女

	CPI	平均	30才未満	30～39才	40～49才	50～59才	60～69才	70才以上
95年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
96年	100.2	100.1	100.2	100.2	100.1	100.1	100.1	100.1
97年	101.9	101.8	101.9	101.8	101.7	101.8	101.8	101.8
98年	102.5	102.4	102.4	102.3	102.2	102.4	102.5	102.5
99年	102.2	102.3	102.1	102.1	101.9	102.4	102.3	102.3
00年	101.5	101.6	101.6	101.6	101.3	101.7	101.6	101.6

図表8 夫婦と子どもが2人の世帯

	CPI	平均	長子が3～6才	長子が小学生	長子が中学生	長子が高校生	長子が大学生
95年	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
96年	100.2	100.2	100.2	100.1	100.2	100.3	100.6
97年	101.9	101.9	101.9	101.8	101.9	102.0	102.3
98年	102.5	102.6	102.6	102.4	102.6	102.8	103.2
99年	102.2	102.5	102.5	102.2	102.5	102.9	103.5
00年	101.5	102.0	101.9	101.5	101.9	102.3	103.3

低く、女は40～49才が一番低い。30～39才の男は物価が下落している教養娯楽のウェイトが、40～49才の女は同じく、物価が下落している交通・通信のウェイトが他の年齢層に比べ高くなっているため、このような結果になった。

3.3.2 標準的世帯の生計費

夫婦と子供2人の標準的な世帯においても、子

供が小学生か、中学生か等の条件によってウェイトは異なるはずであり、指数にも違いが出てくる。

単身世帯と同様に、2000年の消費実態調査を基に夫婦と子供2人の世帯の物価指数を試算してみると、2000年の年間指数が101.5に対し102と0.5ポイント高くなった。(図表8)

更に、長子が大学生の家庭は103.3と1.8ポイントも高いという結果が出てきた。

物価が上昇している教育のウェイトが長子が大学生の家庭が最も高いためである。

当然、年とともにライフステージも変化するのだから、2000年のように、各ライフステージで指数が下落している年でも、その年に長子が高校生から大学生になった家庭においては、全体の物価が下落しているにも関わらず、102.9から103.3にと0.4ポイントも上昇することになり、物価上昇感を相当感じることになる。

子供がいる家庭は消費実額が多いことは容易に予想できるが、この結果から生活の負担感が年々増していることが、推察できる。

指数を世帯属性別にみていくと、現在の物価上昇(下落)がどのライフステージにどのような影響を与え、どの費目の上昇(下落)がどのように影響するか等を分析するツールになり得る。

教育費が1995年を100として、2000年は109.3に大きく上昇しているのは公表されているが、その影響がどのライフステージでどのように出ているのかは、理解されていない。長子が高校生、大学生の家庭は高騰する教育費の負担のため、他の支出を抑える行動にでるはずである。長子が高校生、大学生の家庭の指数があれば、現在、なぜ、消費が活発でないかの分析ツールにもなり得ると考える。

4 CPI今後の課題

以上、アメリカ、日本のCPIに関する議論の概

要に加え、多少私なりの考えを記した。

精度を高めるために、いろいろな議論をすることは大切なことであり、所管官庁は真摯にそれを受けて改正することも必要である。

アメリカはボスキンレポートを受けて、財源措置が行われればと前置きしながらも、家計調査を拡大し、2002年から2年ごとにウェイトを改定する等いくつかの改善を行う予定にしている。

日本では、2000年基準改定において、急速に普及し一定のウェイトを占めるに至った新たな財やサービスを迅速に指数に取り込めるようにするため、次の基準改定を待たずに品目の見直しを行えるようにする等、指数の精度向上等の観点から所要の改定を行うこととしている。

指数の精度を高める努力は常に行うべきであるが、あまり重箱の隅を突くような議論は建設的ではない。ここではCPIについての内容を記しているが、WPIについても、政府の統計審議会が「目まぐるしいコンピューターの技術革新に統計が追いついていないのでは」と指摘している。(2001年1月17日 日本経済新聞)

大切なのは、CPI、WPI、GDPデフレーター等関連指標を総合的にみて、物価の現状を判断することである。CPIだけを取り上げて問題にすることは、それぞれの立場における反論ばかりが前面にすぎ、指数の精度を高めるための建設的な議論をも阻害しかねない懸念を感じる。

最後に、指数の動向をウォッチする立場から、精度の問題だけではなく、今後検討して欲しいことについて触れたい。

4.1 指数の基準時及びウェイトの算定年次の改定を現行の5年ごとから2~3年程度に改定する。

流通革命、技術革新による商品の性能向上等による価格破壊が激しい時代に5年ごとの改定基準

の見直しでは実態から乖離してくるのは当然のことである。

「調査する商品を変更する際、製品の品質や性能の向上による実質的な値下がりや反映されていない」という問題点に対し、日銀（職員）はヘドニック・アプローチによる回帰モデルを用いる方法を提案している。ヘドニック・アプローチの適否はともかく、改定年次を短縮することにより、この問題については、ある程度解決するものと考ええる。

4.2 消費行動の多様化に対応する

その他、今後の課題として、日々変化する我々の経済生活の変化に対応する体制を構築すべきと

考える。

例えば、インターネットの普及により、活発化してきたオンラインショッピングをどのように指数に反映させるのか。

富士通総研の「インターネットユーザー調査」によると1999年にはオンラインショッピングの利用比率が60.1%にもなっている。

ここで売買されるものもCPIには入っていない。

CPIは生活実感にあった生計費指数になるには、まだまだ多くの課題を抱えている。

CPIはまだまだ発展途上の指数と言えるだろう。経済政策により有効に活用するためには、今後の改定が期待される。

参考文献

水野勝之 [1998] 「経済指数の理論と適用」創成社
白塚重典 [1998] 「物価の経済分析」東京大学出版会
「統計」(1999年9月号～2000年4月号)、日本統計協会
伊藤元重 [1995] 「日本の物価はなぜ高いのか」NTT出版
パソコン白書(1999—2000) コンピュータ・エイジ社
<http://www.stat.go.jp/data/cpi/index.htm>