

輸入品増大に加えてサービス物価低下が引き起こしたデフレ

98年からサービス物価上昇率が急低下

デフレの主な原因については大きく分けて二つの見方がある。ひとつは需給ギャップである。供給に比べて需要が弱いために物価が下落しているという見方である。もう一つは中国などからの安い輸入品が市場に浸透したことが主な原因とする見方である。

当社は2002年6月号金融市場「デフレの生成と今後」で、デフレの主な原因は需給ギャップであるが、それに輸入品の増加や技術革新などの要因が加わっているとの分析を行なった。一方で、中国などでつくられる安価な製品が世界的にデフレを引き起こしているという構造的な要因が主であるとする意見も根強い。

そこで生鮮食品を除く消費者物価指数の調査対象である531品目を国産品（175品目）、輸入品（212品目）、サービス（144品目）の3つに分け、1981年以降の前年比を寄与度分解し、デフレの動向を見た（注1）。

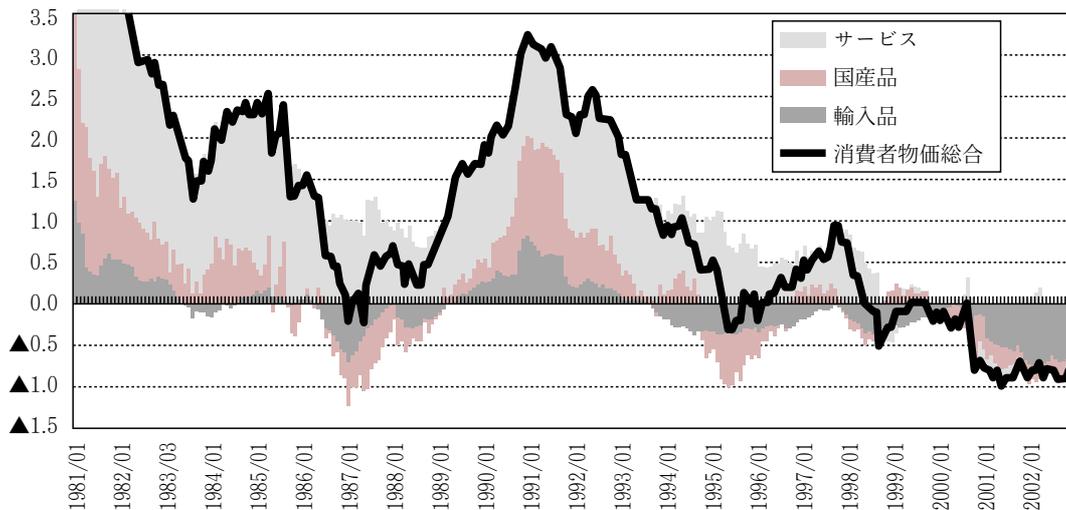
図1を見ると、第2次石油ショックの影響が収まった1983年以降、現在に至るまで過去22年間

のうち14年間にわたって輸入品は物価を下落させる方向に働いている（消費者物価指数前年比に対する寄与度がマイナスである）ことが分かる。特に93年からは約10年間にわたって物価下落に寄与している。

しかし輸入品が消費者物価を押し下げる方向に働いていた14年間のうち、消費者物価が実際に前年比で下落したのは95年と98年～現在までの6年間で、あとの8年間は消費者物価は上昇している。

デフレに陥った98年以降とそれ以前で変化したのは、サービス物価の上昇率である。輸入品が物価を押し下げる方向に働きつづけている93年から現在までを93～96年度（前半）と98～2002年度（後半）（注2）に分けてみると、消費者物価指数前年比上昇率が前半の年度平均+0.4%から後半の同 0.5%に落ち込んだのは、ほとんどサービス物価の上昇率が落ち込んだことが原因であることがわかる（表1）。輸入品と国産品は前後半で物価下落に対する寄与度はわずかな増加にとどまっている。

図1 生鮮食品を除く消費者物価前年比の要因分解



資料：総務省「消費者物価指数」

表1 生鮮食品除く消費者物価指数の要因分解

	輸入品	国産品	サービス	消費者物価総合
1993～96年度	▲ 0.3	▲ 0.1	0.8	0.4
98～2002年度	▲ 0.4	▲ 0.1	▲ 0.0	▲ 0.5

資料 総務省「消費者物価指数」、2002年度は11月までの平均

サービス物価は81年から97年半ばまで平均して1.2%消費者物価指数を押し上げる方向に寄与していたが、98年10月にはじめて物価を押し下げる方向に寄与するようになり、それ以降寄与度はマイナスかゼロ近辺にとどまっている。

サービス物価の下落の要因

電気と水道を含めたサービス物価の前年比増減率を品目ごとに要因分解し、93年度から現在までを前述のように前後半に分けると、外食、運輸・通信、家賃、電気・水道の寄与度の低下が大きな影響を与えていることが分かる(図2、注3)。

外食はハンバーガーや牛丼、コーヒー店などの値引き競争の激化、運輸・通信は固定電話におけるマイライン普及や携帯電話の値引き競争、地価の下落により持ち家が身近となり、借家の需要が減退し、家賃の値引きが活発化、電気・水道は電力自由化と競争の激化による電力料金の引き下げ、が大きく影響している。

この背景には需要・所得の減少、1997年度の

消費税引き上げ、原材料の値下がり、人件費やテナント代などコストの低下、技術革新、規制緩和、電話料金にみられるような海外からの引き下げ圧力、などが複雑に絡み合っていると思われる。

輸入品は93年以降ほぼ恒常的に国内消費者物価を押し下げる方向に働いている。それに加えデフレに陥った98年から需要の低下など様々な要因によりサービス物価が上昇から横ばいもしくは下落に転じ、それがデフレを長期化、深刻化させていると考えられる。

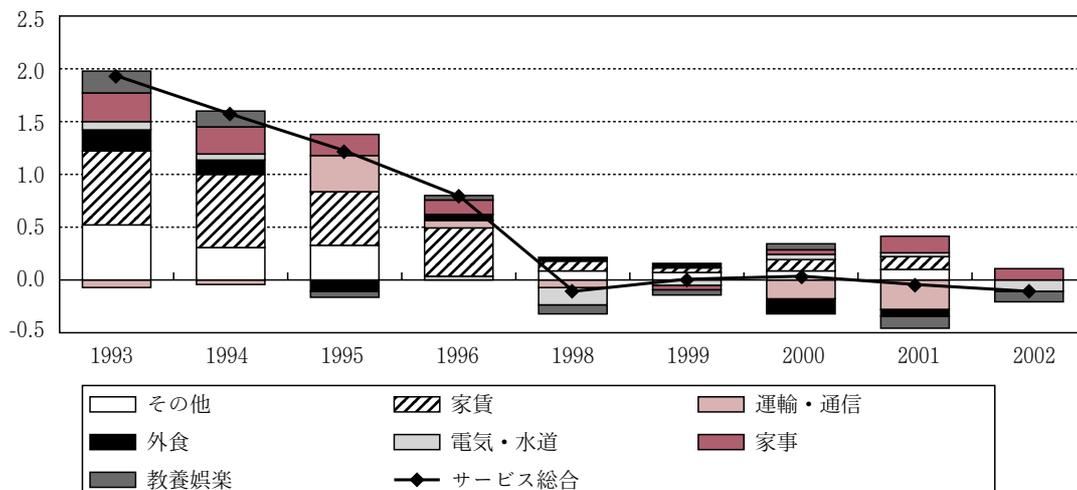
(名倉 賢一)

(注1) 消費税導入と引き上げの影響を除く。国産品と輸入品を分けるにあたっては、日本関税協会「外国貿易概況」に掲載されている品目を参考にした。輸入品は主に輸入食料・飲料、石油・ガス、耐久財、衣類、履物、輸入自動車、電機製品、文具、運動具、玩具、理美容用品、身の回り品である。電気と水道はサービスに分類した。

(注2) 2002年度は11月までの平均値。97年度は消費税引き上げによる影響が大きいため省略した。

(注3) 政策的に決められる医療・福祉関連サービスを除く。

図2 サービス物価前年比の要因分解



資料 総務省「消費者物価指数」

サービスに電気・水道を含み、医療・福祉を除く