

8月金融・経済レポート

22

FA グループ

担当 安西 仁志

はじめに

今月号のテーマとして選んだのは、消費者物価指数である。数ヶ月連続で消費者物価指数が上昇。これは、昨年より原油、大豆、小麦、鉄鉱石その他の資源が高騰し続けたことで、原材料の上昇を製品への転嫁を余儀なくされたためだ。下のグラフは、19品目の商品指数である。この中には当然、金、原油、小麦、大豆等も含まれている。下のグラフを見れば価格高騰する事に対して理解できるだろう。



上記の要因によって、毎月初には必ずガソリンの販売価格や、日用品の値上げもしくは内容量の減少を行っている。上記の要因は、サブプライムローン問題が今年の夏に明るみとなり、金融機関の決算発表毎に投資家が先行きに懸念を示し、証券市場から原油、金、小麦、大豆等商品市場へと資金が流入した。市場規模が証券市場より小さいことから、瞬間に高騰した。その高騰によって資源国は潤い、一方、輸入国の消費者は、今もなお苦しめられている。なお、証券市場、商品市場の規模の違いについては川辺氏が過去にまとめたので、過去のレポートを参考にしたい。

資源国は、資源の高騰で得た富をもってリゾートや都市の再開発へと投資をしている。輸入国の現在の実態は、日本やベルギーの漁民は政府に対して燃料高騰を抗議すると同時に支援を求め続けている。また、フィリピンでは、低所得者がプラカードにメッセージを書き逼迫した実態訴えている。大豆の高騰により豆腐店が廃業に追い込まれ、店をたたんでいるという。ガソリン価格の上昇により、ガソリンスタンドが街から一店また一店と姿を

消し続けている。また、ガソリン価格の高騰により、車から鉄道、高速バス等の公共交通機関の利用が増加傾向にある、とニュースで報じられていた。

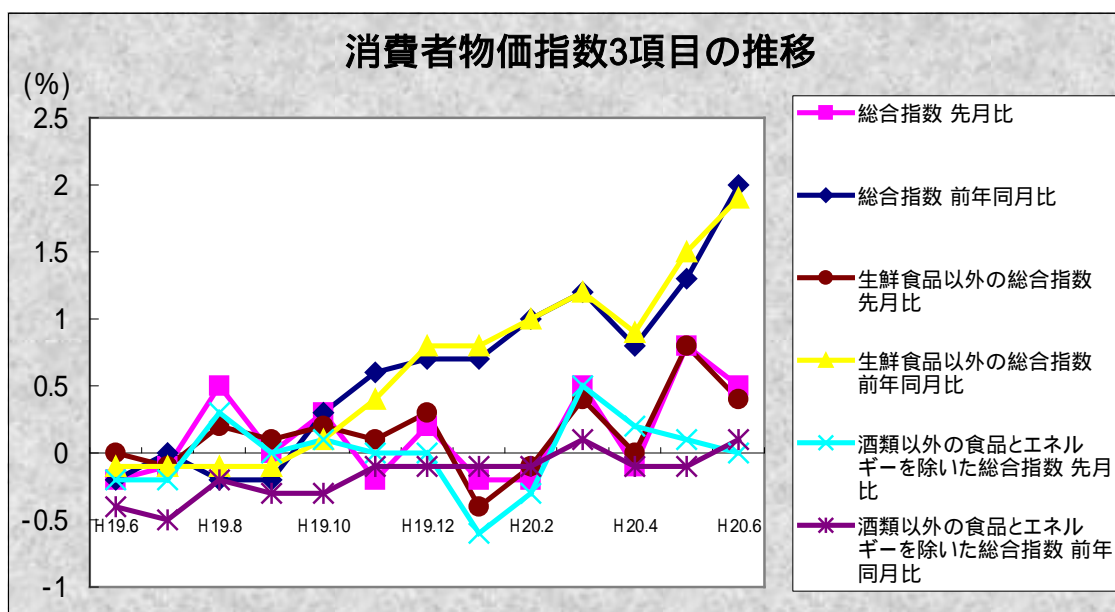
以上の要因は、5月の鋼材価格を取上げ際に CRB 商品先物指数の高騰で触れたように、消費者物価指数の増加要因でもあると考える。

消費者物価指数は、日本銀行の政策金利を検討する要素の一つになっていることから、消費者物価指数を一から知るために、テーマとした。

消費者物価指数とは

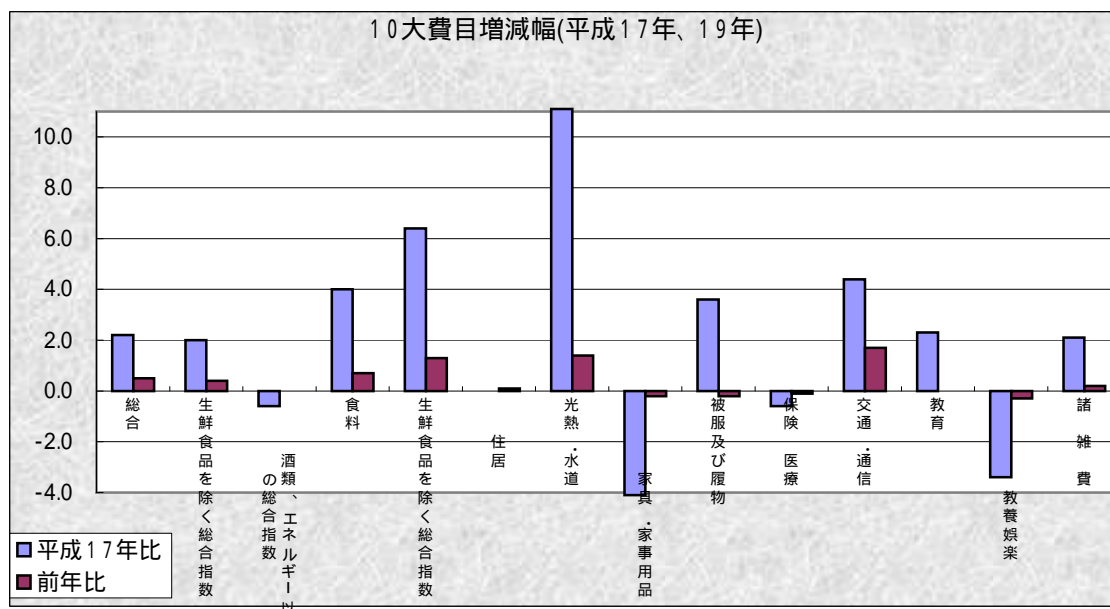
消費者物価指数は、家計調査の結果から各家庭の支出のうち、支出額の多い 584 品目を選んでいく。食品はもちろん、エアコン、テレビ、公共料金、医療費等にも及ぶ。消費者物価指数は西暦の下一桁が 0 年、5 年を基準年として、品目を改定することとなっている。なお、昨今の急速な技術革新により、精密機器、電子機器の普及によって支出の一角を占めるようになった商品は追加を行い、実勢により近いものとしているようだ。理由の一つには、時の経過と共に消費者の購買行動に変化が生じることから、一定時期を目安として指定品目の改訂を行う必要がある。それによって、物価の変化を正しく捉える事が可能にするためである。

物価の変動を公表する事に最も主眼を置いている統計資料であるので、商品の価格調査は毎月継続的に行う。また、商品の価格調査に用いられる価格については、店頭価格を採用しているようである。魚介類、野菜、果物等は価格変化等が大きいことから、上旬、中旬、下旬の3回調査を行う。3回の調査の中で中値の金額を採用することになっているようである。現在は基準年を平成17年として趨勢比率で前月、前年と比較しそれぞれの増減を公表している。下のグラフは平成17年を基準として総合指数の推移である。



1、消費者物価指数 全国版 平成20年6月を振り返る

平成20年7月25日に総務省より公表された、6月分を振り返る事にする。
 まず、全ての商品を総合した指数は、5月に続く上昇となった。なお、平成19年6月と比較すると前年同月期比で9ヶ月連続の上昇となった。また、食品のうち価格変動の大きい生鮮食品を除いた物価指数も総合指数と同様に増加傾向にある。酒類を除いた食品と光熱費を除いた総合指数は、前月と変わらず、平成19年6月の0.1%の上昇に留まった。



分野毎に詳しく見ると、食品、交通・通信、光熱・水道が平成17年を上回っている。昨年と比較して見ても同様である。逆に平成17年を下回っているのが、家具、家事用品、保険 医療の三分野である。昨年を下回っているのが、上記の三分野に加えて、被服及び、履物である。この結果から、商品先物市場での高騰が確実に我々の消費生活に牙を剥いている事がわかる。また、原油の高騰に伴い、交通・通信、光熱・水道の上昇へと結びついたようである。原油から製品へとなるガソリン、灯油、ナフサ、重油等は連産品であることから、製品全てへ波及するからである。食品の高騰も原油の高騰と同様な言い方ができる。我々のエネルギー源であるタンパク質の摂取には、米、小麦粉は必要不可欠なものである。我々の食生活は年々欧米型の食生活へと変貌しつつあるようだ。米よりパンを多く購入・摂取していることで、小麦の価格高騰により多くの家庭が値上げ額を痛手として追っている。また、小麦粉から製麺されるスパゲッティーも値上がりしている。加えて、主食として用いられているパン類以外にも、補助食として広く若者から大人まで親しまれているお菓子にも影響が及んでいる。

一方で、値上げが相次ぐ中、先月、平成19年6月より指数が減少したものが、教養

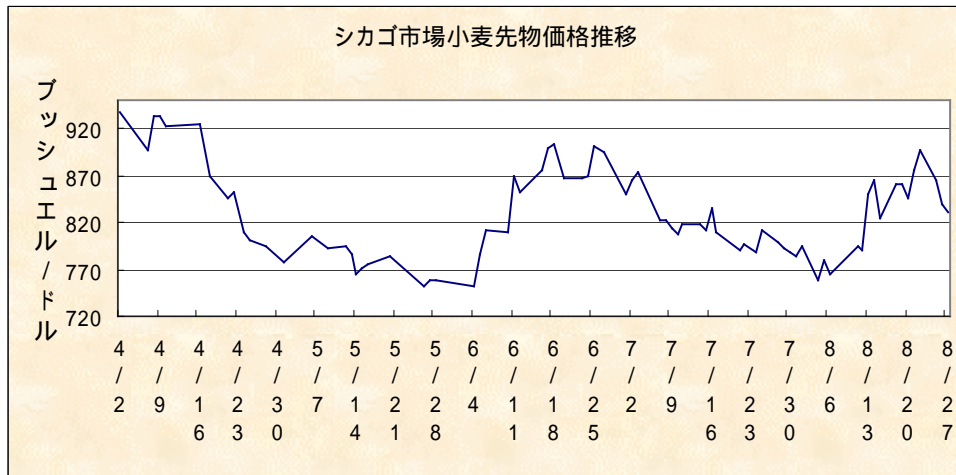
娯楽用耐久材、家庭用耐久材である。教養娯楽用耐久財は平成19年6月より、20%近く減少している。この要因としては、テレビ、パソコン、カメラ等を扱う大手家電量販店が郊外、繁華街問わず、新規出店の攻勢をかけたこと。加えて、他店より1円でも安くしますと言った名文句で顧客へ低価格で提供した事が影響したものと考えられる。また、家庭用耐久財も教養娯楽耐久財と同様な事が言えるだろう。家庭用耐久財を構成している、電子レンジ、冷蔵庫、洗濯機等は家電量販店の低価格販売戦略、たんす、食器棚といった家具等は、マンションに不向きな大きさ、マンションや注文住宅等是新築の際にセットで設置済みである事が、影響していると考えられる。また、住宅の販売戸数の落込みも影響をしているのでは。

平成17年の基準年、5月、平成19年6月と20年6月の物価をそれぞれ比較した結果をもとに上昇、下落とそれぞれピックアップした。上昇に隠れて減少したものがいくつかあったが、総合指数で見ると上昇している。また、減少しているものを毎月各家庭が必ず購入しなければ、生活が成り立たない訳ではない。一方上昇しているものに共通しているのは、各家庭で必ず月に一度は購入しなければならないものばかりである。食品、光熱費が減少へ転じない限り暮らしに変化の兆しは見えないだろう。

2、消費者物価指数の上昇要因を大きく左右させた、小麦、原油価格

2項で消費者物価指数を項目毎に上昇、下落要因に考察したので、価格推移を見たい。今後の消費者物価指数もしくは、販売価格にどのような影響を与えるかをまとめていきたい。

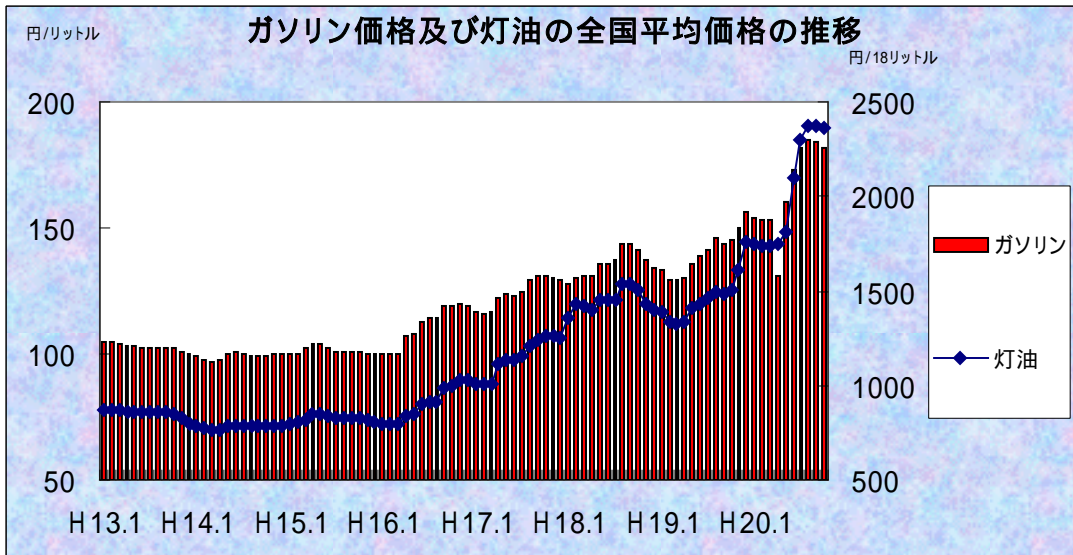
まず、食品と並んで、ガソリン、灯油価格の上昇が物価を上昇へ招いた要因である。食品の値上げに関しては、アメリカ、オーストラリアが昨年干ばつに見舞われた他、新興国の需要増、バイオ燃料として使用され始めた事で、小麦の価格は上昇した。また、トウモロコシ、大豆、小麦と同様に値上がった事により、生鮮食品を除く、商品のほとんどが値上げを断行した。今年の4月からではあるが、小麦の価格を表にしたので見て頂きたい。



グラフを見てわかるように、価格の下落は見て取れるが、依然として高い水準である。下落しては、上昇している。そのため、小麦粉の値下げには至らず、幅広い食品で値上げをする動きが広がっていると考える。

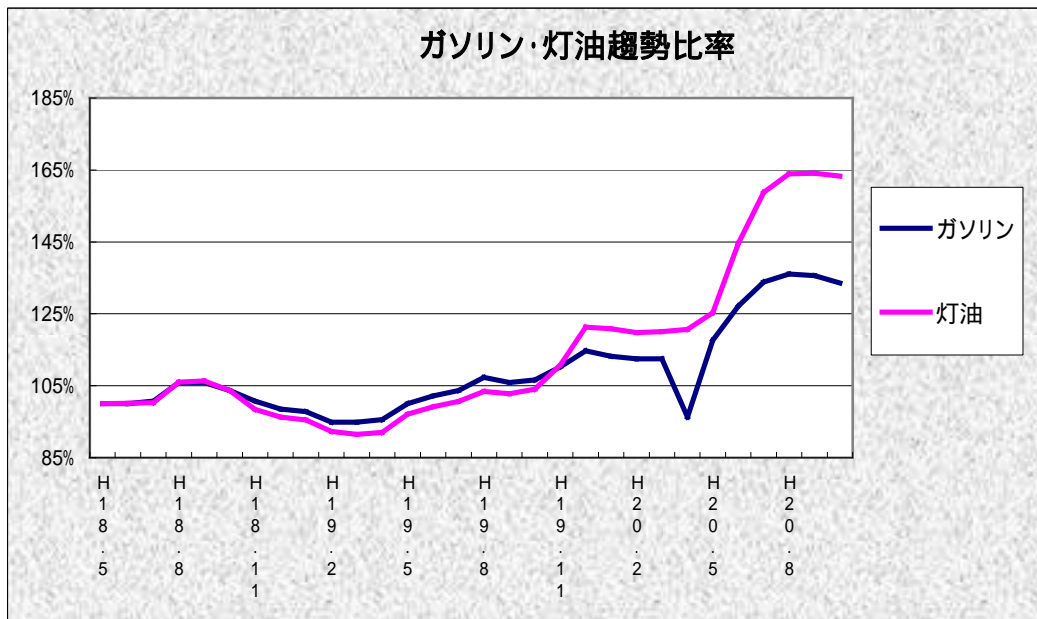
原油価格の上昇に伴い、自動車関連費用、光熱・水道費、交通・通信費と何れも、原油が連想されるものが上昇を見せている。そこで、原油価格、ガソリン価格、灯油価格の推移を調べたところ興味深い結果が表れた。





灯油価格の上昇幅がガソリン価格を上回って推移しているという事である。以下にそれぞれグラフを掲載するので、参照して頂きたい。グラフを見ていただければわかるように、2年前から現在まで最も原油価格が跳ね上がった際には、2年前より2倍まで到達している。一方ガソリン、灯油が2年前と比較し、最も上昇した時とを比較すると灯油が165%、ガソリンが、135%であった。スポットと先物の違いはあるにせよ、200%にまでは、到達していない。ということは、原油価格上昇分全てを価格転嫁しているわけではないと考えられる。

石油元売り各社の努力があっても、我々の生活を脅かしている存在である事には間違いない。



アメリカ、日本、ヨーロッパと景気後退が囁かれ、国内総生産はマイナスへ転落したことを受けて7月半ばより原油価格が下落し始めた。これを受けて8月の中頃から給油所毎に若干の値下げへ転じたようである。原油価格が今後下落の一途を辿るのであれば、わずかに、物価上昇を抑制する事に繋がるだろう。ただ、現時点では、そのような兆候を確認する事はできない。

昨年の新潟中越地震の影響によって、柏崎刈羽原子力発電所が稼働ストップしたことで、その代替発電所として使用頻度が少なかった火力発電所にて発電を行っているようである。それに伴い、原油を以前より多く使用していると考える。

食費、光熱費の値上げは我々消費者にとっては非常に痛い出費となり、家計が圧迫する要因であると思う。

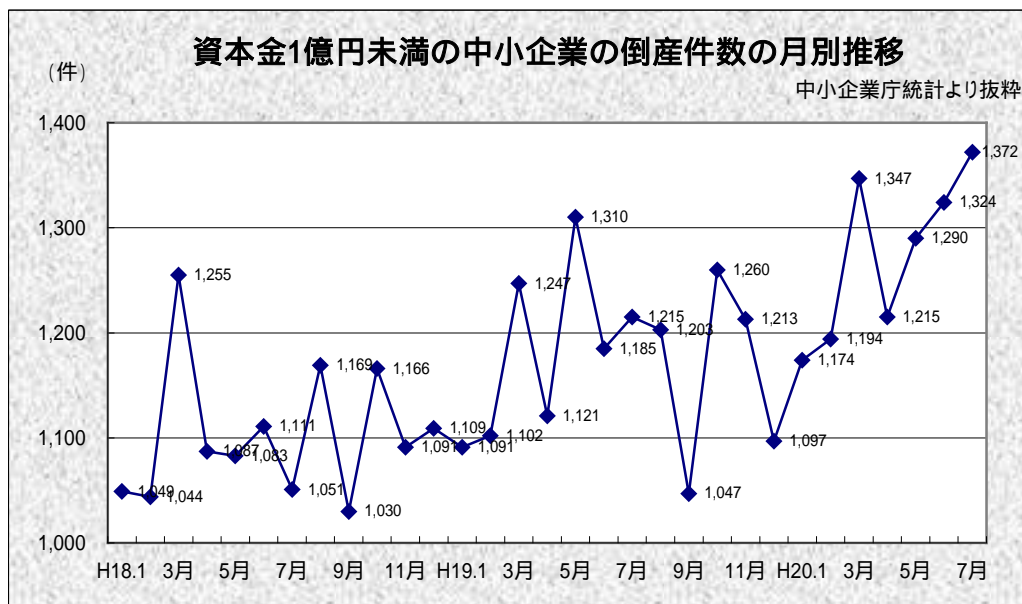
3、まとめ

物価上昇をなんとなくではなく過去のデータと比較する事で上昇している事を確認する事ができた。家庭、消費者にとって悪影響を及ぼしている事も確かである。物価上昇以外にも失業率の悪化や、鉱工業生産指数、工作物機械受注と何れにおいても前月を下回っている状況である。しかし今回は、消費者物価指数のみ焦点を当てたので景気全般までについて言及はしなかった。今後、家計調査や景気ウォッチャー等にも目を通した上でそれぞれの指標から景気について具体的に触れてみたいと思う。

最後にそれぞれ、消費者物価指数の公表内容等について自由にコメントをして今月のレポートを終わりとす。

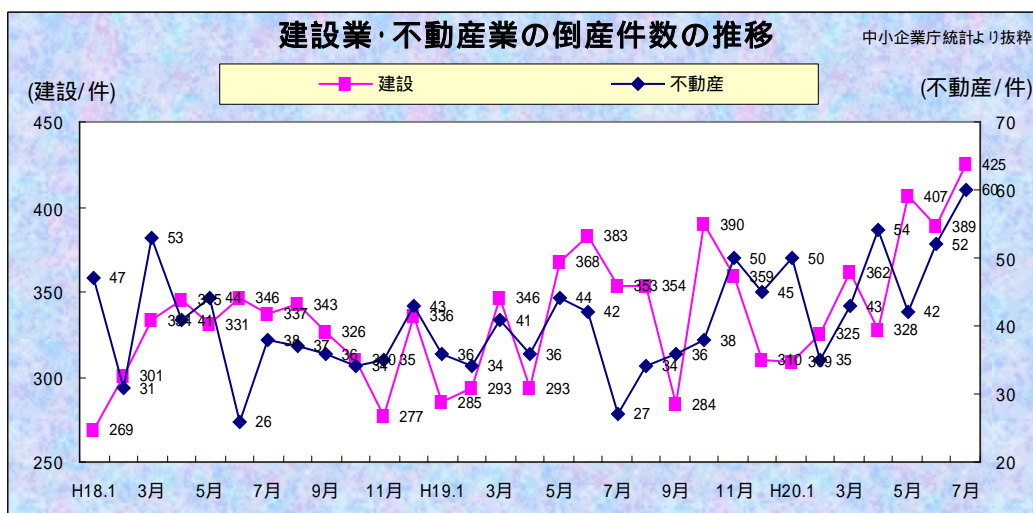
樋口

主としてファンド等の投機筋によるシカゴ商品先物市場の暴騰の煽りを受け、庶民の身にも物価高の波が押し寄せている。景気が下降局面にある現状においてのインフレ兆候（スタグフレーションの兆し？）は、経済にとっては最も悪いとされているようだ。下記のグラフは、中小企業の倒産件数の推移であるが、やはり上昇傾向を辿っている。



倒産件数の増加は、資源の高騰による影響が大きいと思われるが、世界経済全体の成長の減速や金融不安に伴う信用収縮、官製不況等が複合した結果であるともいえるだろう。

とりわけ、国内の建設業、不動産業の倒産件数は次頁のグラフの通り、悪化の一途を辿っているが、この背景には物価高と共に、“改正建築基準法”によるマンション建設戸数の大幅な減少や、これまで積極的に日本の不動産に投資を行ってきた海外投資ファンドの資金流出とそれに連動する形で不動産ファンドへの国内金融機関による貸し渋り、その結果として不動産開発の中断・延期 企業の倒産という負の連鎖になっているようだ。



企業倒産が増加すると雇用状況も必然的に悪化し、失業率は4%を常に超える水準で推移している。同時に、日雇い派遣の原則禁止がほぼ決定的になる中で、学生アルバイトや一時的つなぎ、副業等のライフスタイルに合わせ自ら望んで日雇い派遣を選択している人達にも規制が課せられ、雇用の機会が奪われかねないとの声がある。労働市場の一層の停滞が危惧される。また、経済が低迷する時期に自殺者数が増加するという過去のデータどおり、近年、自殺者数が増えているようだ。

いざなぎ景気を超える戦後最長の経済成長は終焉し、経済の循環からいけば今後は景気停滞の期間が続くのではないかと思われる。バブル崩壊後の失われた10年と呼ばれる長期の景気低迷とまではいかないものの、米国の住宅価格の下げ止まりや新しいビジネスモデル(環境やバイオ、次世代半導体等の市場成長)の構築時間を考慮し、2~3年間は横ばいか、やや低迷した経済状況になると予想する。

しかし、地方経済の過疎化と人口流出、シャッター街の疲弊した状況を見たとき、東京の経済状況は比較にならないほど恵まれている。厳しい時期に突入するが、「東京はまだ恵まれた状況だ」という目線を変えた意識をもって乗り越えていきたいと思う。

安西

消費者物価指数について全く触れた事が無かったのでレポート作成を通して、いい勉強になった。しかし目を通して下さる方がこれを見て、役立ったかという点と疑わしい。

6月の消費者物価指数では、指数上昇を牽引したのが、食品、光熱費とあった。一方で、物価下落が見られたのが家電等の耐久財であった。しかし家電は、白物家電を値上げると報道された事から、今後販売価格が値上げされることから、ゆくゆくは物価指数へ影響が現れるだろう。

消費者物価指数の上昇要因をまとめると、ニューヨーク・シカゴ商品取引所で売買されている、小麦、原油等の高騰がそっくりそのまま消費者物価指数の上昇という結果へ結びついた事によるだろう。この結果を踏まえ以前のように原材料を安く輸入し、付加価値を付与し国内はもとより海外へ輸出し、貿易黒字を獲得する産業構造に陰りが見えてきたのではないか。また、原油、大豆、小麦と生活に密接なものから、そうでないものまで多数の値上げが相次いだ。中でも5月のレポートで触れたように、鉄鉱石の値上げ額は尋常ではない。昨年より95%増を買い手である鉄鋼各社へ告知した。鉄鉱石は、BHP ビリトン、ヴァーレ、リオ・ティントが市場の80%のシェアを持ち、ほぼ寡占状態である。そして供給優位というべく鉄鉱石メーカーが主導となって今なお拡大路線を歩んでいる。この状況が今後も続けば鉄鉱石の値上がりはもちろん原油、鉄鉱石以外にも複数の業界から市場シェアを大きく握るような企業やメジャーの出現が起こるだろう。ということは、今までと同じ事をやっていけば、倒産・廃業は増加傾向になる事が予想される。

今後日本に必要な事は、食料品等は可能であれば、生産を行い国内自給率の上昇、輸入依存度を減少させる事。資源に関しては、権益を商社、メーカー、政府系金融機関、省庁等

と連携して取得する事が急務である。また、技術革新に一層力を入れ、資源使用を抑制させ、かつエネルギー効率を上げる事によって、資源高の影響を少しでも軽減できるものとする。このような産業の改善を奨励し、消費者を国民一丸となって防衛し生活し易い環境を整備していく事を望む。これらを実現するためには、これ以上の第3次産業の拡大を抑制し、第1次産業の復興、農業法人の奨励を薦めるべきだ。経済成長に主眼を置くのではなく、維持する事に主眼を置き、政策を転換するべきだ。

川邊

「毎月1日は値上げの日」相次ぐ値上げラッシュによって、食品価格が毎月のように引き上げられている。「1日」になると、決まって様々な食品が値上げされることから、「毎月1日は値上げの日」と呼ばれるようになった。

9月を例に取れば、チーズやマーガリン・輸入パスタなどが数%値上げされ、トヨタ自動車のハイブリット車が1%~3.3%の値上げの予定となっている。我々の給与(所得)が伸び悩む中であって、物価だけが上振れる経済状況、「第三次オイルショック」の到来と云っていいほどの状況である。

値上げは食料品や自動車価格だけではなく建築資材にも及んでいる。最近、住宅系不動産業者の倒産が相次いでいる。これには物価高も影響していると考えられる。

今のマンション市場は市場の悪化と建築コスト上昇の嵐の中にある。特に厳しいのが建築コスト上昇である。マンションの骨組みとなる鉄筋は中東や中国など世界的な建築需要の膨張で資材価格が跳ね上がっており、加えてガソリン価格の値上がりで輸送コストも膨らんでいる。だが、物価高に比例して上昇すると考えられるマンション価格が上昇していたのは昨年サブプライムローン問題以前の話であり、それ以降マンション価格は下落に転じている。先日、国土交通省が公表した7月1日時点における基準地価によると東京圏43地区のうち14地区で前年より地価が下落したものであった。

それまで東京の土地を買いあさっていた外資ファンドが不動産投資から手を引いてしまったためである。また、今売られているマンションは地価が高いときに土地を仕入れた物件である。マンション価格下落の一番の原因は物価高等の要因で上昇したマンション価格に買手がいないからである。サブプライムローン問題が深刻化した昨年夏以降、日本の景気も雲行きが怪しくなりマンション価格が高騰し、買手がマンション購入を手控える動きが広がった。売主としては、買手のいないような高いマンションをいつまでも売り続けるわけにはいきかない。そこで赤字覚悟で値下げをする。こうした物価高を背景にした市場の変化に対応できない不動産業者が倒産に追い込まれているのだろう。

我々、不動産で生きる身として物価高を見過ごしているような状況でないことを認識しなければならないだろう。

参考文献

総務省統計局 平成 20 年 6 月分消費者物価指数公表資料

三菱 UFJ 証券 債券投資ディリー

日本経済新聞朝刊

石油情報センターホームページ

アルフィクスレポート

来月の金融・経済レポートは“日本の財政”をテーマとして予定している。