

（BOX 4）日米欧の物価上昇率の比較

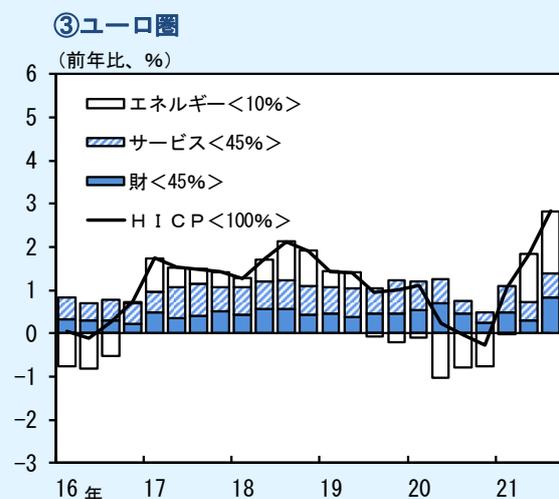
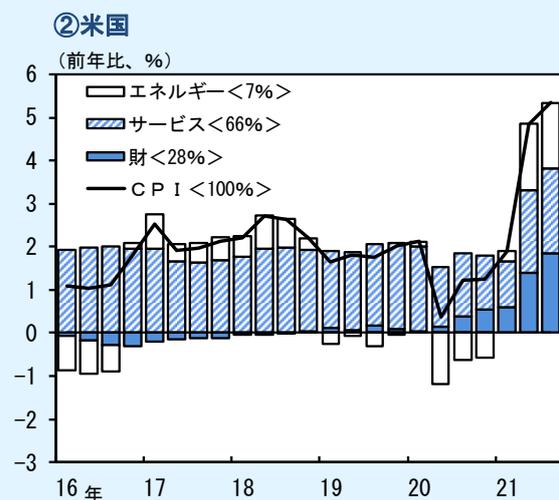
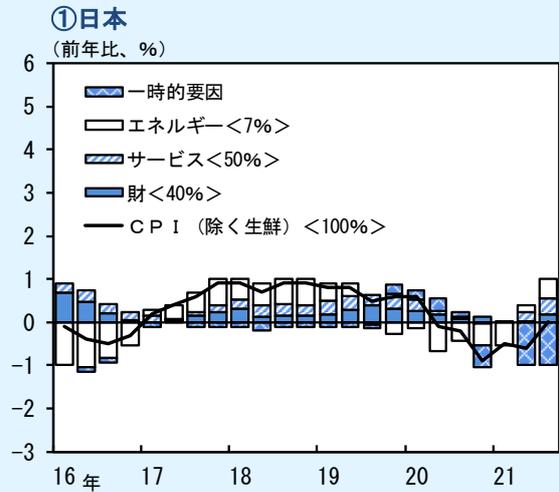
わが国の消費者物価の前年比は、携帯電話通信料の引き下げなど一時的な要因を除いたベースで見ると、足もとプラス幅が幾分拡大している（前掲図表 44）。もっとも、米国や欧州では、このところ物価上昇率が急上昇しており、わが国との差が拡大している。本BOXでは、こうした日米欧の消費者物価の上昇率の違いがどの分野・品目に起因するものなのかという、基本的な事実を整理する。

まず、日米欧の消費者物価の前年比について、可能な範囲で定義を揃えたうえで、財・サービスといった大きな括りで比較してみると²⁶、①感染症拡大前から、公共料金を含むサービス価格を中心に、前年比上昇率の格差がみられていたこと、②それに加えて感染症拡大以降は、財価格において、日米の上昇ペースが大きく異なっていること、が分かる（図表 B4-1）²⁷。最近では、エネルギー価格についても、米欧の前年比プラス幅がより大きくなっているが、これは、短期的な変動幅が大きいガソリン価格が消費者物価指数に占めるウエイトや電気料金制度の仕組みが各国・地域で異なることなどを反映した動きとみられる。エネルギー価格を除いたベース（わが国はさらに携帯電話通信料等を除いたベース）で感染症拡大前（2016～19年平均）と直近（2021年7～9月）を比較すると、米国では財価格のプラス寄与がはっきりと拡大しており、この変化がわが国との物価上昇率

²⁶ 本BOXでは、日米欧の消費者物価動向をできる限り近いベースで比較するために、通常とはやや異なる分類をしている。詳細については、各図表の脚注を参照。なお、欧州については、付加価値税を含むベースの消費者物価を分析に使用している。

²⁷ このほか、前述したとおり、わが国では携帯電話通信料の引き下げが、一時的に消費者物価の前年比を大きく下押ししている。

図表B4-1：日米欧の物価動向



(出所) 総務省、Haver

(注) 1. サービスは、公共料金を含む。

2. 日本の一時的要因は、消費税率引き上げ・教育無償化政策、Go To トラベル、携帯電話通信料の影響からなる日本銀行スタッフによる試算値。

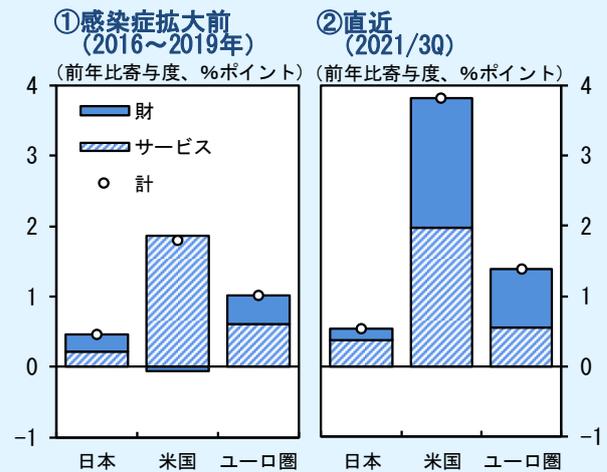
3. < >内はウエイト。なお、日本の一時的要因は、携帯電話通信料（ウエイト：3%）を含む。

の差の拡大につながっている(図表 B4-2)。一方、欧州との間では、エネルギー価格等を除いてみれば、感染症拡大前と直近の違いは相対的には小さい。

日米で動向の違いが顕著な財価格について、直近の前年比の内訳を詳しくみると、米国では、自動車をはじめとした耐久財への需要が急激に高まったこともあり、自動車の押し上げによる影響がとりわけ大きくなっている(図表 B4-3)²⁸。また、食料品や家具・家電等、被服など自動車以外の財においても、直近では、米国の方がわが国よりも上昇率が大きい(図表 B4-3、B4-4)。

感染症拡大以降の、財価格を中心とした日米の上昇率格差の拡大の背景については、経済活動の回復ペースの違いなどを反映した財需要の強さの違いに加え、労働市場の構造等の違いを背景とした供給面における差異、また、短期的な需給変化に対する企業の価格設定スタンスの違いなどを指摘できる²⁹。わが国企業の価格設定スタンスについては、先行きの経済活動の回復やそれに伴う緩やかな物価上昇の持続局面において変化が生じないか、米欧の経験も参考にしながら、注視していく必要がある。

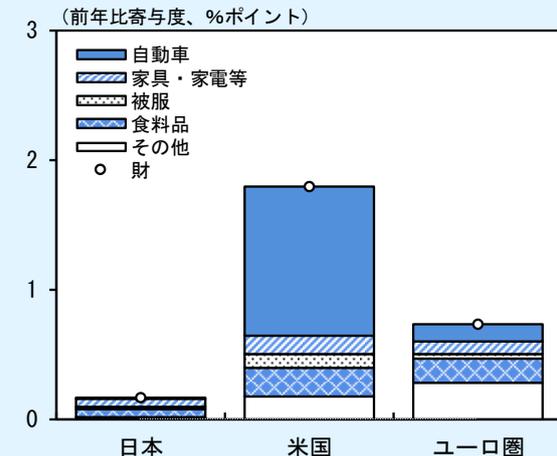
図表B4-2：感染症前後の物価動向



(出所) 総務省、Haver

- (注) 1. 日本は、CPI (除く生鮮) に対する寄与度。米国は、CPI 総合に対する寄与度。ユーロ圏は、HICP 総合に対する寄与度。
2. 日本は、消費税率引き上げ・教育無償化政策、Go To トラベル、携帯電話通話料の影響を除いた日本銀行スタッフによる試算値。
3. エネルギーを除くベース。サービスは、公共料金を含む。

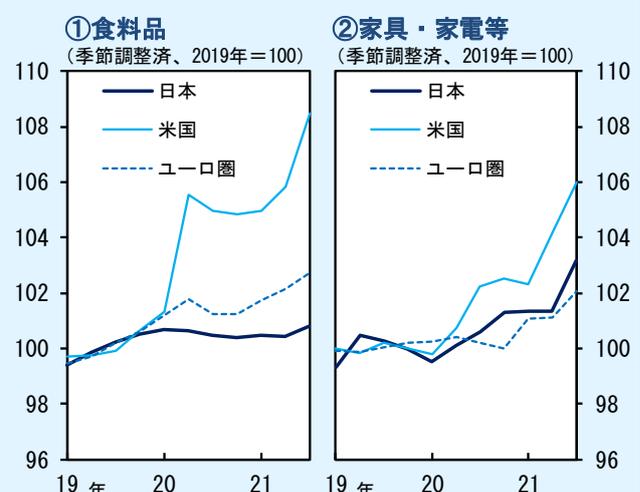
図表B4-3：財価格 (2021/3Q)



(出所) 総務省、Haver

- (注) 1. 日本は、CPI (除く生鮮) に対する寄与度。米国は、CPI 総合に対する寄与度。ユーロ圏は、HICP 総合に対する寄与度。
2. 日本は、消費税率引き上げの影響を除く。
3. 生鮮食品、外食、エネルギーを除く。家具・家電等は、通信・娯楽家電を除く。

図表B4-4：財価格の動向



(出所) 総務省、Haver

- (注) 1. 日本は、消費税率引き上げの影響を除く。
2. 食料品は、生鮮食品、外食を除く。家具・家電等は、通信・娯楽家電を除く。

²⁸ 米国では、とくに価格が変動しやすい中古車の価格上昇が目立っている。この点、わが国の消費者物価指数では、自動車の価格は、新車価格をベースに計測されている。

²⁹ 日米欧の製品需給の逼迫度の違いと自社製品価格の引き上げスタンスの違いについては、2021年7月展望レポートのBOX3を参照。