

消費者物価における最近の企業のサービス価格設定行動

調査統計局 尾崎達哉、八木智之*、吉井彬人

Bank of Japan Review

2024年8月

消費者物価におけるサービス価格は、産出価格に占める人件費の比率が高いという特徴を持ち、今後、賃金・物価の相互関連の強まりを通じて、消費者物価の基調的な上昇率が高まっていくための重要なファクターとなる。わが国のサービス価格は、過去、前年比ゼロ%近傍で推移し、きわめて粘着性の高い状態が続いてきた。最近の企業行動を分析すると、春季労使交渉において2年連続で賃金改定率が大幅に加速するなかで、2024年春の価格改定において多くのサービス品目で「期初の値上げ」が広がるなど、足もと、企業の価格設定行動が変化してきている。今後、こうした動きがさらに広がり、基調的な物価上昇率が着実に高まっていくか、幅広い観点から丁寧に見極めていくことが重要である。

はじめに

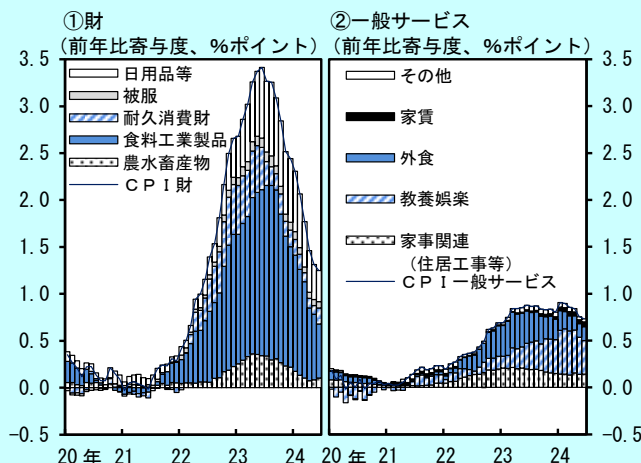
消費者物価（CPI）の「生鮮食品・エネルギーを除く総合」の前年比は、2021年以降の輸入物価の大幅な上昇を受けて、2023年半ばにかけて財価格を中心にプラス幅を大きく拡大した（図表1）。こうした既往の輸入物価上昇を起点とした物価上昇圧力はこのところ減衰してきており、今後、物価上昇のドライバーが、これまでみられてきたコストプッシュ圧力から、賃金と物価の相互関連の強まりを背景としたものにシフトしていくか、丁寧に見極めていくことが求められる¹。

この点、緩やかな上昇が続く賃金が物価動向にどう反映されていくかという観点から、産出価格に占める人件費の比率が高いサービス価格の動きがとくに重要となる。サービス価格の前年比は、これまで財価格に比べて変動が小さく、足もとでも、全体としては横ばい圏内の動きが続いている。ただし、内訳をみると、輸入物価の影響を受けやすい品目（外食・住居工事等）の伸びが縮小傾向をたどっている一方、人件費の影響を受けやすい品目（教養娯楽等）では、プラス幅を徐々に拡大している状況にある。

本稿では、最近の企業の価格設定行動について、サービス価格を中心に整理する。具体的には、まず、コスト構造の分析などを踏まえ、何がサービス価格を動かすのか、考察する。次に、サービス

価格について、年度初などの「期初」に値上げが集中することを踏まえ、2024年春の価格改定状況を確認する。そのうえで、最近の企業の価格設定行動の変化点をまとめる。

【図表1】財・サービス別のCPI



(注) 1. CPI財は、除く石油製品。
 2. CPI（除く生鮮・エネルギー）に対する寄与度。消費税引き上げ・教育無償化政策、旅行支援策、携帯電話通信料の影響を除いた日本銀行スタッフによる試算値。

(出所) 総務省

サービス価格の変動要因は何か？

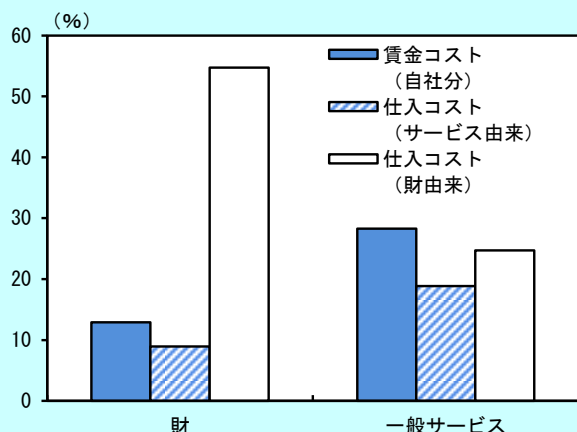
財・サービス価格の変動要因をみるために、まず、消費者物価を構成する主要品目のコストについて、産業連関表を用いて「自社の賃金コスト(人

件費)」と「仕入コスト」への分解を試みる^{2,3}。仕入コストについては、さらに、原材料などの「財に由来する仕入コスト」なのか、輸送費等の「サービスに由来する仕入コスト」なのか、分解する。概念上、サプライチェーンにおいて、自社よりも川上に位置する取引先の人件費は、仕入コストに含まれることになる。

計算結果をみると、財価格では「財に由来する仕入コスト」のウェイトが高く、輸入物価上昇等の影響を強く受けることが窺える(図表2)。一方、サービス価格では、「自社の賃金コスト」のウェイトが高いことに加え、仕入コストのうち、川上・川中段階におけるサービス品目の影響も大きく、「サービスに由来する仕入コスト」のウェイトも高い。サービス由来のコストは人件費のウェイトが高いため、サービス価格は、仕入コストまで含めると、人件費の影響を強く受けることが分かる。

次に、計量的な手法(スパース推計)を用いて消費者物価の各品目の変動要因を分析しても、同様のことが指摘できる⁴。財のうち食料工業製品では、輸入物価の影響が大きく、サービスのうち外食では、輸入物価に加え、自社の賃金や運輸等の他サービスの影響も受ける(図表3)。サービスのうち、より人件費ウェイトの大きい教養娯楽サービスでは、自社の賃金や運輸の影響が大きい。したがって、幅広い品目における物価上昇を実現するためには、サービスを中心に、賃金から物価への波及が強まることが重要といえる。

【図表2】 産出価格のコスト構造



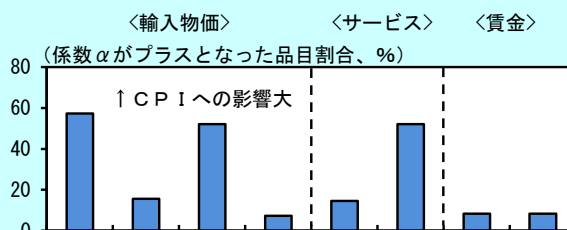
(注) 2015年産業連関表を用いて、CPIに対応する産出価格を、仕入コスト、賃金コスト、営業余剰等に分解。仕入コスト(財由来・サービス由来)は、産業連関表の投入項目と企業物価指数(CGPI)・企業向けサービス価格指数(SPPPI)の分類をマッチングして試算。燃料小売・電力・ガス業・家賃等を除くベース。

(出所) 総務省、日本銀行

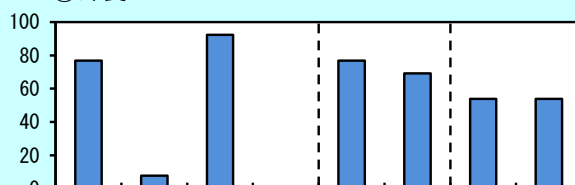
【図表3】 サービス価格の変動要因：スパース推計

CPI各品目の変動率(前年比) = $\sum \alpha_i \times$ 投入コスト関連項目_i
 投入コスト関連項目：輸入物価・サービス価格・賃金に関連する各項目(図中の横軸記載)。

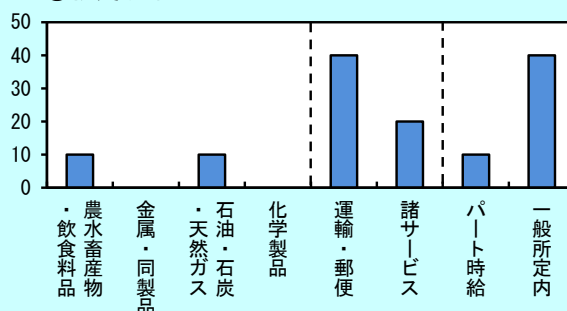
①食料工業製品



②外食



③教養娯楽サービス



(注) 1. ①~③の分類に含まれるCPI品目ごとに、各品目の変動率を被説明変数、図中の横軸記載の各項目の変動率を説明変数(1~4期ラグ)としてスパース推計を実施。①~③の分類ごとに、係数がプラスとなった品目の割合を計測。1991/2Q~2023/4Qのデータを用いて推計。

2. 輸入物価は輸入物価指数(円ベース)、サービス価格はSPPPIの大分類を利用。

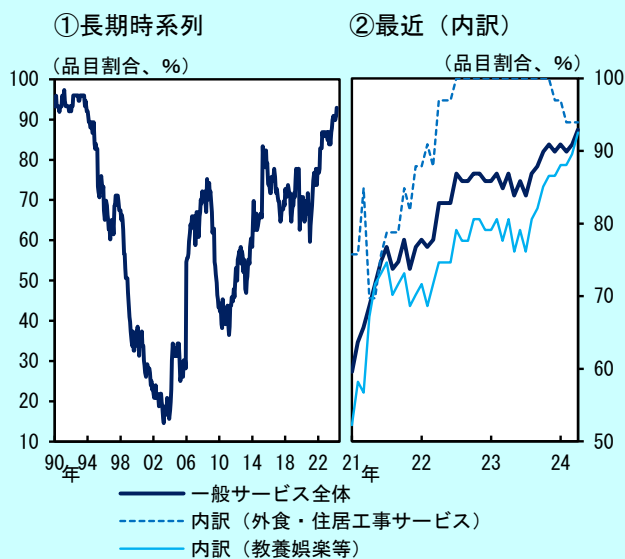
(出所) 総務省、厚生労働省、日本銀行

「期初の値上げ」の動向

サービス価格は、4月や10月に改定される傾向が強く、「期初の値上げ」と呼ばれる⁵。わが国では、長い間、賃金も物価も前年比ゼロ%近傍での推移が続いてきたが、春季労使交渉において、2年連続で賃金改定率が大幅に加速するなど、企業行動が変化してきている。こうしたもとの、2024年4月のサービス価格は、今後の企業の賃金・価格設定行動をみていくうえでの試金石として注目された。4月の価格改定を細かくみると、以下のとおり、価格改定の広がりが見られた。

品目別にみると、英会話等の各種講習料（教養娯楽）や中・高校生の学習塾代（教育関連）、家事代行料・自動車整備費（家事関連）、マッサージ料金（医療・福祉）など、人件費の影響を受けやすい品目を中心に、人件費の上昇を販売価格に転嫁する動きが広がった。また、前年比の上昇・下落品目の割合を計算すると、ほとんどの品目で前年比上昇となり、上昇割合の水準は1990年代前半以来の高さとなっている（図表4）。とくに、教養娯楽等において、価格を引き上げる動きが加速していることが分かる。

【図表4】一般サービスの上昇品目割合

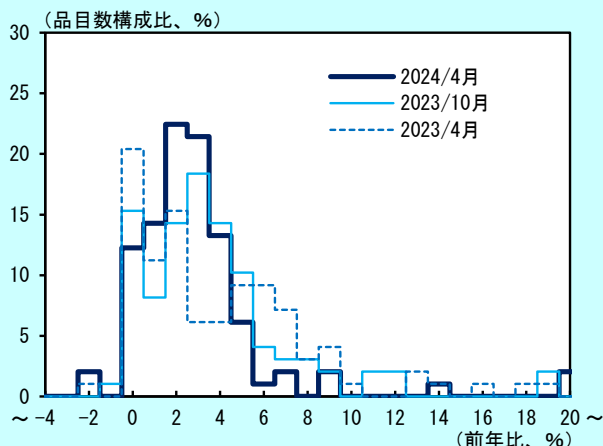


（注）消費税率引き上げ・教育無償化政策、旅行支援策、携帯電話通信料の影響を除くベース。教養娯楽等は、外食・住居工事サービス以外の品目。上昇品目は、前年比でプラスの品目。直近は、2024/4月の値。

（出所）総務省

品目別の価格変動分布は、分布の「山（ピーク）」がゼロ%近傍から2%近傍へシフトしており、サービス業全体として、価格設定行動が変化していることが窺える（図表5）。より子細に把握するために、分布を「コストに占める人件費比率」の高い品目と低い品目に分けて描くと、既往のコスト上昇圧力の影響で高い伸びとなっていた、同比率の低い品目（外食等）の分布が左方へシフトした一方、同比率の高い品目（各種講習料等）では分布が右方へははっきりとシフトしたことが分かる（図表6）。前述のスパース推計の結果と合わせて考えれば、賃金の上昇によって、幅広い企業の行動が変化してきていることが示唆される。

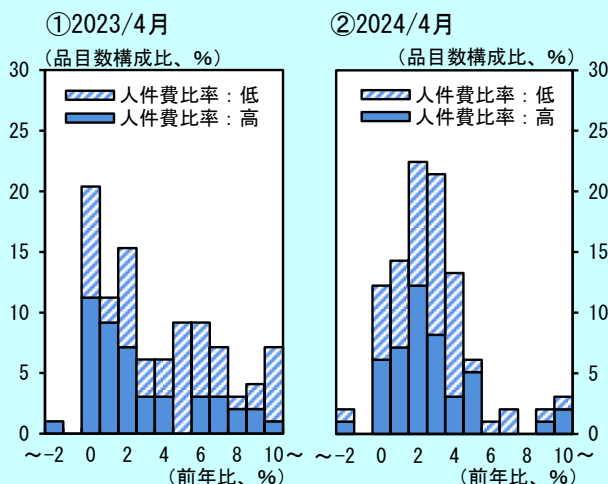
【図表5】一般サービスの品目分布・全体



（注）CPIの一般サービス（除く家賃）。教育無償化政策、旅行支援策の影響を除いた日本銀行スタッフによる試算値。

（出所）総務省

【図表6】一般サービスの品目分布・内訳



（注）1. CPIの一般サービス（除く家賃）。教育無償化政策、旅行支援策の影響を除いた日本銀行スタッフによる試算値。

2. CPIの品目を2015年産業連関表の分類とマッチングした上で、国内生産額に占める「賃金・俸給」等の割合をもとにグルーピング。「高(低)」は、一般サービス（除く家賃）の中で、上位(下位)50%に該当する品目の分布。

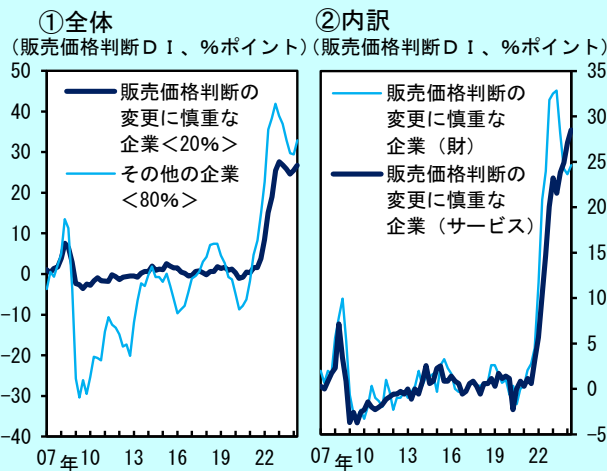
（出所）総務省

最近の価格設定行動における特徴点

以上のように、これまで、財価格対比で変動が小さかったサービス価格でも、価格改定の動きが着実に広がっている。最近の企業の価格設定行動について、日本銀行の全国企業短期経済観測調査（短観）の個票等を用いて特徴点を考察しても、長年にわたって定着してきた、賃金や物価が上がりにくいことを前提とした考え方が変化していることが窺える。

まず、長年、短観の販売価格判断を「もちあい」と回答してきた「販売価格判断の変更に慎重な企業」を抽出し、その推移をみてみよう⁶。2021年以降、既往の輸入物価上昇を起点としたコストプッシュ圧力の高まりを受けて、財では、こうした企業でも販売価格を引き上げる動きが顕著となった(図表7)。他方、サービスにおける「慎重な企業」では、これまで行動変化が財価格に比べると相対的に緩やかとなっていたが、足もとにかけて価格改定の動きが強まっている。

【図表7】販売価格設定スタンスの変化



(注) 短観ベース(全規模)。「販売価格判断の変更に慎重な企業」は、1991~2019年の約95%以上の期間において、販売価格判断を「もちあい」と回答した先。<>内は、全企業に占める割合。財は製造業、サービスは非製造業。

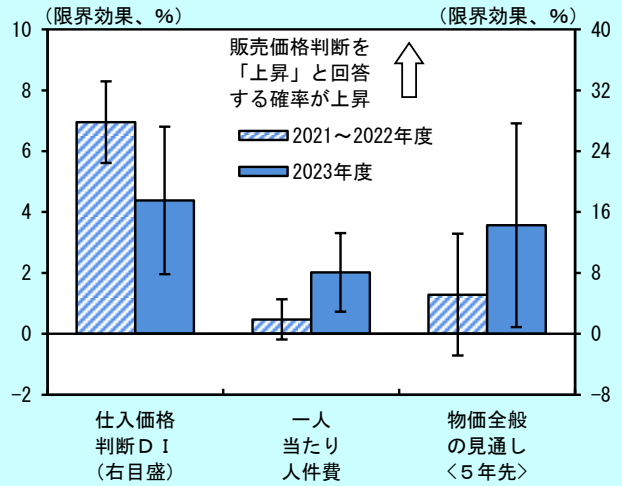
(出所) 日本銀行

次に、短観と法人企業統計の個票を組み合わせることで、「販売価格判断の変更要因」を探ると、2022年度頃は、輸入物価が上昇するなかで、直面するコストプッシュ圧力の高まり(仕入価格の上昇)が価格転嫁姿勢の積極化に影響する傾向が強かった(図表8)。もっとも、足もとにかけては、こうした影響が減衰するとともに、賃上げ圧力の高まりやインフレ予想の高まりが価格設定に影響していることが分かる。

この間、日本銀行が「金融政策の多角的レビュー」の一環として、企業に対して実施した「1990年代半ば以降の企業行動等に関するアンケート調査」では、多くの企業が、事業活動上、「物価と賃金がともに緩やかに上昇する状態」が好ましいとの回答を選択している⁷。このアンケートでは、コスト転嫁と賃金改定について、企業のスタンスをそれぞれ尋ねているが、個票を使って両設問への回答をクロス集計すると、過去は、コスト転嫁

と賃上げの双方を実施した先は、ごく一部にとどまっていたが、足もとでは、双方を実施した先が大幅に増加しており、企業行動が変化してきていることが窺える(図表9)。

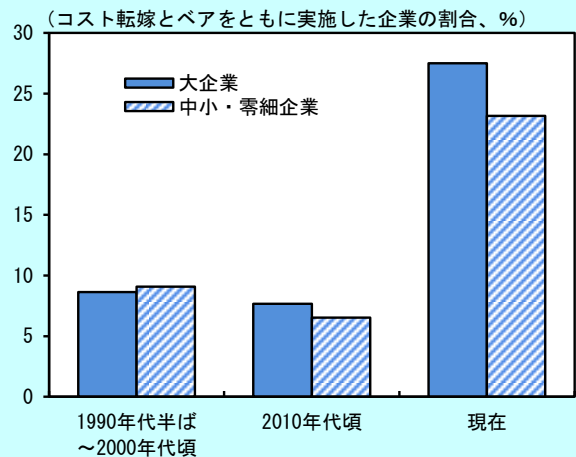
【図表8】販売価格判断の変更要因



(注) 法人企業統計季報と短観の個票をマッチングして独自に集計。販売価格判断D.I.を被説明変数、仕入価格判断D.I・一人当たり人件費(前年比、1四半期ラグ)・5年先の物価全般の見通し(インフレ予想)を説明変数として、プロビットモデルを推計(需給判断D.Iや業種・規模・時間ダミーをコントロール)。図中では、販売価格判断D.Iを「上昇」と回答する確率がどの程度変動するか(限界効果)を示している。バンドは、90%信頼区間を示す。

(出所) 財務省、日本銀行

【図表9】企業のコスト転嫁・賃金改定姿勢



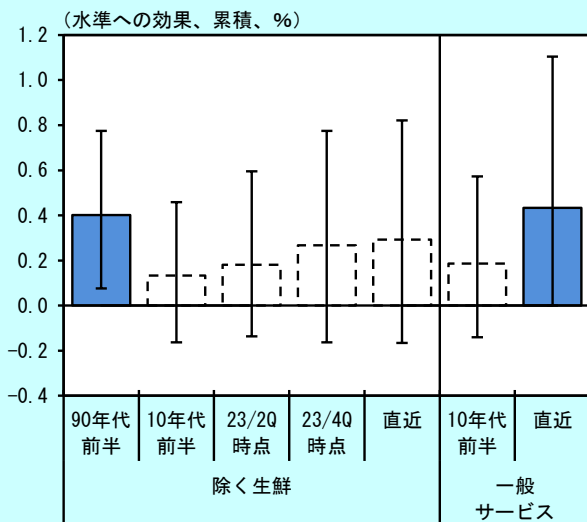
(注) 1. 「コスト転嫁とベアをともに実施した企業」は、「1990年代半ば以降の企業行動等に関するアンケート調査」において、「コストをなかなか価格転嫁できなかった」および「正規労働者の基本給(ベア)が伸び悩んだ」という問いに対して、いずれも「当てはまらない」と回答した企業を抽出。

2. 当アンケートでは、1990年代半ば以降の約25年間で「前半(1990年代半ば~2000年代頃)」「後半(2010年代頃)」「現在」に分けて、企業の考え方を質問している。

(出所) 日本銀行

さらに、賃金・物価の相互連関について、計量的な手法で、賃金から物価への波及を確認しても、企業行動の変化が確認できる。図表 10 において、賃金上昇時の消費者物価の反応を弾性値でみると、消費者物価（除く生鮮食品）では、徐々に上昇しているとはいえ、統計的に有意な変化は観察されないが、消費者物価（除く生鮮食品）のうちサービス価格では、足もと有意に上昇している⁸。

【図表 10】賃金+1%上昇時の物価の反応



- (注) 1. 需給ギャップ、名目賃金、CPIからなる、時変パラメーターVARモデルを推計。輸入物価を外生変数としてコントロール。CPIは、一時的な要因を除いた日本銀行スタッフによる試算値。
2. 賃金+1%上昇に対する4四半期後の累積インパルス応答を表示。誤差範囲は75%信頼区間、点線は有意でないことを示す。
3. 1990年代前半、2010年代前半、直近は、それぞれ1991/2Q、2012/2Q、2024/1Q時点の値。

(出所) 総務省、内閣府、日本銀行

おわりに

本稿では、消費者物価における最近の企業の価格設定行動について、サービス価格を中心に整理した。サービス価格は、その産出価格に占める人

件費の比率が高く、今後、賃金と物価の相互連関がさらに強まり、消費者物価の基調的な上昇率が高まっていくかをみるうえで、重要なファクターとなる。

わが国のサービス価格は、1990年代末以降、前年比ゼロ%近傍で推移し、きわめて粘着性の高い状態が続いていたが、本稿における各種分析結果が示すとおり、春季労使交渉において、2年連続で賃金改定率が大幅に加速するなど、賃金上昇圧力が高まるなかで、企業の価格設定行動も変化してきている。

先行き、企業の価格設定行動の変化がさらに広がり、物価上昇のドライバーが、既往の輸入物価上昇を起点としたコストプッシュ圧力から、賃金と物価の相互連関の強まりを背景としたものにシフトしていくか、引き続き、幅広い観点から点検していく必要がある。とくに、①春季労使交渉における高水準の賃上げが、サービスを中心とした販売価格に反映されていくか、②賃金上昇を見据えた販売価格設定が広がっていくか、そして、③こうした動きが継続することで、賃金・物価の相互連関がさらに強まっていくか、企業の賃金設定行動と合わせて、丁寧に見極めていく必要がある。

また、企業の価格設定行動をみるうえでは、需要動向、すなわち個人消費の動向も注視する必要がある。この点、企業収益の改善が続くもとで、賃金上昇率が高まっていき、所得から支出への前向きな循環メカニズムが徐々に強まっていくか、確認していくことが求められる。

以上の点を確認していくにあたっては、様々な角度から定量的な分析を行うとともに、ヒアリング等の定性的な調査も丹念に行い、企業行動の変化を的確に把握することが重要となる⁹。

* 現・企画局

¹ 「物価の基調」の捉え方については、日本銀行(2024)、「経済・物価情勢の展望(2024年4月)」のBOX4を参照。

² 仕入コスト(中間投入コスト指数)は、生鮮食品やエネルギーを除く消費財・サービスの生産にかかる中間投入コストについて、産業連関表の取引構造を前提に試算したもの。詳細は、日本銀行(2022)、「経済・物価情勢の展望(2022年4月)」のBOX3を参照。

³ ここでは、消費者物価のコスト構造について分析しているが、湯谷ほか(2024)では、企業向けサービス価格指数(SPPI)について同様の観点から分析している。詳しくは、以下を参照。

湯谷猛鷹・ハワードエドモンド通一・吉野知明・東将人(2024)、

「企業向けサービス価格指数(SPPI)の人件費投入比率に基づく分類指数」、日銀レビュー・シリーズ、No.2024-J-9

⁴ スパース推計は、説明変数として数多くのデータ系列を活用して精度の高いモデルを構築する手法であり、近年、機械学習などの分野で幅広く使用されている。一般に、説明変数が多くなると予測の精度は低下する傾向があるが、スパース推計では、モデルの説明力が高くなるように、できるだけ少ない変数を用いたシンプルなモデルを自動的に選択することが可能で、推計精度を確保することができる。

⁵ 日本銀行(2024)、「経済・物価情勢の展望(2024年7月)」のBOX2では、一般サービスについて、小売物価統計の個票を用いて各月の価格改定確率を推計し、4月と10月の改定確率が他の

月対比で明確に高いことを示している。

⁶ 池田ほか (2022) では、短観の個票を用いて、企業の価格設定スタンスを分析し、長期間にわたって販売価格の設定スタンスを変えてこなかった先が、今次局面では価格設定行動を変化させている点を明らかにしている。本稿では、この分析をベースに、財・サービス価格別に、こうした企業の動向を追加的に調べている。詳しくは、以下を参照。

池田周一郎・倉知善行・近藤卓司・松田太一・八木智之 (2022)、「短観からみた最近の企業の価格設定スタンス」、日銀レビュー・シリーズ、No.2022-J-17

⁷ 詳しくは、日本銀行地域経済報告（さくらレポート）別冊シリーズ (2024)、「「1990年代半ば以降の企業行動等に関するアンケート調査」の集計結果について——企業からみた過去 25 年間の経済・物価情勢と金融政策——」を参照。この設問では、企業に対して、「物価と賃金がともに緩やかに上昇する状態」と「物価と賃金がともにほとんど変動しない状態」のどちらが事業活動上好ましいと思うか、尋ねている。

⁸ ここでの分析結果は、2024年3月までのデータを用いて、以下の分析をアップデートしたものである。2024年の春季労使交渉で高水準の賃金改定が実現したことや、2024年度初の賃金改定において「期初の値上げ」が確認されたことは、先行き、賃金から物価への波及をさらに強める方向に作用すると期待される。

尾崎達哉・神保真宏・八木智之・吉井彬人 (2024)、「賃金・物価の相互連関を巡る最近の状況について」、日銀レビュー・シリーズ、No.2024-J-2

⁹ 賃上げについて、日本銀行による企業へのヒアリング調査結果をみても、企業行動が変化してきていることが窺える。最近の調査結果については、日本銀行地域経済報告（さくらレポート）別冊シリーズ (2024)、「地域の中堅・中小企業における賃金動向——最近の企業行動の変化を中心に——」を参照。

日銀レビュー・シリーズは、最近の金融経済の話題を、金融経済に関心を有する幅広い読者層を対象として、平易かつ簡潔に解説するために、日本銀行が編集・発行しているものです。ただし、レポートで示された意見は執筆者に属し、必ずしも日本銀行の見解を示すものではありません。

内容に関するご質問等に関しましては、日本銀行調査統計局（代表 03-3279-1111）までお知らせ下さい。なお、日銀レビュー・シリーズおよび日本銀行ワーキングペーパーシリーズは、<https://www.boj.or.jp> で入手できます。