

テーマ：特殊要因により押し上げられた消費者物価指数
 ～テレビの銘柄変更に際して品質調整が行われなかったことで、CPIが見かけ上プラスに～

発表日：2012年4月4日（水）

第一生命経済研究所 経済調査部
 担当 主席エコノミスト 新家 義貴
 TEL:03-5221-4528

要旨

- 2月のCPIコアは前年比+0.1%とプラスに転じた。これは、2月にテレビの調査銘柄が変更になった影響が大きく、実態として物価が改善したわけではない。1月にもルームエアコンの銘柄変更により価格が急上昇している。この影響を除けば2月のCPIコアは前年比▲0.3%と水面下にとどまる。
- 通常、銘柄変更に際して新旧商品の間に性能の差がある場合、品質調整が行われる。だが今回は品質調整がなされず、新旧製品の価格が直接比較された。発売されてから時間が経過し、値段も下がっていた旧モデルの製品と、新機能が追加された発売直後の新モデルの製品をそのまま比較すれば、価格に大きな差があるのは当然だ。こうした直接比較は適当でなく、品質調整を行うべきだったと思われる。
- 前年比で見ると、押し上げの影響が1年間にわたって残存する。また、1年後には押し上げ寄与が剥落するため、来年の1～2月のCPI前年比の値は、急に押し下げられたように見えることになる。また、CPIプラス転化の時期についての予想も、従来のコンセンサスから1年以上前倒しされた。

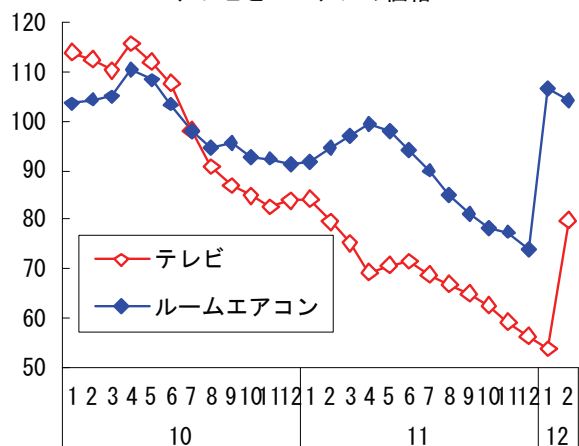
○ 2月のCPIプラス転化は、テレビ価格の不自然な急上昇によるもの

3月30日に公表された2月の消費者物価指数では、生鮮食品を除く総合（以下、CPIコア）が前年比+0.1%（1月：▲0.1%）とプラスに転じた。食料及びエネルギーを除く総合（米国型コア）も前年比▲0.6%と、前月（▲0.9%）から下落幅を縮小させており、物価の基調に変化が出始めているようにも見える。

だがこれは、1月には前年比▲36.1%と大幅に下落していたテレビ価格が2月に同+0.5%と急改善したことの影響が大きい。テレビだけで1月と比べて0.3%ポイント分CPIコアが押し上げられており、2月の改善のほとんどがこれにより説明可能だ（テレビの寄与度：1月▲0.31%Pt → 2月0.00%Pt）。前月比で見ても+48.5%の急上昇であり、明らかに不自然な動きである。

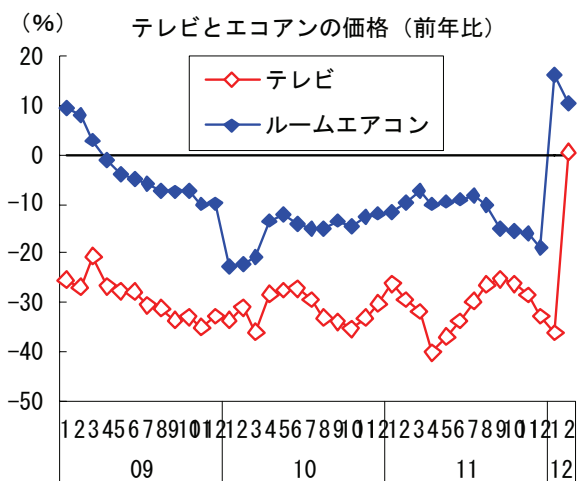
同様のことは1月にも生じている。1月のルームエアコン価格は前年比+16.3%と、12月の同▲19.0%から急上昇（寄与度：12月▲0.06%Pt → 1月+0.06%Pt）、前月比でも+43.9%となっており、やはり不自然な動きとなっている。この2品目だけで、12月から2月にかけてCPIコアは0.4%Ptも押し上げられており、影響の大きさは無視できない。

(10年=100) テレビとエアコンの価格

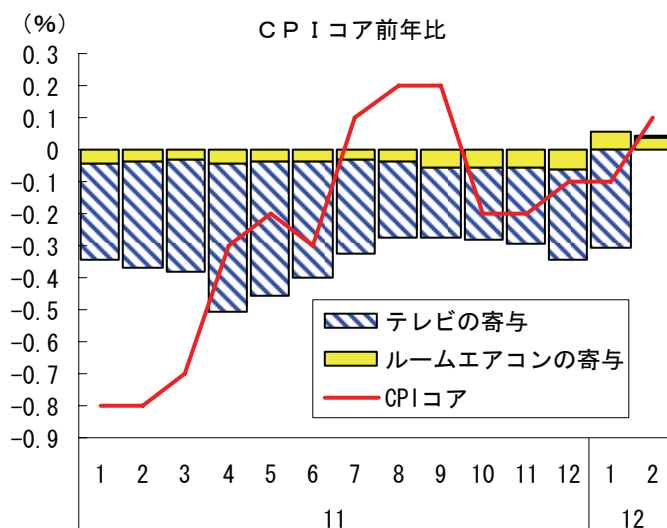


(出所)総務省「消費者物価指数」

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。



(出所)総務省「消費者物価指数」



(出所)総務省「消費者物価指数」

○ 銘柄変更の際に品質調整が行われなかったことが、テレビ価格急上昇の原因

こうしたテレビの急上昇は、2月から調査基本銘柄が変更になったことにより生じた。1月までは、「液晶テレビ、32V型、ハイビジョン対応パネル、LEDバックライト搭載、特殊機能付は除く」という条件に該当する商品が調査されていたが、2月からはこれに「地上デジタルチューナー2基内蔵」という条件が加わった。また、2月から調査の対象になった商品は新製品だったとのことである。そのため、低価格の旧モデルの商品から、新機能が追加されて価格も高い新モデルに調査対象が変わったことで、2月のテレビ価格は非連続的に上昇することになった。ルームエアコンについても、1月に銘柄変更が行われ、新製品が調査対象になったことから、同様の急上昇が生じている。

消費者物価指数は純粋な物価の変動を測定することを目的としていることから、同一の商品の価格を継続して追跡するのが原則だ。そのため、調査対象の銘柄変更の際に、新旧商品の間に性能の差があった場合、品質調整を行っている。例えば、旧銘柄よりも性能を向上させた新製品が新銘柄に採用された場合、新旧銘柄の価格差のうち性能の向上に起因する部分を差し引いた上で物価指数を計算するという処理を行う¹。

もっとも、総務省によると、今回のテレビとルームエアコンの銘柄変更にあたっては「旧製品と新製品の性能は同じ」と判断し、新旧製品の価格を直接比較したとのことである。つまり、品質調整は行われなかった。発売されてから時間が経過し、値段も下がっていた旧モデルの製品と、新機能が追加された発売直後の新モデルの製品をそのまま比較すれば、価格に大きな差があるのは当然だろう。

果たして今回の処理は妥当だろうか。旧製品と新製品の品質に差があるからこそ、価格にも差があると考えるのが自然ではないだろうか。実際、2月から調査の対象になったテレビには「地上デジタルチューナー2基内蔵」という新たな条件も加わっている。

「品質に大きな違いがないにもかかわらず、新製品発売に乗じて価格を上乗せし、実質的に値上げをしている」との考え方もあるだろう。だが、仮にそうであれば、品質が同じで価格が大幅に安い旧製品の需要が急増して在庫が激減し、旧製品の価格が急上昇するはずだ。そうした事態は起こっているだろうか。むしろ、新製品発売により旧製品の価格は下がることの方が多いのではないか。地上デジタル放送完全移行後に販売が激減し、店頭ではテレビの値下げが相次いでいる状況のなかで、急に物価指数上では前月比で50%近くも上昇するような事態を招いていること自体、今回品質調整を行わなかったことが不適當であることを示していると思われる。

¹ 品質調整にあたっては、オーバーラップ法、ヘドニック法、容量比によるリンクなどの方法が用いられている。

○ 影響は1年間残存、その後剥落へ

前述の通り、テレビとルームエアコンの攪乱によりCPIコアは0.4%Pt押し上げられている。たかが0.4%ではあるが、現在のようにCPIがゼロ近傍で推移するなかでは決して無視できない大きさだ。仮にこの攪乱を除けば、2月のCPIコアは前年比▲0.3%となり、依然として水面下での推移が続いているということになる。2月の上昇は本質的なものとは言い難く、物価の基調には大きな変化はみられていないと考えるべきだろう。

なお、今回の銘柄変更により、テレビとルームエアコンの指数水準は上方シフトしてしまったため、前年比で見れば、押し上げの影響が1年間にわたって残存する。また、1年後には押し上げ寄与が剥落するため、来年1～2月のCPI前年比の値は、急に押し下げられたように見えることになる。

3月上旬時点のエコノミストのコンセンサス（ESPフォーキャスト調査）によれば、CPIコアが前年比でプラス圏に浮上する時期は2013年後半が見込まれていた。だが、今回のテレビ価格の攪乱により押し上げられた結果、2012年2月に実績値が既にプラスに転じてしまった。先行きについても、エネルギー価格の上昇が見込まれることを踏まえると、当面プラスでの推移が続く可能性が高いだろう。テレビとルームエアコン要因により、プラス圏浮上の時期が1年半も前倒しされたことになる。

このように、テレビとルームエアコンについて品質調整を行わなかったことで、物価指数は見かけ上大きく攪乱されてしまい、今後も影響が残存する。物価の基調を判断する上でも大きな問題だろう。銘柄変更の際に品質調整を行うことが難しいのは確かだが、今後はこうした攪乱が生じないように、適切な処理を行うことが望まれる。

○ 求められる連鎖指数の活用

テレビについては、本稿で述べた銘柄変更の他に、もう一つ論点がある。それは、ウェイトをどう算定するかという問題だ。現在の消費者物価指数は2010年を基準としてウェイトが作成されているが、2010年はエコポイント制度によりテレビ販売が急増した年である²。たまたま基準年だけ販売が急増した品目について、その特殊な年の消費量を用いてウェイトを算定することが望ましいかどうかという点については議論の余地がある。2010年基準ではテレビのウェイトが大きいためCPI全体に与える影響も大きく、結果として本稿で述べたテレビ価格の急変動がCPIを大きく攪乱してしまった。なお、2005年基準ではテレビのウェイトは37（1万分比）、2010年基準では97である。また、参考までに2011年の消費量をベースにウェイトを計算すると46になり、2010年基準と比べて半分以下になる。どの年を基準にするかで結果は大きく異なるということだ³。

連鎖方式によるCPIを用いれば、こうした問題は軽減される。固定基準年方式のCPIが、基準年のウェイトを5年間使い続けるのに対し、連鎖方式ではウェイトを毎年変化させるため、基準年にたまたま起こった特殊要因の影響が長引くことがない。現在、連鎖方式によるCPIは参考指数という形で公表されているが、今後は連鎖指数への注目度を高めていくべきではないだろうか。

² さらに、2010年12月からのエコポイント付与率半減により駆け込み需要も発生した。また、ルームエアコンについてもエコポイント制度により販売が押し上げられており、ウェイトが大きくなっている。

³ 現実問題として、どの程度が特殊要因による消費だったかをすべての品目について判別することは困難だろう。2010年基準への基準改定に際して、特段の調整がなされなかったことは理解できる。だが、そのウェイトが5年間固定されてしまうと弊害が目立つようになる。その意味でも連鎖指数の活用が望まれる。