

物価・数量指数

第3講 萩野覚・西村清彦

指数とは（定義）

【イメージ】

- ◆ 森羅万象の動きを、わかり易くするために、一つの数字で示す=複雑な要素を単純化。

【定義】

- ◆ ある特定分野において、多種のデータを比較するために、知りたい時期や場所の値を基準の値に対する比で表したもの。百分比で表されることが多い。

指数とは（具体例）

【具体例】

- ・東証等：株価指数
- ・日本気象協会：不快指数・洗濯指数・服装指数・ビール指数
- ・国連：世界幸福度指数（人生満足度指数）
- ・レガタム繁栄指数：経済的質、ビジネス環境、統治、個人の自由、社会資本、治安と安全、教育、健康、自然環境の9つのサブカテゴリー、100以上のさまざまな指標に基づき、世界で最も「繁栄している」国をランク付けするものだ。今年は世界149カ国を対象としている。

物価指数・数量指数とは

◆物価指数：多数の財やサービスの価格の動き（実数）を1つの数に集約することで総合的な価格の動向を捉えようとするもの。

【実数】 実数：おにぎりが1個100円から110円に値上がり。

【指数】 2015年10月の消費者物価・総合指数は、2010年を100として103.9（前年同月比0.3%）。

◆数量指数：多数の財やサービスの数量の動き（実数）を1つの数に集約することで総合的な数量や活動の動向を捉えようとするもの。

【実数】 実数：車の生産台数が年間100台から90台に減った。

物価指数・数量指数がなぜ重要か

- ◆ 経済の大きさは金額で表され、 $\text{金額} = \text{価格} \times \text{数量}$ 。
- ◆ 物価指数・数量指数により、経済動向を価格の動きと数量の動きに区別して説明できる。
- ◆ 物価指数、数量指数とも、経済の活況度を反映。

物価指数・数量指数の対象領域

(物価指数)

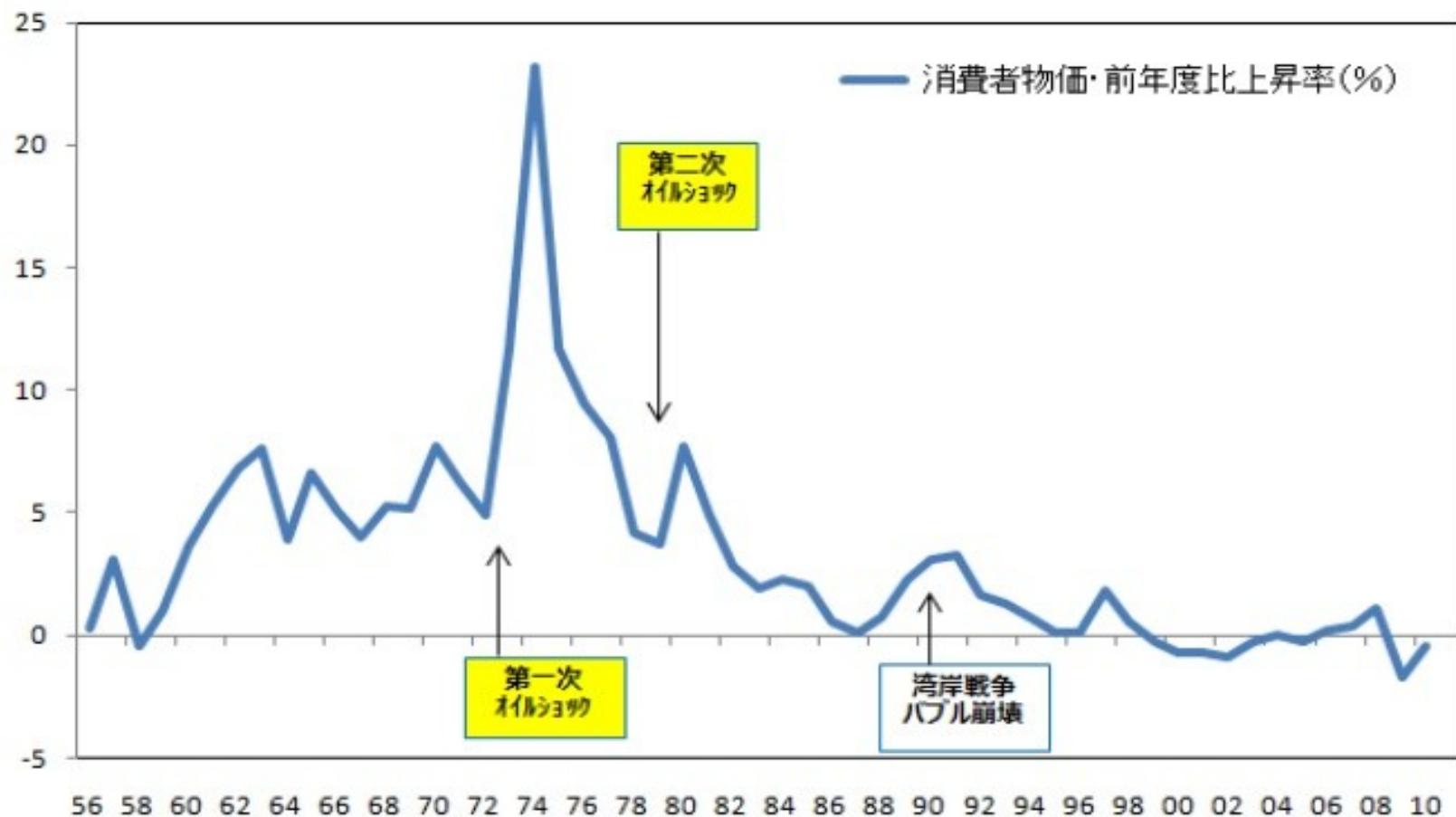
	財貨	サービス
消費者 向け	消費者物価指数 CPI (Consumer Price Index)	
企業 向け	生産者（企業）物価指数 CGPI = Corporate Goods Price Index	サービス生産者物価（企業向け サービス価格）指数 SPPI (CSPI) = Service Producer Price Index

(数量指数)

	鉱工業生産指数 IIP = Index of Industrial Production)	第3次産業活動指数 = Indices of Tertiary Industry Activity) 建設活動指数は 2020 年に廃止
--	---	---

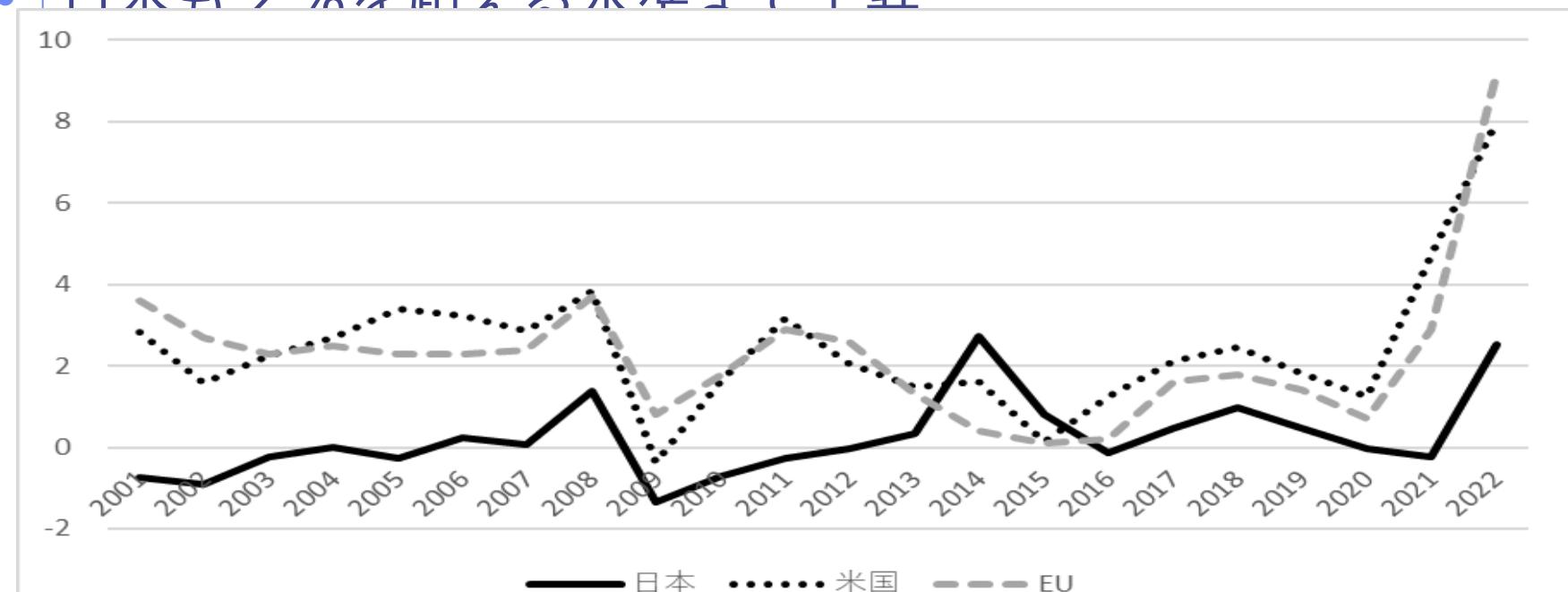
日本の消費者物価

第一次オイルショック後に20%の上昇（狂乱物価）。



日本・米国・EU の消費者物価指数の推移（前年比%）

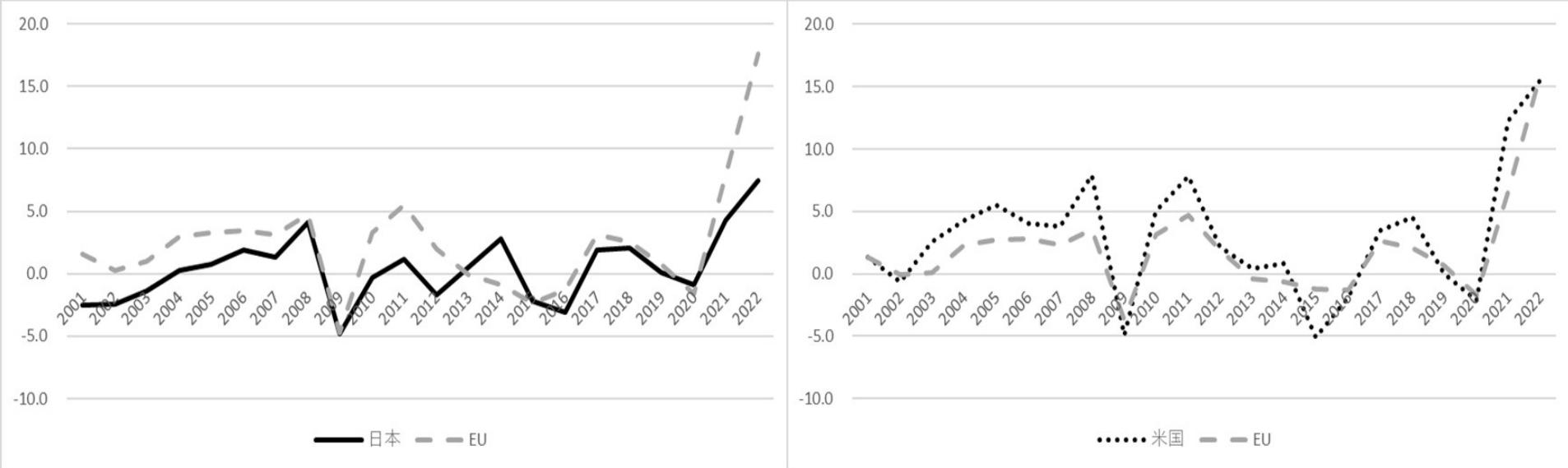
- 米国、EU では、2020 年以前は、2 %近傍で推移（下方トレンド？）
- 日本は、2014 年に 2 %を超えて上昇したものの、2000 年以降、0 %近傍で推移しており、上昇率がマイナスとなつた年も多い。
- 米国、EU では 2021 年以降 2 %を遙かに超えて急激に上昇
- 日本も 2 %を超える水準まで上昇



(出所) OECD data explorer

日本・米国・EUの製造業生産者物価指数の推移(前年比%)

- 製造業生産者物価指数は、消費者物価指数の動きに先行しており、かつ、変動が大きい。各国の動きを比較する際には、米国は、国内が掲載されておらず（左図）、日本は、総合が掲載されていない（右図）等、対象の違いに留意する必要がある。
- 日本の製造業生産者物価指数は、卸売物価指数の後継であり、企業物価指数と呼称されているが、現在、生産者段階における出荷時点の生産者価格が95%に達しており、生産者物価指数の概念とほぼ一致している



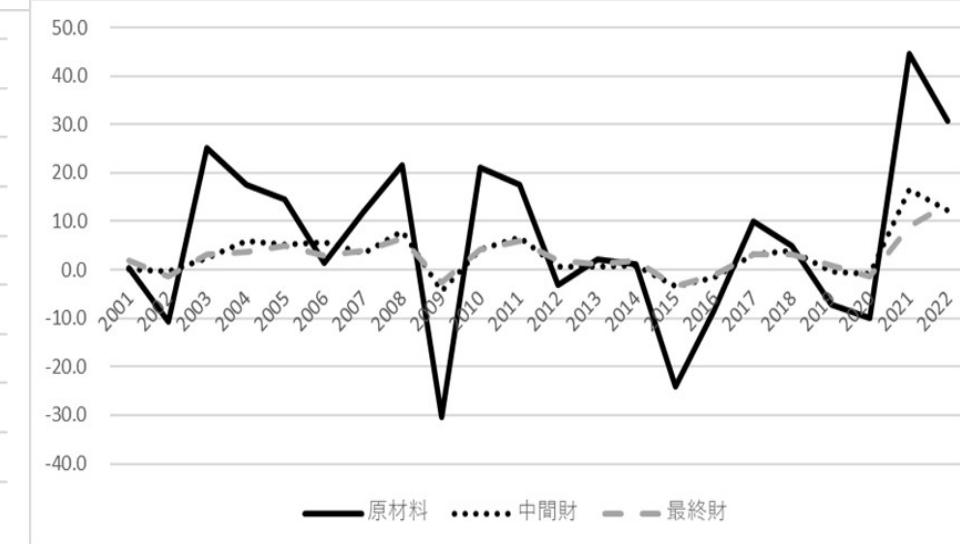
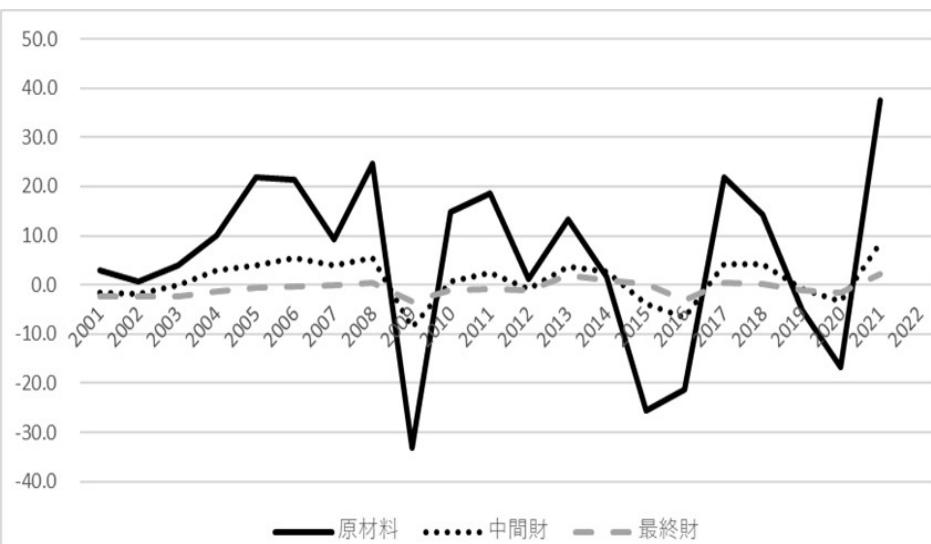
(出所) OECD.Stat

日米の違い：概念上の差

- ◆ 日本では、企業物価指数・総合を作成していない。その理由は、国内製品および輸出入品を総合した物価指数が、貨幣の購買力尺度としての現代的意味をもつとは考えられなくなっている、と説明されている。この説明が意味するところは、輸出、輸入、国内の何れであっても、価格が上がれば必要な貨幣は増加することから、総合する意味があるとされていたが、物価とマネーサプライ（マネーストック）について、かつてのような関係性が薄れる中で、総合する意味が失われたということである。
- ◆ むしろ、輸出と国内を合せると国内生産者の価格に、輸入と国内を合せると国内需要者の価格と整理できることを重視し、輸出、輸入、国内の総合を取り止めた。この点、ドイツでは、その対象範囲が「国内で生産した国内需要家向け」となっており、日本の国内企業物価指数の対象範囲と一致している。
- ◆ 米国では、生産者物価指数・国内を作成していない。これは、米国では、生産者物価指数を、国内生産者の価格として作成しており、国内と輸出を区別することを重視していないためである。したがって、¹⁰輸入物価指数は、総合には反映されていない。この点、フランス、

需要段階別生産者物価指数の推移（前年比%）

- 日本（左図）、米国（右図）は、製造業生産者物価指数を需要段階別に作成。価格変動は、原材料>中間財>最終財の順に大きくなっている。これは、原材料価格の変化が、中間財、最終財の順に波及するため。
- 米国では、最終段階に注目が集まるところから、生産者物価指数は、大きく変動していないように見える。これに対し、日本では、三つの段階をカバーする企業物価指数を重視しており、つれて、同指数が大きく変動しているとの印象を受ける。
- 日本銀行では、さらに、米国労働統計局に倣い、物価変動の重複計算を排除した FD-ID 指数（最終需要・中間需要指数）をサテライト指数の一つとして作成・公表している。日本銀行の FD-ID 指数は、財とサービスを統合したうえで、中間需要をステージ 1 ~ 4 に細分化し、最終需要段階や中間需要の各段階で直面する物価を示すものである。



基準年と比較年

- ◆ 基準年とは、基準値を作る年。
- ◆ 最近は、西暦表示で末尾が 0 か 5 の年が基準年とされ、5 年に 1 度基準年の更新が行われる制度が確立されている。
- ◆ 現在、消費者物価指数、企業物価指数、企業向けサービス価格指数、鉱工業生産指数、第 3 次産業活動指数の基準年は 2010 年。

		比較年				
		基準年	1年後	2年後	3年後	4年後
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
お茶	価格	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	数量	5	5	5	5	5
おにぎり	価格	100.0	70.0	49.0	34.3	24.0
	数量	10	14.3	20.4	29.2	41.6

購入数量が分からぬ場合の物価指数

◆ Carli 指数：変化の平均

= Average of Price Relatives (AR) : 品目毎に基準年に対する比較年の価格比を計算し足し合わせ品目の数で割る

- ◆ 【例】基準年の1年後、お茶は一本150円で不变であったが、おにぎりが120円から80円に下落
- ◆ → $100 \times \{ (150/150) + (80/120) \} / 2 = 83$

◆ Dutot 指数：平均の変化

= Ratio of Average Prices (RA)

$$\rightarrow 100 \times [\{ (150 + 80)/2 \} / ((150+120)/2)] = 85$$

◆ Jevons 指数：変化の幾何平均

$$\rightarrow 100 \times \sqrt{ (150/150 \times 80/120) } = 82$$

購入数量が分かる場合の物価指 数

- ◆ 加重総和指数：品目の重要度に応じて加重

【例】ウエイトを勘案しない指数は、例えば、お茶とおにぎりを同量購入することが想定されている。実際には、お茶を1本、おにぎりを2個購入することが分かった場合。

- ◆ → 基準年の加重総和 = $150 \times 1 + 120 \times 2 = 390$ 、比較年の加重総和 = $150 \times 1 + 80 \times 2 = 310$ であり、加重総和指数は、 $100 \times 310 / 390 = 79$ となり、算術平均指数や総和指数よりも下落幅が大きくなる。

- ◆ 支出の中のウエイトが大きいおにぎりの価格下落を、そのウエイトに応じてより大きく指数に反映させたからであり、基準年ウエイトの加重平均指数は、より現実に即した指数算出方法である。

- ◆ しかしながら比較年では購入量が変わり、比較年では加重平均するウエイトも変化するのではないだろうか。

ラスパイレス型物価指数と パーシェ型物価指数

- ◆ 実際のところ、数量は、基準年と比較年で違うはず。
- ◆ 基準年と比較年の各々の数量で加重すると、金額を比較した金額指数になってしまい、価格の比較はできない。
- ◆ そこで、基準年と比較年の数量を同じにする（固定する）。そうすると、必要となる支出額の違いから、物価の変化を捉えることができる。
- ◆ どちらの年で固定すれば良いか？
 - ① 基準年で固定すれば、**ラスパイレス型**。
$$(150 \times 1 + 80 \times 2) / (150 \times 1 + 120 \times 2) = 79$$

- ② 比較年で固定すれば、**パーシェ型**。

パーシェ型物価指数

- ◆ 人間は普通、価格が下がったものを多く購入するから、比較年では加重平均するウエイトも変化する。
- ◆ おにぎりが 120 円から 80 円に下がった時、おにぎりをもう一つ購入すると仮定すると、基準年では、おにぎりの価格は 120 であるから、おにぎりのウエイトは 2 であり、比較年では、おにぎりの価格は 80 になっているから、おにぎりのウエイトは 3 である。
- ◆ 基準年の加重総和 = $150 \times 1 + 120 \times 3 = 500$ 、
比較年の加重総和 = $150 \times 1 + 80 \times 3 = 390$ 、加重総和指数は、 $100 \times 390 / 500 = 78$

シグマ（Σ）記号=総和記号の説明

- ◆ 財 1 から財 100 まで、価格 × 数量を合計。
- ◆ 基準年の価格・数量を表す場合 0 を添え、比較年の価格・数量を表す場合 1、2 … を添¹⁰⁰する。

$$\sum_{i=1}^{100} p_i q_i = \sum_i p_i q_i = \sum pq$$

比較年
基準年

$$\sum_{i=1}^{100} p_{i0} q_{i1} = \sum_i p_{i0} q_{i1} = \sum p_0 q_1$$

ラスパイレス型物価指数算式と パーシェ型物価指数算式

◆ 基準年と比較年で数量が異なっていることをそのまま反映させると、金額を比較した金額指数になってしまい、価格の比較はできない。

◆ 基準年と比較年で数量を同じにする（固定する）と、価格を比較することができる。

① 基準年（基準期間）で固定すれば、ラスパイレス型物価指数。

② 比較年（比較期間）で固定すれば、パーシェ型物価指数。

$$\rightarrow \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_0}$$

$$PL = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}$$

$$PP = \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1}$$

GDP デフレーター

- ◆ GDP デフレーター = (名目 GDP / 実質 GDP) ×100
- ◆ 名目 GDP を測定することは、対象年、つまり比較年の金額と数量を把握すること。
- ◆ 実質 GDP は、比較年の数量を基準年の価格で評価したもの (不変価格表示)
$$\text{GDPデフレーター} = \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1} \times 100$$

↑
パーシェ型物価指数

物価指数の計算（演習）

	米の価格 (1kg)	米の数量	牛肉の価格 (1kg)	牛肉の数量	にんじんの価格 (本)	にんじんの数量
2010年 (基準年)	500 円	5kg	4000 円	1kg	50 円	10 本
2011年	400 円	6kg	4500 円	0.9kg	100 円	7 本
2012年	500 円	7kg	4000 円	1kg	50 円	7 本

$$PL = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}$$

$$PP = \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1}$$

物価指数の計算（答）

$$PL = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0} \times 100 = \frac{400 \times 5 + 4500 \times 1 + 100 \times 10}{500 \times 5 + 4000 \times 1 + 100 \times 10}$$
$$= \frac{7500}{7000} = 107.1$$

$$PP = \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1} \times 100 = \frac{400 \times 6 + 4500 \times 0.9 + 100 \times 7}{500 \times 6 + 4000 \times 0.9 + 50 \times 7}$$
$$= \frac{7150}{6950} = 102.9$$

演習

下表の経済において、2010年を基準（100）とした2015年の①消費者物価指数、および②GDP デフレーターはいくらになるか（割り切れない場合は、小数点第一位を四捨五入して整数で答えなさい）。

	衣料品	食料品
2010 年	価格 60 数量 40	価格 40 数量 100
2015 年	価格 40 数量 50	価格 30 数量 120

物価指数は、ラスパイレス型、パーシェ型の何れで作成されているか？

- ◆ 消費者物価指数、企業物価指数、企業向けサービス価格指数は、ラスパイレス型。
- ◆ 基準年の数量を把握すれば、その後は、価格の情報のみを収集すれば済む。
- ◆ 価格の情報は代表的な例を調査することで収集可能→早期の公表が可能。

【速報値公表のタイミング】

消費者物価指数：翌月末

企業物価指数：翌月の第8営業日

企業向けサービス価格指数：翌月の第18営業日

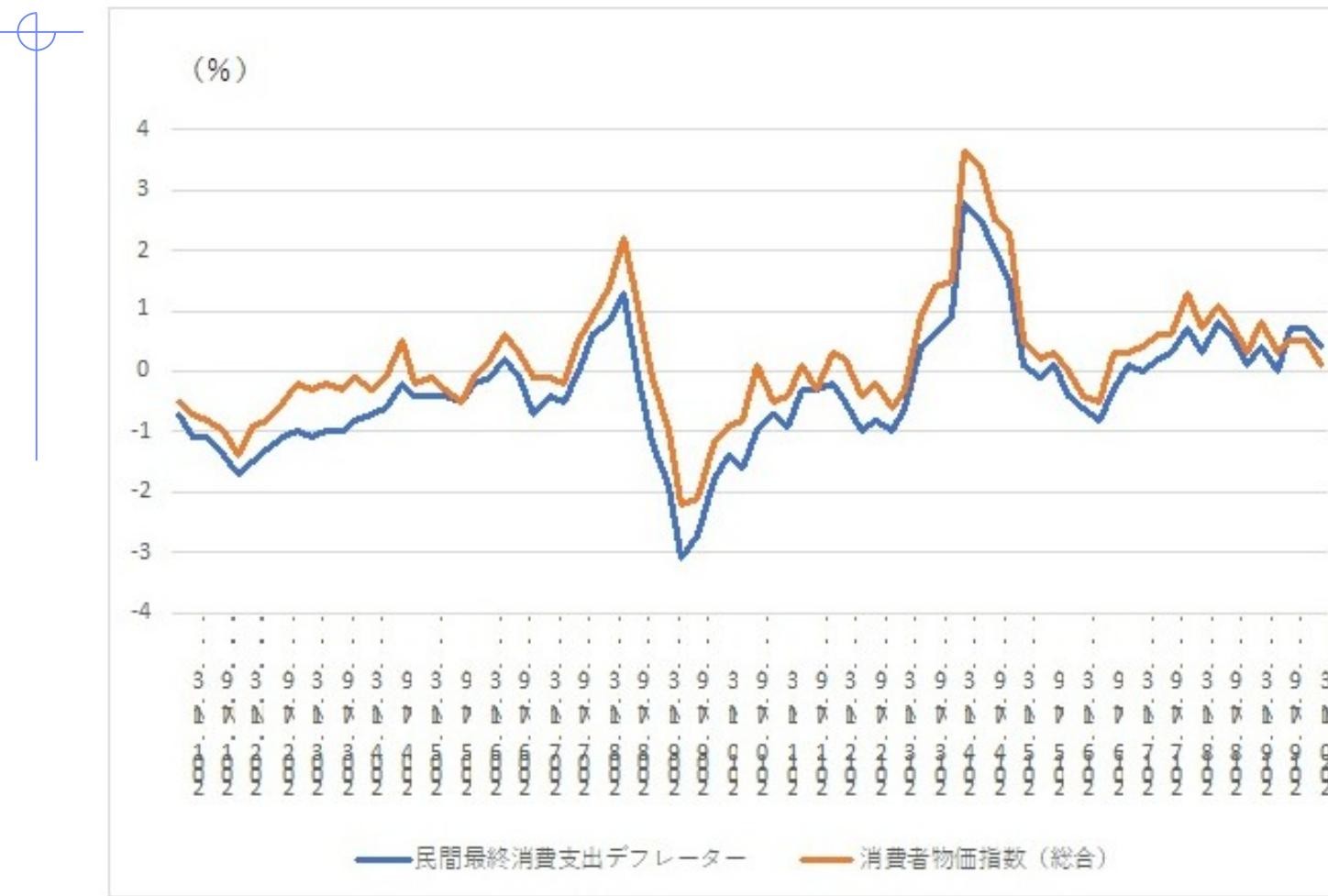
ラスパイレス型指数を、価格比に金額ウェイトをかけた形に変形

- ◆ 基準時点における第*i*財のウェイト（比重）をとすると、次式のように変形できる。
- ◆ この式は、基準時加重相対法算式と呼称される。
- ◆ このように、基準時点において、各財のウェイト（支出比）と価格を調べておけば、比較時点において各財の価格のみを調べることによって、ラスパイレス型物価指数を作成することができる。

ラスパイレス型物価指数の課題

- ◆ 基準年から比較年にかけて価格が上がった商品は「代替効果」で購入数量が減るので、通常比較年のウェイト（支出比）は低下するはず。ラスパイレス型は基準年固定なので定義からこれを織り込むことができず、「実態」より高めに計算される上方バイアスを持つ。そして5年の1度の基準年の切り替えでは追いつかない。
- ◆ パーシェ指数にすれば価格が上がった商品の購入数量の変化を織り込むことができるが、実務的には、比較年において、数量の情報を収集することは困難。特に、全体の数量を把握するために大規模な調査が必要となり、速報性が犠牲になる。
- ◆ 更に言えば、パーシェ型では、価格が上がった商品の基準年のウェイトを小さくするので実態より低めに計算される下方バイアスを持つ。

消費者物価指数（ノンヘッジインフレ）と 民間最終消費支出デフレーター（パーセン 型）



■ 出所 山澤成康 <https://officekaisuiyoku.com/priceindex/>

フィッシャー指数

- ◆ ラスパイラス型価格指数の上方バイアス、パーシェ型価格指数の下方バイアスに鑑み、次式のように、両指数の幾何平均をとったフィッシャー指数がある。この指数は、消費者物価指数の作成が始まった頃に用いられたことがあるが、現在は、使われていない。

ラスパイレス型連鎖物価指数

◆ 比較年の前年を基準年（参照年と称する）とする指數を作成すれば、品目の重要度の変化を反映できるのではないか。

基準年 0 比較年 1
のラスパイレス型
物価指數

$$PL = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0} \quad \longrightarrow$$

基準年 0 比較年 2 の連鎖ラ
スパイレス型物価指數

$$PLC = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0} \times \frac{\sum p_2 q_1}{\sum p_1 q_1}$$

前年を「基準年」とする指數を鎖のようにつなげてゆく《連鎖方式》が採用され、参考計数として公表されている。

品質調整

- ◆ 同一の財貨やサービスの価格が、基準時点と比較時点で観測されていることを前提としてきたが、この仮定は、満たされるとは限らない。
- ◆ 物価指数は純粋な価格の変化を捉えることを目的としているため、機能・特性などの品質やパッケージ容量の違いによって生じる価格の変動分を調整する必要がある。旧銘柄と新銘柄の品質の違いを定量的に評価し、物価指数に反映させることは、品質調整と呼称される。
- ◆ 品質調整方法は、価格調査の対象とする財貨やサービスの銘柄を入れ替える際、(a)「新旧調査価格（新旧銘柄）の品質変化による価格変動分」と(b)「純粋な価格変動分」の2つの成分を計測する手法。
- ◆ いま、0時点でAという銘柄（価格）を1時点でBという銘柄（価格）に入れ替えたとき、その品質の変化の比率がと評価されるならば、この銘柄の個別価格指数は、次のように計算される。そこまで品質変化をどのようにして評価するかが、問題となる

生産物価指数における品質調整

方法	内容
① 直接比較法	新旧調査価格の品質差は無視しうると判断し、新旧調査価格の価格差をそのまま (b) 「純粋な価格変動分」として処理する方法。
② オーバーラップ法	同一時点における新旧調査価格の価格差を全て (a) 「品質変化による価格変動分」として処理する方法
③ 単価比較法	同一数量・容量で比較した新旧商品の価格差を (b) 「純粋な価格変動分」として処理する方法。
④ コスト評価法	調査先企業からヒアリングした新旧商品の品質変化に要したコスト相当分を (a) 「品質変化による価格変動分」とみなし、新旧調査価格の価格差の残りを (b) 「純粋な価格変動分」として処理する方法。
⑤ ヘドニック法	新旧商品の諸特性の変化から (a) 「品質変化による価格変動分」を回帰方程式により定量的に推定し、残り部分を (b) 「純粋な価格変動分」として処理する方法。

消費者物価指数の作成方法

- ◆ 各財のウエイトは家計調査から、価格は小売物価調査から把握されている。両調査は、何れも日本の基幹統計である。
- ◆ まず、ウエイトについては、基準年の家計調査における1年間の消費支出額から、世帯で購入した個々の品目ごとに、消費支出額全体に対してどのくらいの割合を占めているかを計算し、これを個々の品目のウエイトとしている。
- ◆ 価格については、世帯の購入行動を代表する品目（計585）について、売れ筋商品（銘柄）を選定し、小売物価調査による全国のスーパーなど（約35,000事業所）の実地調査、各社のウェブサイト、POSデータにより価格情報を収集。
- ◆ POSデータについては、パソコン、デジタルカメラ、テレビ、ビデオレコーダー、プリンタなど8品目（ひと月当たり約75万価格）について、利用されている。
- ◆ ウェブスクレイピングは、ネット販売価格を自動的に収集する方法であり、これにより、①ネット販売価格の直接把握、②膨大な量の価格データによる統計精度の向上、③報告者負担軽減・業務効率化、を期待でき、現行調査を補完できる可能性がある。総務省統計局は、品目ごとに

2020 年基準の「年間収支額」は 厳密にはラスパイレス型ではない

- ◆ 支出比は、通常なら 2020 年の家計調査等に基づく消費支出に基づく。
- ◆ しかし、コロナ禍の影響が 2020 年で大きかったことを鑑みて、2019 年の消費支出と 2020 年の消費支出の平均に基づく。
 - 「当該指数の基準時であるウェイト」については、「基準年の年次を対象とする統計調査の結果等により作成されるものであることを通例とするが、当該指数に求められる役割を踏まえて統計技術的に合理的な方法で作成され、かつ、それが「基準時である³²年のウェイト」として一般的にめられるも

数量指數

- ◆ 物価指數算式の p と q を入れ替えると数量指數になる（ラスパイレス型物価指數は基準年の q に固定するが、ラスパイレス型数量指數は基準年の p に固定する）の算式となる。
- ◆ 鉱工業生産指數、第3次産業活動指數とも、ラスパイレス型数量指數。

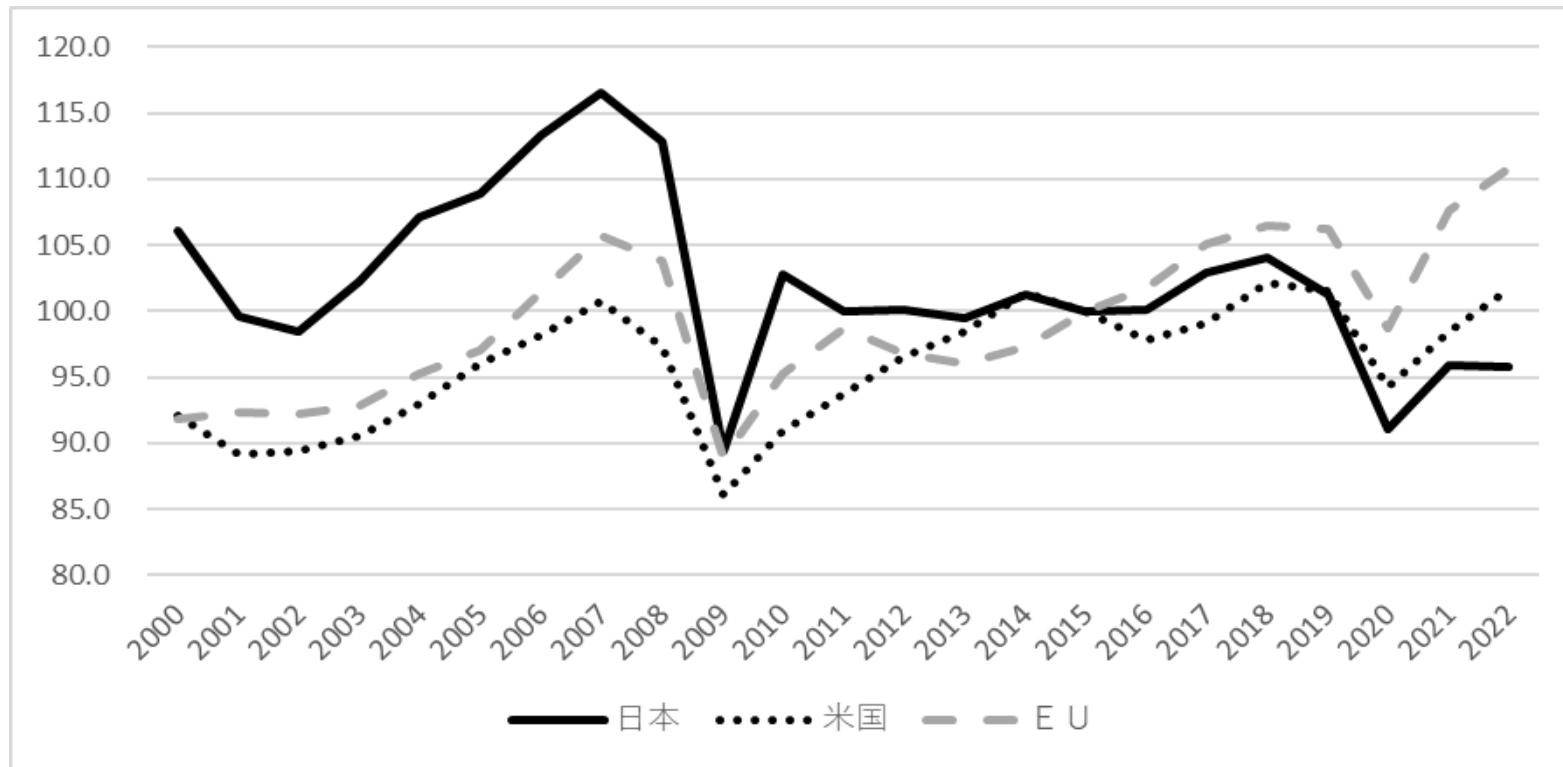
$$PL = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}$$

p と q を入れ替えると

$$QL = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0}$$

- ◆ OECD は製造業、エネルギー、建設業について生産指数を公表しており、これらを合わせ、生産指数・総合を公表している。日本、米国、EU の 2000 年以降の動きをみると、2009 年に世界金融危機による落ち込みがみられる。その前には、何れも好伸する中、日本の好調さが目立つ。一方、2020 年には、コロナ禍による落ち込みがみられたが、その中でも、日本の落ち込みは顕著である。

日本、米国、EU の生産指数・総合の推移（2015 年を 100 とする）

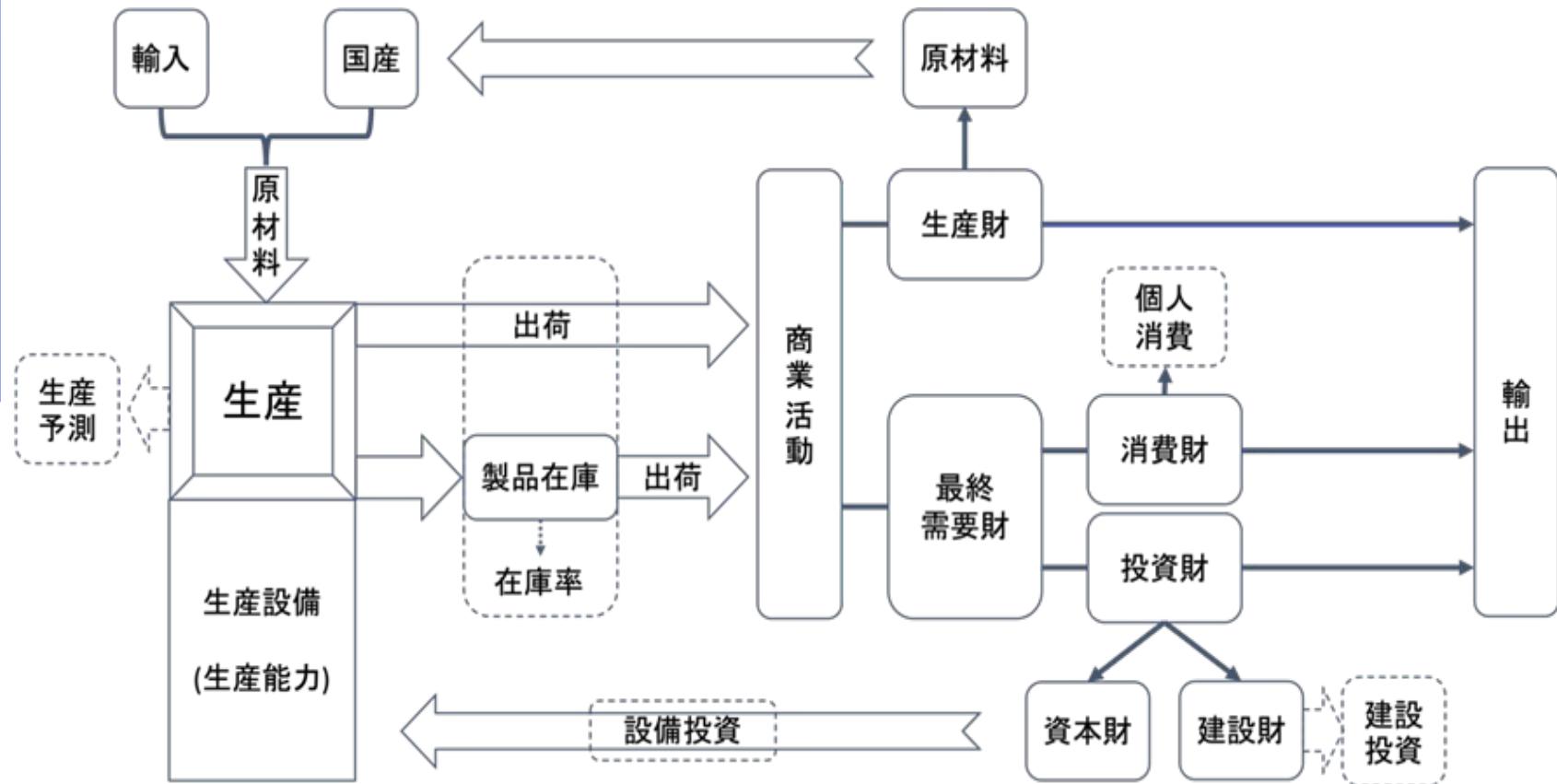


(出所) OECD

鉱工業生産指数

- ◆ 各指数は、主に、経済産業省・生産動態統計を基礎データとしているほか、一部、他省又は業界団体で作成している統計も用いられる。また、ウエイトの算出のために、総務省・経済産業省の経済センサス活動調査が用いられる。
- ◆ 指数の測定単位は、原則、トン、戸数などの数量が基本である。しかし、機械製品では、品質、大きさが異なる品目を統合していることが多く、その場合は、金額を測定単位とし、物価指数を用いてデフレートされる。一部、金額を測定単位とし、デフレートされない品目もある。橋梁、鋼船など、製造期間が複数月にわたる品目については、作業進捗に応じて生産を比例配分する。
- ◆ 鉱工業生産指数では、製品の品質が向上した場合でも調整は行われていない。

鉱工業生産過程の統計的把握



(出所) 経済産業省

生産動態統計調査

- ◆ 生産動態統計調査は、経済産業省が製品毎に調査を行うものである。2016年からは、109種類の調査が行われている。製品のうち、鉄道車両・同部品については、鉄道車両等生産動態統計調査によって、船舶・船舶品については、造船造機統計調査によって、国土交通省が、調査を行っている。
- ◆ 生産動態統計調査は、連合国軍総司令部の要請を踏まえ、1948年に開始された。1973年には、調査品目・調査項目の簡素化、1981年の商鉱工業エネルギー消費統計調査（現在の特定業種石油等消費統計調査）の開始に伴うエネルギー関連項目の簡素化が行われた。2002年には、経済構造と統計ニーズの変化を踏まえ、大幅な見直しを行い、以降、調査の種類が減らされ現在に至っている。調査事項は、次の通りである。

(1) 製品に関する事項：①生産（数量・重量・金額等）、②受入（数量・重量等）、③消費（数量・重量等）、④出荷（数量・重量・金額等）、⑤在庫（数量・重量等）、

(2) 原材料に関する事項：①受入（数量・重量等）、②消費（数量・重量等）、③在庫（数量・重量等）

(3) 労務に関する事項：①月末従事者数（事業所、当該製造部門及び当該品目群）

(4) 生産能力・設備に関する事項：生産能力、②月末保有台数

◆ このように生産に関する包括的に調査を行っているが、報告者負担の軽減を

第3次産業活動指數

基礎データの種類	適用業種（基礎データの内容）
① 生産を表す数量	電気業（発受電電力量）、ガス業（ガス生産量）、道路貨物運送業（トラック・宅配貨物取扱量）、鉄道貨物輸送量（JR 貨物取扱量）、道路旅客運送業（バス・タクシー旅客人数）、郵便事業（郵便物数）、不動産取引業（マンション売約戸数）、映画館（入場者数）、興業場・興業団（入場者数）、冠婚葬祭業（取扱件数）、介護事業（サービス受給者数）など
② 生産の動きを代用し得る数量	法務・財務・会計サービス業（職業従事者数）、医療業（雇用・労働時間）など
③ 生産を表す金額	固定電気通信業（売上高）、移動通信業（売上高）、旅行業（旅行取扱高）、卸売・小売業（販売額）、飲食店（売上高）、郵便貯金事業（貯金残高）、銀行業・協同組織金融業（貸出金・有価証券残高）、クレジットカード業（取扱高）、証券業（売買高、発行高）、生命保険業（運用資産残高）、損害保険業（元受正味保険料）、物品賃貸業（物件購入額、売上高）、情報サービス業（売上高）、広告業（売上高）、土木・建築サービス業（契約金額）など
④ 生産の動きを代用しうる金額	洗濯業（洗濯代）、理美容業（理髪料、美容料）、写真業（現像焼付代）、自動車整備業（自動車整備代）など

7. 生産・出荷・在庫

生産は、横ばいとなっている。

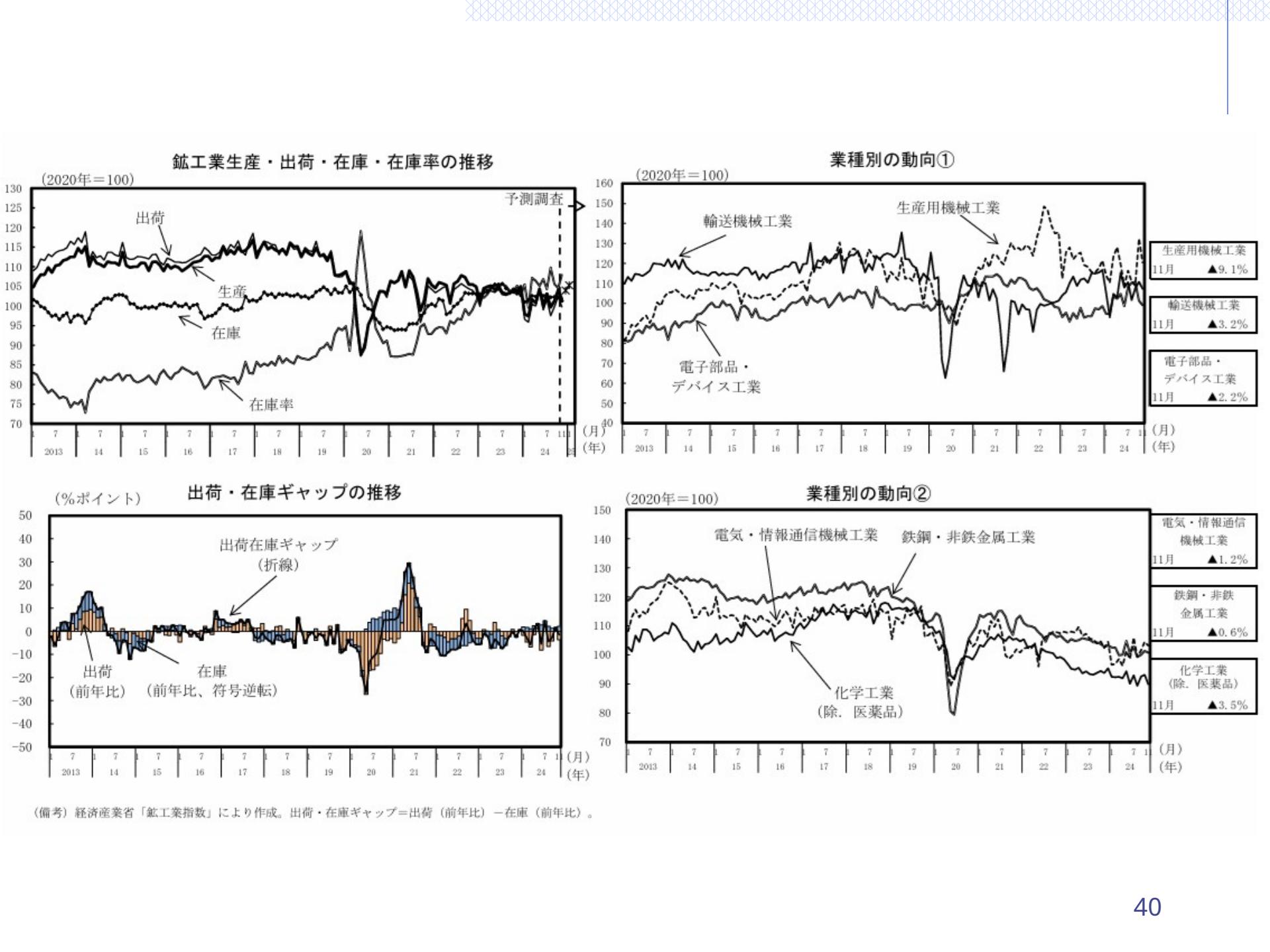
(%)

予測調査
12月 2.1%
1月 1.3%

	[2022年] 2022年度	[2023年] 2023年度	2024年 1－3月期	4－6月期	7－9月期	2024年 9月	10月	11月
鉱工業生産指数	[▲ 0.1] ▲ 0.3	[▲ 1.3] ▲ 1.9	(▲ 5.2) ▲ 4.0	(2.7) ▲ 2.9	(▲ 0.3) ▲ 1.4	(1.6) ▲ 2.6	(2.8) 1.4	(▲ 2.2) ▲ 2.7
鉱工業出荷指数	[▲ 0.5] ▲ 0.1	[▲ 0.7] ▲ 1.6	(▲ 5.8) ▲ 4.6	(3.5) ▲ 3.0	(▲ 1.3) ▲ 2.8	(2.4) ▲ 4.2	(2.6) 0.4	(▲ 2.5) ▲ 3.6
鉱工業在庫指数	[2.7] 2.2	[▲ 0.5] ▲ 1.0	(▲ 0.1) ▲ 1.0	(0.0) ▲ 2.7	(▲ 0.3) ▲ 1.3	(0.1) ▲ 1.3	(0.0) ▲ 1.3	(▲ 1.0) ▲ 2.2
製造工業生産能力指数 (2020年=100)	[98.2] 98.4	[98.5] 98.2		98.2 97.8		97.3 97.3	97.4 97.4	
製造工業稼働率指数 (2020年=100)	[108.1] 107.9	[107.0] 105.0	(98.7) 	(101.4) 	(100.9) 	(101.9) 	(104.6) 	(102.6)
第3次産業 活動指標	[1.6] 2.3	[1.9] 1.4	(▲ 0.2) 0.8	(1.2) 1.1	P P	(0.5) 1.0	P P	(0.1) 1.5
					(▲ 0.1) 0.4	P P	(▲ 0.3) 0.9	

(備考) 1. 経済産業省「鉱工業指数」「製造工業生産予測調査」「第3次産業活動指標」により作成。Pは速報値。

2. 鉱工業生産・出荷・在庫指標、第3次産業活動指標の暦年・年度の下段は前年度比、上段の□内は前年比。四半期・月次の下段は前年同期(月)比、上段の○内は季節調整済前期(月)比。



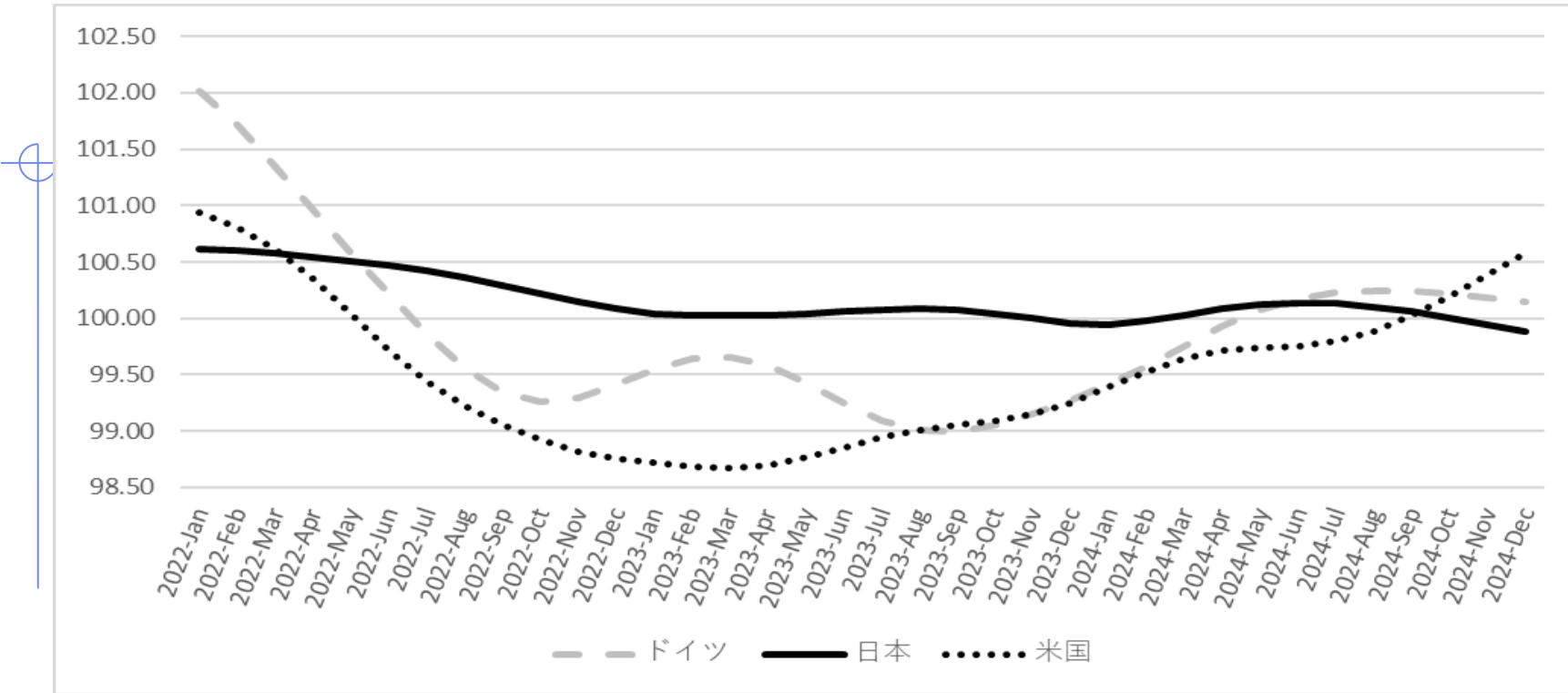
まとめ

- ◆ Q を固定して、 P の変化を把握するのが価格指数。
- ◆ P を固定して、 Q の変化を把握するのが数量指数。
- ◆ 基準年で固定するのがラスパイレス型。
- ◆ 比較年で固定するのがパーシェ型。
- ◆ 比較年の Q を把握することは困難であることから、消費者物価指数、企業物価指数、企業向けサービス価格指数とも、ラスパイレス型。
- ◆ ラスパイレス型物価指数は、基準年以降の数量の変化を反映しないため上方バイアスがある。これを解決するのが連鎖指数。

景気動向指数

- ◆ 景気は、様々な要素から構成される。景気の動向を示す方法として、様々要素を同時並行的に示すダッシュボード方式もあり得るか、多くの要素眺めながら総合的に判断することは容易ではない。そこで、ダッシュボードにある指標を統合するような形式で、景気動向を指数化する取り組みが行われてきた。OECDは、Composite Leading Indicator（CLI）と称する景気動向指数を作成・公表している。CLI指数は、構成要素の変化の平均として計算されているものである。
- ◆ CLI指数の構成要素は、国により多少異なるが、概ね、企業活動、消費者信頼度、雇用・賃金、金融に関する指標が採用されている。ここで、在庫に関する指標については、逆サイクル（Inverted）とされているが、これは、指標の上昇・下降が景気の動きと逆になることを意味している²⁾。

日本、米国、ドイツの CLI 指数



(出所) OECD

日本		米国		ドイツ	
中小企業動向調査・売上DI 在庫出荷比率(逆サイクル)	日本政策金融公庫 総務省統計局	消費者信頼感指数 製造業信頼感DI	ミシガン大学 米国サプライマネジメント協会	IFO景況指標 製造業受注・需要DI	IFO経済研究所 IFO経済研究所
製造業の月間労働時間	総務省統計局	建築着工・住宅	商務省センサス局	製造業輸出受注残DI	IFO経済研究所
貸出預金比率	日本銀行	耐久消費財新規受注	商務省センサス局	製造業製品在庫(逆サイクル)	欧州委員会
金利スプレッド	日本銀行	NY証券取引所株価指数	NY証券取引所	サービス業需要見通しDI	欧州委員会
TOPIX株価指数	東京証券取引所	週間労働時間	労働省労働統計局	製造業新規受注	連邦統計局
建築着工・住宅	国土交通省			金利スプレッド	欧州中央銀行

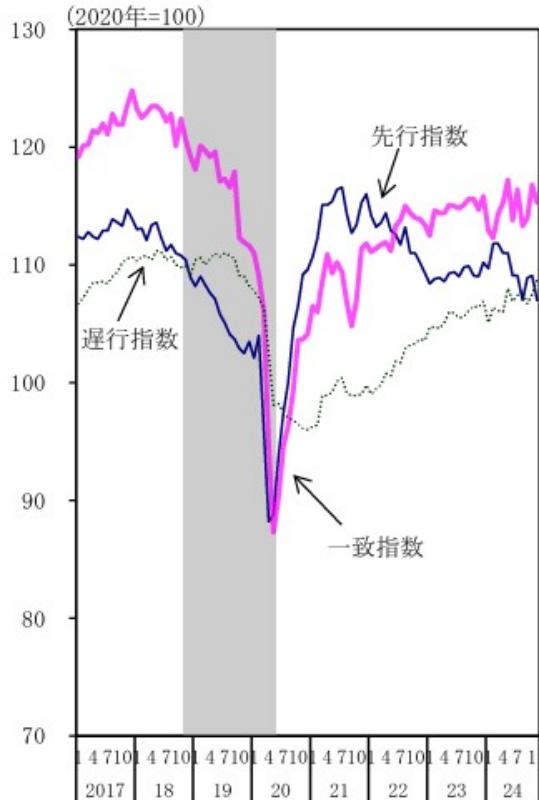
日本の景気動向指数

- 景気動向指数は、生産、雇用など様々な経済活動での重要かつ景気に敏感に反応する指標の動きを統合することによって、景気の現状把握及び将来予測に資するために作成された指標である。
- 景気動向指数には、コンポジット・インデックス（CI）とディフュージョン・インデックス（DI）がある。CIは構成する指標の動きを合成することで景気変動の大きさやテンポ（量感）を、DIは構成する指標のうち、改善している指標の割合を算出することで景気の各経済部門への波及の度合い（波及度）を測定することを主な目的とする。
- 従来、景気動向指数はDIを中心とした公表形態であったが、近年、景気変動の大きさや量感を把握することがより重要になっていることから、2008年4月分以降、CI中心の公表形態に移行した。しかし、DIも景気の波及度を把握するための重要な指標であることから、参考指標として引き続き、作成・公表している。なお、景気転換点の判定にはヒストリカルDIを用いている。
- CIとDIには、それぞれ、景気に対し先行して動く先行指数、ほぼ一致して動く一致指数、遅れて動く遅行指数の3つの指数がある。景気の現状把握に一致指数を利用し、先行指数は、一般的に、一致指数に数か月先行することから、景気の動きを予測する目的で利用する。遅行指数は、一般的に、一致指数に数か月から半年程度遅行することから、事後的な確認に用いる。

(参考1) 景気動向指数

C I 一致指数採用系列の寄与度

CIの推移



(参考)「景気を把握する新しい指標(一致指数)」の推移



	24年8月	9月	10月	11月
C I 一致指数	113.3	114.0	116.8	115.3
生産指数(鉱工業)	-0.47	0.23	0.43	-0.42
鉱工業用生産財出荷指数	-0.65	0.43	-0.03	-0.24
耐久消費財出荷指数	-0.41	0.29	0.35	-0.35
労働投入量指標(調査産業計)	0.03	-0.34	0.59	0.00
投資財出荷指標(除輸送機械)	-0.51	-0.06	0.89	-0.36
商業販売額(小売業、前年比)	0.04	-0.25	0.07	0.20
商業販売額(卸売業、前年比)	-0.57	-0.08	0.39	-0.13
営業利益(全産業)	-0.17	-0.17	0.07	0.08
有効求人倍率(除学卒)	-0.08	0.18	0.20	0.05
輸出数量指標	-0.28	0.50	-0.19	-0.36

景気基準日付

循環	谷(年/月)	山(年/月)	谷(年/月)	期間(か月)		
				拡張	後退	全循環
1		1951/6	51/10		4	
2	51/10	54/1	54/11	27	10	37
3	54/11	57/6	58/6	31(神武)	12	43
4	58/6	61/12	62/10	42(岩戸)	10	52
5	62/10	64/10	65/10	24	12	36
6	65/10	70/7	71/12	57(いざなぎ)	17	74
7	71/12	73/11	75/3	23	16	39
8	75/3	77/1	77/10	22	9	31
9	77/10	80/2	83/2	28	36	64
10	83/2	85/6	86/11	28	17	45
11	86/11	91/2	93/10	51(バブル)	32	83
12	93/10	97/5	99/1	43	20	63
13	99/1	2000/11	02/1	22	14	36
14	02/1	08/2	09/3	73	13	86
15	09/3	12/3	12/11	36	8	44
16	12/11	18/10	20/5	71	19	90
第2～第16循環の平均				38.5	16.3	54.9

- (備考) 1. 内閣府「景気動向指数」、「景気を把握する新しい指標(一致指数)」により作成。
 2. 景気基準日付は内閣府による。ただし、「神武(景気)」・「岩戸(景気)」等は景気拡張期の通称であり、公式のものではない。
 3. グラフのシャドー部分は景気後退期を示す。
 4. 「景気を把握する新しい指標(一致指数)」は参考指標であり、景気動向指数における毎月の基調判断や景気基準日付(景気の山谷)の判定は、現行の景気動向指数を用いた従来の手法による。

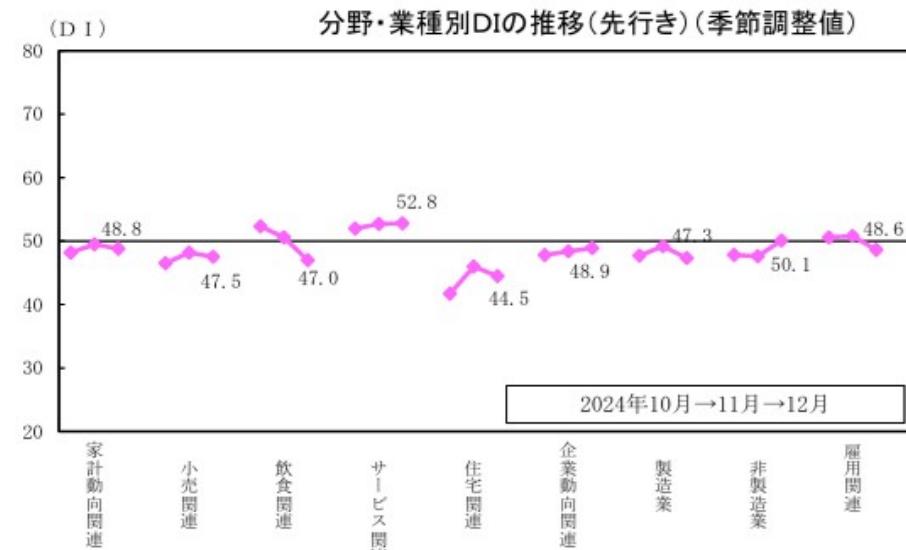
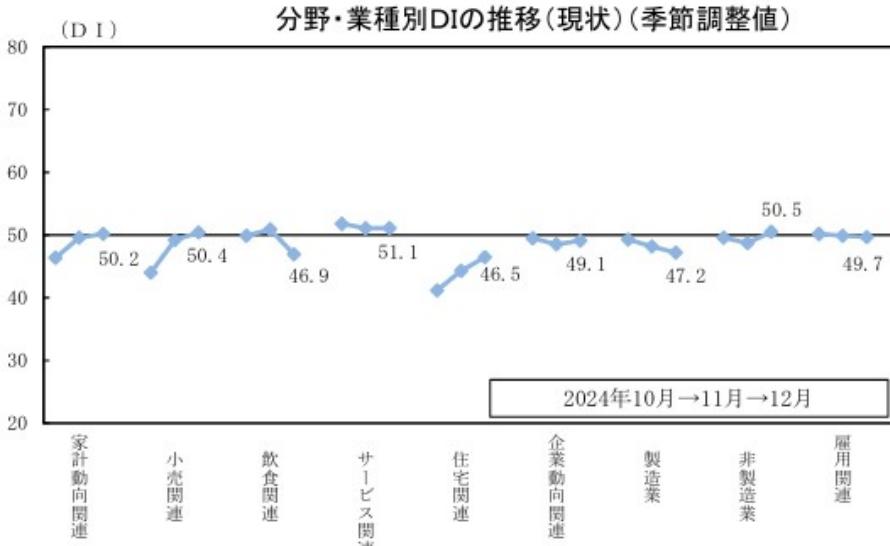
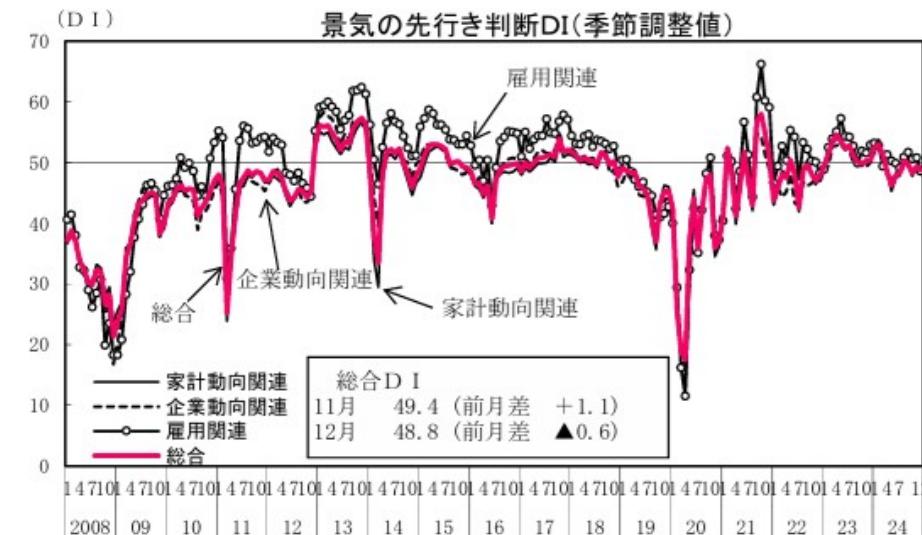
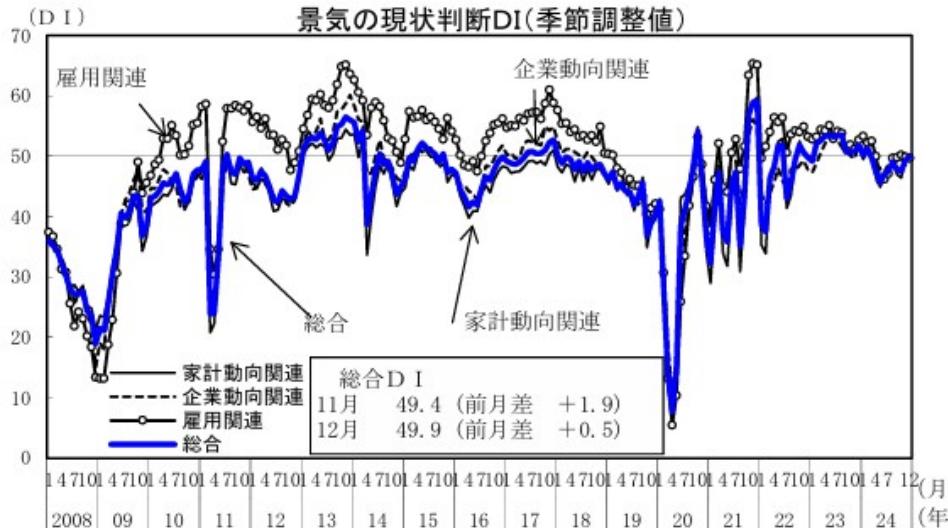
景気動向指数作成に用いられている経済指標

指数の構成要素	
先行系列	1.最終需要財在庫率指數 逆サイクル) 2.鉱工業用生産財在庫率指數 逆サイクル) 3.新規求人數 除学卒) 4.実質機械受注 製造業) 5.新設住宅着工床面積 6.消費者態度指數 ※二人以上世帯・季節調整値 7.日経商品指數(42種総合) 8.マネーストック(M 2)(前年同月比) 9.東証株価指數 10.投資環境指數 製造業) 11.中小企業売上げ見通しDI
一致系列	1.生産指數 鉱工業) 2.鉱工業用生産財出荷指數 3.耐久消費財出荷指數 4.労働投入量指數 調査産業計) 5.投資財出荷指數 除輸送機械) 6.商業販売額 小売業、前年同月比) 7.商業販売額 卸売業、前年同月比) 8.営業利益 全産業) 9.有効求人倍率 除学卒) 10.輸出数量指數
遅行系列	1.第3次産業活動指數 対事業所サービス業) 2.常用雇用指數 調査産業計、前年同月比) 3.実質法人企業設備投資 全産業) 4.家計消費支出 勤労者世帯、名目、前年同月比) 5.法人税収入 6.完全失業率 逆サイクル) 7.きまって支給する給与 製造業、名目) 8.消費者物価指數 生鮮食品を除く総合、前年同月比) 9.最終需要財在庫指數

景気ウォッチャー調査

- 地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。
- 北海道、東北、北関東、南関東、甲信越、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の12地域を対象とする。
- 家計動向、企業動向、雇用等、代表的な経済活動項目の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の適当な職種の中から選定した2,050人を調査客体とする。
- 調査事項：（1）景気の現状に対する判断（方向性）、（2）（1）の理由、（3）（2）の追加説明及び具体的な状況の説明、（4）景気の先行きに対する判断（方向性）、（5）（4）の理由、（参考）景気の現状に対する判断（水準）

13. 景気ウォッチャー調査



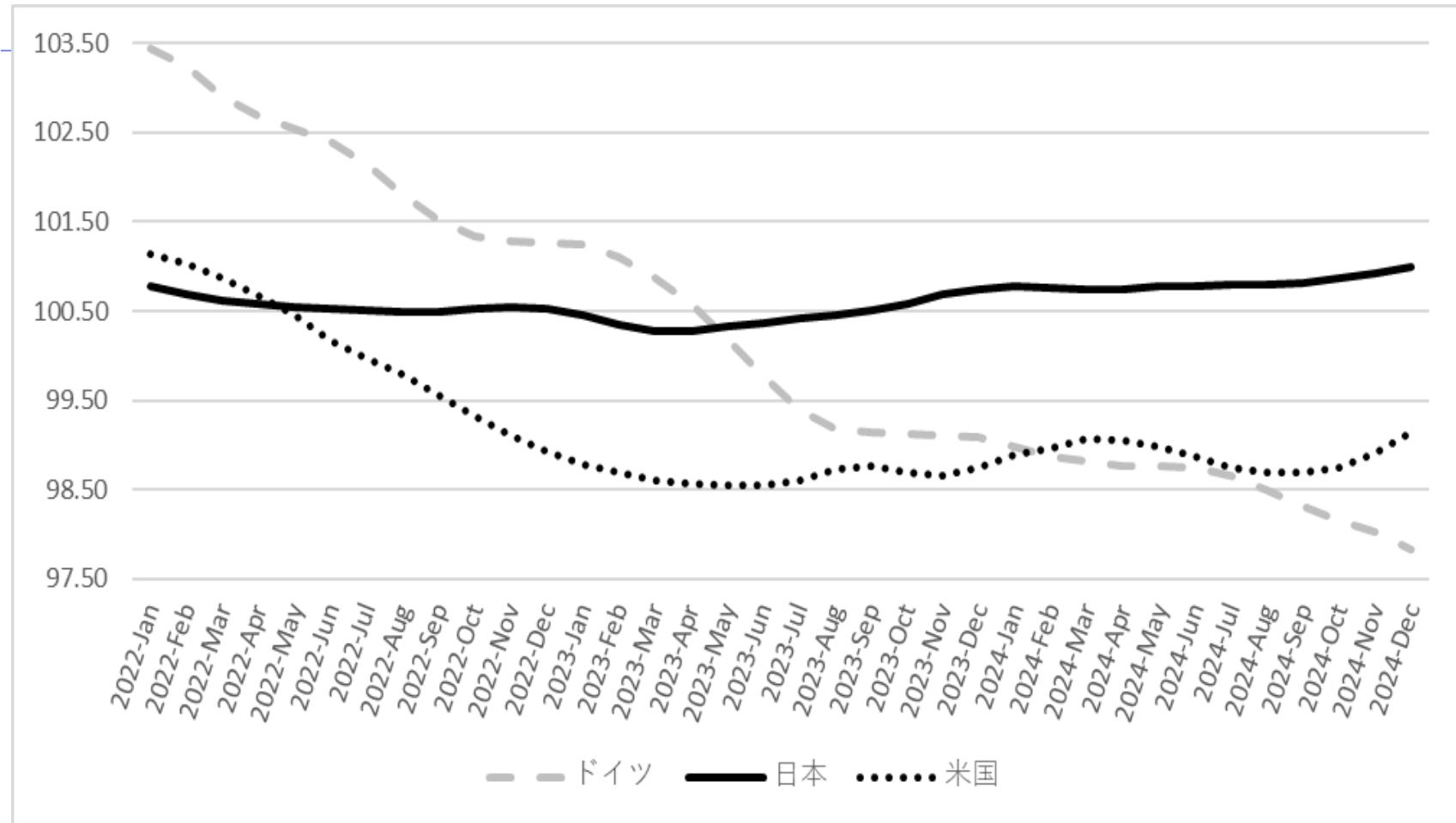
企業経営に関する指数

- ◆ 企業経営については、OECDは、Business Confidence Indicator（BCC）と称する指数を作成・公表している。
- ◆ BCC指数において、日本については、日本銀行が四半期毎に行う全国企業短期経済観測調査（短観）の製造業業況判断DIが用いられている。DIは、各判断項目について3個の選択肢を用意し、選択肢毎の回答社数を単純集計し、全回答社数に対する「回答社数構成百分比」を算出した後、第1選択肢の回答社数構成百分比から第3選択肢の回答社数構成百分比を差し引くことにより、算出する。業況判断については、回答企業の収益を中心とした業況の全般的な判断に関し、第1選択肢：良い、第2選択肢：さほど良くない、第三選択肢：悪い、のいずれかの回答を求めている。四半期頻度のデータは、OECDにより補間され月次データに転換されている。短観は、製造業のみならず、非製造業も対象にしているが、OECDでは、日本以外のOECD諸国において、非製造業に関する企業サーベイの整備が十分に進んでいないことから、製造業のみに焦点の焦点を当てている。

米国とドイツ

- ◆ 米国については、購買担当者景気指数（Purchasing Managers' Index、PMI）が用いられている。PMIは、製造業企業の購買担当者に対する月次アンケートを指數化したものである。新規受注、生産、雇用、供給量、在庫の拡散指数の単純平均として計算される。PMI指數が50を超えると、前月と比較して経済の製造業が成長または拡大していることを示し、逆に、50未満の数値は縮小を示す。
- ◆ ドイツについては、欧州委員会による企業サーベイの結果が用いられている。欧州委員会が、ユーロ圏の集計値を作成し、製造業についての国別 GDP の購買力平価 (PPP) 評価に基づき、ドイツ分が算出されている。欧州委員会は、ドイツ IFO 経済研究所の月次景況指数のデータを用いている。

日本、米国、ドイツの BCC 指数



(出所) OECD 資料を基に筆者作成

日銀短観

- ◆ 国内初のビジネス・サーベイは、1951年、当時の日本興業銀行が西ドイツの IFO (Information und Forschung) 経済研究所の「景気テスト」を手本に実施した「産業界の短期観測」である。日本銀行は、これを継承・改定したうえで1957年に約500社を対象に「主要短観」を開始した。1974年から、全国企業短期経済観測調査（全国短観）として調査を開始、その後、調査対象企業を順次拡大し、2004年以降は、全国にある資本金2000万円以上の民間企業約21万社の中から、約1万社を抽出して調査している。全国短観では、以下の項目を調査している
- ✓ 判断項目：業況、国内での製商品・サービス需給、海外での製商品需給、製商品在庫水準、製商品の流通在庫水準、生産・営業用設備、雇用人員、資金繰り、金融機関の貸出態度、CPの発行環境、借入金利水準、販売価格、仕入価格
- ✓ 年度計画：売上高、輸出、為替レート（円／ドル）、為替レート（円／ユーロ）、経常利益、当期純利益、設備投資額、土地投資額、ソフトウェア投資額、研究開発投資額
- ✓ 物価見通し：販売価格の見通し、物価全般の見通し
- ✓ 新卒者採用状況：新卒採用者数（6月、12月調査のみ）
- ✓ このほか、金融機関調査、持株会社等に関する調査が行われているほか、連結会計ベースで、「海外での事業活動」に関する調査も行われて

8. 企業収益・業況判断

企業収益は、総じてみれば改善しているが、そのテンポは緩やかになっている。

企業の業況判断は、改善している。

日本銀行「全国企業短期経済観測調査（2024年12月調査）」

(前年同期比、%)

経常利益		2021年度	2022年度	2023年度 実績		2024年度 計画	
		実績	実績	上期	下期	上期	下期
全規模	全産業	42.7	16.2	12.4	12.3	12.5	▲ 3.1
大企業	製造業	53.7	11.7	9.1	1.2	20.3	▲ 5.2
	非製造業	44.4	32.7	15.5	29.6	1.1	▲ 2.8
中小企業	製造業	45.0	▲ 7.8	12.7	2.3	23.5	▲ 4.0
	非製造業	21.8	8.4	13.2	16.0	11.1	▲ 0.8

財務省「法人企業統計季報」

(前年同期比、()内は季調済前期比、%)

経常利益	2022年	2023年	2022年度	2023年度	2023年10-12月	2024年1-3月	4-6月	7-9月
全規模全産業	11.2	12.0	8.8	14.6	13.0 (▲ 4.0)	15.1 (6.8)	13.2 (6.8)	▲ 3.3 (▲ 10.6)
製造業	11.1	0.1	2.6	8.8	19.9 (▲ 3.1)	23.0 (4.5)	13.0 (5.4)	▲ 15.1 (▲ 19.9)
非製造業	11.3	19.8	13.0	18.1	9.5 (▲ 4.5)	11.5 (8.1)	13.3 (7.5)	4.6 (▲ 5.5)
大中堅企業	17.0	11.5	12.2	14.7	20.1 (▲ 1.2)	13.4 (2.7)	14.6 (9.3)	2.1 (▲ 6.6)
中小企業	▲ 5.0	13.5	▲ 1.0	14.4	▲ 7.3 (▲ 13.3)	18.8 (22.2)	6.3 (▲ 1.3)	▲ 22.1 (▲ 24.6)

(備考) 大中堅企業・中小企業の季調済前期比は内閣府試算値。

日本銀行「全国企業短期経済観測調査（2024年12月調査）」

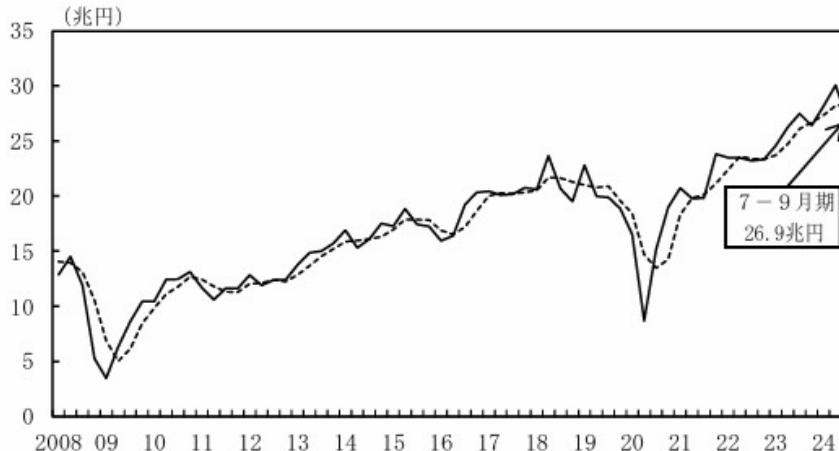
(%ポイント)

→ 見込み

業況判断D I	2023年6月	9月	12月	2024年3月	6月	9月	12月	2025年3月
全規模	全産業	+ 8	+ 10	+ 13	+ 12	+ 12	+ 14	+ 15
	製造業	▲ 1	+ 0	+ 5	+ 4	+ 5	+ 5	+ 5
	非製造業	+ 14	+ 16	+ 18	+ 18	+ 19	+ 20	+ 20
大企業	製造業	+ 5	+ 9	+ 12	+ 11	+ 13	+ 13	+ 14
	非製造業	+ 23	+ 27	+ 30	+ 34	+ 33	+ 34	+ 33
中小企業	製造業	▲ 5	▲ 5	+ 1	▲ 1	▲ 1	+ 0	+ 1
	非製造業	+ 11	+ 12	+ 14	+ 13	+ 12	+ 14	+ 16

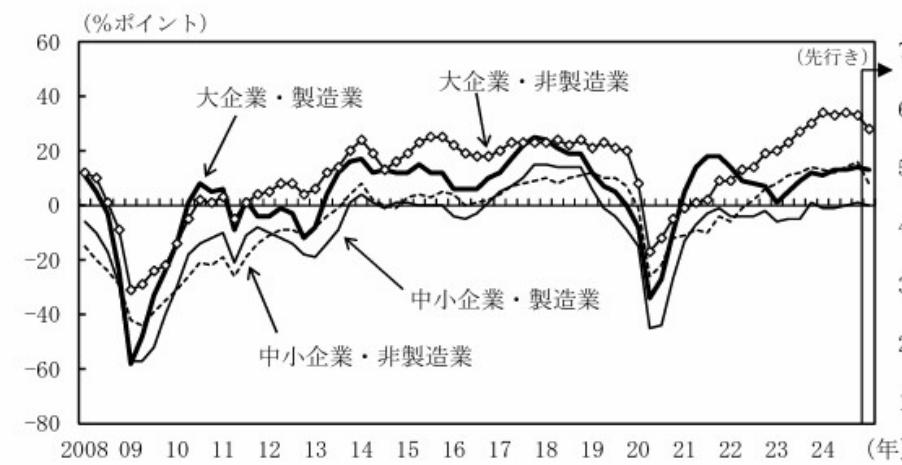
(備考) D I = 「良い」とみる企業の割合(%) - 「悪い」とみる企業の割合(%)

<企業収益> 経常利益額の推移



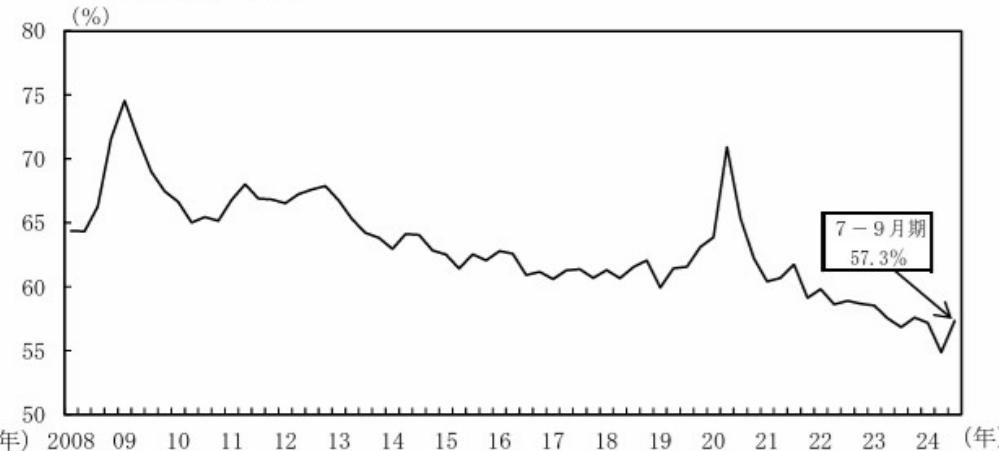
(備考) 1. 財務省「法人企業統計季報」により作成。
2. 季節調整値。点線は後方3四半期移動平均。

<企業の景況感> 日銀短観の業況判断DIの推移



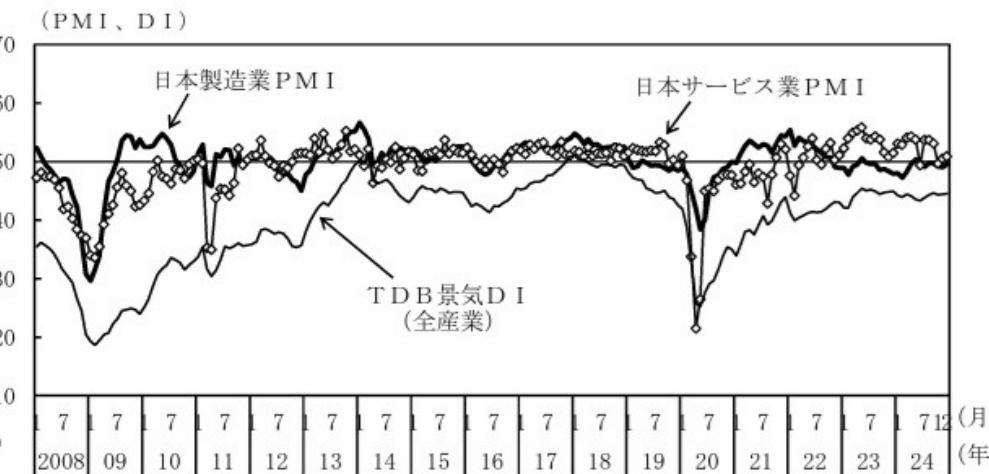
(備考) 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」により作成。DIは「良い」－「悪い」。

労働分配率の推移



(備考) 1. 財務省「法人企業統計季報」により作成。
2. 労働分配率=人件費／(人件費+営業利益+減価償却費+受取利息)
3. 内閣府の試算による季節調整値。

各種調査における業況判断指標の推移



(備考) 1. S&P Global社、(株)帝国データバンク「TDB景気動向調査(全国)」により作成。
2. PMIは、「前月に比べ増加(改善)」の回答割合と、「前月に比べ変化なし」の回答割合を2で除した値を足した値(季節調整値)。DIは、景気の現状について7段階の評価に応じた評点により加重平均して算出した値。

9. 倒産

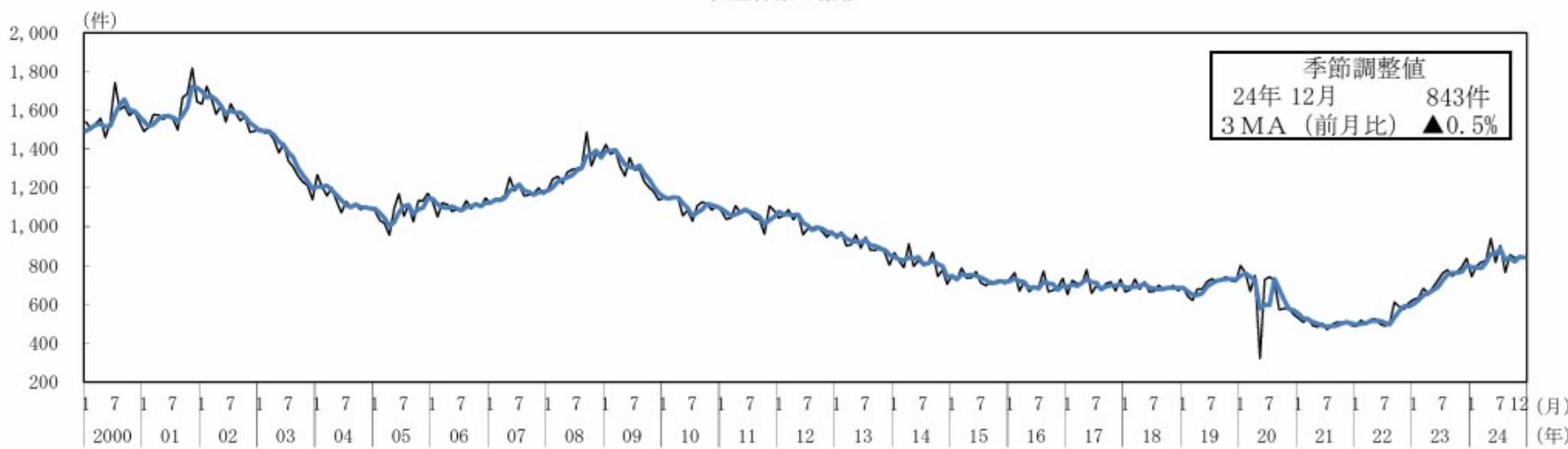
倒産件数は、おおむね横ばいとなっている。

(株) 東京商工リサーチ (T S R) 「倒産月報」

(前年比は原数値、〔 〕内は暦年前年比、() 内は季調済前期(月)比、%)

	[2022年] 2022年度	[2023年] 2023年度	[2024年] 2024年度	2024年7-9月期	10-12月期	2024年10月	11月	12月
企業倒産件数	[6,428] 6,880	[8,690] 9,053	[10,006] -	2,483	2,592	909	841	842
前年比(%)	[6.6] 15.0	[35.1] 31.5	[15.1] -	10.9	7.5	14.6	4.2	3.9
前月比(%)				(▲2.2)	(0.0)	(▲2.0)	(0.5)	(0.0)
負債金額(億円)	[23,314] 23,243	[24,026] 24,630	[23,435] -	10,153	6,071	2,529	1,602	1,940
前年比(%)	[102.6] 99.0	[3.0] 5.9	[▲2.4] -	5.4	19.9	▲17.8	68.8	87.9
大型倒産除く(億円)	[5,732] 6,069	[7,172] 7,725	[8,395] -	1,997	2,106	693	740	673
前年比(%)	[15.0] 22.2	[25.1] 27.2	[17.0] -	7.1	9.3	13.2	19.7	▲3.3

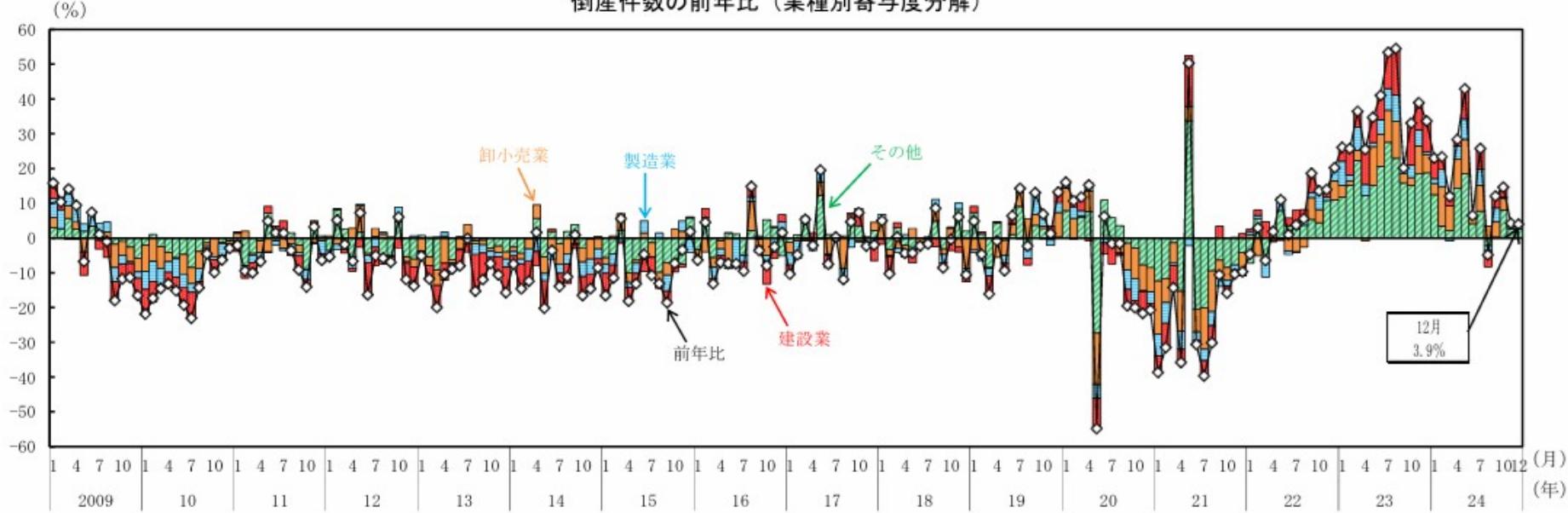
倒産件数の推移



(備考) 1. (株)東京商工リサーチ(TSR)「倒産月報」により作成

2. 内閣府による季節調整値。太線は後方3か月移動平均。

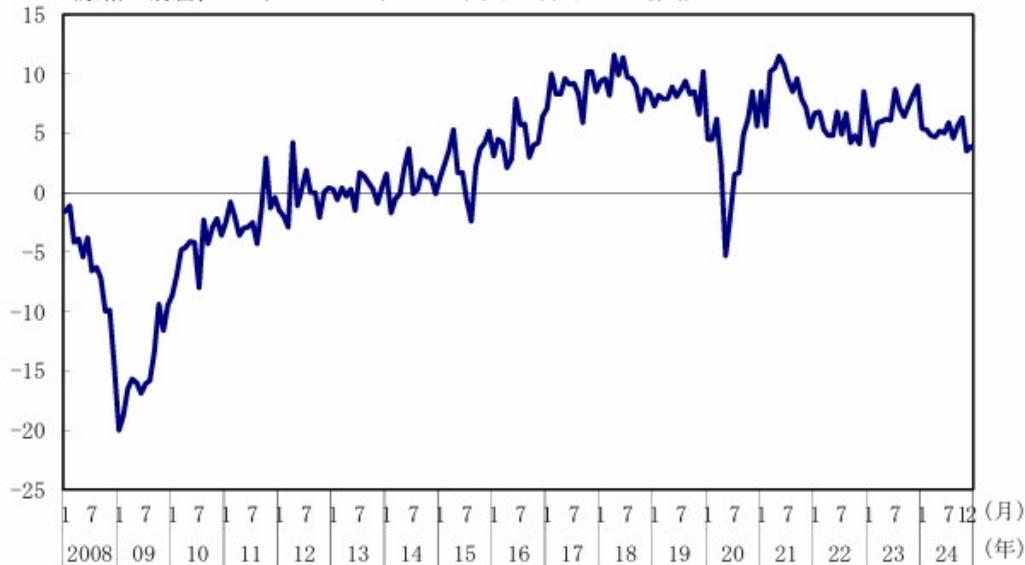
倒産件数の前年比（業種別寄与度分解）



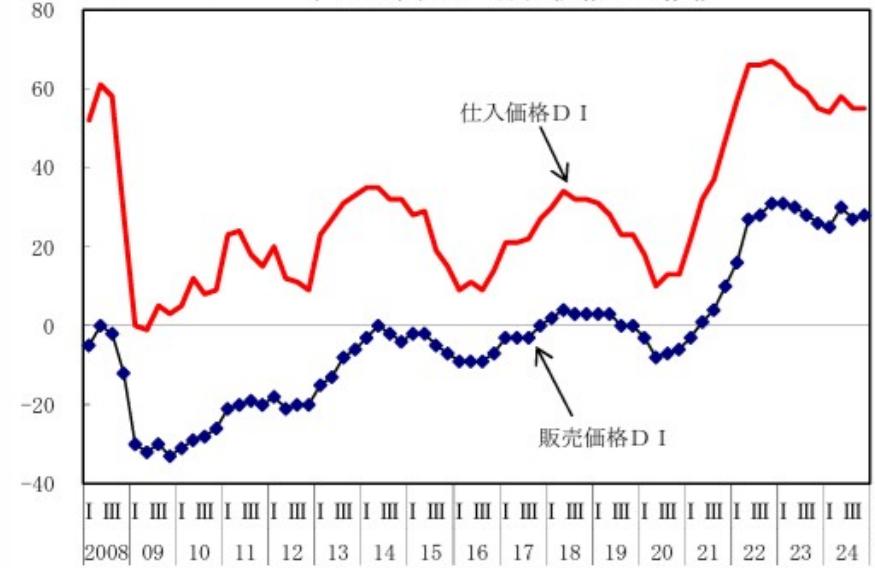
(備考) (株)東京商工リサーチ (T S R) 「倒産月報」により作成。

(余裕一窮屈、D I)

中小企業資金繰り D I 推移



(上昇一下落、D I) 中小企業仕入・販売価格 D I 推移



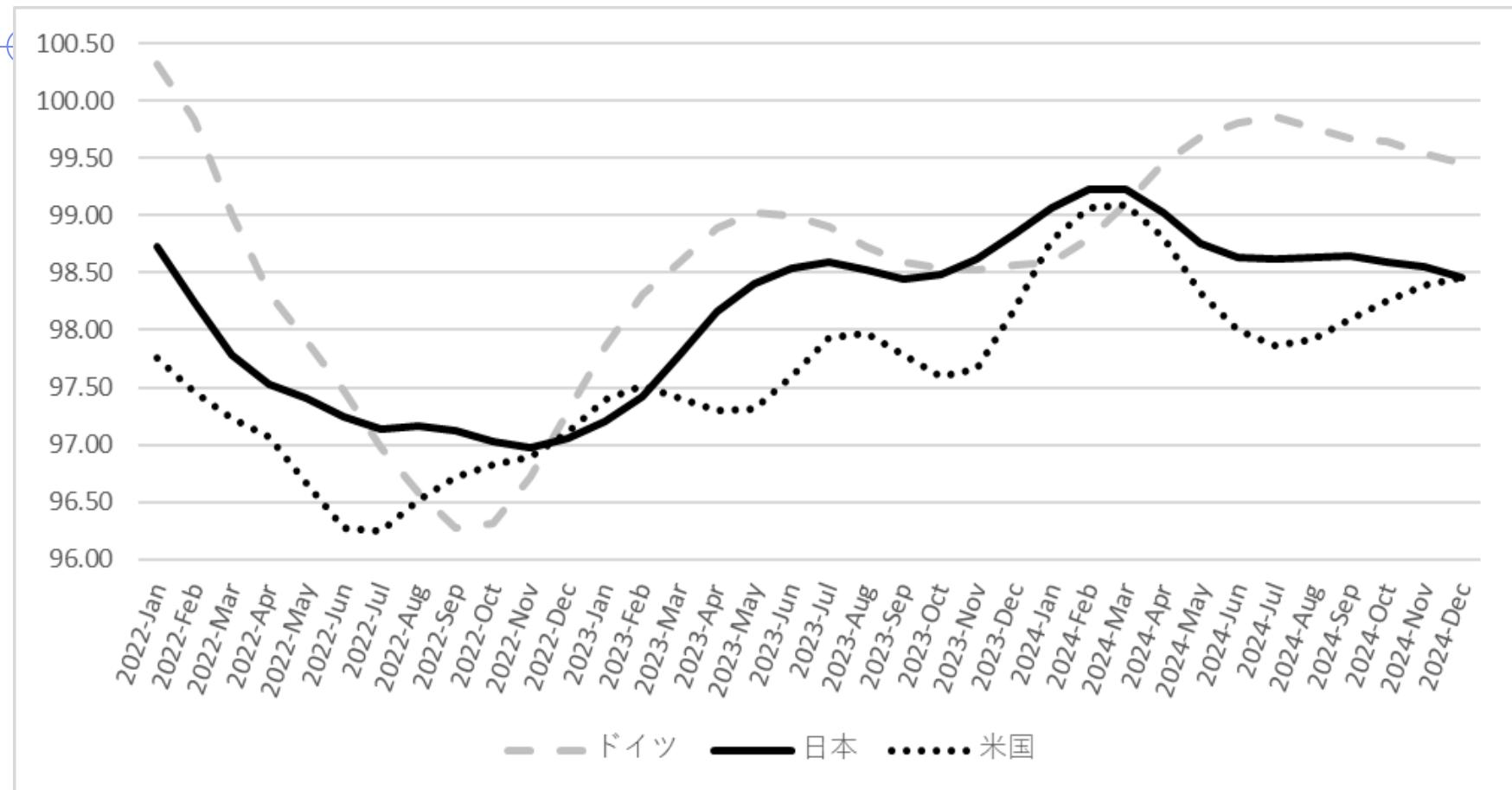
消費者行動に関する指標

- ◆ OECD は、 Composite Consumer Confidence (CCC) と称する、消費者行動に係る指標を作成・公表している。
- ◆ 日本については、内閣府の消費動向調査の消費者態度指標が用いられている。指標は、暮らし向き、収入の増え方、雇用環境、耐久消費財の買い時判断、に対する回答の単純平均として計算される。質問では、「良くなる」、「やや良くなる」、「変わらない」、「やや悪くなる」、「悪くなる」のいずれかを回答求めており、各回答に、それぞれ 1.0、0.75、0.5、0.25、0 の重みが割り当てられ、指標が作成される。

米国とドイツ

- ◆ 米国については、消費者調査は、ミシガン大学のサーベイ・リサーチ・センターによって実施されている消費者調査を用いている。消費者心理指数 (ICS) は、次の5つの質問；①1年前と比べて経済的に豊かになったか、②1年後には経済的に豊かになると思うか、③国全体の景気について、今後12か月間は経済的に好調な時期になると思うか、④今後、国全体で今後5年ほどは好調な時期が続くと思うか、⑤家具、冷蔵庫、ストーブ、テレビなど、主要な家庭用品について、今は購入するのに良い時期だと思うか、から導き出される。
- ◆ ドイツについては、欧州委員会による消費者サーベイの結果が用いられている。欧州委員会が、ユーロ圏の集計値を作成し、国別 GDP の購買力平価評価に基づき、ドイツ分が産出されている。ただし、ドイツでの消費者サーベイは、ドイツの消費者調査企業であるニールセンQ（NielsenIQ、NIQ）により実施されている。同サーベイでは、①過去の財政状況、②将来の財政状況、③将来の一般的な経済状況、④今後12か月間の主要な購入に関する世帯の期待、に対する回答を求めており、消費者信頼感指数は、これらの回答⁵⁸を組み合ね計算によって算出される。

日本、米国、ドイツの CCC 指数



(出所) OECD 資料を基に筆者作成

内閣府消費動向調査

- ◆ 内閣府・消費動向調査は、消費者の暮らし向きに関する考え方の変化や物価の見通しなどを捉えるべく、毎月実施されるアンケート調査である。調査結果は、消費者態度指数として公表されるが、消費者マインドと呼称されることも多い。現在は、以下の項目を調査している。
- ✓ 消費者の意識（暮らし向き、収入の増え方、雇用環境、耐久消費財の買い時判断、資産価値、毎月）
- ✓ 1年後の物価の見通し（毎月）
- ✓ 主要耐久消費財等の保有・買替え状況（3月のみ）
- ✓ 世帯の状況（毎月）

2.個人消費

個人消費は、一部に足踏みが残るもの、持ち直しの動きがみられる。

(金額等)

(前年同期比(%)、[]内は暦前年年比(%)、()内は季調済前期比(%)、< >は季調済前月差(ポイント))

	[2023年] 2023年度	[2023年] 2023年度	[2024年] 2024年度	2024年 4-6月	7-9月	10-12月	2024年 9月	10月	11月	12月
総消費動向指数(CTIマクロ、世帯全体の消費支出総額)										
名　　目	—	[3.9] 2.6	—	(0.8)	(1.0)	—	(0.2)	(0.1)	(0.3)	—
実　　質	—	[0.8] ▲0.3	—	(0.3)	(0.5)	—	(0.2)	(▲0.1)	(▲0.0)	—
名目総雇用者所得	—	[1.7] 1.9	—	(2.3) 4.1	(▲0.3) 3.7	—	(▲0.1) 3.2	(0.6) 3.6	(0.4) 4.4	—
実質総雇用者所得	—	[▲1.9] ▲1.5	—	(1.5) 1.1	(▲0.9) 1.2	—	(0.6) 1.2	(▲0.7) 1.0	(▲0.3) 0.9	—
消費者態度指数	—	—	—	—	—	—	<0.2>	<▲0.7>	<0.2>	<▲0.2>

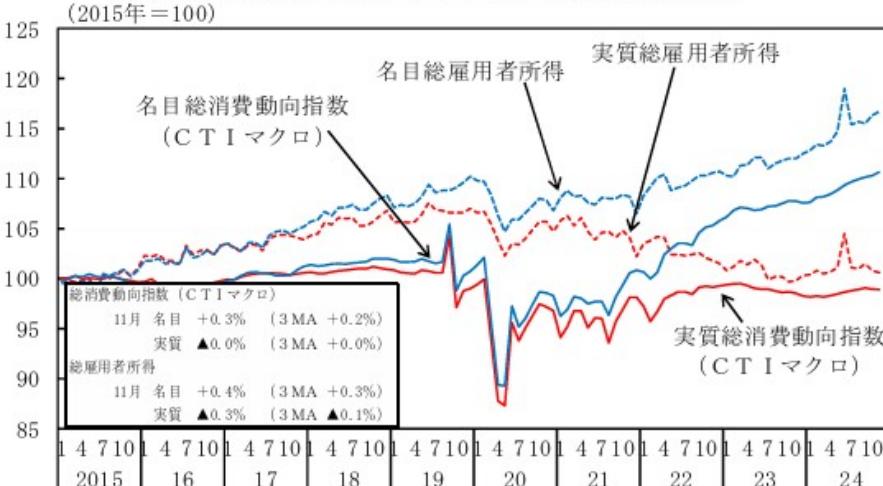
世帯消費動向指数(CTIミクロ、1世帯あたりの消費支出額)

需要側統計	名　　目 (総世帯)	—	[2.5] 1.1	—	(2.8) 2.4	(0.3) 2.8	—	(▲0.4) 4.2	(▲0.2) 0.6	(0.8) 1.8	—
	実　　質 (総世帯)	—	[▲1.2] ▲2.3	—	(1.4) ▲0.7	(▲0.3) ▲0.4	—	(▲0.3) 1.3	(▲1.0) ▲1.9	(0.7) ▲1.5	—
供給側統計	小売業販売額 (商業動態統計、名目)	[163.0兆円] 164.0兆円	[5.6] 4.6	—	(1.8) 2.8	(1.1) 2.1	—	(▲2.2) 0.7	(▲0.2) 1.3	(1.9) 2.8	—
	百貨店販売額 (全店、名目)	[6.0兆円] 6.1兆円	[8.1] 7.3	—	(3.5) 11.9	(▲5.3) 3.5	—	(▲1.6) 1.7	(▲4.3) ▲1.3	(4.8) 2.8	—
	スーパー販売額 (全店、名目)	[15.6兆円] 15.8兆円	[3.3] 3.9	—	(▲0.3) 2.2	(1.4) 2.2	—	(▲2.9) 1.8	(0.3) ▲0.3	(1.5) 3.6	—
	コンビニエンスストア販売額 (全店、名目)	[12.7兆円] 12.8兆円	[4.4] 3.6	—	(▲0.1) 1.0	(▲0.1) 0.7	—	(▲1.3) 0.6	(3.5) 2.0	(▲0.8) 1.9	—
	機械器具小売業販売額 (名目)	[9.8兆円] 10.0兆円	[0.8] 2.8	—	(1.0) 7.5	(1.2) 2.8	—	(▲0.8) ▲0.1	(3.9) 3.4	(▲1.3) 2.5	—
	新車販売台数(登録・届出) (乗用車、軽を含む)	[399.2万台] 380.7万台	[15.8] 5.3	[▲6.7] —	(14.7) ▲6.9	(6.6) 1.2	(▲4.6) ▲3.2	(0.7) 0.8	(2.1) 1.0	(▲6.4) ▲3.9	(▲5.8) ▲7.0

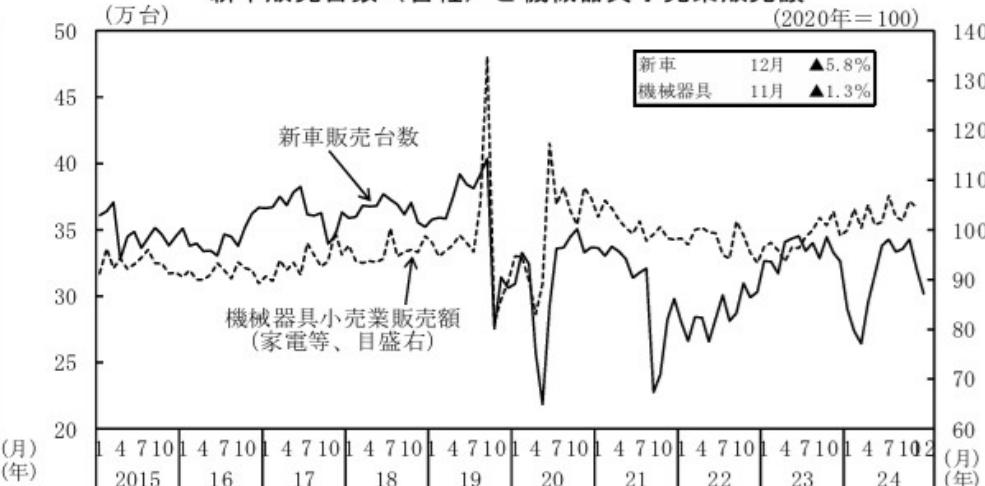
(備考) 1. 総務省「消費動向指数(CTI)」、内閣府「総雇用者所得」、「消費動向調査」、経済産業省「商業動態統計」、日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会により作成。Pは速報値。新車販売台数の季節調整は内閣府による。

2. 総消費動向指数及び世帯消費動向指数の年度、総雇用者所得の暦年、年度及び四半期の数値については、当該期間の単純平均により算出したもの。

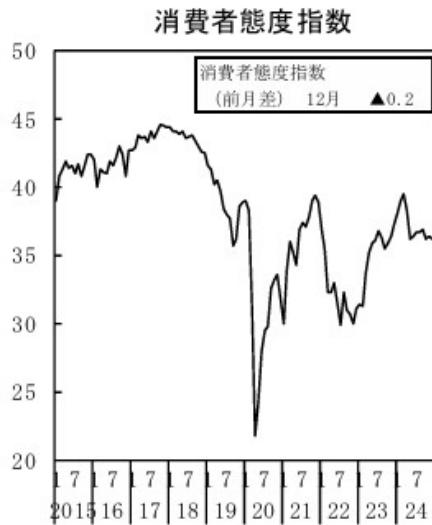
総消費動向指数（C T I マクロ）と総雇用者所得



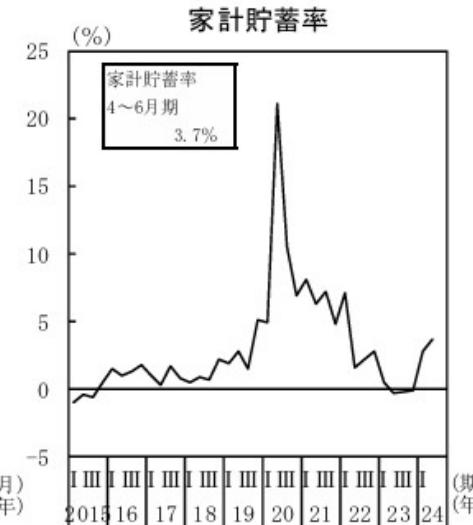
新車販売台数（含軽）と機械器具小売業販売額



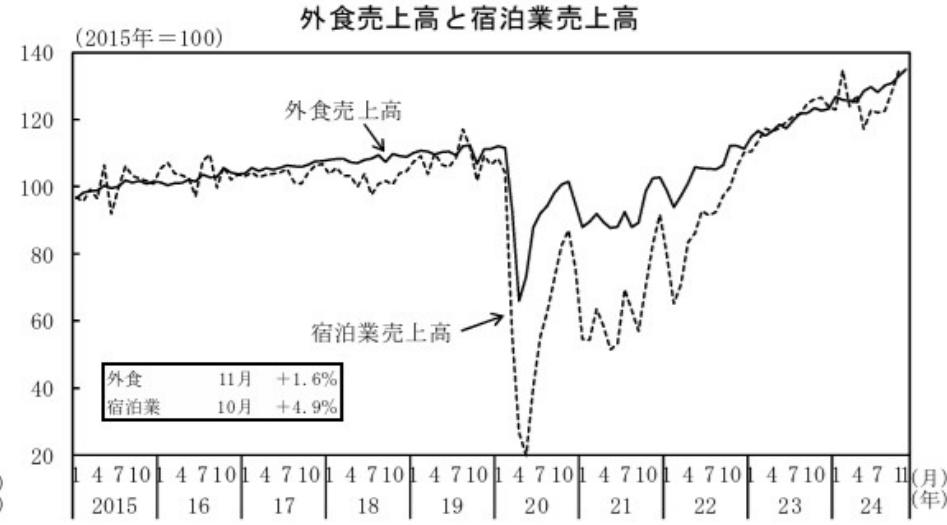
消費者態度指数



家計貯蓄率



外食売上高と宿泊業売上高



（備考）上図：内閣府「総雇用者所得」、総務省「消費動向指数（CTI）」により作成。季節調整値。
下図：内閣府「消費動向調査」、「国民経済計算」により作成。季節調整値。消費者態度指数は二人以上の世帯。

（備考）上図：新車販売台数は、日本自動車販売協会連合会及び全国軽自動車協会連合会により作成。内閣府による季節調整値。ナンバーベース。機械器具小売業販売額（名目）は、経済産業省「商業動態統計」により作成。季節調整値。

下図：外食売上高（名目）は、日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」により作成。内閣府による季節調整値。宿泊業売上高（名目）は、総務省「サービス産業動向調査」により作成。2024年8月以降は速報値。内閣府による季節調整値。

金融政策決定と 景気・物価判断指標

日本銀行が独自に提供している指
標

基調的なインフレ率を捕捉するための指標

◆ 消費者物価 CPI のうち変動が激しく且つ一時的なものを除く

- 日本：CPI コア指標 – CPI 除く生鮮食品：見通しの対象
- 日本：CPI コアコア指標 – CPI 除く生鮮食品・エネルギー
- 米国では CPI コア指標 – CPI 除く食料エネルギー：見通しの対象

◆ 分布情報を活用

- 日本：刈り込み平均値、上昇・下落品目率
- 米国：刈り込み平均値、加重中央値、上昇・下落品目率等々

基調的なインフレ率を捕捉するための指標

◆ ① トレンドの捕捉力、②先行きの基調的な変動の予測力という 2 つの観点から、その時間を通じた安定性の統計的検証を行うと、CPI コア（除く生鮮食品）と刈り込み平均値が良好な結果をもたらした。

- 1992 年から 2014 年までのデータ
- 出所 白塙和典「消費者物価コア指標のパフォーマンスについて」日銀レビュー 2015-J-12

◆ 他方、景気変動との関係を見ると、除く生鮮食品・エネルギーをはじめ変動の大きな品目を予め控除したコア指標は、需給ギャップとの連動性が相対的に高い。これに対して、最頻値や加重中央値といった分布のシフトを表すコア指標は粘着的で、需給ギャップとの関係も弱い。

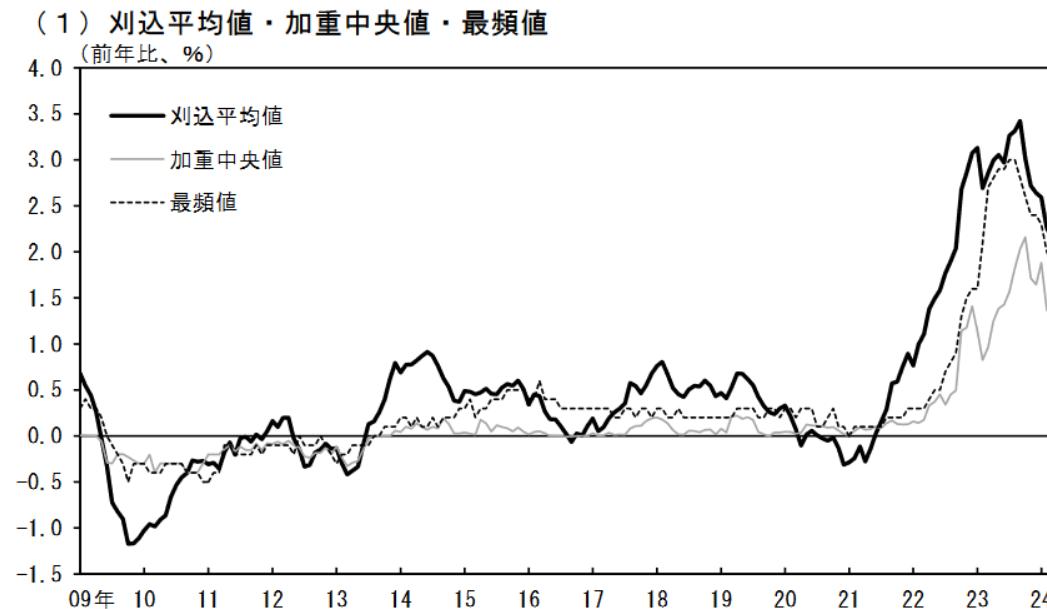
- 1985 年から 2015 年のデータ
- 出所 川本他「消費者物価コア指標とその特性」日銀レビュー 2015-J-11.

◆ しかしコロナ禍後の動きは、（政策に起因する）特殊要因と供給側要因（輸入インフレー賃金インフレ）の影響の大きさを示唆

基調的なインフレ率を捕捉するための指標

◆ 7月23日ー全国 CPI 公表から二営業日後

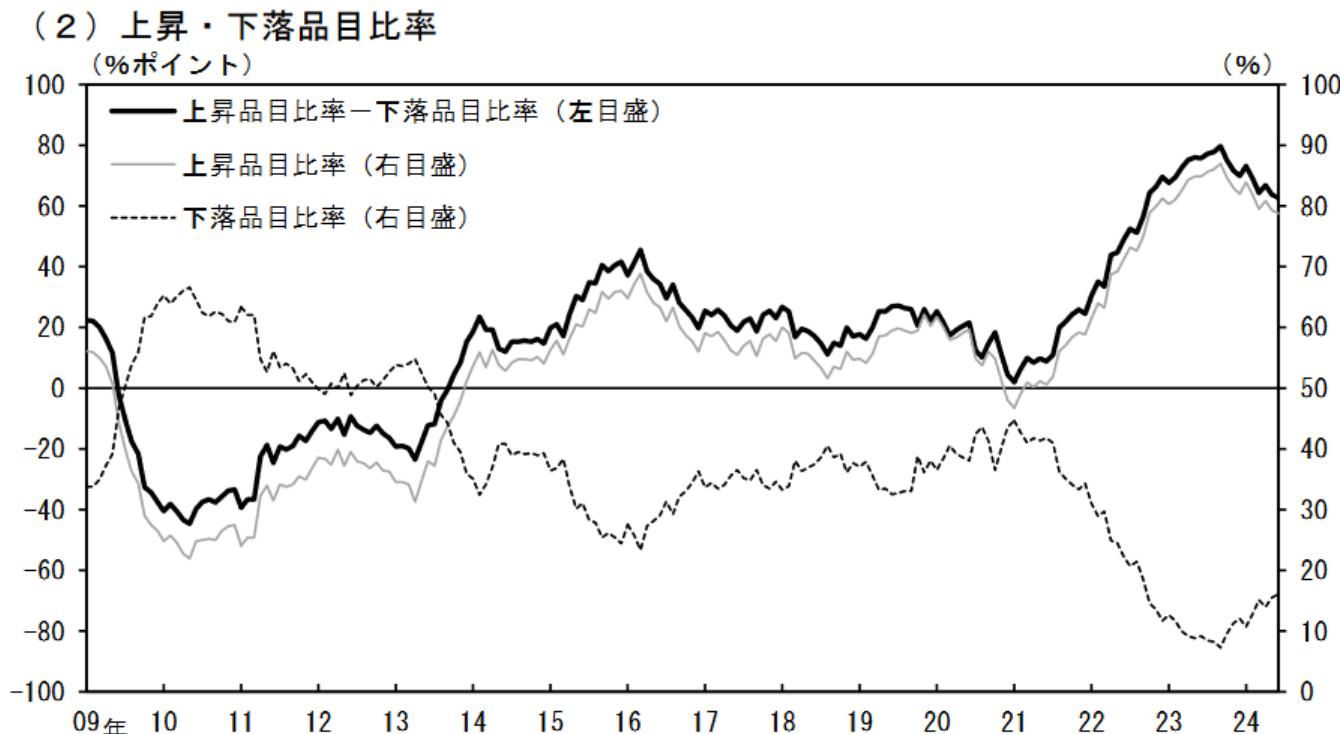
消費者物価の基調的な変動



- (注) 1. 消費者物価指数は、消費税率引き上げ・教育無償化政策、旅行支援策の影響を除く（2020/4月以降は、高等教育無償化等の影響も除いた日本銀行調査統計局の試算値）。
- 下の図表も同じ。
2. 戻込平均値は、品目別価格変動分布の両端の一一定割合（上下各10%）を機械的に控除した値。加重中央値は、価格上昇率の高い順にウェイトを累積して50%近傍にある値。最頻値は、品目別価格変動分布において最も頻度の高い価格変化率。

基調的なインフレ率を捕捉するための指標

◆ 7月23日－全国 CPI 公表から二営業日後



(注) 上昇・下落品目比率は、前年比上昇・下落した品目の割合。総合（除く生鮮食品）。

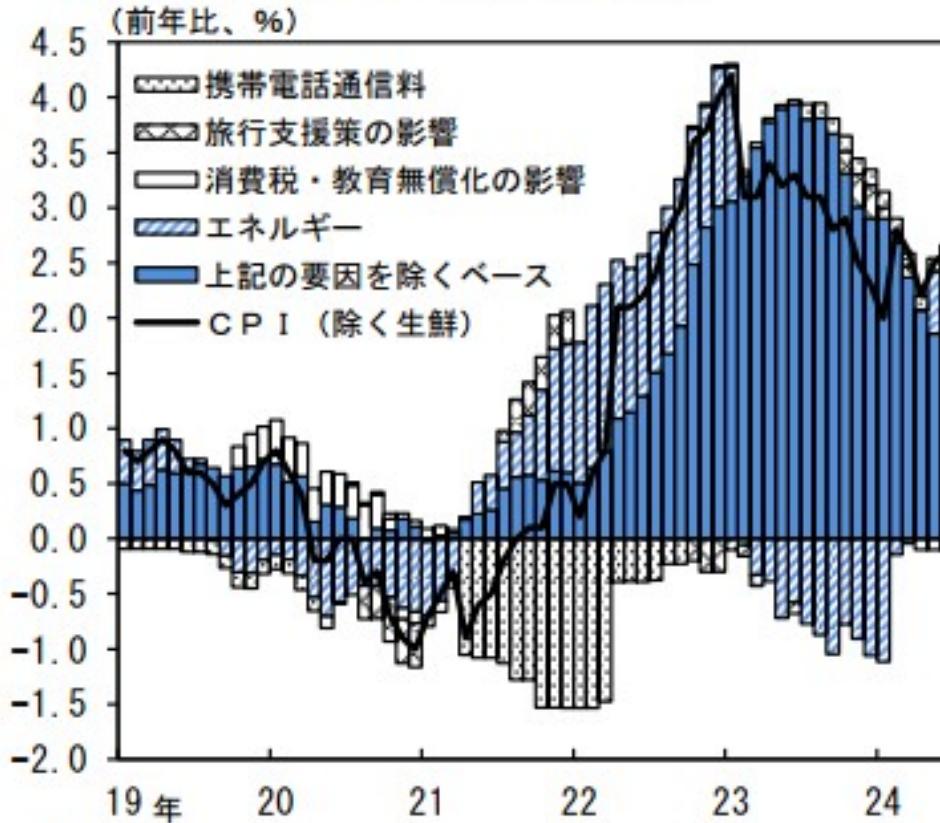
(出所) 総務省

基調的なインフレ率を捕捉するための指標

◆ CPI（除く生鮮）

- 展望レポート 8月 1
p25
 - ◆ 特殊要因の重要性

図表34：CPI（除く生鮮）



(注) 1. エネルギーは、石油製品・電気代・都市ガス代。
2. 2020/4月以降の消費税・教育無償化の影響は、高等教育無償化等の影響も加味した日本銀行スタッフによる試算値。

基調的なインフレ率を捕捉するための指標

- ◆ CPI（除く生鮮・エネルギー）
 - 展望レポート 8月 1 p26

図表38：CPIと需給ギャップ



(出所) 総務省、日本銀行

(注) 1. CPIは、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いた日本銀行スタッフによる試算値。
2. 需給ギャップは、日本銀行スタッフによる推計値。

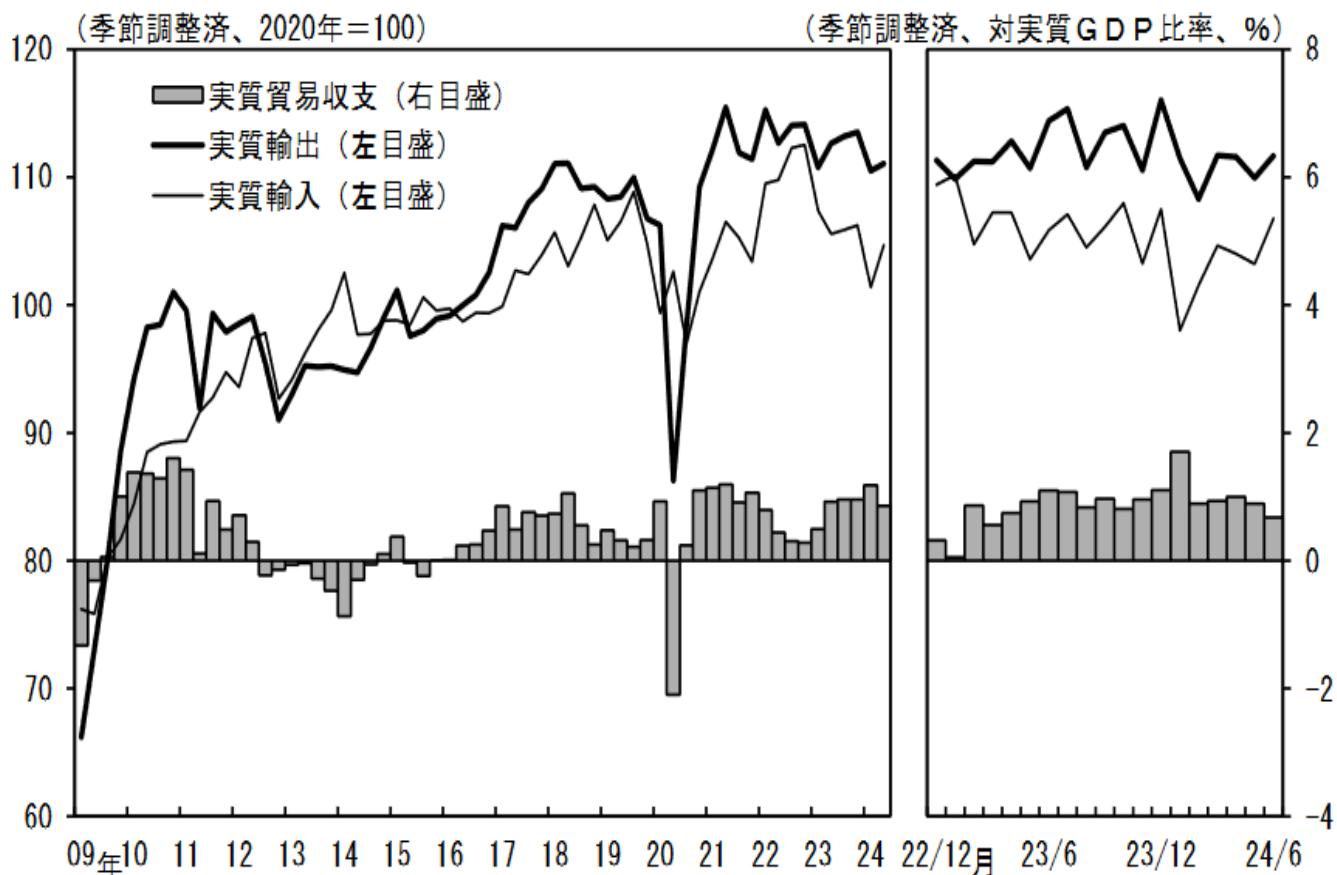
実質輸出・実質輸入

- ◆ 実質輸出・実質輸入とは
- ◆ 実質 GDP における輸出入と同じ考え方に基づいて、財の輸出入を物価変動の影響を除いた実質的な価値ベースで計測した指標
- ◆ 実質輸出・実質輸入（対世界合計）の長期時系列をメイン系列
 - 2020 年 = 100 , 1975 年以降
- ◆ 財別実質輸出、地域別実質輸出を参考系列
 - 2020 年 = 100 , 2000 年以降
- ◆ 実質貿易収支（対実質 G D P 比率）を参考系列、として公表
 - 出所 萬他「実質輸出入の見直しと活用のポイント」調査レポート 2017 年 4 月

実質輸出・実質輸入

7月 23

(1) 実質輸出入



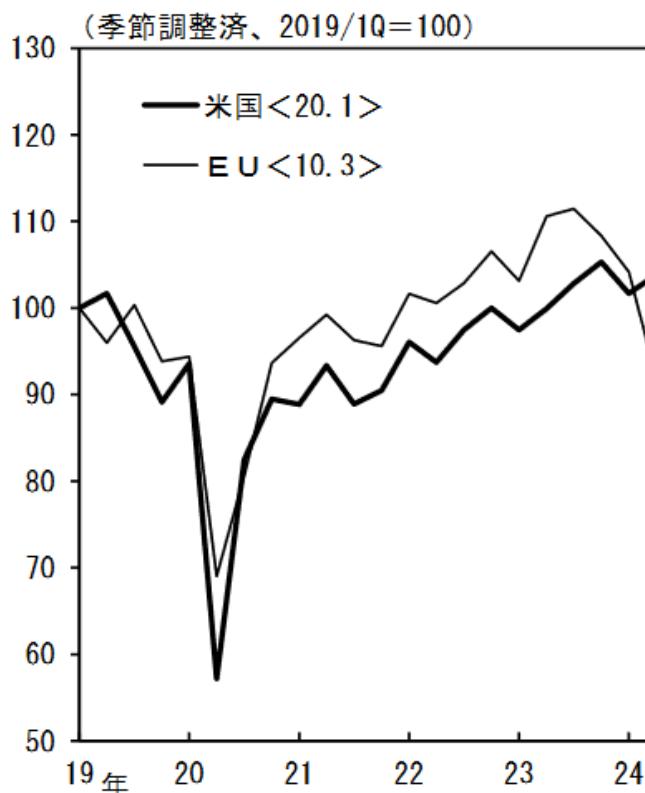
(注) 実質貿易収支 (対実質GDP比率) の2024/4月以降は、2024/1~3月の実質GDPを用いて算出。

実質輸出・実質輸入

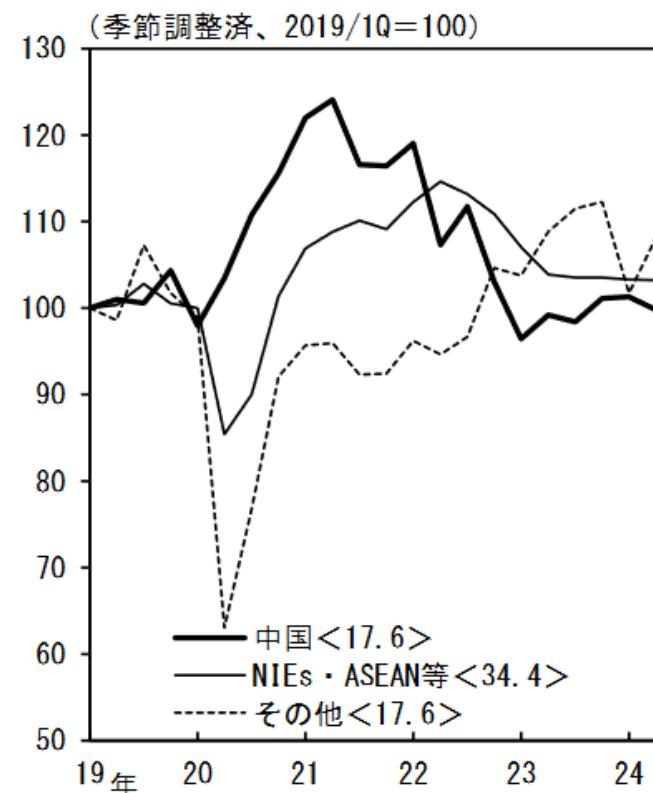
7月23

(2) 実質輸出の主要国・地域別内訳

①先進国



②新興国・資源国



(注) 1. <>内は、2023年通関輸出額に占める各国・地域のウェイト。

2. EUは、全期間において、英国を含まない。

(出所) 財務省、日本銀行、内閣府

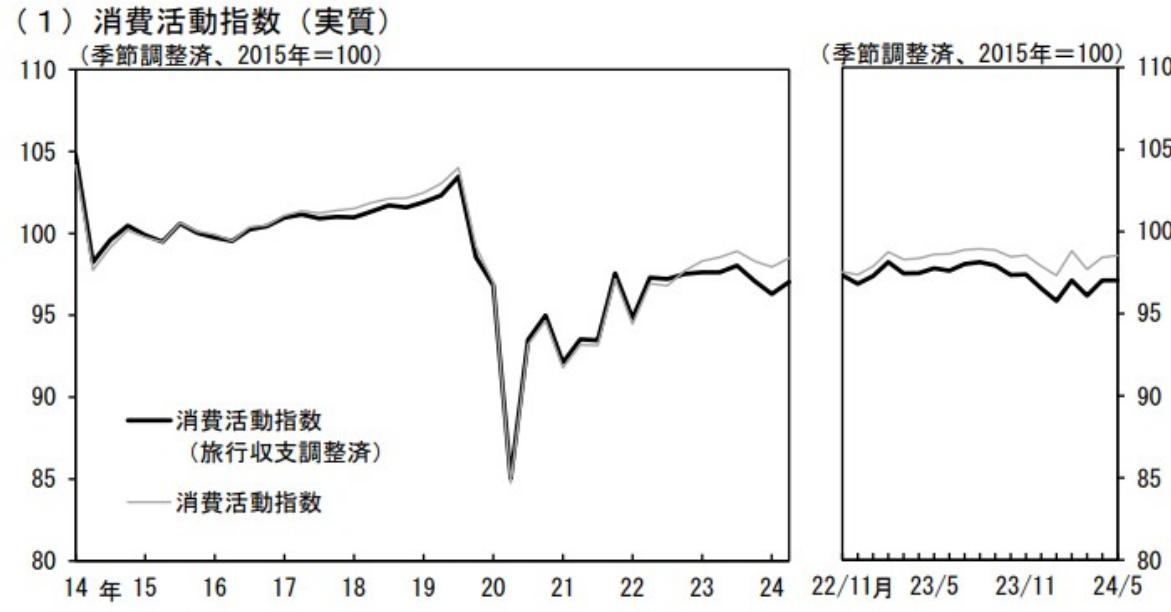
消費活動指標

- ◆ 月次や四半期といった短期的な消費活動を把握するための指標
- ◆ 国民経済計算・年次推計の「家計消費」と同様の動きをするように構成
- ◆ しかし国民経済計算・年次推計の家計消費と異なり、速報性を持つ
 - 公表までのラグ 1ヶ月 5営業日（翌々月月初第5営業日午後2時）
- ◆ 財とサービスに関する各種の販売・供給統計を基礎統計とする
- ◆ 需要側統計（家計統計）と比較してサンプルに起因する統計の振れが小さい
- ◆ 各種のマインド指標との相関も高い
- ◆ 機動的な隨時見直し－新しいデータを取り込む
- ◆ “消費活動指標+”：JGB消費Nowを取り込んでEコマースでの消費を把握
 - 国民経済計算・年次推計=旧 国民経済計算・確報
 - 「家計消費」=>「家計最終消費支出（除く持ち家の帰属家賃）」
 - 出典 日本銀行「消費活動指標について」

消費活動指數

◆2024年7月5

消費活動指數



- (注) 1. 消費活動指數（旅行収支調整済）は、除くインバウンド消費・含むアウトバウンド消費。
2. 直近月の補外推計には、前月の値を利用。2024/2Qは、4~5月の値。下の図表も同じ。

消費活動指数

◆ 家計統計が家計消費を代表していないことは官庁側でも認識

◆ **世帯消費動向指数** (CTI(Consumption Trend Index) ミクロ)

- ◆ 世帯消費に関する三調査（家計調査、家計消費状況調査及び家計消費単身モニター調査）を統計的に合成して得られた消費支出（平均月額）を元に、基準年を100とする指数を毎月作成。（2017年1月から）

◆ **総消費動向指数** (CTI (Consumption Trend Index) マクロ)

- ◆ 「GDP統計の家計最終消費支出の季節調整値」を目的変数とする説明変数系列を推定するために、AIC（赤池情報量規準）に基づき、最適な公的統計を選択した。名目値及び実質値について、現在選択している公的統計は、それぞれ3種類である。
- ◆ 共にCTIミクロを含むが、他の二統計はそれぞれ違う。この三統計を使って時系列分析等の統計的手法を用いて月次の消費支出総額を求める。（2002年1月から）

◆ 発表は2ヶ月と1週後一家計調査と同時 ----- 速報性なし

◆ 利用は進まず

需給ギャップと潜在成長率

◆ 需給ギャップとは

- 一国全体の財・サービス市場において「総需要（実際のGDP）」が、景気循環の影響を均してみた「平均的な供給力（潜在GDP）」からどの程度乖離しているかを示す指標
- 生産要素市場からみると、需給ギャップは労働と資本の稼働率の平均水準からの乖離に等しい

◆ 潜在成長率とは

- 潜在GDPの成長率
- 生産要素市場からみると、潜在成長率は労働と資本の投入量の平均的な伸びと、それらの利用効率である全要素生産性（TFP）の伸びの和に等しい

- 出所 川本他「需給ギャップと潜在成長率の見直しについて」調査レポート 2017年4月

需給ギャップと潜在成長率

◆ 需給ギャップ日銀推計の特徴

- GDP を使用せず、生産要素である労働と資本の稼働率から直接推計
 - ◆ ただし、各生産要素の稼働率ギャップを加重平均する際に用いる労働分配率は、GDP 統計に基づく値となっている
 - ◆ Cobb-Douglas 型生産関数を仮定 – GDP の労働投入に対する弾力性は労働分配率に等しい。この関係を使う。

◆ 他中銀、日本内閣府では、

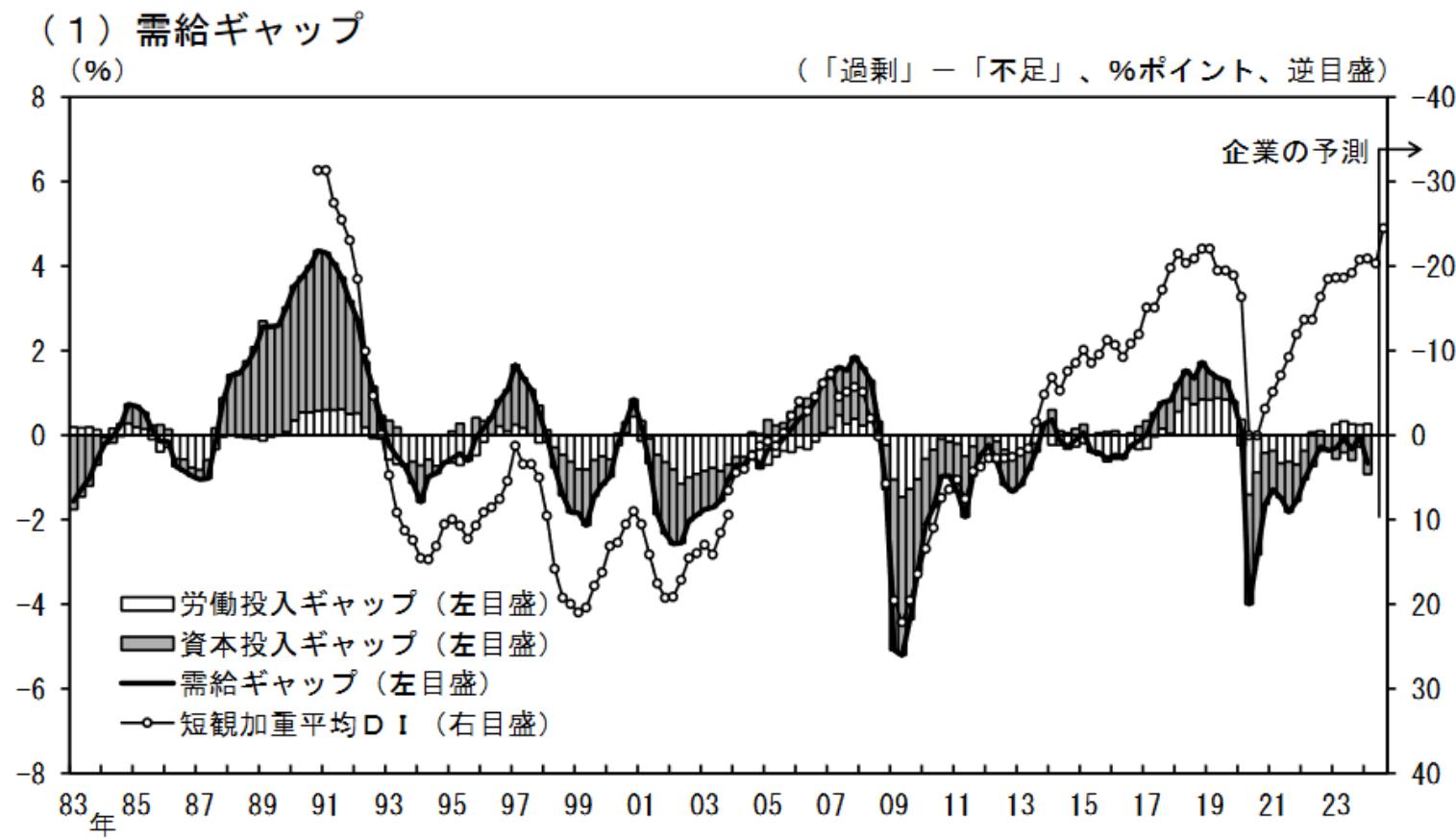
- まず潜在 GDP を推計した上で、実際の GDP との乖離を需給ギャップとして推計

◆ 日銀調査統計局では

- ①観察される生産要素の関連データから、労働投入ギャップおよび資本投入ギャップを推計したあと、②これら2つのギャップを分配率で加重平均することにより、需給ギャップを計算する。
- 最後に、労働と資本の平均投入量の成長率、および別途推計により求めた TFP のトレンド成長率を加重平均して潜在成長率を計算する
- 利点：需給ギャップの推計に GDP の改定の影響を受けない

需給ギャップと潜在成長率

◆2024年7月3日公表



需給ギャップと潜在成長率

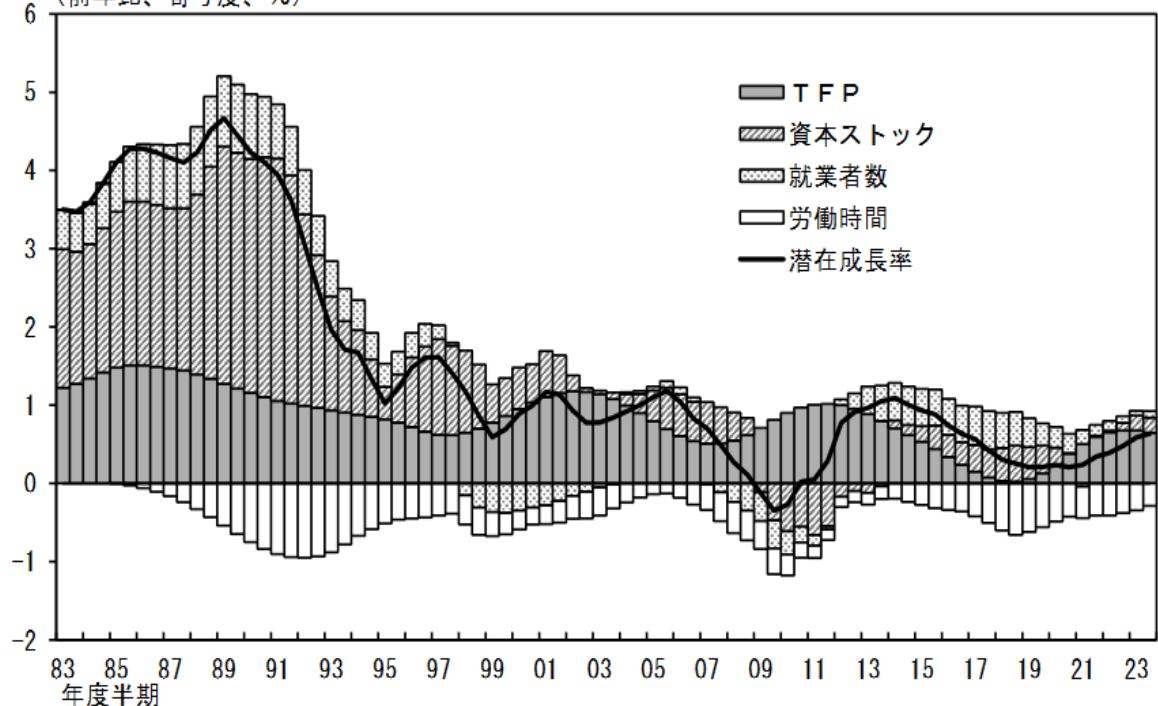
2024年7月3日
公表

8月1日展望レポート

- 潜在成長率は、「働き方改革」に伴う労働時間トレンドの低下などは引き続き進んでいるものの、全要素生産性（TFP）の伸び率が緩やかに高まっているもとで、**足もとでは0%台後半で推移している**とみられる（図表3）。
- 先行きについては、就業者数の増加余地は縮小していくものの、①デジタル化の進展やそれに伴う資源配分の効率化、人的資本投資の拡大などを背景に、TFPの伸びが続くもとで、②働き方改革の影響一巡を受けて労働時間が減少から下げ止まりに向かい、③資本ストックも伸びを高めていくことから、**潜在成長率は緩やかに上昇していく**と想定している。

(2) 潜在成長率

(前年比、寄与度、%)



(注) 1. 需給ギャップおよび潜在成長率は、日本銀行調査統計局の試算値。

2. 短観加重平均DI（全産業全規模）は、生産・営業用設備判断DIと雇用人員判断DIを資本・労働分配率で加重平均して算出。なお、短観の2003/12月調査には、調査の枠組み見直しによる不連続が生じている。

(出所) 内閣府、日本銀行、総務省、厚生労働省、経済産業省

共通する特徴：官庁統計との比較

- ◆速報性と安定性：景気判断には重要
- ◆分かり易さ：再現可能性
- ◆柔軟性：見直しが機動的で頻度が高い