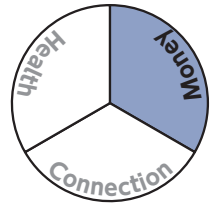


# 資源高で「下がる」物価指標とは？



経済調査部 副主任エコノミスト 大柴 千智 (おおしば ちさと)

## 消費者物価指数とGDPデフレーター

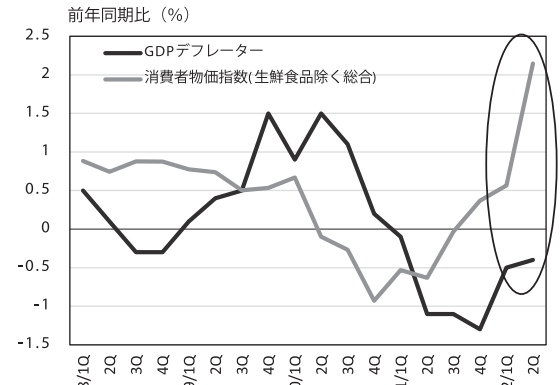
消費者物価指数が、今年4月以降、世界的な資源高を背景に前年比+2%を超える推移が続いていることで、日本国内でもインフレに関する議論が取り沙汰されています。その一方、もうひとつの重要な物価指標であるGDPデフレーターは、依然としてマイナス圏での推移となっており、二つの指標は大きく乖離しています(資料1)。両者の違いはなぜ生まれているのでしょうか？。

## 「ホームメイド」な物価上昇を表すGDPデフレーター

GDPデフレーターは、名目GDPと実質GDPの比で表されます。GDPは国内で生産した付加価値の合計ですから、輸入は控除されます。これは、原油高のような海外発の価格上昇によって輸入額が増加した時、名目GDPが減少し、GDPデフレーターの押し下げ要因となることを意味します。輸入価格の上昇が物価指標の押し下げ要因となることに違和感があるかもしれませんが、次のように考えることができます。すなわち、輸入価格上昇の一方で、輸入コスト増加分がすべて商品に価格転嫁されれば、最終的な消費額も増加するはずですが、そのため、輸入価格上昇によるマイナス分は相殺され、GDPデフレーターは不変となります。一方で、もし価格転嫁が不十分な場合には、GDPデフレーターは下落することになります(資料2)。こうしたことから、GDPデフレーターは「ホームメイド・インフレ(国内主導の物価上昇)」を示す物価指標と呼ばれます。

いま、世界的な資源価格高騰で輸入物価は大幅な上昇が続いており、消費者物価はこれを反映して高い上昇が続いています。一方で、GDPデフレーターはマイナスの推移が続いていることから、足元の物価基調は輸入インフレに留まり、国内における需給バランスの改善による自律的な物価上昇は実現していないことが読み取れます。実際に、経産省が中小企業に向けて行った調査では、コスト上昇分の3割以下しか価格転嫁できていないとする企業が過半数をしめており、国内価格へ波及は十分に進んでいるとは言えません(資料3)。景気が十分に回復していない中では、消費者の値上げに対する抵抗感も強く、国内企業の値上げ行動が難しいという課題の表れとも言えるでしょう。このように、物価の基調を正しく判断する上ではGDPデフレーターに注目することも重要です。

## 資料1 消費者物価指数とGDPデフレーター



(出所) 総務省「消費者物価指数」、内閣府「国民経済計算」より第一生命経済研究所作成

## 資料2 GDPデフレーターの考え方

$$\text{GDPデフレーター} = \frac{\text{名目GDP}}{\text{実質GDP}}$$

輸入価格が上昇したとき (数量は一定)

- ① 価格転嫁が十分に行われれば、輸入コスト増加分だけ最終的な消費額も増加。名目GDPは不変 = GDPデフレーターも不変

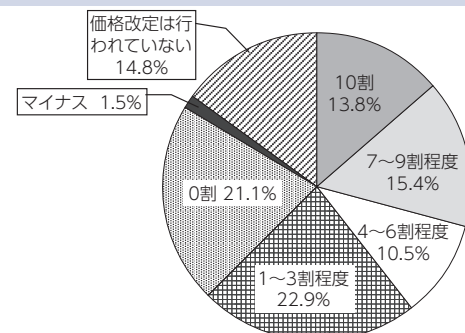


- ② 価格転嫁が不十分なとき、輸入コストの増加で企業収益悪化などを通じて、名目GDPは減少 = GDPデフレーターも減少



(出所) 第一生命経済研究所作成

## 資料3 企業の価格転嫁の動向



※「直近6カ月間の全般的なコスト上昇分のうち、何割を価格に転嫁できたか」に対する回答を集計。回答数25,575件。調査実施期間2022年5月11日~6月17日。  
(出所) 経済産業省「価格交渉促進月間フォローアップ調査の結果について」より第一生命経済研究所作成