

# 中小企業動向 トピックス

## 最近の企業物価・消費者物価の動向

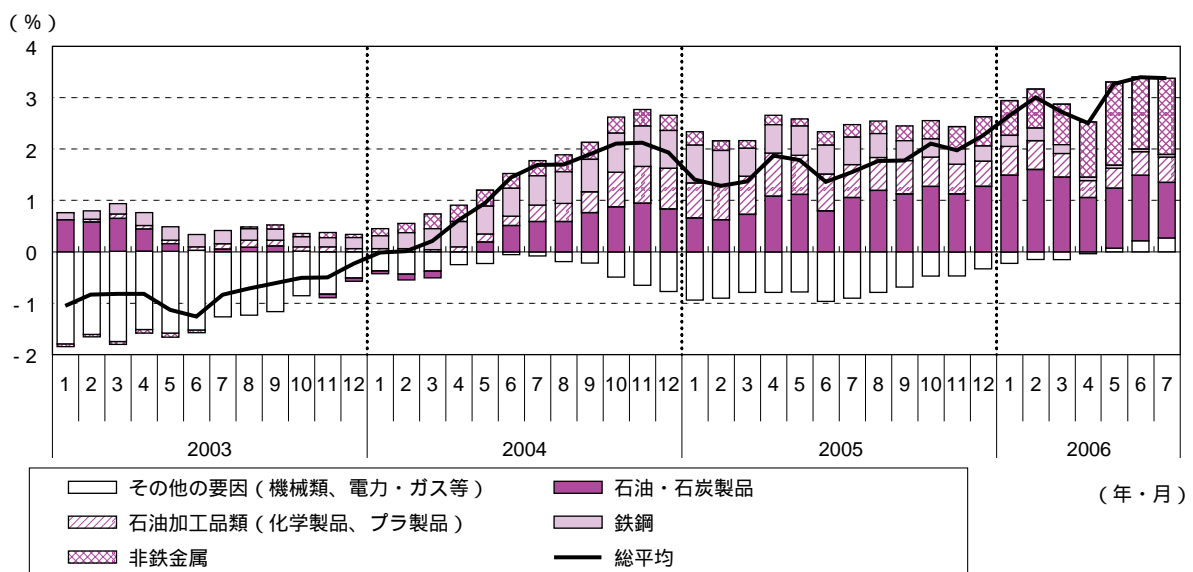
企業物価指数は2004年以降、大幅な前年比プラスの状態が続いている。中国を中心とした世界的な需要の高まりによる原油、鉄鋼、非鉄金属などの国際価格高騰が要因となっている。

消費者物価指数は1998年以降、「デフレ」の状態が続いていたが、2005年11月に前年比プラスとなった。景気回復を背景に、サービス価格の値上げや原油高の小売価格への転嫁が押し上げに働いている。

### 企業物価は大きなプラスが続く

企業間で取引される商品価格に焦点を当てた企業物価指数は、2004年以降、大幅な前年比プラスが続いている。今年6、7月にはさらに上昇幅が拡大し、プラス3.4%となっている。その内容をみると、国際商品市況の高騰を背景とした、燃料油などの「石油・石炭製品」、化学工業製品・プラスチック製品などの「石油加工品類」や「鉄鋼」、「非鉄金属」の値上がりが企業物価の押し上げに寄与している。

(図表1) 企業物価指数・前年同月比寄与度の推移



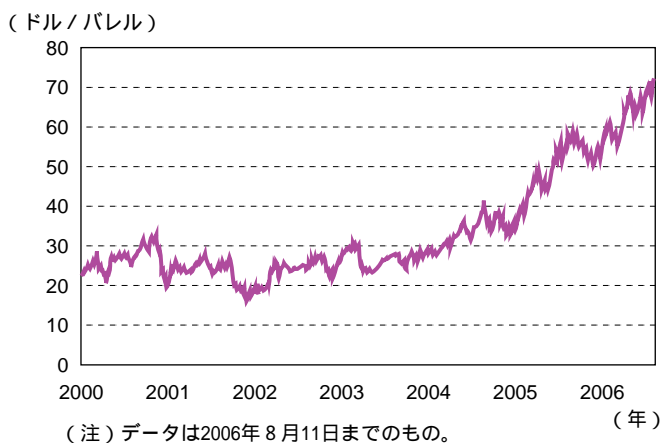
(資料) 日本銀行「企業物価指数」

### 原油価格は過去最高値の更新が続く

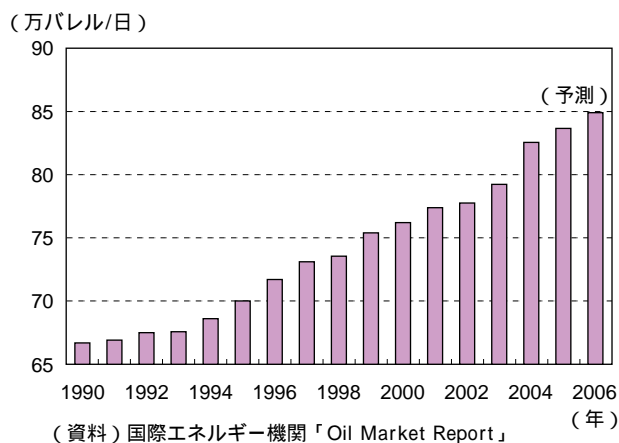
日本の輸入原油の約9割を占める中東産ドバイ原油価格は、2004年までは1バレル25ドル前後で推移していたが、それ以降急上昇している。今年8月8日には1バレル72.3ドルと過去最高値を記録した。原油価格が急騰している要因としては、世界的な景気回復に伴い、アメリカ・中国を中

心に原油需要が増加し続けていること、現在は供給が需要を上回っているものの、その供給能力は中国をはじめとした需要の急速な高まりにもかかわらず、OPEC<sup>1</sup>等の開発投資の停滞によりほぼ一定の水準で推移しており、将来の供給見通しが不透明であること、将来の値上り益を期待した投機的資金が原油市場に流入していることなどがあげられる。また、最近ではイラクやサウジアラビアなどでのテロの頻発、イラン核開発問題に伴う原油輸出禁止などの経済制裁措置への懸念、イスラエルのレバノン空爆による中東情勢の悪化といった、産油国の「地政学リスク」による供給不安も原油相場を押し上げている。

(図表2) 中東産ドバイ原油価格の推移



(図表3) 石油の世界需要の推移

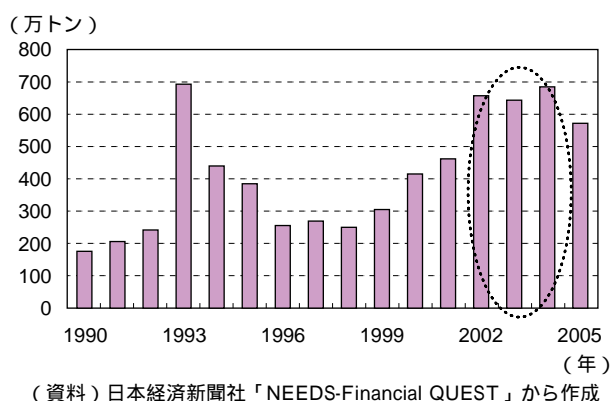


## 鉄鋼・非鉄金属の押し上げも大きい

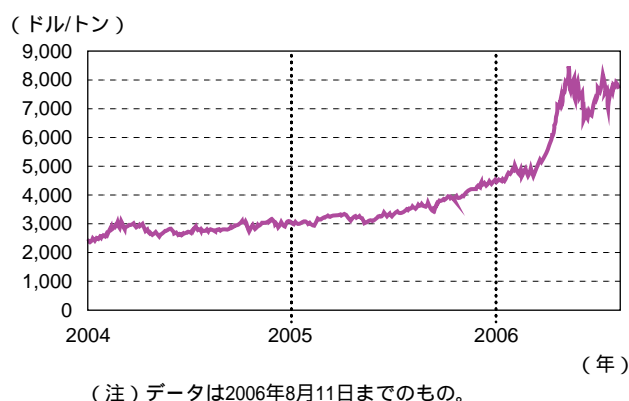
2004年から2005年にかけては、鉄鋼の高騰も企業物価の押し上げに働いている。2008年の北京五輪、2010年の上海万博に向けて高速道路などのインフラやマンションの建設ラッシュに沸く中国を中心とした世界的に旺盛な需要を背景に、建設向けなどに使われるH形鋼等の輸出価格が上昇、それに伴い国内価格も上昇した。また、自動車など機械産業からの引き合いも強い。

2006年に入ってから非鉄金属、特に銅関連製品の寄与が大きくなった。国際指標であるロンドン金属取引所(LME)の銅先物価格は2005年後半以降、過去最高値を更新し続けている。電線や電子部品などの材料として世界的に需要が拡大していることに加え、鉱山開発の遅れやインドネシア、ペルーなどでの鉱山事故・ストライキによる供給不安から需給が引き締まっている。また、原油市場と同様に、投機的資金の流入が相場を実勢以上に押し上げているといわれている。このような国際価格急騰を受けて国内の伸銅品、銅電線などの価格も上昇を続けている。

(図表4) 中国への鉄鋼輸出量の推移



(図表5) LME銅先物価格の推移

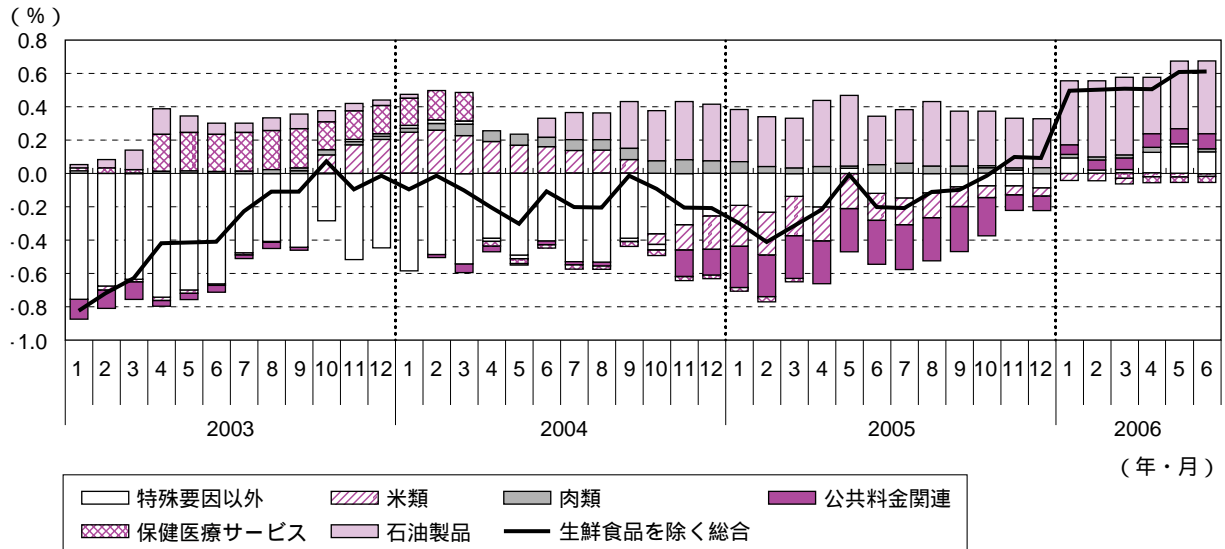


<sup>1</sup> 石油輸出国機構。サウジアラビア、イラン、ベネズエラなど11の主要な石油産油国が加盟している。

## 消費者物価はマイナスからプラスへ

消費者物価指数は1998年から約7年にわたって下落し続けてきたが、2005年11月以降、8ヶ月連続で前年比プラスとなっている。品目別にみると、2004年初めは1リットル100円であったレギュラーガソリン価格が今年8月には湾岸戦争時以来の140円台となるなど、「石油製品」の値上がりが消費者物価の押し上げに大きく働いている。しかし、プラス転換に直接寄与したのは、特定の押下げ要因の影響一巡と日本経済の回復である。

(図表6) 消費者物価指数・前年同月比寄与度の推移



(注) 2006年7月の消費者物価指数から2005年基準が適用されるが、本稿では2000年基準の指数を用いている。  
(資料) 総務省「消費者物価指数」

## 『特殊要因』の剥落がプラス転換を導く

消費者物価指数が2005年11月に前年比でプラスに転換したのは「米類」及び「公共料金関連」のマイナス幅縮小の効果が大きい(図表6)。

「米類」の価格は冷夏による不作で2003年秋から上昇したが、2004年は平年並みの作況で価格も落ち着いたことから、“前年比”では大幅に下落することになった。2005年秋になってようやくその影響が一巡し、マイナス寄与が剥落した。

次に「公共料金関連」であるが、2004年10月の東京電力に始まり、2005年7月まで順次行われた電力会社10社の電気料金の値下げと、2004年末からの日本テレコム、NTT、KDDIによる固定電話料金の引き下げ競争により、2004年10月から1年にわたり大きくマイナスに働いていたが、影響がほぼ一巡した2005年11月にはマイナス寄与が大きく縮小した。2006年1月には電力・ガス会社の燃料費調整制度<sup>2</sup>による料金値上げもあり、逆にプラスに寄与することとなった。

以上のような、天候との関連や制度変更に伴う『特殊要因』の剥落が消費者物価のプラス転換に寄与した。今後についても、10月の70歳以上の高所得者の医療費自己負担引き上げや、11月までに導入予定の携帯電話の番号ポータビリティ制度<sup>3</sup>に伴う携帯電話各社の値下げ競争などの要因が消費者物価に少なからず影響を与えることになる。

<sup>2</sup> 原油・液化天然ガス・石炭の燃料費が為替レートや価格の変動により上昇あるいは低下した場合、それに応じて一定の基準により自動的に電気・ガス料金を調整する制度。

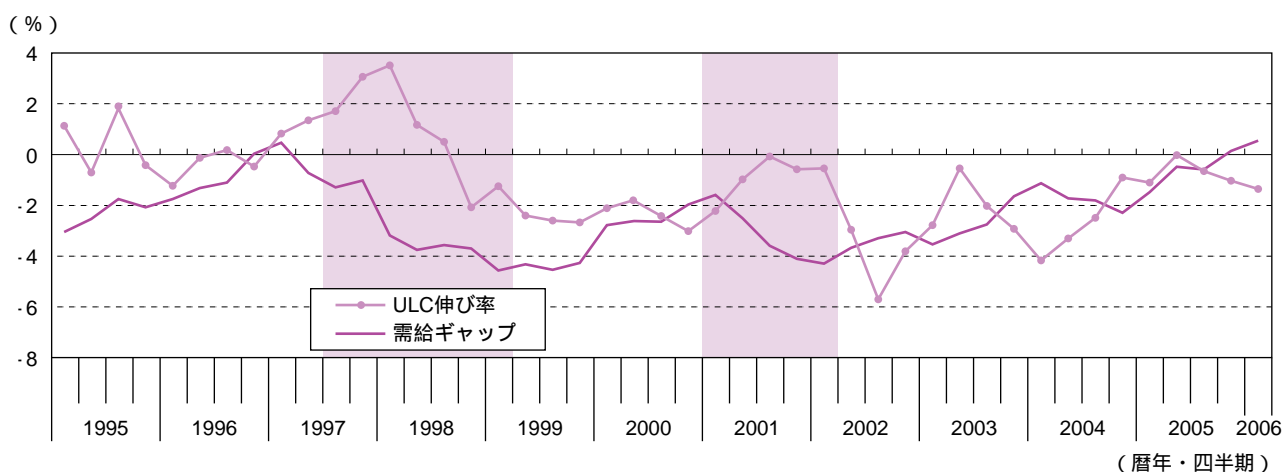
<sup>3</sup> 利用者が契約する携帯電話事業者を変えても、同じ電話番号をそのまま使えるようにする制度。

## 景気回復に伴う値上げによりプラス幅が拡大

原油高騰による石油製品の値上がり、米類、公共料金などの『特殊要因』を除いたモノやサービス価格も下落傾向に歯止めがかかってきた（図表6の白抜き「特殊要因以外」部分）。2003年初めにはマイナス0.8あった押下げ寄与が2005年にはマイナス0.2程度まで縮小、2006年に入ってからには小幅ながらプラスに転じている。その効果もあり、消費者物価全体のプラス幅は徐々に拡大している。品目別にみると、サービス価格の値上がりが目立ってきている。例えば、日本マクドナルドが5月に既存メニューの6割を値上げするなど、外食産業で客単価が上昇し、ホテル等の宿泊代など教養娯楽サービス価格も上昇してきている。また、近畿日本ツーリストやJTBなどの旅行会社が航空運賃の上昇を背景に、外国パック旅行料金を引き上げるなど、原油高の転嫁等の動きがエネルギー関連項目以外の財・サービスにも広がりつつある。クレシアや大王製紙など家庭紙メーカー各社は、重油など原燃料コストの上昇を受けて、7月下旬から8月にかけてティッシュペーパー、トイレットペーパーを値上げすると打ち出した。

こうしたサービス価格の値上げや原油高の販売価格への転嫁が可能となった背景には、総需要の回復がある。需給ギャップは2005年10～12月期から2期連続で需要超過に転じており、企業が値上げをしやすい環境が整いつつあると考えることができる。また、生産1単位あたりの人件費を表すユニット・レーバー・コスト（ULC）は生産性上昇に伴い低下を続けているものの、賃金が上昇に転じていることから、マイナス幅は縮小基調にある。景気回復の持続に伴い需給ギャップが改善してきており、人件費上昇分を価格へ転嫁する動きが今後広がっていくことが予想されることから、消費者物価は引き続きプラスで推移する公算が大きいものと思われる。

（図表7）需給ギャップとULC伸び率の推移



（注1）シャドー部分は景気後退期

（注2）需給ギャップ＝（現実のGDP - 潜在GDP）／潜在GDP。データは内閣府の試算値。

（注3）ユニット・レーバー・コスト（ULC）＝常用雇用指数×現金給与総額指数／全産業活動指数

（資料）厚生労働省「毎月勤労統計調査」、経済産業省「全産業活動指数」

（板野 聡人）

「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：中小企業金融公庫 総合研究所 ホームページ <http://www.jasme.go.jp/>