

II 昭和40年代の労働経済

3 物価上昇と賃金・所得構造

(1) 物価変動の特徴

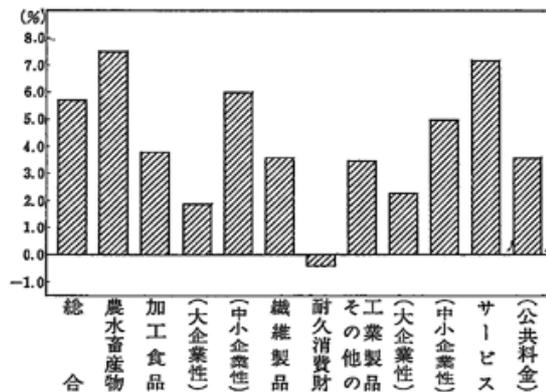
近年におけるわが国の物価上昇の特徴は・消費者物価の上昇が著しい反面、卸売物価、輸出物価が安定しているなど各種物価指数間の変化の差が大きいこと、各物価内部でも品目別の価格変化の相違が大きいことの2点に要約される。

昭和35年～42年(1960～67年)間のGNPデフレーターは年率4.8%の上昇となつたが、これを指数別にみると、卸売物価指数0.9%増、輸出物価指数が0.5%減と保合しないし微落を示す一方、消費者物価指数は5.7%増と大きな上昇を示している。また、消費者物価の内部では農水畜産物、中小企業製品、サービスの急上昇に対し耐久消費財は安定している(第46図)。

このような各種物価指数間の変化の相違、各物価内部での品目別の価格変化の差は、成長経済下にある諸外国にもみられるが、日本ではそれがとりわけ著しい。以下、この点についての日本の物価変動の特徴を国際比較によって明らかにしてみよう。

第46図 特殊分類別消費者物価上昇率

第46図 特殊分類別消費者物価上昇率 (35～43年)
(人口5万以上の都市) (年率 %)



資料出所 総理府統計局「小売物価統計」

まず、各物価指数間の変動の相違を消費者物価と卸売物価についてみると、わが国の両者の変動差は外国に比べてかなり大きい。1960～67年の両指数の上昇率のポイント差をみると、日本4.8、イタリア2.3、西ドイツ2.0、イギリス1.2、アメリカ0.9(各ポイント)と日本がとりわけ大きくなっている。

日本の変動差が大きいのは、卸売物価が安定的であったのに対し、消費者物価の上昇テンポが極めて急速であることによるものである。一方、変動差の最も小さいアメリカは両指数とも比較的安定しており、またイギリスも差は小さいが、これは両指数ともそろって上昇していることの結果である(第22表)。

第22表 主要国の物価指数上昇率

第22表 主要国の物価指数上昇率 (1960~67年)

(年率 %)

区 分	日 本	アメリカ	イギリス	西ドイツ	フランス	イタリア
消費者物価指数 (CPI)	5.7	1.7	3.5	2.7	3.4	4.4
卸売物価指数 (WPI)	0.9	0.8	2.3	0.7	1.8	2.1
輸出物価指数	△0.5	1.5	1.6	0.5	△0.3	△0.4
GNPデフレーター	4.8	1.8	3.0	3.2	3.7	4.7
CPI~WPI (ポイント差)	4.8	0.9	1.2	2.0	1.6	2.3

資料出所 日本銀行「外国経済統計年報」「卸売物価統計」
 経済企画庁「国民所得統計」
 総理府統計局「小売物価統計」

(注) 1) 西ドイツの輸出物価指数は1963~67年
 2) フランスのGNPデフレーターは1960~66年

消費者物価内部においても日本では品目別の変動に著しい差がみられる。消費者物価指数を食料、食料を除く工業製品、サービスの三つにわけてその動きをみると、同じく1960~67年の期間に日本ではサービスの年率7.4%の上昇をトップに食料6.2%、工業製品3.2%の上昇を示し、サービスと工業製品間には上昇率に年率で4.2ポイントもの開きがある。アメリカでは、サービスの上昇が最も著しいという順位は日本と共通であるが、サービスと工業製品の開きは1.6ポイントと小さい。イギリスやフランスでは三者の上昇率はさらに一層そろっているように見える(第23表)。

第23表 主要国の消費者物価の類別上昇率

第23表 主要国の消費者物価の類別上昇率

(1960~67年)

(年率 %)

区 分	日 本	アメリカ	イギリス	フランス
① 食 料	6.2	1.8	2.9	3.8
② 工業製品(食料を除く)	3.2	1.0	3.7	3.2
③ サ ー ビ ス	7.4	2.6	3.7	3.1
③-② (ポ イ ン ト)	4.2	1.6	0.0	△0.1
①-② (")	3.0	0.8	△0.8	0.6

資料出所 日本銀行「外国経済統計年報」「卸売物価統計」
 経済企画庁「国民所得統計」
 総理府統計局「小売物価統計」

また、消費者物価の内部で比較的安定している「食料を除く工業製品」を耐久財と非耐久財にわけると日本で安定しているのは主に耐久財(年率△0.5%)であり、非耐久財の方は年率3.4%とかなりの上昇を示している。これに対してアメリカでは耐久財が微騰している反面、比較的上昇している非耐久財も日本に比べてその上昇率は低く、工業製品内部の価格変動差は日本に比べ小さい(第24表)。

第24表 工業製品消費者物価(食料を除く)の耐久消費財、非耐久消費財別上昇率の日米比較

第24表 工業製品消費者物価（食料を除く）の耐久消費財、
非耐久消費財別上昇率の日米比較（1960～67年）

項 目	(年率 %)	
	日 本	ア メ リ カ
工 業 製 品(除食料)	3.2	1.0
うち耐久消費財	△0.5	0.5
うち非耐久消費財	3.4	1.4

資料出所 日本は総理府統計局「小売物価統計」
アメリカはアメリカ労働省「Handbook of Labor Statistics 1967」
(注) 日本の非耐久消費財は、特殊分類の「繊維」+「その他の工業製品」

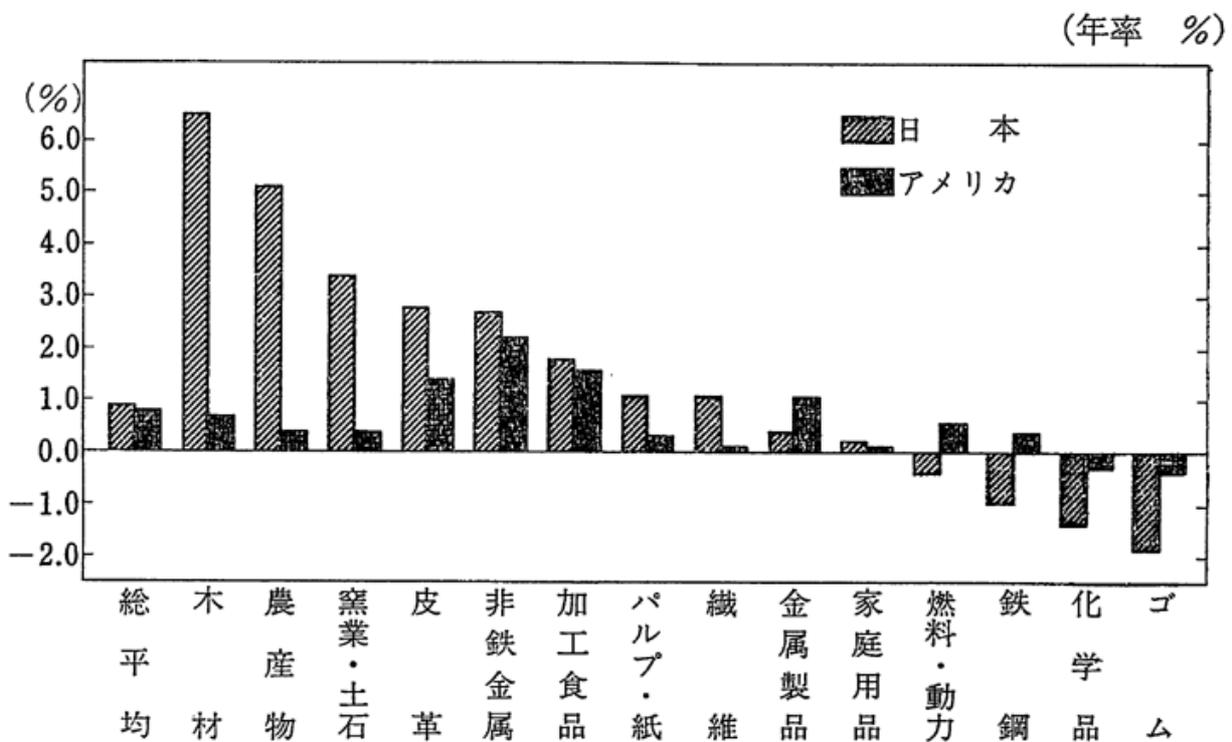
さらに、日米共通して比較的上昇率の高い「サービス」内部の個別品目についてみると、その価格変動にはかなり似通ったものがあるが、おおむねわが国が割安だといわれていたようなもの、たとえば理髪、パーマ、鉄道運賃等の上昇テンポの高いごことがめだっている(附属統計表第34表)。

以上は消費者物価内部の動きであるが、卸売物価の内部でもわが国では品目別の価格変動の差が大きい。この変化は、アメリカでも生じているが、日本に比べるとはるかに緩やかである。また、品目別上昇率の順位にもたとえば木材、農産物など日本では上位にあるものがアメリカでは下位にあり、鉄鋼・金属製品など日本では下位にあるものが逆にアメリカでは比較的上位にあるなど、両国の生産、市場構造の相違を反映して上昇の順位に差がある(第47図)。

とくに消費生活に密接な農産物と加工食品との関係を見ると、アメリカでは農産物価格の上昇が加工食品よりも小さいのに対し、日本では逆に農産物の価格上昇がきわめて著しくなっている。この傾向は木材についてもうかがえる。

第47図 主要産業別卸売物価上昇率の日米比較

第 47 図 主要産業別卸売物価上昇率の日米比較（1960～67年）



資料出所 日本は、日本銀行「卸売物価統計」
アメリカはアメリカ労働省「Wholesale Prices and Price Indexes」

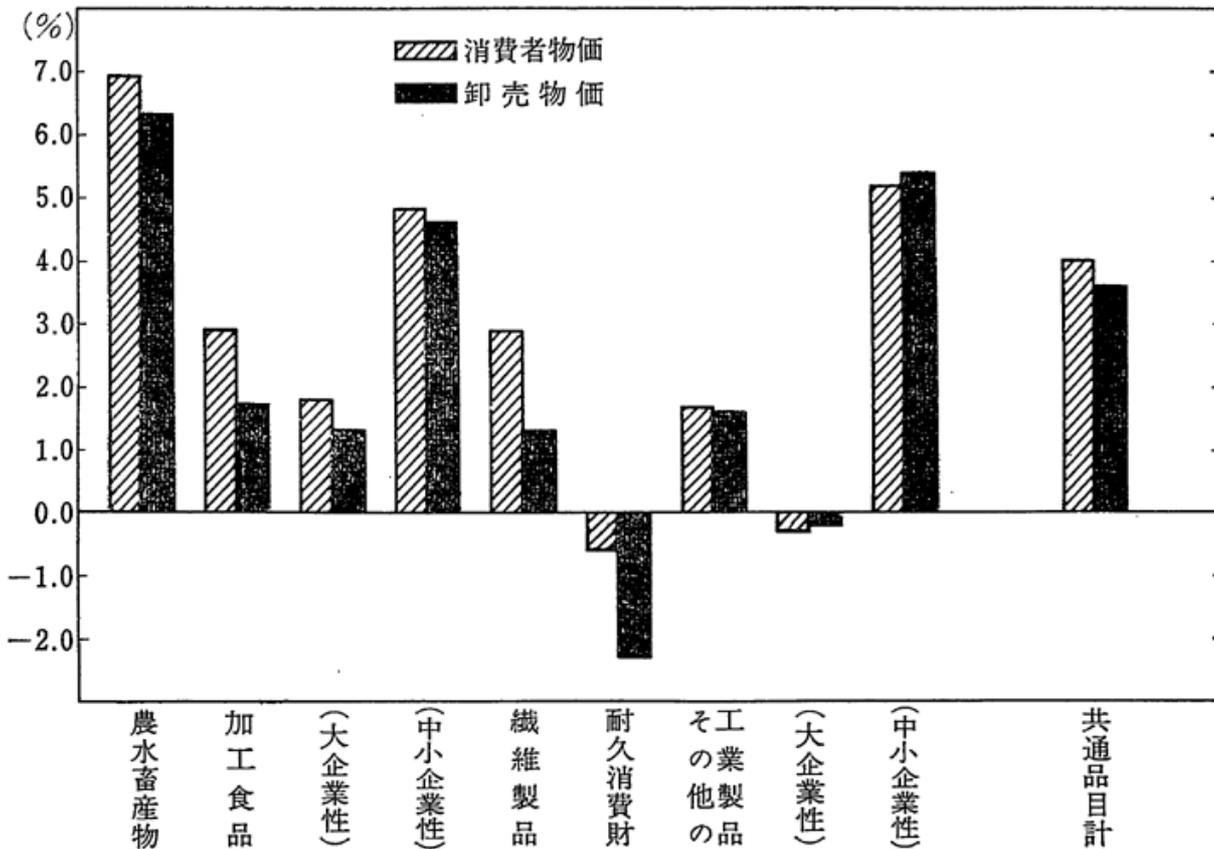
以上のような消費者物価と卸売物価の内部の品目別の変動の相違に共通な事実は、両指数のなかで価格の著しく上昇しているものが主に小零細経営関係の品目であり、一方、安定ないし下落しているものは主に大企業の工業製品であるということである。

消費者物価と卸売物価の双方に共通な品目だけをとり出し、消費者物価のウェイトでくくってみると、消費者物価と同様に卸

売物価についても農水畜産物や中小企業製品の上昇率は高く、耐久消費財や大企業製品価格は横ばいまたは下落している(第48図)。

第48図 共通品目の消費者物価・卸売物価上昇率

第 48 図 共通品目の消費者物価，卸売物価上昇率（35年～42年）
（年率 %）



資料出所 総理府統計局「小売物価統計」
日本銀行「卸売物価統計」

- (注) 1) 消費者物価指数および卸売物価指数の共通品目について特殊分類に組み替えたもの
2) 消費者物価指数と卸売物価指数のウェイトの相違による影響を除くため卸売物価指数の品目別ウェイトについても消費者物価指数のウェイトを用いて計算した

これは消費者物価と卸売物価の変動の相違が、主として対象品目(たとえば消費者物価にはサービス品目が含まれるが卸売物価には含まれず、一方、生産財・投資財は後者に含まれるが前者には含まれない。)指数算定上のウェイトの相違によって生じていることを示している(参考資料11)。

わが国における消費者物価の上昇には日本の消費構造・産業構造を反映して農林水産業・中小企業、サービス業など生産性が低くその価格上昇が相対的に大きい品目のウェイトが大きいことが基本的な要素となっているといえる。

35年の産業連関表を用いて38年の最終需要によって誘発された労働需要を最終需要項目別にみると、民間消費支出に関連する就業者のうち55%は業主、家族従業者で、固定資本形成の場合の20%に比べ小零細経営就業者の比重は著しく高い(第25表)。

第25表 最終需要項目別就業者構成

第25表 最終需要項目別就業者構成

最終需要項目	就業者数	主・ 業 家 族 従 業 者	雇用者数
	万人	万人	万人
全需要計(全産業)	4,421 (100.0)	1,767 (40.0)	2,654 (60.0)
うち 民間消費	2,383 (100.0)	1,307 (54.8)	1,076 (45.2)
うち 固定資本形成	1,085 (100.0)	216 (19.9)	869 (80.1)
うち 輸 出	309 (100.0)	99 (32.1)	210 (67.9)

資料出所 労働省「労働力の産業連関分析」

II 昭和40年代の労働経済

3 物価上昇と賃金・所得構造

(2) 物価上昇のメカニズム

1) 労働生産性上昇率の部門間格差

わが国の物価上昇が上に述べたかたちで生じた背景には、

イ)昭和30年代における経済の高成長の過程で労働生産性は急速に上昇したが、産業別などにみると、部門別の生産性上昇率に開きが生じ農業、サービス業などの低生産性部門がとり残される傾向がみられたこと。

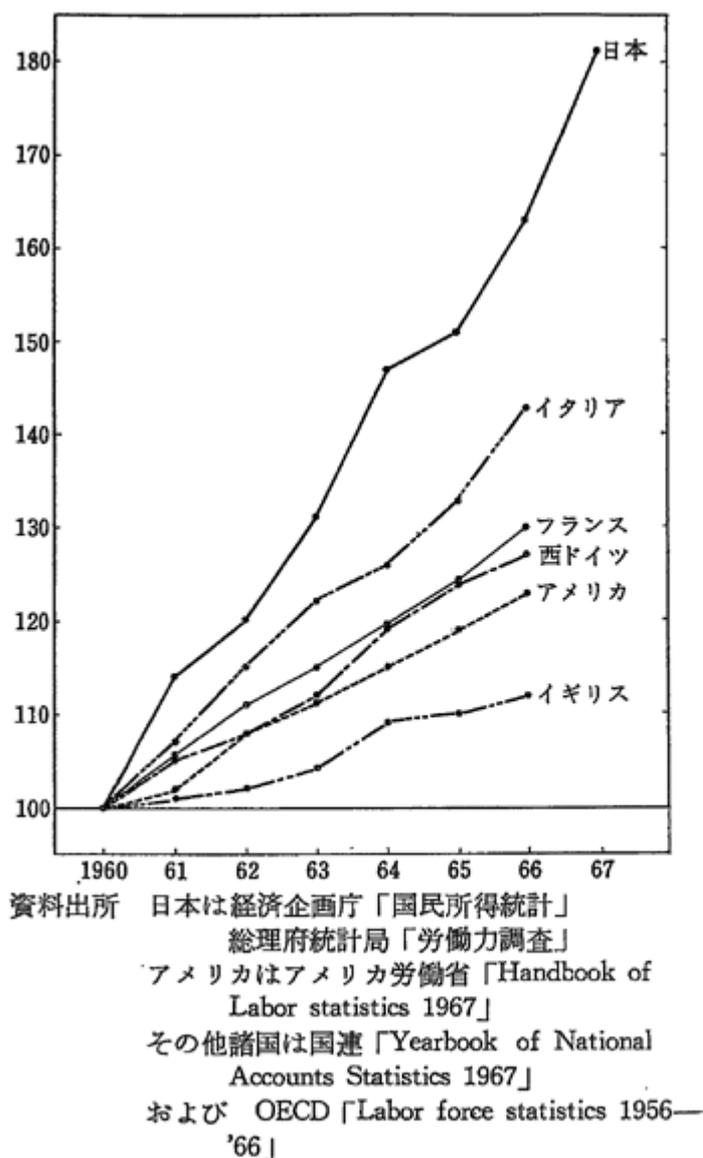
ロ)労働力不足の進展を背景として賃金や所得の平準化要求が強まり、このため低生産性部門におけるコスト圧力が増大する傾向を示したが、一方、経済成長に伴う需要の急速な拡大、低生産性部門に多くみられる価格決定上の制度的支えなどの要因が働いて、これらの部門における価格上昇を可能にしたことの2点があったと考えられる。

以下、この点について分析するが、まず労働生産性の産業間の上昇率格差についてみていこう。

わが国の労働生産性上昇率は、国際的に高水準にあるが、これを産業別にみるとその間に大きな格差がみられる。もちろん、労働生産性上昇率の産業間格差は外国でもみられるが、その格差の程度の大きいことがわが国の特徴である。

第49図 主要国の労働生産性の推移

第49図 主要国の労働生産性の推移



わが国全体の労働生産性上昇率は、35年～42年で8.8%と西欧主要国の2%～6%に比べてはるかに大きい(第49図)。

しかし、産業別にみるとわが国では農林水産業の上昇率が、全体の上昇率よりも低く、欧米諸国で農林水産業の生産性上昇率がその他の産業を大体において上回っているのと対照的である。また、農林水産業以外の各部門についてみると、その上昇率は欧米諸国と比べて全体として高くなっているが産業間の格差は外国よりもはなはだしい(第26表)。

第26表 各国の産業別労働生産性上昇率

第26表 各国の産業別労働生産性上昇率 (年率%)

産 業	日 本 (昭35~ 40年)	アメリカ (1959~ 66年)	フランス (1960~ 65年)	イギリス (1960~ 65年)	イタリア (1960~ 65年)
農 林 水 産 業	5.4	5.9	5.0	6.4	8.8
飲 業	11.6	4.2	4.8	3.7	3.1
製 造 業	9.0	3.6	3.9	2.8	6.1
建 設 業	3.6	△0.3	4.3	1.6	9.0
運 輸 業	4.7	4.5	} 2.9	} 3.5	} 2.1
通 信 業	-	5.3			
電 気 ガ ス 業	9.0	4.6	6.8	3.1	5.0
水 道 業	7.0	2.3	} 2.2	} 0.2	} 3.5
金 融 業	3.7	1.3			
サ ー ビ ス 業					
総 合	9.9	2.9	4.2	2.0	5.9

資料出所 日本は経済企画庁推計

アメリカは「大統領年次経済報告書」(1968) およびアメリカ労働省「Handbook of labor statistics 1967」

その他の国は、国連「Yearbook of national accounts statistics 1967」および OECD「Labor force statistics 1956—66」

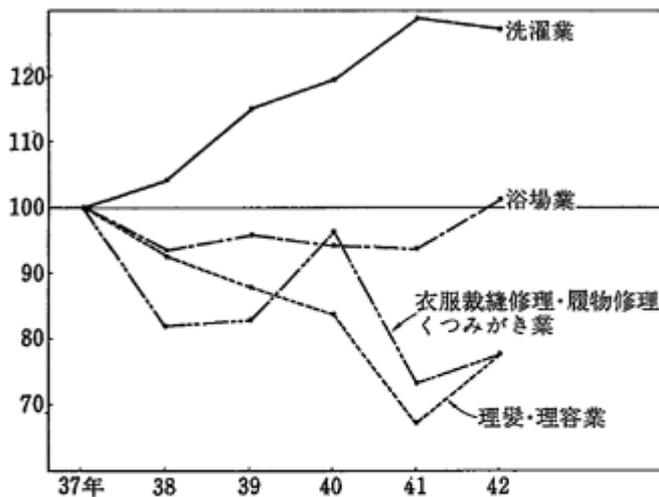
- (注) 1) 農林水産業のうちアメリカは農業
 2) 電気ガス水道業のうち日本およびアメリカは電力業
 3) 日本は就業者1人当り実質生産額, アメリカは就業者1人当り実質国民総生産, その他の国は同実質国内総生産

とくに物価との関係で重要なことは、消費者物価に占める比重の大きい農林水産業やサービス業の生産性上昇率がわが国では相対的に低くなっていることである。たとえば第26表にみるとおり労働生産性上昇率が相対的に低くなっている産業には、建設業・サービス業・運輸業・農林水産業などが含まれている。

サービス業の中でもとくに消費者物価と関連の深い対個人サービス業について最近の動きをみると、機械化が進んでいるとみられる洗たく業ではかなり着実な生産性上昇がみられるが、その他の業種ではほとんど停滞している。ことに、理髪・理容業や衣服裁縫修理業などでは生産性はむしろ低下する傾向があらわれている。これは、店舗数の増加や需要の変化などによつて、1店舗あたりの利用者が減少していることを反映していると思われる(第50図)。

第50図 対個人サービス業(個人企業)の労働生産性

第50図 対個人サービス業（個人企業）の労働生産性



資料出所 総理府統計局「個人企業経済調査」

(注) 1) 労働生産性指数=従業者1人当り売上高÷価格指数

2) 価格指数は次による

洗濯業=消費者物価指数(人口5万以上の都市)、「洗たく代(ワイシャツ)」指数

理髪・理容業=同上、「理髪料」指数

浴場業=同上、「入浴料(大人)」指数

衣服裁縫修理業等=同上、「くつ修理代指数」と「仕立代」指数の加重平均

運輸業の労働生産性上昇率は、35年～40年平均で4.7%であり、これは、たとえばアメリカの4.5%(1959年～66年平均)と比べても必ずしも低いとはいえない。しかし、全産業平均の上昇率(日本9.9%、アメリカ2.9%)との関係では、わが国の運輸業の労働生産性上昇率は相対的に低い。

なお、運輸業を業種別にみると自動車貨物運送業の生産性がかなり大きな伸びを示しているのに対し、民営鉄道業では上昇率が低く、また、自動車旅客運送業・国有鉄道業も相対的な立ち遅れがみられ、運輸業内部でもかなり格差がみられる(附属統計表第37表)。

II 昭和40年代の労働経済

3 物価上昇と賃金・所得構造

(2) 物価上昇のメカニズム

2) 価格の変動と賃金・所得構造の変化

(イ) 価格変動の所得増加への影響

前述のように昭和30年代後半以降の物価上昇は、各部門別の価格が相対的に大きく変化するかたちで生じた。物価上昇がこのようなかたちであらわれたのは、基本的には先にみたとおり、生産性上昇率の産業間格差があり、これに労働力需給ひつ迫による賃金コストの増大圧力や需要拡大などの要因が働いて低生産性部門の価格を引き上げたためと思われるが、それはまたわが国の所得構造の変化を促進することになった。すなわち、価格上昇が相対的に大きかった部門では、そうでない場合に比べその分だけ所得の上昇が大きくなる可能性が生じ、それが各部門間の所得格差を変化させることになった。

価格の相対的变化によって各部門の所得増加がどのように影響をうけているかについてマクロ的に推計した結果をみると第51図のようになっている。

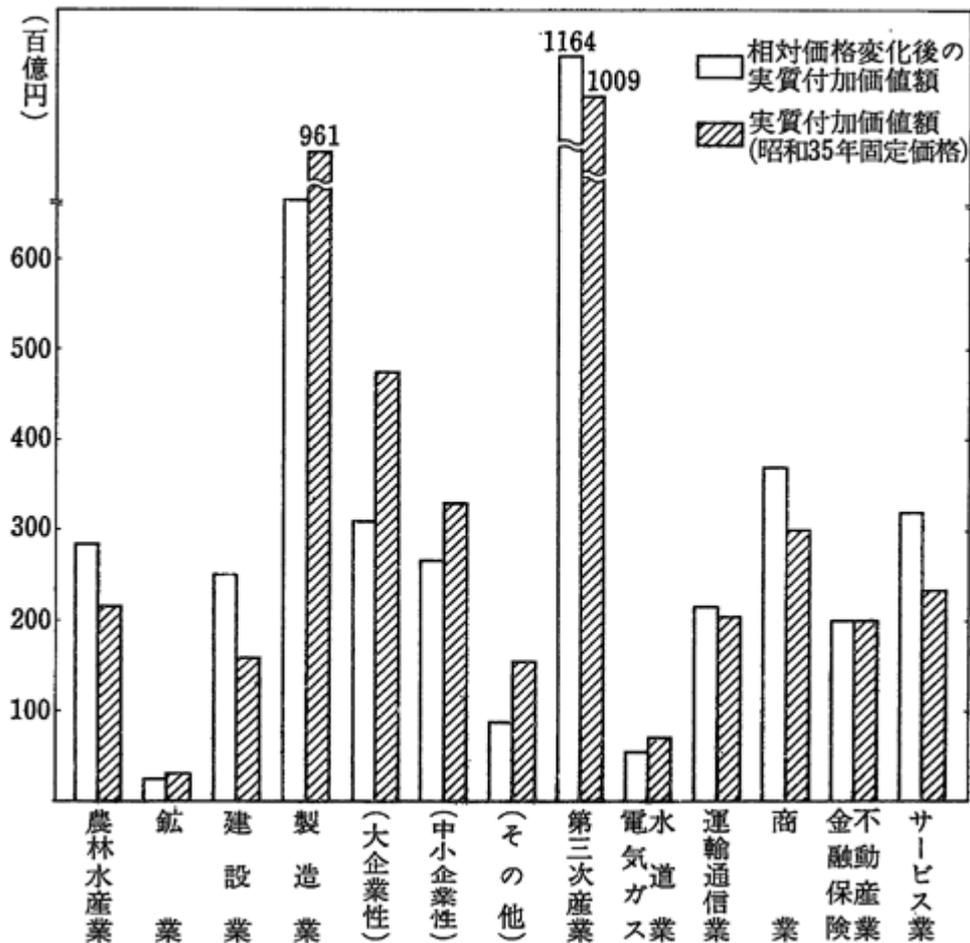
これは、35年～40年における部門別の実質付加価値額(35年固定価格)のうち、価格が相対的に変化したことによつて各部門の実際に受け取る付加価値額が増加または減少した額を示したものである。

これによってみると、価格の相対的变化によつて付加価値の受け取りが増加した部門には農林業やサービス業、商業・建設業・運輸業など比較的生産性上昇の小さかった部門が含まれており、化学や機械産業などの大企業性の産業部門で生産性上昇が著しく価格が相対的に低下した部門ではマイナスとなっている。

価格の相対的变化が低生産性部門の付加価値をより多く増加させることになったため、これらの部門における所得の増加に対して価格上昇が寄与した割合は30年代後半において高まっている。たとえば、就業者1人当たり農業所得の増大に農産物価格上昇が寄与した程度をみると、30年代前半(30年～36年)には、年率5.6%の所得増加のなかで1.9%ポイントにすぎなかったのが30年代後半(36年～42年)には1人当たり農業所得の15.7%増加のうち8.1ポイントと約5割が価格上昇による所得上昇となっている(第27表)。

第51図 価格の相対的变化による実質付加価値の増減

第51図 価格の相対的变化による実質付加価値の増減



(注) 詳細は参考資料12参照

第27表 農業就業者1人当り所得の伸びに対する価格上昇の寄与率

第27表 農業就業者1人当り所得の伸びに対する価格上昇の寄与率

(単位 %)

年 度	上 昇 率 (年 率)			寄 与 率		
	農業所得	農 産 物 格 価	労 生 産 働 性	農業所得	農 産 物 格 価	労 生 産 働 性
30 ~ 36	5.6	1.9	3.7	100.0	33.9	66.1
36 ~ 42	15.7	8.1	7.6	100.0	51.6	48.4

資料出所 農業所得は経済企画庁「国民所得統計」から当省で推計したものと、総理府統計局「労働力調査」の業主・家族従業者数から算出
農産物価格は、農林省「農村物価賃金調査」

(注) 労働生産性上昇率は就業者1人当り所得上昇率から農産物価格上昇率をひいたもの

また、サービス業などでもこれと同様の傾向がみられる。いくつかの対個人サービス業をとりあげてみると、たとえば、比較的生産性上昇の著しい洗たく業でも従業者1人当たり売上げ高の上昇率(37年度~42年度平均)7.3%のうち価格上昇要因が2.2ポイントを占めている。さらに理髪、理容業や浴場業のような生産性上昇の困難な分野では、売上げ高の増大はもっぱら価格引上げに依存している(第28表)。

第28表 対個人サービス業(個人企業)の従業者1人当り売上高の伸びに対する価格上昇の寄与率

第28表 対個人サービス業(個人企業)の従業者1人当り売上高
の伸びに対する価格上昇の寄与率 (37年度~42年度)

(単位 %)

業 種	上 昇 率 (年 率)			寄 与 率		
	従 業 者 1人当り 売 上 高	価 格	労 生 産 働 性	従 業 者 1人当り 売 上 高	価 格	労 生 産 働 性
洗 たく 業	7.3	2.2	5.1	100.0	30.1	69.9
理 髪・理 容 業	6.2	11.6	△ 5.4	100.0	187.1	△ 87.1
浴 場 業	8.3	8.0	0.3	100.0	96.4	3.6
衣服裁縫修理・ 履物修理・くつ みがき業	3.4	8.7	△ 5.3	100.0	255.9	△ 155.9

資料出所 総理府統計局「個人企業経済調査」, 同「小売物価統計」

II 昭和40年代の労働経済

3 物価上昇と賃金・所得構造

(2) 物価上昇のメカニズム

2) 価格の変動と賃金・所得構造の変化

(ロ) 賃金・所得構造の変化

価格の相対的な変化が上に述べたようなかたちで生じてきた背景には、30年代とくにその後半以降、労働力不足が激しくなるにつれて農業や中小企業など生産性が低くその上昇率も小さい部門で賃金・所得の平準化の要求が強まり、それが需要の拡大や制度的要因などに支えられて価格上昇を通じてある程度実現されたことがある。30年代後半のわが国の賃金・所得構造には、(イ)賃金の規模間・産業間の格差が著しく縮小したこと、(ロ)従来・雇用者所得に比べ相対的に低かった農業などの業主所得がかなり改善されたことなどの変化がみられた。

まず、賃金の規模別格差を製造業についてみると、35年から42年までの数年間にその格差は著しく縮小してきており、アメリカと比べてもあまり大きな差はなくなってきている(第29表)。

第29表 製造業の規模別賃金格差

第 29 表 製造業の規模別賃金格差

事業所規模	日 本		ア メ リ カ
	昭 和 35 年	昭 和 42 年	1963年
1,000人以上	100.0	100.0	100.0
500～999人	78.5	83.3	81.3
100～499人	63.3	73.3	73.6
50～99人	54.0	65.2	70.4
30～49人	50.2	63.9	69.7

資料出所 日本は通商産業省「工業統計表」
 アメリカはアメリカ商務省「Census of manufactures」
 (注) アメリカの最小規模については20～49人

さらに、これを産業中分類別にみても同様の傾向があらわれている。たとえば、製造業計を100としてその格差をみると35年には最低が衣服の51から最高が石油製品の160までの範囲にひろがっていたものが、42年には衣服55から石油製品142と最高、最低の格差が縮小してきている。これをアメリカと比較すると、最低が衣服58から最高の石油製品および輸送機械128とその格差の程度は日本よりも小さい。しかし、上にみたとおり、日本では格差が急速に縮小した結果、かなりアメリカのそれに近づいてきている(附属、統計表第38表)。

このような賃金の平準化とならんで雇用者所得と業主所得の関係も後者の改善が相対的に大きいというかたちで変わってきている。わが国の就業者のなかには、一時的、臨時的就業や内職的就業が多いので、正常の就業状態にあるとみられる「男子」の「仕事が主な者」だけをとりだして、全産業平均の雇用者1人当り所得に対する格差をみると、34年には85%と業主所得が低かったのが年々その格差が縮小し、43年には業主所得が雇用者所得をやや上回るにいたった。

このうち、農林業自営業主所得の全産業平均雇用者所得に対する格差は、40年までは62～65%程度であったが43年には74%弱と著しい格差縮小を示している(第30表)。

また、非農林業業主所得はもともと雇用者所得よりも高い水準にあったが、最近はむしろその傾向を強めてきている。

第30表 自営業主所得の雇用者所得に対する格差の推移

第30表 自営業主所得の雇用者所得に対する格差の推移
(男子, 仕事の主である者)

年	雇用者所得 (全産業平均)	自 営 業 主 所 得		
		全 産 業 平 均	農 林 業	非 農 林 業
34	100.0 (24.7)	85.4	64.8	113.4
37	100.0 (34.5)	88.4	62.3	118.8
40	100.0 (48.2)	92.5	64.1	121.6
43	100.0 (66.6)	102.6	73.9	127.2

資料出所 総理府統計局「就業構造基本調査」
(注) ()内は、実額(年所得), 単位万円

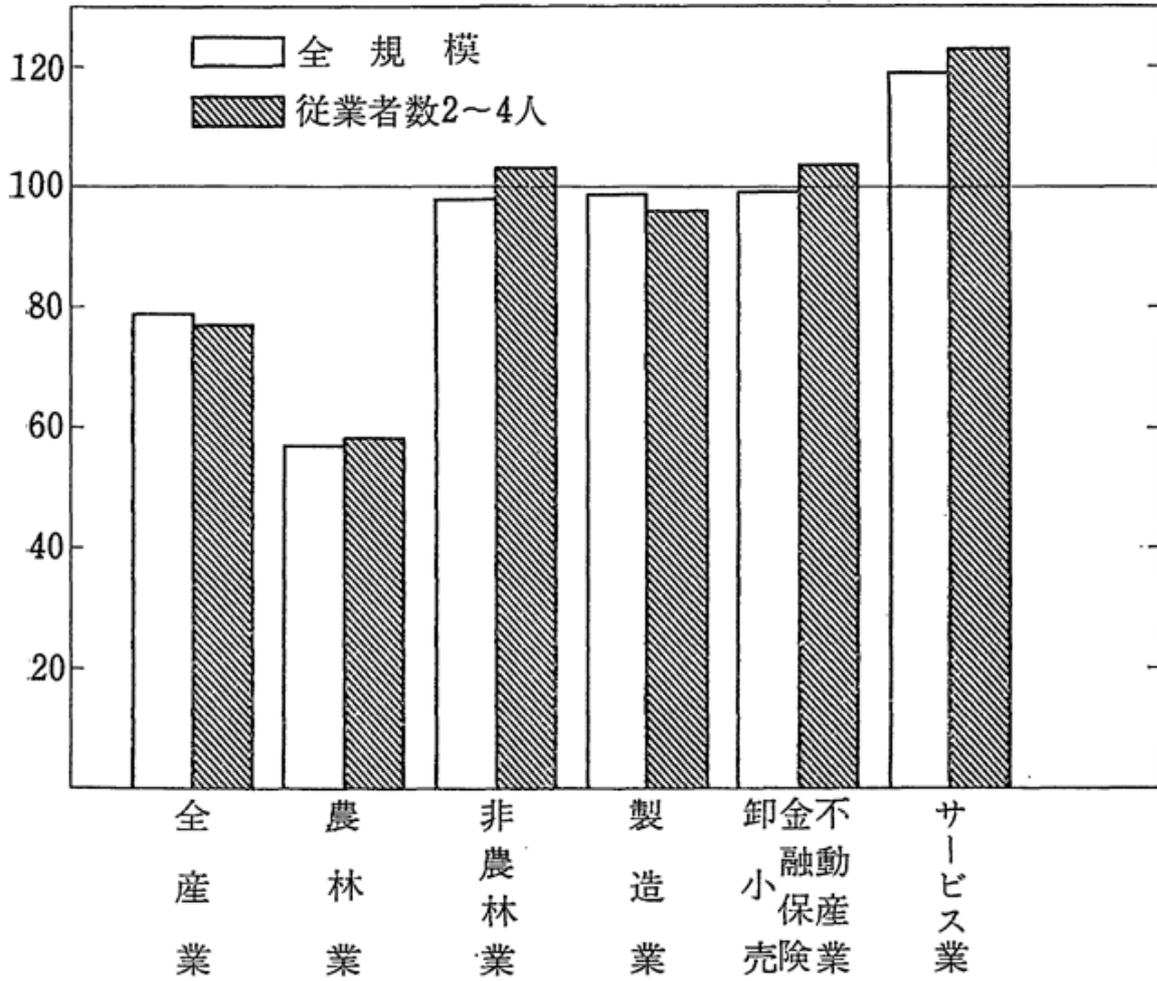
自営業主は、経営規模や業種によって所得水準が異なり、また、雇用者についても年齢その他によって賃金水準が異なるので、自営業主のなかでもっとも比重の高い35～54才の雇用者所得と従業者規模別の業主所得を比較すると、従業者2～4人規模の非農林業の業主所得は、43年には中高年の雇用者所得を上回っており、とくに卸売小売業、サービス業では業主所得がかなり高くなっている(第52図)。

また、農業について経営規模別の農業所得と雇用者所得を比較すると、従来、中高年雇用者の所得を下回っていた1.5～2.0ヘクタール規模の農業所得がこれを上回るようになってきており、さらにその下の階層(1.0～1.5ヘクタール)についても雇用者所得との格差は縮まってきている(附属統計表第40表)。もっとも、農家世帯と勤労者世帯とでは1世帯当たりの有業人員に差があるので直接的な比較はできないが農業所得が相対的に上昇してきていることは確かであろう。

第52図 雇用者所得(35～54才)に対する規模別自営業主所得の格差

第52図 雇用者所得（35～54才）に対する規模別自営業主所得の格差（43年）

雇用者所得（全産業平均）=100



資料出所 総理府統計局「就業構造基本調査」

II 昭和40年代の労働経済

3 物価上昇と賃金・所得構造

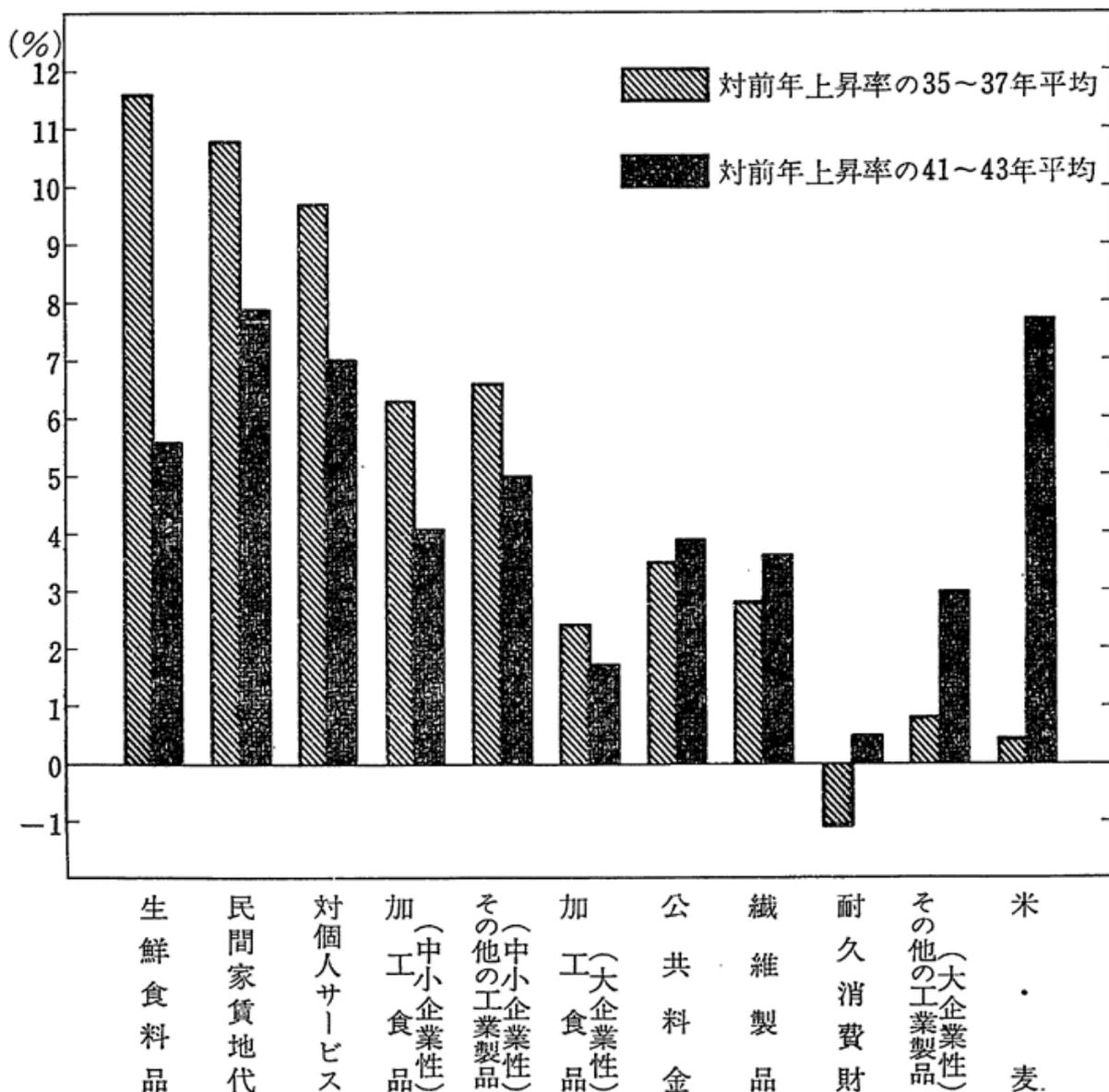
(3) 物価上昇に対する供給,消費者の適応

以上のように賃金,所得の平準化は,価格変動の部門別相違をつうじて実現されてきたが,品目別の価格変動の相違は,個々の品目の収益性を変化させて生産者の生産品目の選択を変えると同時に,消費者の消費を高価格品目から低価格品目に変える要素となる。このような需給両面における適応は昭和40年代にはいって,ようやく部分的にあらわれはじめたといえる。

前述のような消費者物価上昇要因が強く働いたと思われる30年代の後半と,最近時点の41~43年のN代の後半と,最近時点の41~43年の,前期に上昇の著しかった生鮮食料品,加工食料品,対個人サービスの上昇傾向がやや鈍る傾向がみられ,他面価格決定について制度的な支えが多い米麦,公共料金などの上昇が強まり,また,大企業製品の上昇もやや高くなってきている。これは生鮮食料品などについては供給の増加による需給アンバランスの解消,消費者の適応がある程度あらわれてきことを示すものと思われる(第53図)。

第53図 特殊分類別消費者物価上昇率の変化

第53図 特殊分類別消費者物価上昇率の変化（人口5万以上の都市）



資料出所 総理府統計局「小売物価統計」

まず、生鮮食料品のなかの野菜の供給についてみると、たとえばひと頃はげしい価格上昇をみせていた野菜・果実などについては供給量がしだいに増加しはじめ、それにつれて価格上昇率はしだいに安定的になってきている(第31表)。これにはたとえば、はくさい・キャベツ・みかんなどの作付面積や収穫量が着実に増加してきたことが寄与していると思われる。また、鶏卵・豚肉など生産量の伸びの大きいものの価格も相対的には安定してきている。もっとも生鮮魚介や木材など需要の増大にもかかわらず自然条件や資源上の制約で供給の適応が進まず、価格が上昇しつづけているものもある(参考資料13)。

第31表 農産物における生産上昇率と価格上昇率

第31表 農産物における生産上昇率と価格上昇率

(年率 %)

区 分	35~37年	38~40年	41~43年
農業総合生産指数	3.5	1.4	5.2
CPI農林畜産物指数	5.9	7.8	5.8
野菜生産指数	6.7	3.1	6.9
CPI野菜指数	18.4	9.2	2.9
果実生産指数	4.3	5.9	12.6
CPI果物指数	15.9	2.2	2.2

資料出所 総理府統計局「小売物価統計」

農林省「農林水産業生産指数」

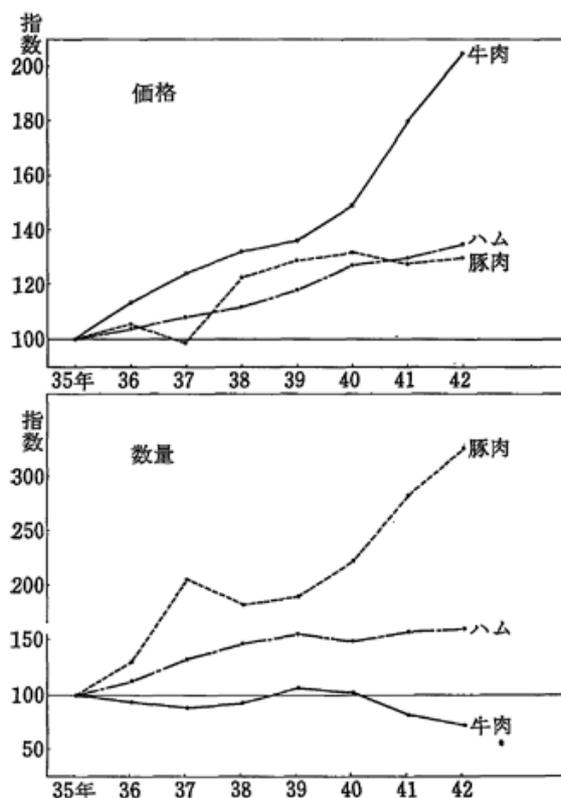
(注) CPI農林畜産物指数はCPIの「農水畜産物」から「生鮮魚介」を除いたもの

つぎに需要側の適応をみると、消費者物価の上昇がつづいたため、最近の消費者の態度が価格により敏感となり、価格の著しく上昇しているような品目を買い控えなるべく低価格品目に代替するという動きが強まってきた。

たとえば、肉類について品目別価格と勤労者世帯当り購入数量の変化をみると、最近、とくに上昇の著しい牛肉の消費は減少し、そのかわりに比較的価格が安定している豚肉やハム、ソーセージなどへの消費が増加している(第54図)。

第54図 肉類の世帯当り購入数量および価格

第54図 肉類の世帯当り購入数量および価格 (人口5万以上の都市)



資料出所 総理府統計局「家計調査」

また、同じ品目について消費者価格と家計の実際の購入価格とを比較すると、肉類や魚介類の中には、以前とちがって実際の購入価格の上昇が低いものも多く、これは、価格の上昇に伴って同じ品目であってもより安い銘柄を選んだり、より安い時期に購入するという消費者の態度が強まっていることを示している(第32表、参考資料14)。

このような消費者の消費態度は小売店の選択にもあらわれ、同じ品目なら割高の百貨店よりは、割安のスーパーマーケットで購入するなどの傾向がみられる。この傾向はたとえば「42年全国物価統計調査」でみると、いわゆるインスタント食品、かん詰、マーガリンなど加工食品についてとくにいちじるしくなっている(付属統計表第41表)。

もっともスーパーマーケットの開設状況は、地域によって異なっているので、全国的にみると地域によってその利用率にかなりの差がみられる。

第32表 消費者物価と実効価格の上昇率

第 32 表 消費者物価と実効価格の上昇率

(年率 %)

品 目	34~38年		38~43年	
	消費者物価	実効価格	消費者物価	実効価格
ま ぐ ろ	14.4	14.7	11.8	※ 7.8
さ け	9.9	13.8	10.7	8.6
牛 肉	16.7	16.6	16.6	15.9
豚 肉	13.1	14.2	3.9	2.1
塩 ざ け	16.2	16.2	8.1	8.2
豆 腐	9.3	8.9	3.9	3.5
き ゃ べ つ	12.2	12.8	※ 10.6	8.8
玉 ね ぎ	30.0	30.0	※ 5.9	4.2

資料出所 総理府統計局「小売物価統計」
同 「家計調査」

- (注) 1) ※印は 38~42 年
2) 「実効価格」は、家計調査における 1 世帯当り年間の品目別支出金額を同購入数量で除して得た平均価格。

II 昭和40年代の労働経済

3 物価上昇と賃金・所得構造

(4) 流通費用の問題

以上のように価格上昇に対する供給および需要者側の態度には部分的にはあるが、変化があらわれている。消費者物価の安定について障害となっているといわれる生産者から末端の消費者にいたる流通費用についても、商業部門の大規模化など若干の改善があらわれているが、しかし現状ではなお問題が多い。

たとえば、昭和35年～42年の物価上昇について、消費者物価と卸売物価の両指数に共通する品目だけを取り、同じウェイト(消費者物価指数の40年ウェイト)を用いて両指数の上昇率をみると消費者物価指数の上昇率が卸売物価のそれより高くなっている。

この両者の差は卸売と小売の間に介在する流通費用の変化を意味し、それがこの間増大したため消費者物価の上昇が大きくなったと考えられる。もっとも、これを時期別にわけてみると最近(40～42年)では逆に食料品や中小企業製品、繊維品などを中心に消費者物価の伸びが卸売物価よりも低くなってきており、流通費用が若干ながら低減する傾向もあらわれはじめていると思われる(第33表)。

第33表 共通品目の特殊分類別物価指数の上昇率

第 33 表 共通品目の特殊分類別物価指数の上昇率

(年率 %)

項 目	35～42年		40～42年	
	消費者物価	卸売物価	消費者物価	卸売物価
農 水 畜 産 物	6.9	6.3	5.7	6.5
加 工 食 料 品	3.3	3.0	2.9	3.9
(うち大企業性)	1.8	1.3	1.8	2.2
(うち中小企業性)	4.8	4.6	3.9	5.3
耐 久 消 費 財	△ 0.6	△ 1.7	0.9	△ 1.4
織 維 製 品	2.9	1.3	2.6	3.1
その他の工業製品	1.7	1.9	2.5	3.3
(うち大企業性)	△ 0.3	△ 0.2	0.7	△ 0.1
(うち中小企業性)	5.2	5.4	5.2	8.4
(共通品目合計)	4.0	3.6	4.0	4.3

資料出所 総理府統計局「小売物価統計」
日本銀行「卸売物価統計」

わが国の流通費用は産業別などの部門によって商慣習や制度上の相違などからかなり異なっているが、とくに食料品や繊維、身回り品など消費生活に密接な分野の流通費用が一般に割り高である。たとえば40年における産業別の商業マージン率を産業連関表から推計してみると部門によってその割合がかなり異なっているが、食料品製造業や繊維、身の回り品製造業などでは商業マージン率が相対的に大きくなっている(付属統計表第42表)。

また、農産物・魚類・加工食品などについて卸売価格と小売価格との差から流通の末端における流通コストを推計してみると、小売価格に対する流通コストの割合は野菜約56%、生鮮魚介類で約46%、加工食品の場合約30%ととくに前二者が著しく高くなっている(第34表)。

第34表 小売価格に占める流通費用の割合

第 34 表 小売価格に占める流通費用の割合

(単位 %)

品 目	37 年	42 年
生 鮮 魚 介	50.0	45.5
塩 干 魚 介	27.7	36.4
調 味 料	21.4	23.9
衣 料	34.2	34.2
肉 類	57.7	54.1
乳 卵	24.3	23.6
加 工 食 品	19.1	29.4
野 菜	51.5	55.5

資料出所 総理府統計局「小売物価統計」
日本銀行「卸売物価統計」

(注) 1) 流通費用率 = $\frac{\text{小売価格(東京)} - \text{卸売価格}}{\text{小 売 価 格}}$

2) 卸売物価と小売物価の対象品目のうち品目、銘柄がほぼ一致すると
思われるものを取り出し、両者の価格差から推計。

3) 個別品目ごとの流通費用率を消費者物価のウェイトで統合。

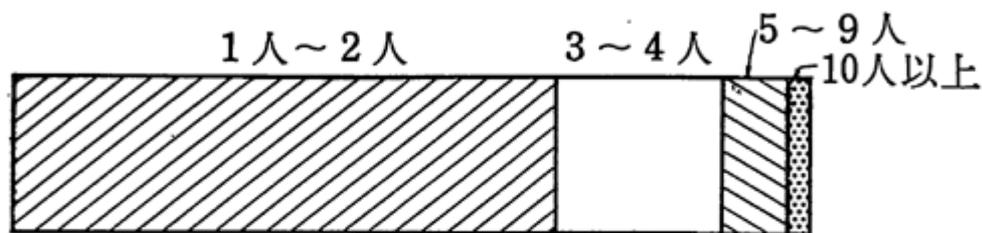
このように、流通費用が割高になってくるのは、わが国における流通機構が複雑で生産段階から消費までの経路が長いことと、流通部門に一般に零細企業が多いことにあるとみられる。

たとえば、わが国の商店数を従業者規模別にみると、従業者数1~2人程度の零細企業だけで全体の約6割を占め、10人未満の小企業が9割をこえている。とくに小売店では零細企業の比重が高くなっている。もともと中小零細企業の構成比は35年から41年にかけてわずかながら低下して大型化の傾向があらわれてきてはいるが、そのスピードは早いとはいえない。その理由は、需要の拡大や根強い消費慣行などに支えられて、小規模、零細な商店の新規開設件数が必ずしも減っていないことにある。最近の新規開設商店数を規模別にみると、従業者規模が1~2人の商店が商業全体の約7割弱、小売業だけでは約8割に達しており、しかもこのような零細規模商店の増加テンポには大きな変化はみられない(第55図)。新設商店を産業別にみると、新設商店数の多い部門としては鉱物、金属材料、機械器具、建築材料などの生産関連部門の卸売業がめだつが、衣服・身回り品、食料、飲料といった消費関連部門の新設数もかなり見受けられる。また、小売業では、飲食料品が圧倒的に多く、小売業の新設数の過半数を占めている。

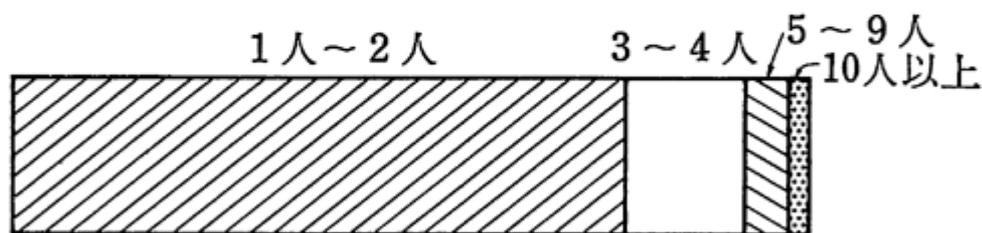
第55図 小売業の商店数および新規開設商店数の規模別構成比

第 55 図 小売業の商店数および新規開設商店数の規模別構成比

(A) 商店の常時従業者規模別構成比(41年)



(B) 新規開設店数の規模別構成比(40年)



0 50 100(%)

資料出所 通商産業省「商業統計表」

消費者物価上昇の要因は複雑でその安定には多面的な対策が必要ではあるが、基本的には前述のように低生産性部門の構造改善による生産性向上が必要であり、また流通部門の近代化も今後一層促進されねばならない。さらに最近の消費者物価上昇の内容からみて、米価や公共料金について慎重な配慮が必要であろうし、大企業など生産性上昇の大きい分野の製品については、価格引下げの努力が要請される。