国内景気

良い物価下落と増勢続く倒産件数

99年度の消費者物価（除く生鮮品）は前年度比▲0.1％と2年連続のマイナスとなった。経企庁の「物価レポート2000」では、この背景として、所得の伸び悩みによる消費支出の低迷や地価下落といった需要側の要因に加え、円高等による輸入消費財の価格下落と輸入浸透度の高まりや流通革命等による競争環境の激化など供給側に構造変化が生じていることを指摘している。また、足許で7月の東京都区部の消費者物価（除く生鮮品）が前年同月比▲0.7％とむしろマイナス幅が拡大しているが、日銀は、供給曲線のシフトによる「良い物価下落」が進んでいるためで、緩やかな景気回復が展望されるもとで需要の弱さに由来する潜在的物価低下圧力（悪い物価下落）は後退していると判断している。

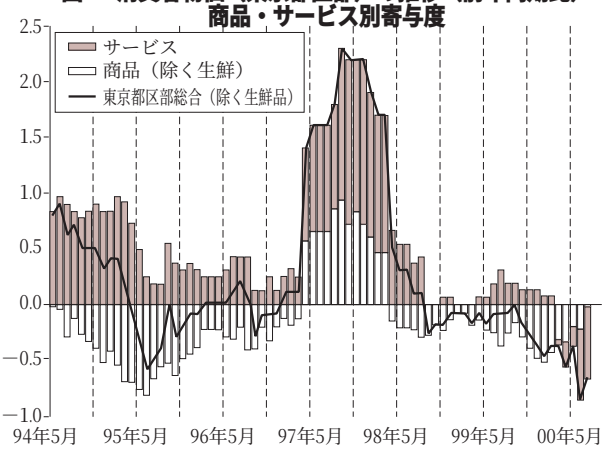
物価下落による実質購買力向上で消費が増えればマクロ的にも良い物価下落といえるが、国内向け消費財出荷をみると、98年4～6月期をボトムに緩やかながらも回復傾向にあり数量ベースではモノの消費は上向いていることが窺える。また、所得状況も毎月勤労統計で6月のボーナスが４年振りのプラス（前年比＋1.7％）に転じ現金給与総額も前年同月比＋1.0％と3ヶ月連続のプラスとなり消費回復の環境は徐々に整いつつある。

一方、良い物価下落は、消費生活の充実、ひいては日本経済の活性化に繋がっていくと期待されるが、企業にとっては単価下落には違いなく、新商品投入等による需要拡大や生産性向上等でのコストダウンのできない企業には収益圧迫要因となる。例えば、カジュアルウェアは95年の製造小売形態の外資参入以降価格破壊が進行しているが、総合スーパーの不振はこうした専門店の台頭の影響が大きい。また、ハンバーガー最大手がグローバルな資材調達を背景に大幅な値下げを断行し、同業者のみならずコンビニを含め外食産業全体に値下げを強いる状況になっているなど、特に流通など従来の規制業種や体力の劣る中小企業は厳しい経営状況となっている。

こうしたことから景気は緩やかな回復局面にあるとはいえ、足許の倒産件数は月1500件を超え、今年上期では前年同期比32.2％増の9304件、うち負債総額１億円未満の倒産が同39.8％増で全体の58.8％を占める状況となっている。

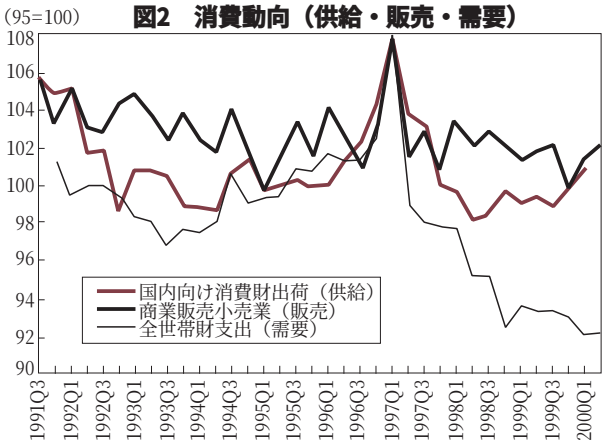
なお、消費者物価の内訳をみると、今年3月以降サービス価格が前年比マイナスに転じている。主因は家賃の下落だが、個人向けサービス料金もやや下落しており、サービス業のコストは人件費が大半を占めるだけにその動向には留意が必要である。　（堀内 芳彦）

（%）　**図1　消費者物価（東京都区部）の推移（前年同期比）商品・サービス別寄与度**



資料　総務庁「消費者物価指数月報」

（95=100）　**図2　消費動向（供給・販売・需要）**



資料　通産省「鉱工業指数」「商業販売統計」
　　総務庁「家計調査報告」、「消費者物価指数」
（注）　季調済、財支出と販売はCPI（商品）でデフレート。