

# Q&A

日本経済新聞社 編

# 物価 100問 100答

不況下の物価高はなぜ起こる  
インフレ退治の決め手はあるか  
公共料金の負担を誰がする  
流通コストは値段の何割くらい  
生産者保護はどの程度必要か  
物価指数と実感はなぜ食い違う

**Q&A**

日本經濟新聞社 編

**物価  
100問100答**

日本經濟新聞社

## 物価 100 問 100 答

編者 日本経済新聞社

© The Nihon Keizai 1978

昭和53年3月13日 1版1刷

---

発行者 黒川 洸

発行所 日本経済新聞社

東京都千代田区大手町1-9-5 (郵便番号100)

電話(03)270-0251 振替 東京3-555

印刷 東光整版印刷 製本 トキワ製本所

(分)3033(製)8229(出)5825

---

本書の無断複写複製(コピー)は、特定の場合を除き、著作者・出版社の権利侵害になります。

## まえがき

孤島で暮らしていたロビンソン・クルーソーとは違って、私たちは毎日の暮らしていやおうなくモノの値段に振り回されています。野菜の値段が高くなれば生産農家はえびす顔かもしれません、消費者は苦い顔をしないわけにいきません。「最も関心をもっているものは？」との世論調査で、いつもと違っていいほど回答のトップを占めているのが「物価問題」だということは、物価への関心がいかに高いかを端的に示しています。

政府がすべての経済活動をコントロールしていた統制経済の時代とか、社会主義国の経済を別に見れば、モノとかサービスの値段、それを総合した物価はいろいろの経済活動の結果を示すものでもあれば、交通信号のような役割を果たすものでもあります。モノの生産活動がなんらかの理由で落ちているにもかかわらず、需要だけは増える一方とあれば、そのモノの値段は急ピッチで上がるでしょう。またあるモノの値段が上がれば、それをつくっている人たちは「より多く」つくろうと思うことでしょう。

現代の日本のような自由経済、あるいは市場経済といわれる経済制度の最大の長所は、モノとかサービスの値段が自由に決められ、しかもその値段を交通信号のようにとらえて、企業とか消費者が行動するところにあるといわれています。

もちろん、万事がうまくいくというものではありません。いちばんの難問は、どうしても物価は高くなる傾向があるということです。いわゆるインフレです。現在のように不況のまった中にあり、物価上昇どころか卸売物価の下落さえみられる時には、インフレは過ぎ去ったようにもみられますが、現代の経済はたえずインフレに脅かされています。思い切った景気刺激策を各国ともとれないでいるのも、インフレの危険を身にしみて感じているからともいえましよう。

価格とか物価とかはごく身近な問題だけに、よくわかっているように思えるかもしれませんが。しかし、実はわかっているようにみえるだけに物価問題は曲者です。インフレ病を根本的に治すクスリがまだにみつけれず、先進国を悩まし続けているということをもみても、物価問題の根の深さを想像してもらえと思えます。

本書は物価問題を考えるうえで欠かせない基礎をみなさんに提供する目的でまとめました。日本の経済が急成長していた時代には、価格とか物価問題にあまりとらわれなくてもよかったです。が、低成長期の現在はこれまでと比較にならないほど物価問題は重要になっています。物価への関心を一段と深めることに本書を活用して下さい。

昭和五十三年三月

日本経済新聞社

## 目次

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	1
社会主義国では価格はどのようにして決めているのですか	物価は地域によってどの程度異なりますか	「豊作貧乏」という言葉がありますが、それはなぜ起こるのですか	再販売価格維持とはどんな行為をいうのですか	政府が価格形成に関与する例としてはどんなものがありますか	寡占価格はどのようにして決まるのですか	管理価格とは何ですか	競争的な価格とはどんな価格ですか	誰が価格を決めるのですか	ものの値段はどのようにして決まるのですか	1 価格とは
30	28	26	24	22	20	18	16	14	12	

## 2 価格決定機構

11	商品市況とは何をいうのですか.....	34
12	卸売市場はどんな役割を果たしているのですか.....	36
13	商品取引所とはどのようなところですか.....	38
14	荷受け相場とは何ですか.....	40
15	一般卸売市場相場とは何のことですか.....	42
16	仲間相場とはひとにぎりの限られた範囲の相場ではありませんか.....	44
17	流通コストと物価の関係について教えてください.....	46
18	生鮮食料品の流通経路はどうなっていますのですか.....	48
19	食肉、飲用牛乳の流通経路はどうなっていますか.....	50
20	家電製品の流通経路はどうなっていますか.....	52
21	土地の価格はどのようにして決まるのですか.....	54
22	家賃はどのように決まるのですか.....	56
23	家庭で発生した古新聞、古雑誌などの値段はどのように決まるのですか.....	58
24	天候は商品の値動きにどんな影響を与えますか.....	60

## 3 公共料金

25	公共料金とはどのようなものをいうのですか.....	64
----	---------------------------	----

26	公共料金に政府が関与するのはなぜですか	66
27	公共料金の引上げが話題になります、どの程度上がっているのですか	68
28	公共料金引上げの原因は何ですか	70
29	受益者負担とは何のことですか	72
30	米価はどのように決まるのですか	74
31	国鉄運賃の問題点は何なのですか	76
32	電気料金はどのように決まるのですか	78
33	郵便料金はどのようにして決まるのですか	80
34	電信・電話料金はどのように決まるのですか	82
35	私鉄・バス・タクシーの運賃はどのように決まるのですか	84
36	診療費はどのように決められるのですか	86
37	たばこの販売価格はどのように決められるのですか	88
4 物価指数		
38	「価格」と「物価」とはどう違うのですか	92
39	消費者物価指数とはどのようなものですか	94
40	消費者物価指数はどのようにして計算するのですか	96
41	卸売物価指数はどのようにして作成するのですか	98



42	消費者物価指数と卸売物価指数が違った動きをするのはなぜですか	100
43	消費者物価指数と実感とのズレはなぜ出てくるのですか	102
44	日経主要商品価格指数とはどのようなものですか	104
45	国際商品相場指数とはどんな性格の指数ですか	106
46	輸出入品の値動きを知るにはどのような指標がありますか	108
47	地価の動きを知るにはどのような指標がありますか	110
48	農村物価指数とはどのようなものですか	112
49	GNPデフレーターとはどのようなものですか	114
50	物価指数の計算に使われるラスパイレス式とはどんな方法ですか	116
51	わが国の物価はどのような動きをたどってきましたか	118
<b>5 インフレの原因</b>		
52	なぜ物価は上がるのでしょうか	122
53	インフレ、デフレとはどの程度のものからいいますか	124
54	インフレにはどのような型がありますか	126
55	需要インフレとはどのようなものをいいますか	128
56	賃上げはどの程度インフレに結びつくのでしょうか	130
57	現実のインフレを需要インフレ、コスト・インフレと区別できますか	132

73	インフレに対してどんな対抗手段がありますか……………	166
72	地価の上昇は国民生活にどのような影響を与えますか……………	164
71	インフレは政府にどのような影響を与えますか……………	162
70	インフレは企業活動にどのような影響を与えますか……………	160
69	インフレは国民の貯蓄行動にどのような影響を与えますか……………	158
68	インフレは消費行動にどのような影響を与えますか……………	156
67	インフレは家計にどのような影響を与えますか……………	154
66	インフレに対する人々の受けとめ方はどう変わってきましたか……………	152
<b>6 インフレの影響</b>		
65	社会主義国にはインフレはないのですか……………	148
64	スタグフレーションはなぜ起こるのですか……………	146
63	インフレは国際的にも波及するのですか……………	144
62	生産性上昇率格差インフレ論とはどのようなものですか……………	142
61	国債の発行はインフレにつながりますか……………	140
60	管理価格インフレとは何ですか……………	138
59	福祉の充実がインフレを促進するといわれるのはなぜですか……………	136
58	おカネの流通量が増えたとインフレになるのですか……………	134

74	デノミネーションは物価にどう影響しますか……………	163
75	インフレ会計とはどんな会計処理方式なのか……………	170

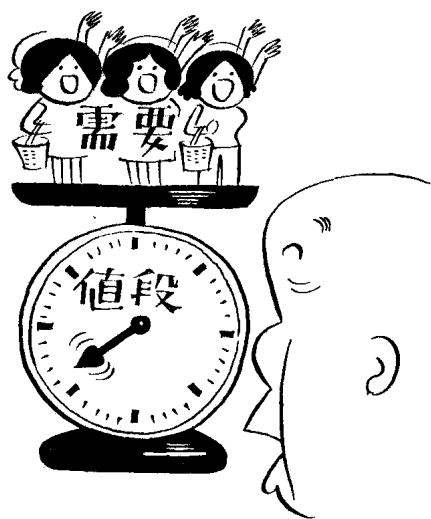
## 7 物価政策

76	物価対策にはどのようなものがありますか……………	174
77	総需要抑制策とはどのような政策ですか……………	176
78	財政政策は物価対策としてどのような役割を果たしますか……………	178
79	金融政策は物価対策としてどのような役割を果たしますか……………	180
80	マネー・サプライ重視の金融政策とはどういう意味ですか……………	182
81	競争促進政策は物価対策としてどのような意味をもっていますか……………	184
82	政府が個別商品の価格に介入するのは効果がありますか……………	186
83	流通の合理化によって物価を下げることはできますか……………	188
84	円レートの変化は物価にどのように響きますか……………	190
85	所得政策とはどういうものですか……………	192
86	所得政策は物価対策として成功するでしょうか……………	194
87	インデクセーションとは何のことですか……………	196
88	わが国の物価対策はどのように進められてきましたか……………	198
89	地価対策としてはどのようなものがありますか……………	200

90	公共料金政策としてはどのようなものがありますか……………	202
91	農畜産物の各種事業団はその価格にどんな影響を与えていますか……………	204
<b>8 国際経済と物価</b>		
92	国際経済の状況と物価はどのようにかわりあっていますか……………	208
93	世界の物価はどのような足どりをたどってきましたか……………	210
94	交易条件とは何ですか……………	212
95	わが国の輸出入価格はどのように変化してきましたか……………	214
96	石油価格はなぜ大幅に上がったのですか……………	216
97	国際商品相場とは、どんな商品のどんな価格をいいますか……………	218
98	国際商品協定の目的は何で、現在どんな協定がありますか……………	220
99	一次産品の生産国カルテルの実態と効果はどうなっていますか……………	222
100	海運市況が貿易業界だけでなく、広く注目されるのはなぜですか……………	224
索引……………		230



# 1 価格とは



## ？ 1

ものの値段はどのようにして決まる  
のですか

原則としては需要と供給の一致  
するところで価格が決まります。

商品取引や株式の取引、あるいは市場での野菜や魚のセリをみた経験のある人は多いでしょう。ここでは大勢の売り手と買い手（あるいはその代理人）が一堂に会して、なるべく自分の利益を多くするように行動しながら値段を決めていきます。そこでみられる共通の現象は、値段が高ければ多くの人が売ろうとし、逆に安くなるにしたがって買おうとする人が多くなるということです。そしてある価格で売る量と買う量が決まり、取引が成立します。

以上は価格が決まる仕組みを端的に示しています。すなわち、商品やサービスの値段は、その商品やサービスに対する買い手の需要と売り手の供給の関係から決まるわけです。百貨店に足を運ぶと、すべての商品にあらかじめ値段がつけられていて、とても売り手と買い手の交渉によって値段が決まるとは考えられません。この場合でもやや長期的な視野でながめてみれば同じことです。たとえばある品質のカメラにデパートが一台五万円の値段をつけて売り出しても、買う人が極端に少なく利益が上がらなければ、四万五千円に値下げします。しかし、仕入れコストや一般管理費などの費用を考えてそれ以上下げられなければ、その値段でお客を待つわけです。それでもお客がこなければ、そのカメラの販売を中止します。

## 1 価格とは

もう少しこの関係を厳密に検討するために、一般に需要曲線、供給曲線の概念が使用されます。需要曲線は価格水準をグラフの縦軸にとり、需要量を横軸にとると右下がりとなります。これは前述したように価格が上がれば需要量が減り、下がれば増える関係を示しています。このように需要量は価格の上下によって変動するわけですが、その変動の程度を需要の価格弾力性（価格上昇率に対する需要変化率の比率）といいます。この需要の価格弾力性は、米、麦などの生活必需品は低く、奢侈品は高いというように、商品やサービスの種類によって異なります。つまり商品やサービスの種類によって、需要曲線の傾きや形が変わってきます。生活必需品の価格弾力性が低いのは、たとえ価格が上がっても生活を続けていくためには買わざるをえないためです。

このような需要曲線はある時点のものでしかありません。この需要曲線に影響を与える要因は、価格と需要量のほかにもいろいろ考えられます。たとえば所得が増えた場合、商品の価格が一定ならばふつうは需要が増えます。この程度を需要の所得弾力性（所得増加率に対する需要変化率の比率）といいます。ただ、バターに対するマーガリンのように、所得が上がればマーガリンに対する需要が減るといふ商品もあります（最近はお菓子のバランス等の関係から、所得が増えてもマーガリン需要は必ずしも減りません）。この場合のマーガリンを劣等財といいます。

一方、供給曲線は売り手が利益を最大にしようとするために、価格が高ければ供給量が増え、低ければ減るといふ右上がりの形になります。この場合、売り手は製造費用、販売費用などのコストを考へながら値段をつけるわけです。そしてこの両曲線が交わったところで価格が決まり、需要、供給量が決まるわけです。



## ？ 2

誰が価格を決めるのですか

一般に競争者が少なくなるほど  
企業の価格決定力が強くなりま  
す。

この問題を考える場合のポイントは、企業あるいは生産者が価格を決める力をもっているかどうかです。第一に考えられるのは、企業あるいは生産者がまったく価格に介入できない場合です。たとえば野菜や果物などの生鮮食料品については、一般に生産者は市場で成立している価格に影響を与えるような行動をとることができません。なぜなら、大きな市場シェアをもつ生産者がいないうに、生産者がほとんど無数に存在しているからです。

このような市場では、たとえ一生産者が高い価格をつけても誰も買いませんし、価格を上げようとして出荷を抑えても市場価格は何ら影響を受けません。このような市場は、経済学でいう完全競争市場に近いものといえます。

他方、一般の商品やサービスの市場は、完全競争市場とは大分異なっています。これを不完全競争市場といいます。具体的には同種商品をただ一社で生産している独占市場、あるいは少数の生産者が大きな市場シェアをもつ寡占市場が一般的です。こういった市場では、生産者が何らかの形で価格を設定することができます。典型的なのは独占市場で、ここでは売り手が一人で競争相手がいませんから、買い手が多数いる場合にはまったく自由に価格を操作することができます。