

企業物価指数

— 企業間で取引される財（商品）の価格の動きを読む指標 —

1. 企業物価指数とは

日本銀行が作成している「企業物価指数（CGPI：Corporate Goods Price Index）」は、総務省が作成している「消費者物価指数（CPI：Consumer Price Index）」とともに、物価の変動を捉える代表的な価格指数です。消費者物価指数は一般の消費者が日常購入する財（商品）・サービスの価格の動きを指数化した指標です。一方、企業物価指数は企業間で取引される工業製品など財（商品）の価格の動きを指数化した指標です。企業物価指数は、国内企業物価指数（図表1）、輸出物価指数、輸入物価指数から構成されています。このほか、日本銀行はサービスに注目した企業向けサービス価格指数を公表しています。

2. 企業物価指数の作成

企業物価指数は、比較の基準となる時点（基準時）を決めて、その時の物価に対してどの程度上昇または下落したかを指数で表したものです。企業物価指数は消費者物価指数と同様ラスパイレス方式によって作成されています。この方式では、指数に採用した商品とその数量を基準時に固定して、物価の変化だけを測れるようにしています。つまり、個々の品目のウエイトは基準時から変わらないものとしてその固定されたウエイトに個々の品目の価格指数を掛けたものを合計して総合的な物価指数を算出しています。

企業物価指数はラスパイレス方式で作成されていますので、時間の経過とともにウエイト構成が実態と乖離するほか、基準時点において存在しなかった新商品が出現した場合には、その価格動向を反映することができません。このため、基準時を5年毎に改定し、指

数に採用する商品や数量の見直しがされています。なお、毎年ウエイトを計算し直して作成する「連鎖指数」（図表2）も公表されており、この指数も参考にしつつ、企業物価の動きを読むことが有用です。

3. 活用される企業物価指数

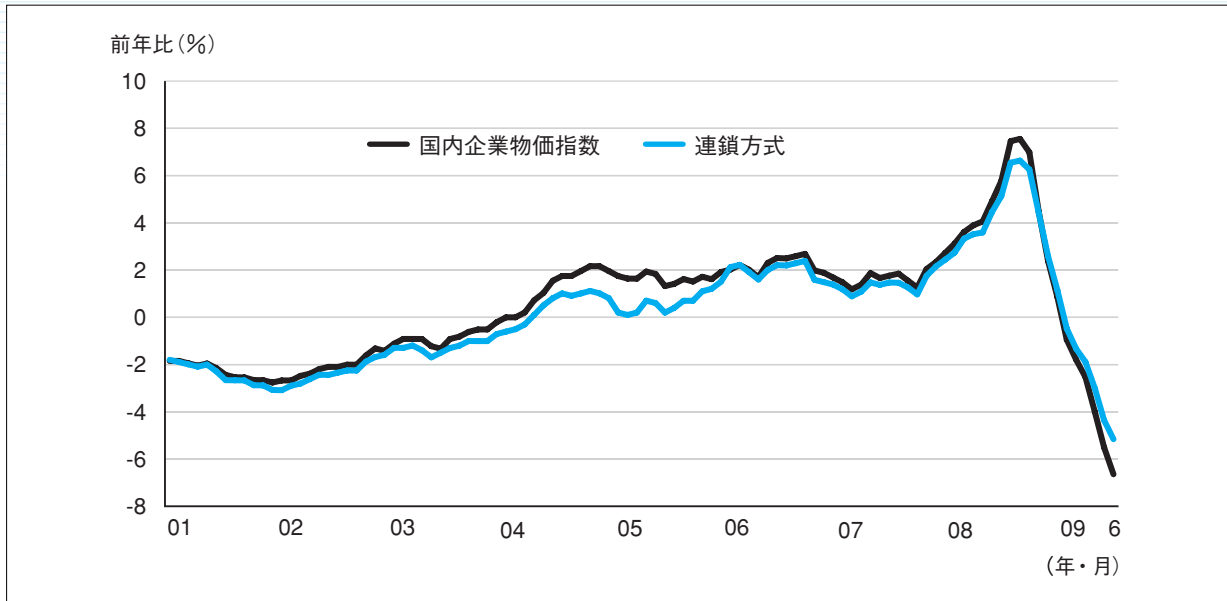
企業物価指数は商品の需給を敏感に反映しますので、景気動向の判断に役立ち、日本銀行では金融政策を判断するための材料にしています。また、企業物価指数は企業間での個々の商取引の値決めの参考としても利用されています。

異なる時点の経済活動を比較する際に、物価の変動による名目の値を取り除いて実質の値を算定する必要があります。実質値は名目値を物価指数で除することによって求められます。企業物価指数はGDP統計を作成する際にも利用されています。

図表1. 国内企業物価指数の概要

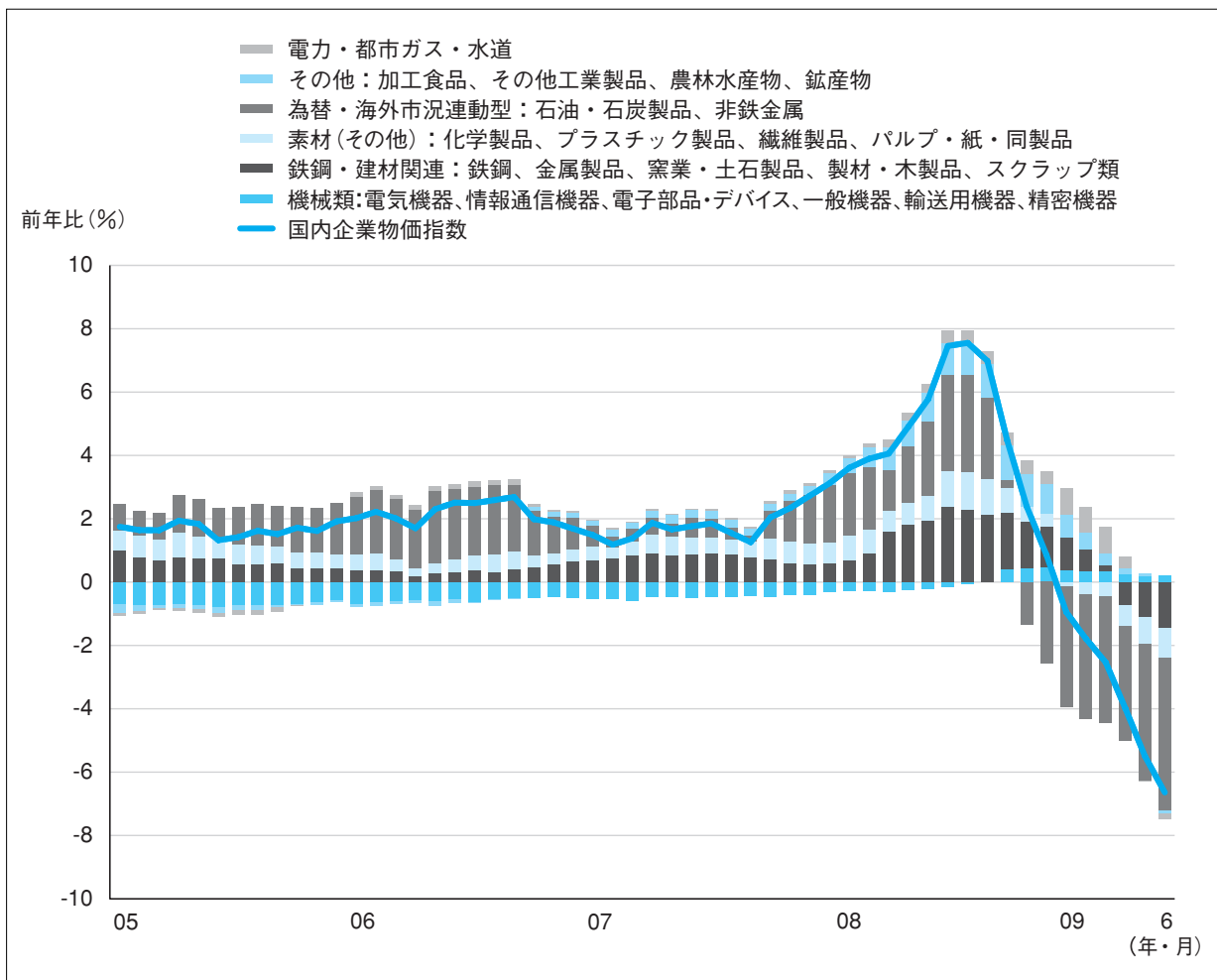
指数の性格
国内市場向けの国内生産品（国内市場を經由して最終的に輸出に向けられるものを除く）の企業間取引価格を調査した物価指数。
指数の基準時およびウエイト算定年次
2005年。
指数採用品目の基準
基準年（2005年）における「ウエイト対象総取引額」（国内で生産した国内需要家向けの財の出荷総額）の1万分の1（232億円）以上の取引シェアを有していること。863品目。
指数の公表
原則として翌月の第8営業日。 ただし、年2回の定期遡及訂正月（4、10月）は第9営業日。 計数の遡及訂正（過去1年半分）を年2回実施。

図表 2 . 国内企業物価指数の推移



(資料) 日本銀行「企業物価指数」

図表 3 . 企業物価指数の寄与度分析



(資料) 日本銀行「企業物価指数」