

高齢者の直面する物価水準*¹

財務総合政策研究所・研究部・総括主任研究官

宇南山 卓

はじめに

本稿では、年齢別の消費者物価指数を計測する。総務省統計局の公表する「消費者物価指数」(CPI)は公的年金の物価スライドの基準であり、金融政策における「物価安定の目標」にもなるなど、政策的な注目度が高い。しかし、あらゆる消費者の直面する物価を1つの系列に集約することへの批判も強い。たとえば、公的年金の物価スライド制には高齢者の消費行動を反映させるべきだという議論がある。その批判に対し、年齢別の消費行動の違いを考慮して消費者物価指数を計測しようというのが本稿の目的である。

高齢者は若年層が異なる消費行動をとることは、先験的に明らかである。高齢者は、より多くの医療費を支出し、教育費のシェアは小さく、持ち家の比率が高いため家賃負担は小さい。すなわち、医療費・教育費・住宅価格などの動向は、若年者と高齢者の生計費に異なる影響を与えるのである。

加えて、若年者と高齢者では購入する店舗も異なる。高齢者は、一般小売店での購入が多いのに対し、若年層はスーパーやディスカウントショップのような大規模店舗で購入することが多い。こうした購入先の業態の違いによって、直面する価格も異なると考えられる。本稿では、これまで考察されることのなかった年齢別の購買行動の違いを、全国消費実態調査・全国物価統計調査という

大規模かつユニークなデータを用いて考慮した。

もちろん、高齢者の消費者物価指数が計測できなかったとして、すぐに物価スライドに適用すべきかについては議論の余地がある。高齢者の消費者物価指数が全年齢の平均の消費者物価指数よりもインフレ率が低くなるとは限らず、年金財政に対するインパクトも慎重に評価する必要がある。それでも、まず消費者物価指数の動向が年齢別にどのように異なるかを明らかにすることは、今後の検討のためにも重要である。

1. 年齢別の物価指数とは？

1-1 物価指数とは？

物価指数の計測のスタートは、ミクロ経済学の教科書の最初に出てくる消費者の費用最小化問題である。経済学の枠組みにおいて、経済活動の最終的な目的は、消費をすることにより効用(日常的な用語で言い換えるならば「満足度」または「幸福度」)を得ることである。一定の効用水準 \bar{u} を得るのに必要な支出額 X は、支出関数 e によって次のように書ける。

$$X=e(p, \bar{u}; \delta)$$

ただし、 p は財・サービスの価格ベクトル(価格のリスト)で、 δ は効用関数のパラメータで嗜好の違いを表現するものである。ある効用水準

*1) 本稿は、慶田昌之氏(立正大学)との共同研究の成果の一部をまとめたものである。

を得る方法は各財・サービスへの振り分け次第であるが、その中で最も支出を少なくできる消費パターンを「最適な消費パターン」と呼び、その支出パターンを実現するのに必要な支出金額が X なのである。

効用水準 \bar{u} と支出金額 X が分かれば、貨幣単位で表された経済活動を効用単位に換算することが可能になる。言い換えれば、1 単位の効用を得るのに必要な貨幣の量のことを「物価」と呼ぶのである。

同じ効用を得るのに必要な費用が計算できれば、さまざまな財・サービスの価格が異なる複数の状況の比較も 1 つの数字で可能である。財・サービスの価格が変化した時の「真の物価」は次のように定義される（たとえば、Diewert (1981) を参照）。

$$P_1 = \frac{e(p_1, \bar{u}; \delta)}{e(p_0, \bar{u}; \delta)}$$

ただし、 p_0 および p_1 はそれぞれ基準時点・比較時点での各財・サービスの価格ベクトルである。

さらに、実際に公式に公表されている物価指数は、基準時点での各財・サービスの消費量ベクトルを q_0 を基準としたラスパイレズ指数

$$CPI_1 \equiv \frac{p_1, q_0}{p_0, q_0} \geq \frac{e(p_1, \bar{u}; \delta)}{e(p_0, \bar{u}; \delta)}$$

である。つまり、公表されている消費者物価指数とは、世帯が購入する財・サービスの消費構造（購入する財・サービスのバスケット）を一定のものとして、そのバスケットを購入する費用がどう変化するかを示したものである。このラスパイレズ指数は、真の物価指数の上限となることが知られており、近似的には真の物価指数と一致している。

1-2 年齢別の物価水準の比較

同じ考え方で、概念的には支出関数から、同一の財・サービスの価格ベクトルのもとで直面している物価が高いのはどのような家計であるかを知

ることもできる。たとえば、 \bar{u} を基準となる家計の効用パラメータ、 δ_1 を比較対象の家計の効用パラメータとすれば、同じ効用水準を得るのに必要な費用の相対的な高さを示す指数 R は

$$R = \frac{e(p, \bar{u}; \delta_1)}{e(p, \bar{u}; \delta_0)}$$

と書ける。

基準となる世帯を若年者、比較対象を高齢者とすれば、年齢別の比較はこの枠組で可能なはずである。たとえば、肉が安くて魚が高いような状況で、若年者は肉が好きで高齢者は魚が好きであれば、同じ効用水準を得ようとする高年齢者ほど多くの支出をする必要があるというイメージである。

こうした世帯属性ごとの「同一の効用水準を得るために必要な支出額」を計測することは、政策的には重要な役割がある。たとえば、同じ金額でも世帯属性ごとに実質的な価値（その補助金によって得られる効用水準）が異なるのであれば、支給する補助金を調整することができる。また、異なる家計属性を持つ世帯間で効用水準を比較するのも利用することができる。

しかし、残念ながら、効用そのものが観察可能ではないため、異なる効用関数を持つ家計間で物価を比較することは強い仮定を置かない限り不可能である。異なる家計属性を持つ世帯が、同じ価格ベクトルの下で、異なる行動をとっていたとして、それが効用水準の違いによるものなのか効用パラメータの違いによるものなのかを識別することは不可能だからである。さらに言えば、そもそも経済学では異なる個人間で効用水準を比較することは不可能である。つまり、年齢別に「誰がより高い物価に直面しているか？」という疑問に答えることは、概念的にも技術的にも不可能なのである。

1-3 年齢階級別の物価指数

年齢別の「直面する物価の絶対水準」を比較することはできなくても、年齢別に「家計属性ごと

の物価の変化」を比較することはできる*2。すなわち、世帯属性が k である世帯の消費者物価指数を

$$P_1^k \equiv \frac{e(p_1, \bar{u}; \delta_k)}{e(p_0, \bar{u}; \delta_k)} \quad (3)$$

と定義する。理想的には、年齢別の物価指数を計測するということは (3) 式を計測することになるが、通常の消費者物価指数の手法を踏襲して、

$$CPI_1^k \equiv \frac{p_1 \cdot q_0^k}{p_0 \cdot q_0^k} \quad (4)$$

を計測することとする。すなわち、家計属性別に基準時点での消費ベクトル q_0^k を作成し、それをウェイトしてラスパイレズ指数を計算するだけである。

2. 業態別の価格と支出シェア

2-1 年齢別の消費行動と業態

結局、年齢別の物価指数を計測することとは、年齢別に消費のバスケットを計測して、そのバスケットの価格がどのように変化していくかを計測していくことである。実際、総務省統計局が公表する公式の消費者物価指数でも「世帯主の年齢階級別指数」が公表されている。これは、基準年の家計調査に基づき年齢別の支出シェアを計算し、ウェイト作成したものである。年齢別に財のバスケットを設定し物価指数を計測するだけであれば、この指数を用いればよいことになる。

それに対し、ここでは年齢別の買い物の場所の違いに注目した。同じ財・サービスへの支出であっても、購入先が違えば異なる消費行動であると

みなしたのである。Aguiar and Hurst (2007) はスキャナー・データを用いて高齢者の財・サービスの購買行動が若年者と異なることを示している。すなわち、消費者は年齢によって求める小売サービスに違いがあり、小売サービスに対する選好によって購入する店舗を決定していると考えられる。

しかも阿部・外木・渡辺 (2008) は、同一商品であっても店舗間で価格の動きが大きく異なることを示している。つまり、異なる小売店舗を利用することは求めるサービスが違うことを示唆しており、価格動向にも違いが生まれると考えられる。

さらに、宇南山・慶田 (2008) は、購入先の選択が経済厚生に大きな影響を与えることを示している。そこで、ここでは、「購入先業態」の違いを小売サービスの選択にとらえ、業態ごとの価格の動向と消費者の購入行動を考慮して物価指数を構築する。

2-2 データ

購入行動も考慮した年齢別の物価指数を計測するには、年齢別に購入先業態別がどれほど異なるのか、業態ごとの価格動向がどのようになるのかを観察する必要がある。すなわち、年齢別に「財別・業態別」の消費ベクトル (すなわち、(4) 式における q_0^k) を構築することである。これは、通常のCPIで「ウェイト」を作成することに相当するが、年齢別に構築しなければならない点と、購入先業態別にも分割する必要がある点で異なる*3。

業態ごとの価格は、日本全体に対する代表性を持つ統計として、全国物価統計調査の「業態別小

*2) 北村 (2008) は、世帯ごとに支出シェアを計測しているが、それが選好の違いによってもたらされているかは検証していない。

*3) ただし、世帯主の年齢で分類されていることには注意が必要である。世帯調査によるデータで年齢別の消費を観察する場合、世帯は世帯主の年齢で分類せざるを得ない。しかし、たとえば3世代同居のケースでは、祖父・祖母が世帯主であれば若年世代の消費が高齢者の消費として、逆に息子・娘が世帯主であれば高齢者の消費が若年世代の消費に見なされてしまう。つまり、同居高齢者の消費行動が別居高齢者と大きく異なる場合には、世帯主が65歳以上の世帯だけを見ても「代表的な高齢者」を観察することはできない。ここでは、世帯主が65歳以上の世帯の世帯員は平均で1.95人でありそのうち65歳以上の世帯員が1.45人であり、世帯主が65歳以下の世帯の平均世帯員数2.65人のうち65歳以上の世帯員は0.57人であることから、世帯主の年齢で分類することの影響は小さい。

売価格」が利用できる。全国物価統計調査とは、5年に一度実施されていた価格の構造調査であり、地域間・店舗間・銘柄間の価格差を把握する統計である。毎月実施され消費者物価指数の基礎統計となる小売物価統計調査と同じ総務省統計局が作成しており、調査対象となる市町村数は4倍程度である。ここでは、1987年調査から2007年調査の5調査分のデータを用いた*4。一方、各家計がどのような業態で財・サービスを購入しているかについては、全国消費実態調査を用いた。全国消費実態調査は、5年に一度実施される家計の所得・消費の構造統計であり、毎回約5万5千世帯が調査される。毎月調査されている家計調査よりも詳細な集計が公表されており、品目別・購入先業態別の支出金額が利用可能である。

全国消費実態調査も、全国物価統計調査と同じ総務省統計局の調査であり、業態の区分はほぼ同じである。ここでは業態を「一般小売店」・「スーパー」・「量販専門店」・「コンビニ」・「デパート」・「生協」・「その他」の7つに分類した*5。もちろん、すべての品目の業態別価格が意味を持つわけではなく、実際に全国物価統計調査でも調査されない品目もある。その理由は大きく分けて3つあり、業態で分けることができないもの（家賃、電気代、上下水道料など）、業態を定義するのが困難なもの（外食などのサービス関連品目）、価格が全国一律で業態間に差がないもの（教科書・学習参考教材、書籍・他の印刷物、たばこ）である。これらの品目については、業態間で価格差のないものとした。また、単身世帯を含む全世帯ベースで、年齢別・購入先別の集計表は中分類までだけが利用可能であるため、ここでも中分類を最小の財・サービスの最小分類単位とした。

価格ベクトルは、基準時点と比較時点のデータが必要であるが、時系列方向と業態別のクロスセ

クション方向で別のデータを用いた。時系列的には、全購入先業態の平均の財別価格指数を作成し、各時点での各購入先業態の価格の平均価格との比をかけて購入先業態別の時系列比較可能な価格指数が構築できるのである。

業態別のクロスセクション方向の価格構造については、上で述べたように、全国物価統計調査の品目別・業態別価格を業態別の平均が100となるように換算して用いた。ただし、1987年と1992年の全国物価統計調査では、全業態の平均価格が計算されていないため、各業態の欠損値を除く単純平均を平均価格とした。また、大規模店舗と小規模店舗に分けて価格が調査されている場合には、単純平均をその業態の価格とした。

時系列方向（すなわち価格の変化）については、総務省統計局の公表する消費者物価指数（CPI；2005年基準）を利用した。CPIの価格データは小売物価統計調査で収集されるが、その調査店舗は「調査品目ごとに販売数量又は従業者規模等の大きい店舗の順に」選定されており業態別の価格動向は考慮されていないが、実際には主要な購入先業態は含まれるように調査されており、時系列的な動向は全購入先業態の平均とみなすことができる。

3. 年齢別の物価指数

3-1 財別・業態別の価格

まず、図1で過去20年で各財の物価がどのように変化してきたかを確認する。過去20年で最も物価の上昇したのは「教育」である過去20年で物価は1.6倍にまでなっている。一方で、「家事・家具用品」の物価は30パーセント下落している。これは、電子レンジや冷蔵庫の品質向上による物価の低下、家具などの流通の変化などを反映していると考えられる。また、年齢別に異なる影響を与え

*4) 全国物価統計調査は、2007年調査を最後に小売物価統計調査の一部となっている。

*5) 1997年調査から、大規模店舗と小規模店舗で別集計となっているが、ここでは両者の単純平均をその業態の価格とした。また、1997・2002・2007年の全国物価統計調査では「ディスカウントストア」も調査されているが、量販専門店とディスカウントストアの単純平均を「量販専門店」の価格として利用した。量販専門店・生協は1997年調査に導入されていたため、それ以前は欠損となっている。

ると思われる品目の価格も大きく変動している。「住宅」の価格は、バブル経済の影響もあり1995年くらいまでは急激に上昇している。また、「保健・医療」は自己負担率の引き上げに伴い、段階的に上昇してきた。

次に、業態別にどの程度の価格差があるのかを示すために、年齢別の物価指数の計測のもとにな

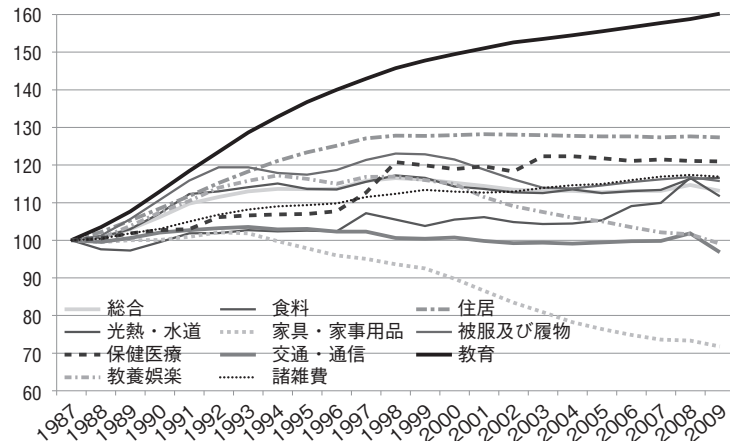
る、財別・業態別の価格ベクトル（すなわち（4）式の p ）の動向をみる。表1は、2007年の全国物価統計調査に基づく中分類別・業態別の価格指数である。基本的に、全国物価統計調査では品目ごとに銘柄や属性を細かく指定して調査しており、ほぼ同一の財の価格が調査されている。それ

にもかかわらず、多くの品目でコンビニ・デパートでは価格が高く、スーパー・量販店の価格が低い傾向がある。一般小売店は、特に食料品を中心に平均価格を下回っているが、スーパー等よりは高めである。

3-2 年齢別の消費行動

図2は、ここで構築された年齢別・財別の支出シェアである。この図より、多くの世帯が無職となる60歳以降に、消費の構造に大きな変化が発生することが分かる。高齢者世帯は、「食費」と「光熱・水道」に対する支出が若年者世帯

図1 財別の消費者物価指数の動向（2005年基準）



(消費者物価指数年報より筆者作成・1987年=100に換算)

表1 2007年 費目別業態別価格指数

		一般小売店	スーパー	量販専門店	コンビニ	デパート	生協	その他
食料	穀類	97.0	99.1	89.9	113.2	113.1	97.4	96.8
	魚介類	103.0	96.5	92.5	102.7	135.1	100.0	104.0
	肉類	101.4	98.8	94.7	96.2	127.6	97.8	97.7
	乳卵類	102.0	97.0	86.5	108.3	108.6	99.7	99.3
	野菜・海藻	99.7	99.1	83.0	112.7	135.1	102.9	89.2
	果物	98.4	99.3	93.4	118.2	137.5	104.1	83.7
	油脂・調味料	103.9	98.3	82.6	106.8	126.4	97.9	104.1
	菓子類	105.8	92.7	91.2	101.3	126.0	94.2	106.1
	調理食品	101.7	97.0	97.2	106.3	127.1	97.6	98.1
	飲料	101.3	94.8	88.0	114.9	114.4	95.4	109.2
光熱・水道	酒類	101.4	96.2	93.1	106.1	108.8	95.4	103.3
	ガス代	100.3	100.0	98.2	100.0	100.0	98.5	99.8
家具・家事用品	家庭用耐久財	102.2	95.3	97.4	100.0	109.0	98.4	90.7
	室内装備品	115.8	69.5	59.5	100.0	176.8	80.1	84.1
	寝具類	99.5	77.4	66.1	100.0	225.7	85.4	147.1
	家事雑貨	96.5	87.3	86.2	105.3	169.9	85.0	96.7
	家事用消耗品	99.1	100.5	94.6	103.0	110.4	100.5	104.5
被服および履物	洋服	119.5	52.1	60.5	100.0	186.7	63.3	89.5
	シャツ・セーター類	113.5	54.1	49.5	73.8	232.9	60.0	77.4
	下着類	106.2	86.4	76.0	108.5	170.4	88.9	84.4
	履物	124.8	70.6	53.3	100.0	154.8	65.2	60.5
保健医療	他の被服類	115.1	97.5	65.7	88.5	203.9	76.2	78.3
	医薬品・健康保持用摂取品	100.1	98.8	99.1	100.3	106.3	101.2	101.5
交通・通信	保健医療用品・器具	95.3	82.1	81.7	103.3	126.5	92.5	102.6
	自動車等関係費	100.0	99.6	99.6	100.0	100.2	99.6	97.9
教養娯楽	教養娯楽用耐久財	102.0	100.6	97.6	100.0	103.9	102.0	100.0
	教養娯楽用品	101.1	94.4	87.0	105.9	127.8	99.7	98.1
	教養娯楽サービス	110.9	92.4	102.2	102.0	151.3	76.7	105.8
諸雑費	理美容用品	99.1	101.8	97.0	101.3	105.6	102.0	102.3
	身の回り用品	110.7	84.3	79.9	95.8	157.6	117.8	123.3

よりもの数%ずつ多い。また、「保健医療」のウエイトは、60歳未満の世帯では3%前後であるのに対し、60歳以上では6%と倍増する。それに対し、「教育費」のウエイトは、40～49歳階級でピークの10%程度であるのに対し、60歳以上の世帯では実質的に0%である。さらに、「交通・通信」は、60歳大きな断絶があるわけではないが、高齢者世帯になるほどシェアが低い。これは、携帯電話の通信料が、高齢者層ではそれほど大きくないことに起因する。

図2 年齢階級別の財別支出シェア（10大費目）

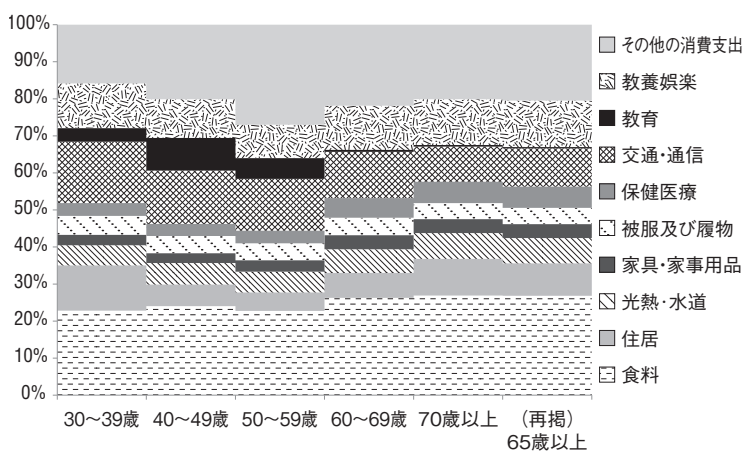


表2 年齢階級別の業態別支出シェア

大分類	中分類		一般小売店	スーパー	量販専門店	コンビニ	デパート	生協	その他
食料	(酒類、外食を除いたすべて)	平均	16.3%	56.0%	2.5%	4.1%	5.1%	9.1%	6.9%
		30歳未満	12.8%	57.5%	3.4%	13.4%	3.3%	5.4%	4.2%
		30～39歳	11.7%	59.7%	3.6%	6.7%	3.6%	10.1%	4.5%
		40～49歳	12.1%	60.1%	3.0%	4.8%	3.3%	11.8%	4.9%
		50～59歳	15.3%	57.6%	2.5%	3.0%	4.6%	9.9%	7.1%
		60～69歳	19.0%	53.8%	2.0%	2.1%	6.4%	8.1%	8.5%
		70歳以上	22.2%	51.2%	1.7%	2.1%	7.7%	6.8%	8.3%
		65歳以上	21.3%	52.1%	1.8%	2.0%	7.4%	7.0%	8.5%
家事家具用品	家庭用耐久財	平均	35.9%	5.7%	38.3%	0.0%	4.7%	2.2%	13.1%
		30歳未満	26.1%	3.8%	52.4%	0.0%	6.5%	0.8%	10.4%
		30～39歳	19.0%	5.2%	49.5%	0.0%	5.9%	0.7%	19.8%
		40～49歳	30.1%	5.8%	43.1%	0.0%	3.1%	2.0%	15.9%
		50～59歳	37.5%	6.7%	39.1%	0.0%	4.2%	2.5%	10.0%
		60～69歳	37.9%	4.9%	34.2%	0.0%	6.2%	3.2%	13.5%
		70歳以上	48.6%	6.3%	29.3%	0.0%	3.4%	1.3%	11.2%
		65歳以上	45.3%	5.9%	31.9%	0.0%	3.9%	2.6%	10.5%
教養娯楽	教養娯楽用耐久財	平均	28.9%	2.6%	53.4%	0.0%	1.6%	0.7%	12.7%
		30歳未満	16.5%	2.8%	61.5%	0.0%	1.7%	3.1%	14.5%
		30～39歳	24.2%	1.7%	50.7%	0.0%	2.8%	0.2%	20.3%
		40～49歳	26.3%	1.7%	59.8%	0.0%	0.6%	0.3%	11.3%
		50～59歳	27.3%	3.1%	57.7%	0.0%	1.4%	0.7%	9.7%
		60～69歳	36.2%	2.6%	48.7%	0.0%	1.7%	0.1%	10.6%
		70歳以上	43.4%	5.0%	40.9%	0.0%	1.4%	2.2%	7.0%
		65歳以上	45.6%	4.7%	40.3%	0.1%	2.2%	1.4%	5.9%

表2は、全国消費実態調査から得られる年齢別の購入先業態別の支出シェアのうち、消費行動が異なりやすい食料（酒類・外食を除く）、家庭用耐久財、教養娯楽耐久財の購入先業態別の支出シェアを示している。この表から、高齢世帯になるほど「一般小売店」で購入する割合が平均的な世帯よりも高いことが分かる。一方で、「スーパー」で購入する割合がすべての「食料」に含まれる中分類で低い。すなわち、高齢者世帯では食料を「スーパー」で購入せず、「一般小売店」で購入していることが分かる。さらに、単身者の多い30歳未満の家計では「コンビニ」のシェアが高い。年齢が高いほどコンビニの割合が低いことは明らかであり、年齢別の購入先業態の違いを象徴している。耐久財については、65歳以上の世帯では、「家庭用耐久財」では9.4パーセント・ポイント、「教養娯楽耐久財」については16.7パーセント・ポイント、平均的な世帯よりも「一般小売店」での購入割合が多い。若年層では「量販専門店」での購入割合が高く、「家庭用耐

表3 財のウエイトと購買行動を考慮した年齢階級別物価指数

	年齢別・財ウエイト+年齢別・購入先業態別ウエイト(1987年=100)							
	平均	30歳未満	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上	65歳以上
1992年	108.9	108.7	108	108.8	108.8	109.2	109.9	109.7
1997年	111	110.8	109.3	110.7	110.9	111.3	113	112.5
2002年	107.8	108	105.9	107.5	107.8	108	109.9	109.4
2007年	108.5	108.4	106.1	107.8	108.7	109.1	111	110.5

久財」では6.4パーセント・ポイント、「教養娯楽耐久財」については13.1パーセント・ポイントの差がでている。

このような購入行動の違いは、財に対するアクセスのしやすさに影響を受けたものと解釈される。たとえば、高齢者では一般小売店での購入が他の世代に比較して多い。これは自動車などの交通手段に制約があり、住居に近い一般小売店を利用している結果であるかもしれない。また、デパートなどの利用が多いのは、数少ない外出の機会を効率的に利用してまとめて購入活動をしている可能性がある。また、30歳未満の若年者では単身者も多く、通常の時間外で買い物をする必要があり、コンビニの利用頻度が高いと考えられる。言い換えれば、消費者は店舗への物理的・時間的なアクセスのしやすさで購入先を決定していると考えられる。

3-3 年齢別の価格指数

財別・購入先業態別の消費ベクトルをウエイトとして、財別・購入先業態別の価格ベクトルを指数化した年齢別の物価指数を示すのが表3である*6。第1列の「平均」は、財別のウエイトも購入先業態のウエイトも全世帯平均のものを用いて計算された結果である。平均の物価指数は2007年に108.50で、20年間で8.5%の物価上昇があったことになる。その横からの各列、30歳未満、30~39歳、…が年齢別の指数であり、一番右側の列は65歳以上の世帯を再集計したものである。

65歳以上の世帯の物価指数は、1987年を100として、2007年が110.5であり、平均的な世帯と比

較すると2.0%ポイント高い。一方で30-39歳が最も低いインフレ率に直面していたことになる。30歳以上に限定すれば年齢が高いほどインフレ率

も高く、高齢になるほど高いインフレを経験してきたのである。

この乖離がどのように発生したかを見ているのが、表4-1と表4-2である。表3は、財別ウエイトも購入先業態別ウエイトも年齢別のもを用いており、財別ウエイト・購入先業態別ウエイトを全年齢の平均シェアを用いた物価指数との差は、2つのウエイトの差の合計となっているのである。表4-1及び表4-2では、それぞれ財別ウエイトのみ、購入先業態別ウエイトのみを年齢別のもとして、他方は全年齢の平均を用いている。もちろん、2つのウエイトのクロス項も存在するが、1次近似としてはこの分解が意味を持つ。

表4-1の財別ウエイトのみ年齢別としたものは、家計は財に関しては若年者と異なる選好を持つが、購入先の小売サービスに対しては同一の選好を持つと仮定したケースとみなすこともできる。上で見たように、年齢ごとの財別ウエイトは、10大費目の教育・保健医療およびIT関連の耐久財で大きく異なっていた。保健医療のウエイトは60歳未満の世帯はで3%前後であるのに対し、60歳以上では6%と倍増する。一方で、保健医療は制度的な要因によって特に価格上昇率が高い。また、IT関連の耐久財は大幅に価格が低下したが、高齢者の支出シェアは低い。こうした要因によって、高齢者の経験したインフレ率は平均よりも約1.5%ポイント高くなっている。一方で、財別に物価上昇率の高かった保健医療・教育のどちらも支出シェアが小さく、IT関連の支出が多い30歳代は、平均よりも1.8%インフレ率が低かった。

表4-2は、財別ウエイトは平均の支出シェアを

*6) 使用した消費者物価指数が2005年のものであり、2005年が100となるように基準化されているが、計算された指数を定数倍することで1987年を100となるように換算した。

用いるが、購入先業態別は年齢ごとのウエイトを用いた指数を作成し、平均との差をとったものである。これは、高齢者が若年者と財に対する選好は同じで、小売サービスに対する選好だけが異なるケースに該当する。購入先業態別のウエイトが65歳以上では、平均よりも約0.5%ポイント高くなっている。これは、高齢者が選好する一般小売店のような伝統的な業態が、量販専門店やスーパーと比較して物価の上昇率が高かったことを示している。年齢別に見れば、若年者ほどインフレ率の低い業態で購入していたことが分かる。

結論

本稿では、年齢別の消費行動の違いを考慮した「年齢別の物価指数」を構築した。高齢者は、少なくとも1987年から2007年にかけては、平均よりも高めのインフレ率に直面していた。その差は、20年間で2%程度であるが、その差の大部分は1997年までの10年程度で発生していた。

平均との乖離が発生した原因は、70歳以上の世帯で住居・保健医療の支出シェアが高く、それらの品目の物価上昇率が相対的に高かったためである。1997年以降は、どの支出項目も価格が安定したため、消費する財の違いが物価指数の違いに与える影響は小さかった。

年齢別の購買行動の違いを反映した差は1997年

までは小さかったが、過去10年程度で拡大傾向である。高齢者は「一般小売店」での購入が多いのに対し、デフレにもよらず「一般小売店」の価格の低下は相対的に小さかったため、差が生まれたと考えられる。

現時点では、年齢別の物価指数の動向に大きな違いはないため、物価スライドの目標を変更するなどの政策的な対応の必要性は低いと考えられる。しかし、今後の物価の動向次第では無視できない影響を与える可能性があるため、今後とも定期的にチェックをする必要はあるだろう。

参考文献

- 阿部修人・外木暁幸・渡辺努（2008）「企業の出荷価格の粘着性——アンケート調査とPOSデータに基づく分析——」『経済研究』第59巻 第4号305-316.
- 宇南山 卓・慶田 昌之（2008）、「流通業における規制緩和の効果：少子高齢化社会へのインプリケーション」,RIETI Discussion Paper Series 08-J-047
- 北村 行伸（2008）「家計別物価指数の構築と分析」『金融研究』第27巻第3号,pp. 91-150.
- Aguiar, M. and E. Hurst (2007) "Lifecycle Prices and Production," *American Economic Review*, Vol.97, No.5, pp.1533-1559.
- Diewert, W. E. (1981) "The Economic Theory of Index Numbers: A Survey." A. Deaton ed. *Essays in the theory and measurement of consumer behaviour*. pp.163-208; Cambridge University Press: London.

表4-1 財ウエイトのみを年齢別にした場合の物価指数の乖離幅

	年齢別・財ウエイト + 全年齢平均・購入先業態別ウエイト (1987年=100)						
	30歳未満	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上	65歳以上
1992年	-0.04	-0.76	-0.07	-0.09	0.18	0.84	0.66
1997年	-0.35	-1.59	-0.23	-0.04	0.26	1.87	1.4
2002年	0.02	-1.8	-0.05	0.1	0.08	1.73	1.27
2007年	-0.35	-2.25	-0.17	0.24	0.35	1.87	1.49

注)財ウエイトを各年齢のものを使った場合の乖離幅(パーセントポイント)

表4-2 購買行動のみを年齢別にした場合の物価指数の乖離幅

	全年齢平均・財ウエイト + 年齢別・購入先業態別ウエイト (1987年=100)						
	30歳未満	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上	65歳以上
1992年	-0.1	-0.11	-0.06	0	0.1	0.19	0.18
1997年	0.14	-0.11	-0.1	-0.03	0.02	0.15	0.13
2002年	0.1	-0.1	-0.25	-0.07	0.11	0.36	0.27
2007年	0.26	-0.17	-0.54	-0.08	0.2	0.64	0.49

注)購入先業態別ウエイトを各年齢のものを使った場合の乖離幅(パーセントポイント)