

特集 問われる「物価高」の時代の支え合い

01

慢性デフレから賃上げと緩やかなインフレの好循環へ

—日本の物価と消費者・流通業—

渡辺 努 (東京大学大学院経済学研究科経済理論専攻 教授)

聞き手 加賀美 太記 (阪南大学流通学部 教授)



渡辺 努氏

慢性的なデフレの問題点

【加賀美】物価をめぐる問題として、これまでは長く続いたデフレがもたらした日本経済への深刻な影響が指摘されてきました。昨今のインフレについて何う前に、まずはデフレとは一体何だったのか、それがどのような形で日本経済にとって悪影響だったのかについて、お考えをお聞かせください。

【渡辺氏】デフレは1990年代半ばから始まりましたが、これがどういう現象だったかという点、労働者の賃金が毎年据え置きかれ、同時に物価も毎年据え置きになっていました。賃金と物価が30年間に渡りほとんど上昇しなかった。これ程長く続いたので、慢性デフレと呼ばれる現象になっていました。

では、なぜ慢性デフレが起きたのか。『物価を考える』の中でも書いていますが、デフレが始まった1990年代半ばは、まだバブルの余韻が残っていた時期です。その余韻は賃金の面にもありまして、バブル期に企業がかなり賃上げをしていたことから、この時期の円建て賃金は結構な水準まで上がってしまっていたんですね。さらに、1990年代半ばは円高の時代でもありました。そのため、この時期の日本人労働者の賃金をドル建てで評価すると、実は世界でも1、2を争うぐらいの高い水準になっていたんです。

賃金が高いことは、決して悪いことではありませんが、企業からするとコストが高くなるわけです。当時は中国をはじめとしたアジア諸国が、グローバルなマーケットに進出し始めた時期で、とくに製造業からすると、このままの状態では中国企業と戦っていけるのかという大きな懸念が生じました。そのとき、賃金が高すぎると競争に勝ち抜くのが厳しくなる、賃金を削るのは難しくとも、

少なくとも賃上げをやめようじゃないかという意見が財界中心に出てきます。それまでは毎年春闘が行われて、毎年しっかりと賃金が上がっていましたが、それを一旦止めようじゃないかという提案、あるいは押し付けのようなことが始まっていくわけです。労働組合では、賃上げをしないことについて議論になったと聞いていますが、賃上げを抑制して、日本企業にグローバル市場で生き残ってもらわなければ、そもそも雇用が維持できないという観点から、組合もなかなか強気になれず、財界からの要請を受け入れていったわけです。こうして多くの企業、とくにグローバルに展開する大企業では、ベースアップ、いわゆるベアをしないということが始まり、賃金が据え置かれる状態を作る大きな原因になりました。

では、賃金が上がらない状況で、企業が価格だけを上げられるかということ、とてもじゃないけどできません。消費者が困ってしまいますので。こうして賃金も価格も毎年据え置かれる状態が始まりました。これが慢性的なデフレのきっかけであり、しかも、これが長く長く続いてしまった。こんな状態になっていたのは日本だけで、世界的にも非常に珍しい現象が日本で起きていたと言えるでしょう。

それでは慢性デフレの何が、どのように問題だったのか。賃金を据え置いて、価格も据え置いて、それで日本の競争力が維持できるのであれば、競争力の維持という目的は実現できていることになります。ところが、賃金と価格を据え置くことで日本の競争力維持を図る中、新たな問題が起こります。たとえば、ある企業が新しい商品を開発しようとするれば、設備投資が必要で、

当然お金がかかります。その分、新しい商品にはかかったコストを反映した値段を設定して、儲けたいと考えますよね。しかし、商品全般で値段が上げられないという制約があると、そうした価格設定ができなくなります。そのため企業は、そもそも新商品の開発、あるいはイノベーションに積極的に取り組むことができなくなってしまいます。むしろ、何とかコストをカットして、企業体として経営が成り立つようにしていこう。こういう風に、いわば後ろ向きの経営になってしまったんですね。こうして、以前に比べて日本におけるイノベーションが停滞してしまい、日本経済全体の活発さが失われてしまっていたんです。これが問題の1つです。

もう1つの問題は、労働者に関わるものです。賃金が据え置かれているということは、頑張った人もそうじゃない人も、みんな賃金が一緒で変わらないことになります。そうすると人情として、頑張って働こうと思わなくなる。あるいは、英語ができるように勉強するといったスキルアップにも当然お金や時間がかかりますが、スキルアップしたとしても賃金が変わらなければ、頑張ってスキルアップしようとする人は少なくなるでしょう。こうなってしまうと、労働者の質の向上、あるいは生産性の向上が、実現しないことになります。これもまたグローバルで見た日本の競争力を低下させることにつながりました。

つまり、価格が動かせないという前提のもとで、企業が非常に縮こまった経営になってしまい、労働者の方でも、賃金が上がらない中でやる気が失われてしまった。これが30年間続いてきたことで、経済の

成長を大きく損なった。これが日本の「失われた 30 年」でした。最初は、単に価格と賃金が据え置かれるところから始まったのだけれども、そこだけに留まらず、経済全体に悪い影響を及ぼした。現在より少し前の日本は、いよいよこれを直さなきゃいけない状態にあったのだらうと私は考えています。

【加賀美】 価格と賃金の据え置きが、日本経済に悪影響を及ぼしたことについては、『物価を考える』の中でも賃金・物価スパイラルという考え方で先生は説明されています。

【渡辺氏】 今申し上げたような状況を、私は日本版の賃金・物価スパイラルと呼んでいます。先程の状況は、賃金が据え置かれているので賃金上昇率は 0% ですが、同時に物価も据え置かれているので、物価上昇率、すなわちインフレ率も 0% です。

実は、この両方が 0% というのが大事な特徴です。要は、労働者からすると、物価が上がらないから、賃金が上がらなくても何とか生活できる。逆に企業からすると、人件費が上がらないから、価格は上げなくてもギリギリ何とか対応できる。賃金・物価の上昇率がともに 0% であれば、企業も労働者も何とかなるとい構造が成り立っていたわけで、それが賃金・物価スパイラルと呼ぶ所以です。仮に、賃金は上がらないけど、物価だけ上がる事態になったら、労働者は黙っていられませんし、逆に賃金は上がってるけれども物価が上がらないとなれば企業の方がたまらないわけです。やっぱり片方が 0% だったら、もう片方も 0% にするしかない。その意味で絶妙なバランスだったんだらうと思います。

先程から 30 年続いて大変だという話をしていますが、逆に 30 年も続いたということは、確かにつらいかもしれないけれど、生きるか死ぬかのような差し迫ったことにはならず、ぬるま湯的ではあれども、それなりに快適な状態だった。だからこそ 30 年もこうした事態が続いてきたのでしょう。

デフレからインフレへの転換

【加賀美】 30 年も変わらなかったデフレですが、現在はうってかわってインフレが進行しています。いつ頃から、何をきっかけに、デフレからインフレに転換したと考えられますか。

【渡辺氏】 ずっと続いてきた慢性デフレの転換点は、今から 3 年前の 2022 年春ぐらいです。それまで物価上昇率は、パンデミック等の複雑な事情もありましたけれども、基本は 0% で来ていました。それが 2% を超え、一時は 4% 近くまで上がった。今に至っても 2% を超える水準が続く、いわゆる物価上昇になっているわけですね。

それが良いか悪いかという話は後でいたしますけれども、そもそも物価上昇がなぜ生じたのかというと、きっかけは、海外のインフレが日本に流入してきたことでした。アメリカやヨーロッパ諸国は、パンデミックに対して、日本よりも少し早めに経済再開へ舵を切りました。2021 年ぐらいからです。そうすると当然経済活動は活発化します。ところが、たとえばアメリカでは、労働力が移民等によって支えられていましたが、パンデミックによって、移民もいったんそれぞれの母国に帰ってしまいま

した。それを突然、アメリカに呼び戻そうとしても、なかなかすぐには入ってこないわけです。他にもいろいろなことが起きましたが、パンデミックからの経済の立ち上がりのところで、トータルでは生産体制が十分に整わなかったんですね。一方で、経済再開だということで需要は一気に増えていく。そこで需要と供給の関係において、需要過多の状態になり、欧米のインフレが作られていきました。2022年春の時点では、日本はまだ需要過多のような状況にはなっていませんでしたが、この海外で生じたインフレが日本にも輸入物価の上昇という形で入り込んできたのが直接のきっかけだったと思います。

ただ、向こうのインフレがワットと入ってきたのであれば、それが通り過ぎてしまえば、インフレも終わるはずでした。しかし、未だにインフレは続いていますし、おそらく、今後しばらくはインフレが続くと思います。日本でもインフレが持続性を持つようになってきているわけです。きっかけは海外発のインフレで説明がつくとして、では、なぜそれが持続性を持つようになったのでしょうか。これがもう一つ大事な問いになります。そして、それは海外の話ではなく、日本の消費者、つまり私達自身が、自身の行動を変えてきているということが大きく関係しています。

慢性デフレの時期、日本の消費者は、物価というのは上がらないのが当たり前だと考えていました。つまり、物価というのは毎年据え置きだと、みんなが強く信じていたわけです。そうすると、繰り返しになりますが、企業は価格を上げられない。買う人みんなが価格は上がらないと思っている

し、事実として、価格を上げると消費者が違う店に行ってしまうということが起きていました。けれども、どうやら2022年春先ぐらいから、日本の消費者も物価は上がるんじゃないかと思い始めたようなんです。消費者としては、もちろん嬉しくないけれど、価格が上がっても仕方ないんじゃないか、そんな世の中が始まっちゃったんじゃないか、そう割り切り始めたというのが、非常に大きなインパクトを持ったと思います。きっかけは海外からの輸入インフレだったけれど、もう一つのプラスアルファとして、日本の消費者のマインドが変わっていったというのが、現在のインフレには大きく影響したと思います。

じゃあ、消費者のマインドはなぜ変わったのか。ここはよくわからない部分も残りますが、2022年春先のことを思い返していただくと、ウクライナでの戦争が始まっていました。だいぶ遠い国の話ですから、日本に直接影響があったわけではありませんが、戦争ですから、より近いヨーロッパの国々では激しいインフレを引き起こしました。そうした話を聞くにつけ、日本の消費者も、どうも最近きな臭い話が多いなと思い始めた。要は、そういうご時世に最近なっているのかなという発想を消費者が持つようになり、まだ日本にインフレは入ってきていないけれど、先々インフレが起きてもおかしくないぞと、そうした備えを固める、あるいは心構えのようなことが起きた可能性があります。

戦争もさることながら、アメリカやヨーロッパでパンデミック由来のインフレが起きたと言いましたが、これは10%を超える激しいインフレでした。それこそ家賃も

急上昇して、住む家がないとか、社会的な問題にまで発展しました。当時の日本ではそうした事態にはなっていませんでしたが、日本の消費者からしてみると、海外ではパンデミックが終わってインフレになっているらしいし、パンデミックは日本でも起きたわけだし、日本もインフレにならないという保証はないと考えるようになったと思われま

つまり、戦争とパンデミック後のインフレという 2 つの事態を、テレビや SNS で見るにつけて、日本の消費者も明日は我が身と思い始めた。これが、物価が上がるんじゃないかという人々の期待、マインドを形作っていったんだと思います。そして消費者のマインドが変わっていく中で、メーカーも、スーパーも実際に値段を上げ始めました。とくに食料品を中心にした値上げが 2022 年以降に始まり、現在まで続いています。それまで企業は値段を上げると、消費者が逃げてしまうので、なかなか値上げに踏み切れなかったわけですが、この頃から企業も値上げをしてみて、消費者が逃げなくなったなど捉えるようになったのだと思います。最初は恐々でしたが、徐々に企業が本格的に値段を上げ始めたというのが日本の大きな変化です。

なお、欧米と日本のインフレを比較すると、まず欧米の方がインフレは早く始まりました。その理由はパンデミック後の経済再開が向こうの方が早く始まったからです。それから、インフレ自体も、欧米では 10% に届くような激しいインフレだったのに対して、日本のインフレはピーク時でも 4% ぐらいのもので、随分とマイルドなものでした。とはいえ、日本の消費者から

すると、それまではベタ風の物価だったわけで、4% 弱といっても大騒ぎになったわけ

こうした違いの 1 つはパンデミック後の経済再開のタイミングの違いですけれども、もう一つの違いは、やはりずっと物価を上げてこなかったというのが尾を引いてると思います。やっぱり日本の消費者は、値上げは嫌だという人が強いので、企業によっては値段を上げたいけれども、消費者の反応が怖くて上げられない。消費者にアピールできる商品を作れるメーカーであれば、値段も上げられるんでしょうけれど、そこまで自信がないところは、あまり上げられないということで、上がり方も緩かったのかなと思います。

日本の消費者の特殊性

【加賀美】 パンデミック後の経済再開という点では、いわゆるコロナ貯蓄が日本では積みあがっただけで、あまり消費に回らなかったという見解もあります。

【渡辺氏】 アメリカでもヨーロッパでも日本でも、パンデミックの時期は経済活動が停滞していたけれど、一方で所得はそれほど減りませんでした。もちろん、非常に厳しかった人たちもいたのは事実です。それでも、結果的にパンデミックの時期に貯蓄が多く蓄えられました。もう 1 つの各国共通の話として、各国政府が大盤振る舞いして、企業であれ、消費者であれ、サポートをしようとしていました。そういう補助金をたくさんもらった消費者がどこの国でもいたわけです。この両方の意味で、パンデ

ミックが終わった瞬間に、消費者のポケットには結構の金額が残っていたわけですね。そしてアメリカやヨーロッパは、パンデミックが終わった、つまり経済再開が始まったそのタイミングで、消費者がそのお金を使い始めるんです。今までずっと控えていた消費をするわけですから、需要が一気に強くなって物価を上げていく、こういう比較的わかりやすいことが向こうでは起きていたわけです。

一方、日本はどうだったかという、確かに価格は上がっていきましたが、消費はどちらかというと弱い状況が続きました。つまり、パンデミック中の貯蓄や補助金を原資にして消費が盛り上がり、それが物価を押し上げることが、日本では起きなかった。むしろ消費の方は、防衛的といえますか、価格が上がってしまったので消費を控える傾向が強かったと思います。アメリカやヨーロッパでも、貯蓄が十分じゃなく、物価が上がったので消費を控えるとか、あるいは控えざるを得ない人はいたでしょうけれども、全体としてそれらの人は少なかったのに対して、日本はそういうタイプの人の方がむしろメインだったように思います。

【加賀美】 日本の消費者はとにかく値上げが嫌いだということを渡辺先生はアンケートで検証されておられます。こうした消費者のマインドはどういうふう形成されてきたのでしょうか。また、インフレのもとで変化しているのでしょうか。

【渡辺氏】 1990年代から賃金の据え置きが生じます。そうすると、派手に消費をするわけにはいかないの、消費者はより安い

店や商品を探す行動をとるようになります。心理的にも、希望的な意味も込めて、物価は上がって欲しくないと思うようになります。あるいは、価格を上げる企業はけしからん、そういう企業からは買わないようにしよう、そういうある種の不買運動みたいなものが、社会の中で行われてきたのではないかと思います。そういうことを何度も繰り返す中で、値上げは嫌だ、物価は変わらないで欲しい、そういう信念みたいなものが消費者の中に築かれてきたのだろうと思います。これは非常にユニークな、日本に特有の現象でした。

今それが変化しているのかというと、確かに変化しています。ここは大事なところなんです、足元でインフレが進んでいるから値上げも仕方ないと思うようになった、という見方もあるかもしれません。けれども、私たちのアンケートでは、2022年の春先ぐらいから、日本の消費者が値上げをある程度は許容する、あるいは物価が変わらないという予想を変更する動きが始まっています。私たちはPOSデータ等を見て、緻密にインフレの時期を見ていますが、2022年春は、まだ激しいインフレは始まっていなかった。つまり、消費者のマインドの変化が先行していて、それが原因で、企業も値上げを安心して始めた。これが実際のインフレを作ったんです。つまりインフレが起きたから、消費者が変わったのではないと思うんです。

もうちょっと整理すれば、慢性デフレの時期に値段が上がらない状態を作ったのも消費者ですし、最近3年ほど物価が上がる状態を作ってきたのも消費者であって、ある意味、消費者が全てをドライブしている

のではないか。こういうふうに私は理解しています。

【加賀美】 日本の消費者の値上げ嫌いは、他国と比べてもかなり明確な違いだと言っているのでしょうか。

【渡辺氏】 食料品を作っている日本企業がありますが、それらの企業は日本で売っているのと同じ商品を海外でも売っていますよね。パンデミック前に、そうした企業にお話を伺ったとき、面白かったのは、商品の製造コストが上がったとすると、彼らは海外向けの価格は上げるそうです。アメリカでも、ヨーロッパでも、中国でも、海外では、小売店も値上げを容認してくれるし、消費者も製造コストの上昇など、理由のある値上げは受け入れるので、あまり苦労せずに値上げができますと言います。ところが、日本では流通のところでものすごい抵抗があるそうです。少しでも値上げすれば、たちまち競合他社に顧客が流れてしまうのではないかとと言われて、日本ではなかなか値上げができないと。海外向けは結構な頻度で価格を上げるのに対して、日本はずっと据え置きという、非常にいびつな構造が、同じ企業と同じ商品で起きてしまっているそうです。

同じような企業の証言はいくつもありませんし、私たちのデータも、日本の消費者は他国の消費者と違う行動をとっていることを示しています。多分、企業の方々は仕事のなかで、十分にそうしたことに気がついていたらと思います。

【加賀美】 日本の消費者の変化は、このまま定着していくのでしょうか。

【渡辺氏】 そこは非常に大事な問題です。少し前で4%、今3%ぐらいのインフレですが、3~4%というのは、結構高い水準のインフレです。これがずっと続くというのは、あまりよくありません。日銀の目標も2%のインフレになっていますので、そのくらいに落ち着かせることが大事になると考えます。

2%ぐらいの緩やかなインフレが持続的に続くだろう、ここにみんなの予想が収斂していくのが理想であって、データを見る限り、今のところはそこに向かいつつあるように思います。けれども、先々のことですから、消費者がそう思い続けてくれるかどうかはわかりません。やっぱり昔の方が良かった、やっぱり値段は変わらない方がいいという気持ちが強くなり、以前のように物価は上がらないという予想が支配的になり、値上げも大嫌いだというように戻っていく可能性も、まだまだ残っていると思います。そういう意味で、今はまさに過渡期といいますか、2%程度の安定的なインフレ予想が定着するかどうかの瀬戸際だと思います。

【加賀美】 慢性デフレから持続的なインフレに変わっていくところでは、日本の消費者が、ある意味で海外の消費者と同じようになっていくことが重要になりそうですね。

【渡辺氏】 それは確かに重要ですが、慢性デフレにおいてはスパイラル的に賃金と価格の両方が据え置かれていたと話しましたが、もし賃金据え置きのままで、値上げだけ許容しろと言われても、それは無理ですよ。今は値上げが起きている一方で、賃上げも起きている。2023年から3年連

続で高い水準の賃上げが実行されています。値上げに見合うぐらいの賃上げが起きているわけです。もちろん残念ながら、全ての人の賃金が上がっているわけではありません。そこはメリハリがついてしまっているし、地域的にも賃上げは東京中心で、地方はまだまだ苦しいという問題もあります。

しかし、将来的には、今まであまり賃上げがなかった労働者や地域についても、賃上げは広がっていくだろうと思います。そういう中ではじめて、物価も上がる、それから賃金も上がる、この両方の良いバランスが実現すると思います。消費者だけに何とか頑張っただけで値上げを許容するようになれというのは無理な注文ですが、今は一方で、賃上げもできてきているというのが非常に大きな変化だと思います。

インフレ下における流通業の課題

【加賀美】 この間、生協をはじめ、スーパーやコンビニ等では価格を引き上げている一方、プライベートブランド商品等で値下げや価格据え置きを打ち出して、熾烈な価格競争をしています。消費者の買い控え行動への対応だと思いますが、先生のお話を伺うと、デフレからの脱却という点では、あまり好ましくない影響があるように思います。こうした企業側の動きが引き起こす問題、あるいは今後企業や消費者と直接向き合ってる小売事業者が考えるべき課題は何でしょうか。

【渡辺氏】 おそらく生協にも関係があると思いますが、おっしゃるように、PBでもそうですし、あるいは特売などの形でも、

とにかく値下げをしているところは、だいぶ減りつつありますが、やっぱりあるわけですね。先程申し上げたように、賃上げが全ての人に及んでいるわけではないので、賃上げの恩恵を受けられていない方々に対して、値下げによって彼らを引き付けようとする事なのだと思います。

加えて、この30年間、とにかく物価を上げてこなかったという経験があるものだから、小売業の経営者の頭の中にも、その時代の名残といいますか、その時代における経営のマインドが残ってしまっていて、値下げや価格据え置きといったことをしているのではないかと思います。私は経済のあるべき姿としては止めてほしいというのがありますが、それが正しいと思われるということなので、仕方がない面があります。

しかし、今後起きることとして、流通の世界も次のように変わっていくだろうとは思っています。どこの地域でもそうですが、人手不足がとにかく深刻になっている。そうすると、当然流通で働く方々についても、賃金を上げないと、必要な人手が確保できなくなります。これは製造業でも中小企業でも起きていますよね。こうした人手不足を補うために賃上げをして、それでようやく人員を確保したときに、果たしてそこで値下げができるだろうかということです。

やはり賃上げが起きたら、流通であったとしても、きちんと価格に転嫁しないとペイしないわけです。そうすると、特売をガンガン打つことは、消費者は喜ぶかもしれませんが、持続性はないと思いますね。もし、それを続けている流通業があっ

たとすると、それは赤字が続いている、あるいはその企業で賃上げができないことになりますので、十分な労働者が集められなくなっていく。いずれにしても経営が厳しくなり、その流通業は撤退するということが起こってくるのではないのでしょうか。人手不足は決して短期的な話ではありませんので、そういうことがもっと激しく起きてくるだろうと思います。

今まで過当競争気味のところがあつたと思いますが、そういう物価が上がり、賃金も上がるという流れに、うまく乗れていないところが淘汰されていくと、勝ち残った企業はもう少し余裕を持って、利益を確保しながら、十分にお客さんを確保できるようになります。こうした価格も賃金も上がる社会における流通業の形に、今は近づくプロセスではないだろうかと考えています。もちろん、もう一波乱二波乱あるかもしれないとは思いますが。

私が言うのもおこがましい話ですが、流通業や小売業の課題といいますか、お仕事上の心がけは、世の中変わっているんだということを、大きな流れとしてご理解いただくとともに、その中でどうやって経営をしていくのかを考えたとき、変わった社会に合わせていく努力を地道にやっていくことに尽きるんじゃないかと思えます。まかり間違っても、インフレなんて短期的なんだから、いずれまた物価が上がらない状態に戻るんだからと、そちらに振り切ってしまうと、淘汰される側になってしまうと思います。

【加賀美】 物価が上がれば賃金も上がる、いわば普通の経済活動に対応できる仕組み

に切り替えていかなければならないわけですね。

【渡辺氏】 もう少し言うと、決して、過当競争だから流通業を淘汰すべきとか、あるいは価格も賃金も上がらない事態を変えなければいけないといったことを、金科玉条のように考えて議論しているわけではありません。

日本経済全体を考えたとき、企業は様々な工夫をしてイノベーションが活発になっていく、そして労働者も元気いっぱい働き、色々な働く工夫をしていく。そうならないと、世界の中で残ってはいけなと思っています、そのために、価格と賃金がしっかり上がっていく社会を作らなければいけないと思っているわけです。

その中で流通はとても大事な役割があり、ぜひそれを果たしていただきたいという思いで申し上げます。もしかすると、すでに今取り組まれていることがあって、それがここまで私が話してきたことと反っていて駄目だとか言う話でもありません。

政策の鍵としての賃上げ

【加賀美】 この間、政府も物価高対策と賃上げを軸にデフレからの完全な脱却を図るといっていますが、どのような政策を打ち出していくことが望ましいとお考えでしょうか。

【渡辺氏】 政府もこれまで大事な役割を果たしてきたので、政府が無為無策だと言うつもりはサラサラありませんが、どうして

も政治家は選挙における人気取りをやりますよね。今もそうですが、物価高対策をやりますと与野党みんながキャンペーンを打つわけです。たとえば、ガソリンが高いので、補助金を出して価格が上がらないようにするといったことは長くやられてきましたし、電気代などでもそうです。与野党問わず、それこそ何兆円という金額を毎年投入して、物価が上がらないようにしてきました。私はこれ、根本的に間違っていると思っています。これらはプライスコントロールといますが、価格はマーケットに任せるのが本筋であって、そこに政府が介入して抑え込んでしまうのは、色々な意味で良くありません。ヨーロッパはウクライナと近く、エネルギー問題等が日本よりもはるかに深刻だったので、政府もプライスコントロールを行いました。ただし、それも戦争が始まって大変な混乱にあった半年間程度です。人々が状況にアジャストできるまでの期間については、政府が何とか価格を上げられないようにしますが、一定期間が過ぎたら政府は手を離しますよ、ということだったわけです。世界全体で日本だけが、いつまでもプライスコントロールをやり続けている。政治的な不安定性と、それから物価が上がるのが嫌いだという元々持っていた国民性が背景でしょう。

しかし、プライスコントロールを長く続けていると、多くの方々が、ようやく少しずつ値段が上がることに決意を固めつつあるにもかかわらず、その流れを押しとどめてしまうことになってしまうわけです。ですから私は、政治家の皆さんにそれはおかしいですと申し上げています。国際的に見てもおかしいですし、財政が苦しい中で、毎年何兆円もそこに使うのは止め

るべきだと申し上げています。

もちろん、そんなことしたら生活が成り立たなくなる人がいっぱい出てくるんじゃないと言われるわけですが、今の日本で起きていることを一言で言えば、物価が高いのではなくて、賃金が安すぎるんですよ。直すべきは、安すぎる賃金であり、この間の賃上げで多少は直っているとはいえ、まだ直っていない人がいるのだから、まずはそこの人たちにしっかりと手当をする。それは給付金でもいいし、中小企業でなかなか賃上げができないということであれば、中小企業が払えるような補助金を出す。そうやって多くの労働者、ひいては消費者に賃上げの恩恵が及ぶようにしていく。それが本筋だと思うんですね。そうすればガソリン価格が上がっても、電気代が上がっても、ちゃんと払える。それが賃金と物価のいわゆる好循環です。

ちなみに賃金と物価の好循環については、岸田前総理が言い出しました。岸田政権の評価については色々言われますけれども、私は立派なこともしてきたと思っています。とくによい政策の1つが、最低賃金を上げることを明確に示した点です。そもそも日本の最低賃金はかなり低かったわけですが、これを1000円に上げるところまでやり、10年ぐらにかけて1500円まで上げていく。こういう将来のパスを示したわけです。多くの企業経営者が、これから最低賃金はずっと上がっていくんだということを理解すれば、当然それは現在の賃金にも反映されていきます。労働者も、最低賃金が今後上がっていくわけですから、今年ぜひ上げてくださいよ、と言いやすくなる。このように賃上げムードを高めたという意

味で、非常に大きな効果を果たしたと思います。

もう一つのよい政策は、これも地味ではありますが、下請法を変えようとしたことです。下請法は、公正取引委員会が所管している法律で、そもそも公正取引委員会は価格の番人みたいな役所です。親企業と下請企業とでは、どうしても親企業の方が力関係で強くなります。そうすると、下請企業で労働者が賃上げを求めてきたとき、労働者を留め置くために賃上げしようとして、価格にそれを転嫁する必要がある出てきても、親企業がうんと言ってくれないことがあります。うんと言ってくれないどころか、そんなこと言うなら、もう取引しないから勝手にしなさいみたいなことになりかねない。そのため、怖くて下請企業は値上げをなかなか言い出せないという状況が今たくさん存在しているそうです。そこを、もう少し下請企業の方に力を与えるようにしようということで、例えば下請企業からの価格交渉の申し出を、親企業は拒んではいけない、ちゃんと交渉のテーブルには着かなきゃいけないことにしようとしています。

下請企業の要求を無理やり飲ませるのは、政府が踏み込みすぎですから、できません。けれども、テーブルにつくところまでは必ずやりなさいと。加えて、法律を改正してもなお、親企業が全然交渉に応じてないのであれば摘発するというように法律を変えていこうとしています。

それから、ある種のガイドラインも作ろうとしています。賃金が上がったのでその分のコスト増を価格に転嫁したいといった、正当な理由があるときには、しっかりと応じなければいけないといったガイドラインを作っていこうとしています。これができれば牽制効果が発生して、親企業も自発的に下請企業からの要請にも応じるかもしれないし、そうすれば下請企業も賃上げがしやすくなるわけです。

世の中的には目立たないようなことですが、大事な役割をすることを政権もやっているといますし、大企業も労働組合もそれに乗ろうとしていますので、これからも賃金と物価の好循環に向かっていって欲しいと思います。

渡辺氏は、本インタビューでも触れられていた、物価研究についての著作を発表されています。紙幅にも限りがありますので、より詳細な内容に興味のある方は、ぜひ下記作品をご一読ください。



『物価とは何か』
講談社(講談社選書メチエ)
2022/1/13 408 ページ



『世界インフレの謎』
講談社 (講談社現代新書)
2022/10/20 264 ページ



『物価を考えるーデフレの謎、インフレの謎』
日経BP 日本経済新聞出版
2024/11/23 400 ページ