HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	消費者物価長期低下傾向の構造的要因 ： 経済のグローバル化とサービス化
Author(s)	内田, 和男
Citation	經濟學研究, 58(2), 1-9
Issue Date	2008-09-11
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/34656
Type	departmental bulletin paper
File Information	1-9.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

経 済 学 研 究　*58−2*
北 海 道 大 学　2008. 9

消費者物価長期低下傾向の構造的要因

―― 経済のグローバル化とサービス化 ――

内　田　和　男

1．はじめに

日本経済は1999年からデフレ経済下にあり，1997年の消費税率上昇による物価引き上げ効果を除いて考えれば，実際は1995年からデフレが続いていると云える。デフレーションとは端的に記せば「一般物価の継続的下落」のことである。しかし，1999年の旧経済企画庁『物価レポート』によれば，日本政府の見解としてのデフレーションは「物価下落を伴った景気低迷」と定義されていた。つまり日本政府の見解では，単に物価下落だけでなく，物価下落に失業や過剰設備といった景気後退現象が結びついてはじめてデフレであると定義されていたのである。

その後，2001年3月の月例経済報告においてこのデフレ定義が「持続的な物価下落」に改められると同時に，現在の日本経済がデフレであることを公式に政府は認めたのである。そして同時に，内閣府はより厳密な定義として，「物価下落が2年以上継続している状態」というIMF（国際通貨基金）が用いている基準を採用することを決めたのである。

そして2006年7月の月例経済報告による物価判断は，「消費者物価は石油製品，その他特殊要因を除くとゼロ近傍で推移しており，今後の物価動向については注意していく必要がある」とし，約5年ぶりに「デフレ」の表現を削除している。ただし，物価の持続的な下落は止まったと分析したが，再びデフレに戻らないか否かを見極める必要があるとの理由から「デフレ脱却」の判断は先送りし，今日まで続いている。

政府はデフレ脱却を判断するに当たって次の4つの指標に注目している。1）消費者物価指数，2）GDPデフレーター，3）GDP需給ギャップ，4）単位労働コスト。このうち前者2つは物価指数そのものであり，消費者物価指数については2006年に持続的な下落は止まったと判断されているが，GDPデフレーターについては，2007年にマイナスが拡大し，再び下落基調にある。3），4）の後者2つは代表的な物価変動要因である。単位労働コストについては，2007年にマイナスが拡大を示し縮小する傾向は未だに見られない。

本稿では分析対象を消費者物価の動向に限定した上で，GDPデフレーターの変動要因として挙げられているGDPギャップ（いわゆる貯蓄・投資ギャップ）に準じた消費者物価変動要因を取り上げ分析している。1999年以降のデフレ現象それ自体はバブル崩壊後の金融不安定性に寄るところが大きいとしても，長期的視点に立つと，70年代後半から消費者物価上昇率が趨勢的に下落傾向にあるという構造的現象に注目している。分析は次節以降で展開されるが，本節では以下において，指数としての消費者物価水準について少しく整理・付言しておこう。

2008年3月現在，原油，大豆，小麦など世界的な原材料高を受けて，ビール，マヨネーズ，ガソリン，トイレットペーパー，航空運賃，タクシー料金など多くの消費品目で値上げが相次いでいる。このような身の回り品の物価上昇圧力が消費者物価指数の変化をマイナスからプラスに転じさせるか否かが注目されている。全体

図表１　消費者物価指数品目一覧

分 類	品 目	ウエイト（1万分比）
食 料		2586
	穀 物	219
	魚介類	245
	肉 類	198
	乳卵類	109
	野菜・海藻	273
	果 物	103
	油脂・調味料	87
	菓子類	217
	調理食品	283
	飲 料	145
	酒 類	136
	外 食	555
住 居		2039
	家 賃	1766
	設備修繕・維持	272
光熱・水道		676
家具・家事用品		344
被服及び履物		464
保健医療		448
交通・通信		1392
	交 通	250
	自動車等関係費	778
	通 信	364
教 育		364
教養娯楽		1100
諸雑費		586

としての消費者物価指数は合計 584 品目を対象とし，その品目に対する家計の消費支出割合を各々ウエイトとした加重平均として算出される。

各品目のウエイトは図表１に示されている通りであるが，個別品目のウエイトは当然この数値より小さく，１万分比に対して１桁か２桁に過ぎない。したがって原材料高による値上がり品を個別に見れば，全体の物価を押し上げる力は極めて小さいと云わざるを得ない。また他方で，同時に値下がりした商品も存在する。代表格としては携帯電話の通信料，教養娯楽用耐久財に分類される薄型テレビ，パソコン，デジタルカメラなどが挙げられる。今後，消費者物価が上昇に転ずるか否かは，値上がり品目の広がり度合に依存すると考えられるが，縦い上昇したとしてもそれは 1997 年の消費税率引き上げによる物価上昇効果と同様に，一時的な急騰を示すのみであり，趨勢としての物価上昇が継続することを必ずしも意味するものではない[1)]。その検証にはマクロ的な構造分析が不可欠である。

２．モデルと推定結果

本節では Keynes『貨幣論』の第一基本方程式を用いて消費者物価指数の推定を試みている[2)]。従来，インフレーションの分析において『貨幣論』が引用される場合には，一般物価水準（GDP デフレーター）に関する第二基本方程式（の貯蓄・投資ギャップつまり現代の GDP ギャップ）についての言及がほとんどであり，消費財価格に関する第一基本方程式については，これまで補足的にしか取り扱われてこなかった。その理由の一つは，第一基本方程式にある投資の生産費 I' の実証的取り扱いが困難であったことにあると思われる。

周知のように，『貨幣論』における第一基本方程式は次のように記される。

$$P = \frac{E}{O} + \frac{I' - S}{R}$$

ここで P は消費財価格，E は貨幣所得，すなわち生産要素への正常な報酬（生産費），O は

1）2008 年３月現在，原油や穀物などの資源・商品価格が需給実勢から乖離して騰貴し続ける背景としては，サブプライムローン問題が米国の金融システムの安定をゆさぶる危機的状態にまで発展してきたことがある。金融システムを安定化させるため，米連邦準備理事会（FRB）は利下げと資金供給を連発し，それに伴う投資（投機）資金が低迷する株式・金融市場からシフトして商品市場へ大量に流入することによって商品価格が大幅に上昇しているのである。ただし今後，金融不安や景気後退が一層深刻化すれば，投資家の資金が安全性・流動性の高い資産に移り，商品市場の需給関係が緩む結果，商品価格の急騰が治まり，むしろ急落が生じるかもしれない。

2）本節は拙稿[11]を改訂・補充したものである。

総産出量，I' は投資財生産費（投資財部門で支払われる要素所得），S は貯蓄額，R は消費財産出量である。留意すべきことは，消費財価格水準を決定するこの第一基本方程式の右辺第２項の分子 I' がいわゆる投資財の価値評価額（現代の国民経済計算における投資額）ではなく，投資財の生産費すなわち投資部門における要素支払額を示している点にある。以下で示すように本稿では，この値を産業連関表を用いて推計している。

いま，消費財産業と投資財産業とから成る２部門経済について考察する。消費財部門の貨幣賃金率を W_C，投資財部門の貨幣賃金率を W_I とし，両部門の雇用量をそれぞれ N_C, N_I と表記する。このとき消費財部門の賃金所得は $W_C N_C$，投資財部門のそれは $W_I N_I$ で示される。両部門の所得はそれぞれ賃金と利潤とに分配され，労働者（雇用者）はその賃金（所得）をすべて消費財の購入に支出し，利潤からの消費支出は行われないと仮定しよう[3]。このとき消費財市場の均衡条件式は次のように示される。

$$P_C Q_C = W_C N_C + W_I N_I \tag{1}$$

ここで P_C は消費財価格，Q_C は消費財産出量を示す[4]。

消費財価格水準 P_C を(1)式から導出すると，

$$P_C = \frac{W_C N_C}{Q_C}\left(1+\frac{W_I N_I}{W_C N_C}\right) \tag{2}$$

となる。さらに，$W_C = W_I$ を仮定すれば，

$$P_C = \frac{W_C N_C}{Q_C}\left(1+\frac{N_I}{N_C}\right) \tag{3}$$

$$= AC\left(1+\frac{N_I}{N_C}\right) \tag{4}$$

$$= \frac{W_C}{E_C}\left(1+\frac{N_I}{N_C}\right) \tag{5}$$

と示される。ここで AC は消費財部門における平均労働費用 $W_C N_C / Q_C$ を示し，E_C は同部門における労働の生産性 Q_C / N_C を示す[5]。

上記の式は消費財の価格水準が平均費用 AC に $(1+N_I/N_C)$ のマーク・アップ率を掛けたものに等しい形になっていることを示している。ここでは $(1+N_I/N_C)$ が消費財部門全体のマクロ的マーク・アップ率であると理解され得る。消費財価格水準は，貨幣賃金率（W_C）の上昇によるコスト・プッシュ要因とマクロ的マーク・アップ率（$1+N_I/N_C$）の増加とによって騰貴し，生産性（Q_C/N_C）要因の上昇によって下落することが判る。

以上の分析では，労働者の賃金所得は総て消費支出に向けられると仮定されていたが，いま，その仮定を外して，賃金所得からの貯蓄をも考慮に入れてモデルを構築してみよう。この場合，消費財市場の均衡条件式は次のように示される。

$$P_C Q_C = W_C N_C + W_I N_I - S \tag{6}$$

ここで S は，消費財部門および投資財部門の各労働者が受け取る賃金を集計した労働者全体としての総賃金所得からの貯蓄額を示す。

(6)式を変形すれば，

$$P_C = \frac{W_C N_C}{Q_C} + \frac{W_I N_I - S}{Q_C}$$

$$= \frac{W_C N_C}{Q_C}\left(1+\frac{W_I N_I - S}{W_C N_C}\right) \tag{7}$$

となる。ここで，上式右辺第２項の分子 $W_I N_I$ が Keynes『貨幣論』における投資財生産費すなわち投資財部門で支払われる要素所得 I' に

3）このことは利潤が全て貯蓄に向けられることを意味する。

4）この式は消費財部門の利潤が投資財部門の賃金支払額に等しいことを含意している。

5）消費財価格のこのような定式化については，Weintraub [12] ch.14 および Minsky [8] ch.7 を参照せよ。

該当することに注目すれば，この式が先に示したKeynes『貨幣論』における第一基本方程式に相当することは容易に理解できる。

以下では⑸式の推定を試みるが[6]，実証分析を行うに際して解決しておかなければならない重要な作業がある。それは，本稿でのモデルが消費財部門と投資財部門とから成る２部門モデルであるということから派生する課題である。一般に日本標準産業分類に基づく製造業，建設業，卸売･小売業等の産業区分をもって,それを直ちに消費財部門と投資財部門とに振り分けることは出来ない。一般機械産業の生産物は投資財部門で使用されるだけでなく，消費財部門においても使用される。同様のことは電気・ガス・上水道をはじめ全ての産業に当てはまる。このように各産業で投入される労働力は消費財部門と投資財部門に配分されている。さらに，統合された２部門モデルでは，産業の垂直的統合を基礎としているので，中間財の生産に使用される労働も消費財部門および投資財部門に配分されていると考えるべきであろう。このため，本稿ではKuga [5] にしたがって，産業連関表の逆行列とその最終需要項目列を使用して，消費財部門と投資財部門の産出量と雇用者数を算出した。

推定期間は1970年から2005年までの35年間である。産業連関表は1970年，75年，80年，85年，90年，95年，2000年と５年毎に作成されているので，上記のデータ算出作業を５年毎に区切って行った。具体的には，1970年から1974年までの５年間については1970年の産業連関表を用い，1975年から1979年までの５年間については1975年の産業連関表を用いるといった具合である[7]。なお産業分類については，農林水産業，鉱業，製造業（食料品，繊維，パルプ･紙，化学，石油・石炭製品，窒業・土石製品，一次金属，金属製品，一般機械，電気機械，輸送用機械，精密機械，その他製造業），建設業，電気・ガス・水道業，卸売・小売業，金融・保険業，不動産業，運輸･通信業，サービス業，政府サービス生産，対家計民間非営利サービス生産の24区分にした。

その他に用いたデータは，消費財価格については総務省『消費者物価指数』を，雇用者数及び雇用者所得に関しては内閣府経済社会総合研究所『国民経済計算年報』を使用している。消費財及び投資財の両部門の賃金については，産業連関表を用いて算出された各部門の雇用者所

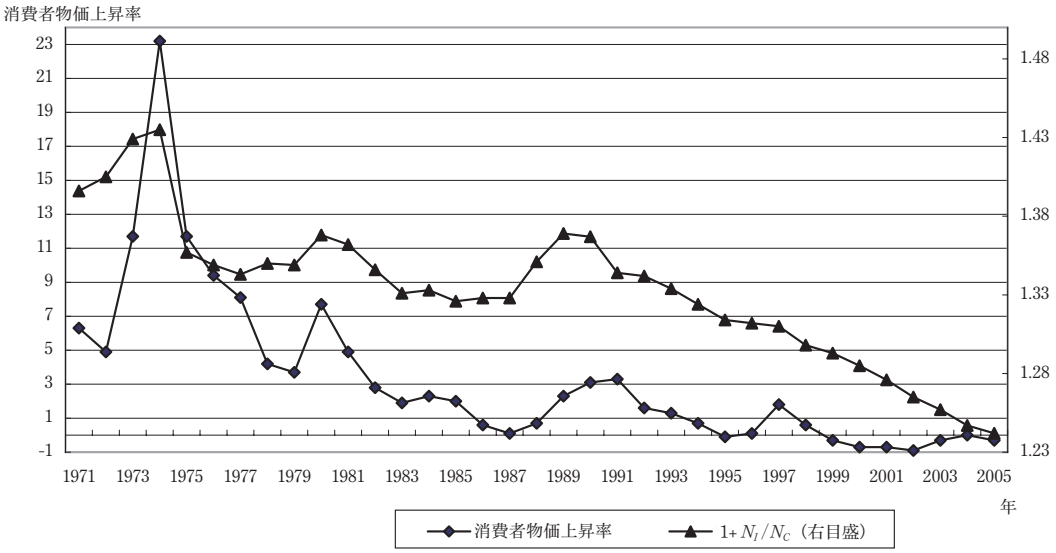
図表２　インフレ率とマーク・アップ率

年	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
インフレ率		6.3	4.9	11.7	23.2	11.7	9.4	8.1	4.2
マーク・アップ率	1.421	1.396	1.405	1.429	1.435	1.357	1.349	1.343	1.350
年	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
インフレ率	3.7	7.7	4.9	2.8	1.8	2.3	2.0	0.6	0.1
マーク・アップ率	1.349	1.368	1.362	1.346	1.331	1.333	1.326	1.328	1.328
年	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
インフレ率	0.7	2.3	3.1	3.3	1.6	1.3	0.7	−0.1	0.1
マーク・アップ率	1.351	1.363	1.367	1.344	1.342	1.334	1.324	1.314	1.312
年	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
インフレ率	1.8	0.6	−0.3	−0.7	−0.7	−0.9	−0.3	0.0	−0.3
マーク・アップ率	1.310	1.298	1.293	1.285	1.276	1.265	1.257	1.247	1.242

6）⑺式の貯蓄額Sについては，『国民経済計算年報』における家計の貯蓄額をデータとして使用することが可能であるが，この貯蓄額のデータには個人企業の貯蓄額（投資額）も含まれており，ここでの分析データとしてはある種のぶれを生じさせることになるので適用を避けた。

7）最終期に当たる2000年から2006年までの６年間については，2000年の産業連関表を使用している。

図表３　インフレ率とマークアップ率



得をそれぞれの雇用者数で除した値として求めている。

図表２と図表３には，消費者物価指数で測ったインフレ率と消費財部門の雇用量に対する投資部門の雇用量の比率で表されたマーク･アップ率（$1+N_I/N_C$）とが時系列的に示されている。一見して両者はパラレルな動きを示しており，変化の趨勢的な傾向に関してはほぼ合致していることが判る[8]。また，マーク･アップ率の大きさは，Hall[2]の産業別マーク･アップ率の値と比較してみてもほぼ妥当なものと考えられる。

⑸式に基づいて，消費者物価指数を被説明変数とし，消費財部門の賃金と労働生産性そしてマクロ的マーク･アップ率の３つを説明変数とする対数線形関数をOLSで推定してみると，賃金と労働生産性の両説明変数について係数のt値が低いという結果が導出される。それ故，賃金と労働生産性との間に多重共線性の存在が推測されると判断し[9]，労働生産性についてはそれを説明変数から除き，賃金とマクロ的マーク･アップ率の２変数を説明変数として再推定を実施した[10]。しかしこれもダービン・ワトソン比が0.37と低く，誤差項に正の系列相関があることを示唆していたため，最終的にコクラン・オーカット法を用いて推定した結果が次式である。

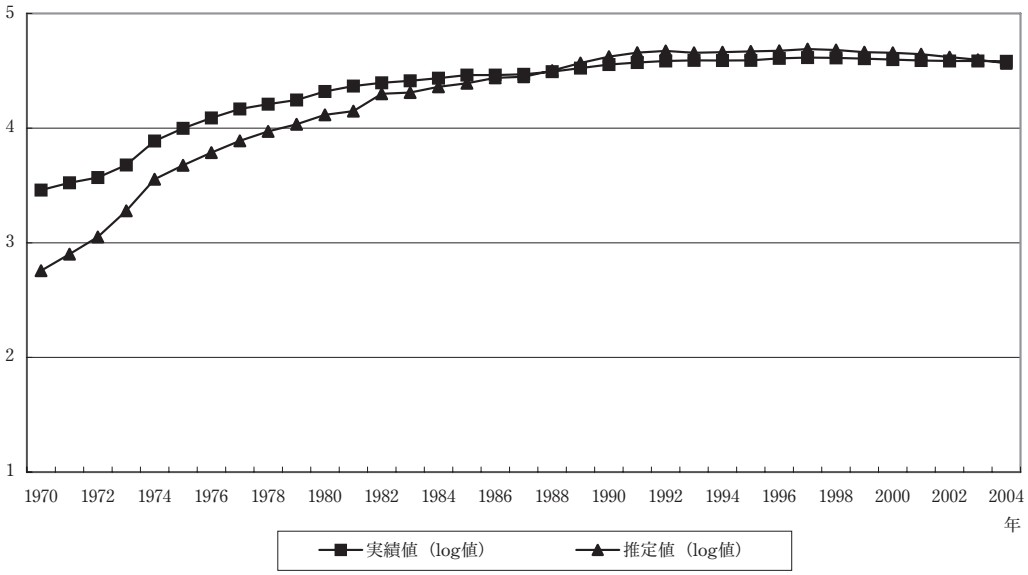
$$\log P_C = \underset{(41.55)}{1.139}\log W_l + \underset{(2.73)}{0.989}\log\left(1+\frac{N_I}{N_C}\right)$$
$$R^2 = 0.96$$
$$D.W. = 1.66 \qquad (8)$$

8）例外として1997年にインフレ率が高い値を示しているが，これは消費税率アップという外的特殊要因による影響である。

9）実際，消費財部門における賃金と労働生産性の単純相関係数を求めると0.996であった。

10）拙稿[11]では，賃金と労働生産性との間に多重共線性の存在はみられなかった。これは1980年代前半までは，いわゆる「生産性上昇率格差インフレーション」と呼ばれる現象の構造的内因を反映していたと云えるかもしれない。逆に，1980年代後半以降においては，消費財部門においてその賃金が自らの労働生産性を反映するようになってきたことの証とみることが出来るかもしれない。この点に関しては今後の検証をまつべきであろう。

図表４　消費者物価指数の実績値と推定値



推定結果は良好であり[11]，弾力性を意味する２つの係数は有意に符号条件を満たしている。消費財部門における貨幣賃金の１％上昇は，消費者物価を1.14%高める。そしてマクロ的マーク･アップ率の１％上昇に伴って消費財価格は0.99%騰貴する。消費者物価に与えるインパクトは，貨幣賃金のコスト・プッシュ要因の方が消費財部門に対する投資財部門の労働比率で示される消費財需要圧力要因よりも大きいが，その差は僅差である。したがって現在のデフレ現象は，賃金の下落基調と投資財部門の相対的縮小とによって引きおこされていると推論できる。

３．グローバル経済とサービス経済

消費者物価の決定要因が賃金とマクロ的マーク･アップ率であるとすれば，消費者物価がマイナス基調であるという事実は，賃金の下落あるいは，そしてマクロ的マーク･アップ率の減少に起因すると考えられる。実際，現在の日本経済において賃金の伸び悩みが鮮明である。しかしこの傾向は独り日本のみの現象ではなく，広く先進国において共通にみられる現象である。この点に関してグリーンスパンは次のように論じている[12]。

> 冷戦が終結し，・・・ソ連が崩壊したことは，経済という観点できわめて大きい意味を持っていた。・・・・・・・・・
>
> ほどなく 10 億人を軽く超える労働者が，しかもその多くは教育水準が高く，低コストの労働者が，中央計画経済をほぼ全体か一部に取り入れ，世界の競争から切り離されていた経済から，競争の激しい世界市場へ流入しはじめた。国際通貨基金（IMF）の推計によれば，2005 年時点で，輸出産業，すなわち競争市場に携わる労働者は，世界で 8 億人を超えている。ベルリンの壁が崩壊した 1989 年にくらべ 5 億人，1980 年にくらべて 6 億人増加しており，増加幅の半分は東アジアが占める。それより数は少ないが，東ヨーロッパの労働者が，中央計画体制化で「保護」さ

11）実績値と推定値のグラフが図表４に示されている。

12）Greenspan, Alan [1] ch.20.

れていた状態から，国内の競争市場に移動した。中国やインドを中心に，さらに数億人の労働者が今後，競争市場に流入しようとしている。

このように労働者が市場に流入したことで，世界的に賃金が下がり，インフレ率が下がり，予想インフレ率が下がり，金利が下がり，その結果，世界の経済成長率の上昇におおいに寄与した。新たに競争市場に流入した労働者の賃金の総計は，先進国の労働者の賃金総計とくらべればごく少ないが，その影響は歴然としていた。低価格の輸入品のため，先進国で生産と雇用が失われただけでなく，輸入品に押されて職を失った者が新たな職を求めたために労働市場で競争が激しくなり，低価格の輸入品とは競合しない産業でも，労働者全体の賃金が抑えられた。

このように，グローバル経済の中での構造的要因によって賃金の伸び悩み傾向が生みだされ，インフレ率の低下基調が続いているのである[13]。

ところで，グローバル化の進展に伴って，モノを中心とした貿易財については，それぞれの国において生産性の高い比較優位な財の生産に特化し，それを世界市場で供給する一方，（為替レートで換算した）賃金に比して生産性が低く比較劣位に属する財については外国から輸入することになる。この結果，各国での国内雇用が製造業や農業（米国やオーストラリア）などの生産性が高く貿易財として輸出可能な産業から，生産性が低く非貿易財であるサービス産業などへシフトしていく。というのは，コンピュータやロボットの使用によって生産性の大幅な上昇がみられ比較優位にある貿易財のモノつくり分野では，より少ない労働投入量によって生産が可能となる。他方で非貿易財である医療サービスや福祉サービスなどの対人サービス業の分野は，労働集約的産業であると同時に需要の所得弾力性が一般に高い。したがって広義のサービス産業（非貿易財産業）に占める雇用や付加価値の割合が高くなる傾向が生まれるのである。こうしたグローバル化に伴うサービス化現象をクルーグマンは多少皮肉をこめて「世界のローカル化」と表現している[14]。

経済のグローバル化によって国内経済のサービス化（ローカル化）が進展するということは，消費財部門に占めるサービス産業の割合が高いことを考慮すれば，産業構造において投資財部門に比して消費財部門の割合が高くなることを含意している。したがってこれまでの分析に基づけば，経済のグローバル化によって，賃金上昇が伸び悩み，そして経済のサービス化（ローカル化）が進展することによってマクロ的マーク・アップ率が低下し，消費者物価の上昇圧力が弱められているのである。

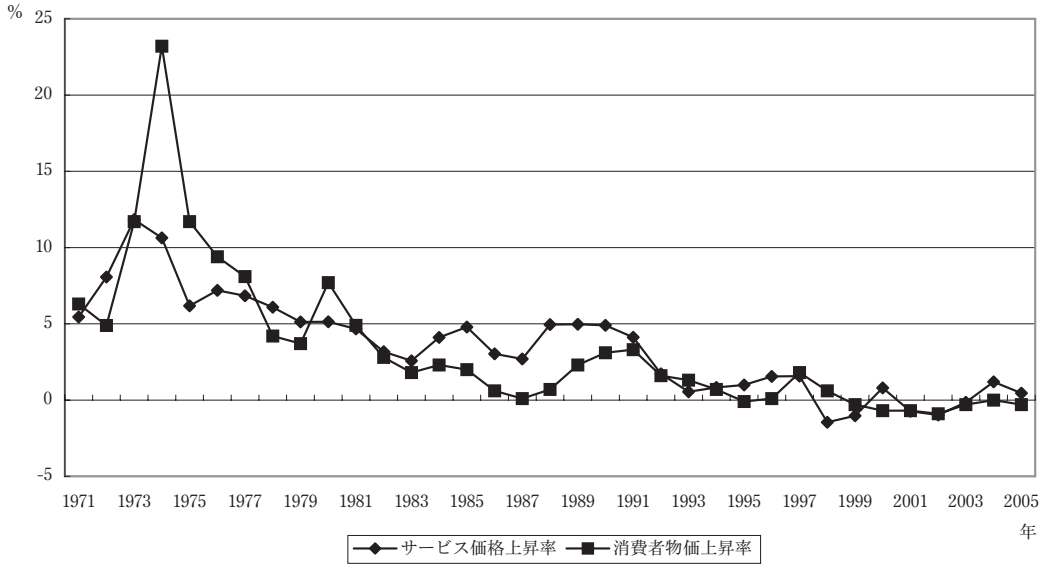
最後に，サービス産業のウエイトが高まることを念頭に置き，消費者物価上昇率はサービスの価格上昇率に大きく依存するとして消費者物価指数のユニークな分析を展開した下村[9]について少し言及しておこう。下村は云う「消費者物価は，これを単純化していえば，モノの値段とサービスの値段とを統合したものである。」また「生産性向上と所得増加が並行している限り，モノの値段は一定である。」「そうだとすると，安定的な経済成長と消費者物価との関係はきわめて簡明になる。」として，消費者物価上昇率の決まり方を次のように定式化している。

消費者物価上昇率＝モノの価格上昇率×そのウエイト
　　＋サービスの価格上昇率×そのウエイト
サービス価格上昇率＝所得上昇率＝名目成長率

13）本稿では(8)式で示されているように，賃金が説明変数として消費者物価関数に入っているが，本来は賃金それ自体についても労働市場の需給要因に求めるのが望ましい。低インフレ・デフレ下の日本の労働市場における賃金の動向を検証した代表的な研究については北浦・他[4]そして黒田・山本[7]を参照せよ。

14）Krugman, Paul [6] ch. 20

図表５　消費者物価インフレとサービス価格インフレ



したがって，モノの価格上昇率をゼロとすれば，

消費者物価上昇率＝名目成長率×サービスのウエイト

この最後に示された式でもって実際に計測された消費者物価上昇率の値と実績値とが図表５に描かれている。ここでサービスのウエイトはGDP に占める第３次産業の割合として算出した[15)]。結果的には，サービスのウエイトは1971年の 54%から 2003 年の 75%へと 21%ポイント幅だけ，大きな変動を伴うことなく趨勢的に上昇してきている。他方で名目成長率は 1971年の 10.1%から 2003 年のマイナス 0.2%へと10.3%ポイント幅だけ，多少の増減を繰り返しながら趨勢的に低下してきている。したがって消費者物価上昇率は名目成長率の低下を上回る幅で下落を示すことになる。

消費者物価上昇率低下の背後にサービス産業のウエイトの高まりがあるという下村の議論は，名目成長率が一般に投資率と密接な関係をもっていることから，本稿の分析の簡便法として考えることが出来るかもしれない。しかし両者の間には根本的な違いがあることを確認しておかなければならない。それは下村が単に消費者物価指数の構成のみを分析対象として取り上げて，消費財をモノとサービスに２分している点に分析の特色があるのに対して，本稿の分析では経済全体に対して消費財部門と投資財部門とにマクロ的区分を行い，消費財市場における需要圧力要因としての消費財部門に対する投資財部門の雇用比率つまりマクロ的マーク･アップ率に注目し，それを消費者物価に影響を与える決定要因とするマクロ経済的メカニズムが分析の基盤となっている点に特色がある。

15）GDP 計算については，1979 年度までは 1980 年基準（68SNA），1980～1995 年までは 1995 年基準（93SNA）1996 年以降は 2000 年基準（93SNA）による。また，「第３次産業」とは，産業区分の第３次産業にその他（政府サービス，対家計民間非営利サービス）を加えたものである。

参考文献

[1] Akerlof, G., Dickens W T., and Perry G L. “The Macroeconomics of Low Inflation,” *Brookings Papers on Economic Activity*, 1996(1).

[2] Greenspan, Alan, *The Age of Turbulence : Adventures in a New World*, Penguin Press. 『波乱の時代』日本経済新聞社　2007 年.

[3] Hall, Robert E.,“Market Structure and Macroeconomic Fluctuation,” *Brookings Papers on Economic Activity, 1986*(2).

[4] Keynes, John M., *A Treatise on Money*, Macmillan, 1930.

[5] 北浦修敏，原田 泰，坂村素数，篠原 哲「構造的失業とデフレーション―フィリップス・カーブ，UV 分析，オークン法則―」『フィナンシャル・レビュー』67, January 2003.

[6] Kuga, Kiyosh, “On the Capital Intensity Hypothesis,” *Economic Studies Quarterly*, 18(1) 1967.

[7] Krugman, Paul, *Pop Internationalism*, MIT Press, 1996.

[8] 黒田祥子・山本 勲『デフレ下の賃金変動―名目賃金の下方硬直性と金融政策―』東京大学出版会 2006 年.

[9] Minsky, Hyman P., *Stabilizing An Unstable Economy*, Yale UP, 1986.

[10] 下村 治「消費者物価問題の正しい考え方」新開陽一・新飯田 宏『インフレーション』日本経済新聞社　1974 年.

[11] 内田和男『経済不均衡と貨幣』勁草書房　1988 年.

[12] ――――「マクロ的マーク・アップ率の計測―貯蓄・投資アプローチによる消費者物価関数の推定―」『經濟学研究』(北海道大学) 44(1) 1994 年.

[13] Weintraub, Sidney, *Keynes, Keynesians and Monetarists,* University of Pennsylvania Press, 1978.