

市場別価格設定行動とインフレーターゲティング

一橋大学大学院 岡野 衛士

本稿ではニューオープンエコノミーマクロ経済学のフレームワークを用いて生産者が市場別価格設定行動をとる2国経済での生産者物価インフレ率、CPIインフレ率のそれぞれをターゲットとするインフレーターゲティングの効果を比較検証した。先行研究では開放経済において産出とインフレの安定化の観点から中央銀行が選択すべき政策は購買力平価の成立を仮定したモデルを用いて固定為替相場制やCPIインフレーターゲティングとの比較において生産者物価インフレーターゲティングであると主張している。

本稿ではまず伝統的な市場別価格設定行動モデルをニューオープンエコノミーマクロ経済学のフレームワークで再現した。具体的には生産者が自国向けと外国向けとに異なる価格設定を行うことを仮定し、短期的には購買力平価が成立しないAD-ASモデルを構築した。また経済には世界的な需要ショック、相対的な需要ショック、自国および外国それぞれにおける生産性ショックが存在することを仮定した。これらのショックの発生に対して、生産者物価インフレーターゲティングは相対的な需要ショックおよび生産性ショックの発生に対してGDPをボラタイルにするのに対してCPIインフレーターゲティングは生産性ショックが生じない限りGDPを常に安定化する効果を持つことがわかった。

したがって短期的に購買力平価が成立しないのであればインフレと産出の安定化の観点から中央銀行が選ぶべき政策は生産者物価インフレーターゲティングではなくCPIインフレーターゲティングが好ましい。