

## 第4回 有名商品が示す各国の購買力 ～ビッグマック指数～

各国の経済を語る上でその国の購買力の比較は欠かせないものです。

購買力は為替レートの決定要因となるなど、経済における重要な指標となっています。

購買力を為替レートに反映する手法としては購買力平価（PPP）があり、各国の購買力平価を比較する取り組みとして、国際比較プログラム（ICP）が実施されています。

これは国連によって 1969 年に開始され、現在は世界銀行の主導で行われている世界的な事業であり、我が国も OECD をとおしてこの事業に参加しています。

国別の購買力を比較するためには各国で消費される同じような財を集計する必要があります。

しかし経済規模、文化、生活様式などまったく違う国の購買力を、それも世界規模で比較するのは容易なことではありません。

そんな中、英国の経済誌エコノミストはある商品に着目し、一つのおもしろい指標を生み出しています。

その名もなんと「ビッグマック指数」。

これはマクドナルドのビッグマックが世界各国でほぼ同じ共通のレシピで作られていることに着目し、その価格差により各国の購買力を比較しようという指標です。

無論ビッグマックがパンや肉など限られた材料で作られている都合上、それだけでその国の購買力を完全に代表することは出来ません。

しかしながら複雑な世界経済を直感的かつわかりやすく比較するのに、身近な商品を用いたこのビッグマック指数はうってつけな指標になります。

私たちがよく知る商品の価格をとおして世界経済を見ることができ、何とも面白い話ですね。

出典：総務省統計局 HP「国際比較プログラム（ICP）への参加」  
([http://www.soumu.go.jp/toukei\\_toukatsu/index/kokusai/icp.html](http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/kokusai/icp.html)) より