

経済・金融 フラッシュ

消費者物価(全国13年1月)

～コアCPIの下落率はいったん拡大した後、13年度前半には上昇へ

経済調査部門 経済調査室長 斎藤 太郎

TEL:03-3512-1836 E-mail: tsaito@nli-research.co.jp

1. コアCPIは3カ月連続のマイナス

総務省が3月1日に公表した消費者物価指数によると、13年1月の消費者物価(全国、生鮮食品を除く総合、以下コアCPI)は前年比▲0.2%(12月:同▲0.2%)と3カ月連続のマイナスとなり、下落率は前月と変わらなかった。事前の市場予想(QUICK集計:▲0.2%、当社予想も▲0.2%)通りの結果であった。

食料(酒類除く)及びエネルギーを除く総合は前年比▲0.7%(12月:同▲0.6%)、総合は▲0.3%(12月:同▲0.1%)となった。

コアCPIの内訳をみると、電気代(12月:前年比4.4%→1月:同4.0%)、ガス代(12月:前年比2.3%→1月:同1.8%)の上昇幅が若干縮小する一方、ガソリン(12月:前年比2.8%→1月:同4.6%)、灯油(12月:前年比3.9%→1月:同7.5%)の上昇幅が拡大したため、エネルギー価格の上昇率は12月の前年比3.4%から同3.9%へと高まった。

コアCPI上昇率のうち、エネルギーによる寄与が0.34%(12月は0.30%)、食料品(生鮮食品を除く)が▲0.11%(12月は▲0.09%)、その他が▲0.43%(12月は▲0.41%)であった。

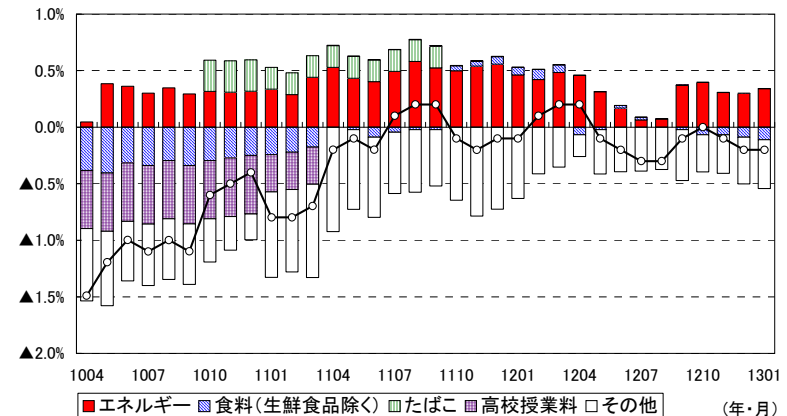
消費者物価指数の推移

(前年同月比、%)

	全 国			東 京 都 区 部		
	総 合	生鮮食品を 除く総合	食料(酒類除く) 及びエネルギーを 除く総合	総 合	生鮮食品を 除く総合	食料(酒類除く) 及びエネルギーを 除く総合
11年 10月	▲0.2	▲0.1	▲1.0	▲0.5	▲0.4	▲1.0
11年 11月	▲0.5	▲0.2	▲1.1	▲0.9	▲0.5	▲1.2
11年 12月	▲0.2	▲0.1	▲1.1	▲0.4	▲0.3	▲1.1
12年 1月	0.1	▲0.1	▲0.9	▲0.2	▲0.4	▲1.1
12年 2月	0.3	0.1	▲0.6	▲0.2	▲0.3	▲1.1
12年 3月	0.5	0.2	▲0.5	▲0.1	▲0.3	▲1.0
12年 4月	0.4	0.2	▲0.3	▲0.3	▲0.5	▲1.0
12年 5月	0.2	▲0.1	▲0.6	▲0.5	▲0.8	▲1.3
12年 6月	▲0.2	▲0.2	▲0.6	▲0.6	▲0.6	▲1.0
12年 7月	▲0.4	▲0.3	▲0.6	▲0.8	▲0.6	▲1.0
12年 8月	▲0.4	▲0.3	▲0.5	▲0.7	▲0.5	▲0.9
12年 9月	▲0.3	▲0.1	▲0.6	▲0.7	▲0.4	▲1.1
12年 10月	▲0.4	0.0	▲0.5	▲0.8	▲0.4	▲1.0
12年 11月	▲0.2	▲0.1	▲0.5	▲0.5	▲0.5	▲0.9
12年 12月	▲0.1	▲0.2	▲0.6	▲0.6	▲0.6	▲1.0
13年 1月	▲0.3	▲0.2	▲0.7	▲0.5	▲0.5	▲0.9
13年 2月	-	-	-	▲0.9	▲0.6	▲1.0

(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

消費者物価指数(生鮮食品除く、全国)の要因分解

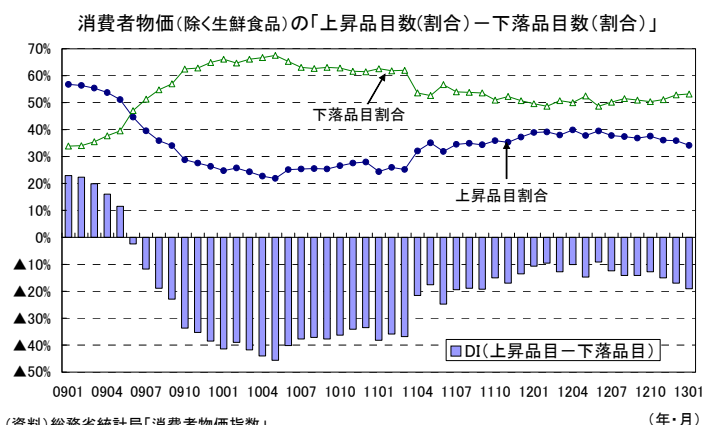


(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

2. 物価下落品目数の割合は7ヵ月連続で50%を上回る

消費者物価指数の調査対象 524 品目（生鮮食品を除く）を、前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けてみると、1 月の上昇品目数は 179 品目（12 月 188 品目）、下落品目数は 279 品目（12 月は 277 品目）となった。

上昇品目数の割合は 34.2%（12 月は 35.9%）、下落品目数の割合は 53.2%（12 月は 52.9%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は▲19.6%（12 月は▲17.0%）であった。物価下落品目数の割合は3ヵ月連続で上昇し、7ヵ月連続で50%を上回っている。



3. コア CPI の下落率はいったん拡大した後、13 年度前半には上昇へ

13 年 2 月の東京都区部のコア CPI は前年比▲0.6%（1 月：同▲0.5%）となり、下落率は前月から 0.1 ポイント拡大した。事前の市場予想（QUICK 集計：▲0.6%、当社予想は▲0.8%）通りの結果であった。

外国パック旅行が1月の前年比▲6.2%から同8.2%へと上昇に転じたことがコア CPI を前月に比べ0.1 ポイント程度押し上げたが、被服及び履物が1月の前年比▲0.1%から同▲2.4%へと下落率が拡大したこと、昨年2月に調査銘柄変更に伴い指数水準が急上昇したテレビがその影響が一巡したことにより下落率が大きく拡大（1 月：前年比▲8.1%→2 月：同▲32.8%）したことが、それぞれコア CPI を▲0.1 ポイント程度押し下げた。

なお、消費者物価指数の中間年見直しに伴い、13 年 1 月から「携帯電話機」、「携帯電話通信料」にスマートフォンの価格が取り込まれたが、2 月時点ではスマートフォンの価格導入前から指数水準は変わっていない。

東京都区部のコア CPI 上昇率のうち、エネルギーによる寄与が 0.31%（1 月は 0.34%）、食料品（生鮮食品を除く）が▲0.21%（1 月は▲0.19%）、その他が▲0.71%（1 月は▲0.66%）であった。

全国のコア CPI はテレビの下落率が大きく拡大すること、昨年春頃の水準が高かったガソリン価格の前年比上昇率が縮小することから、2 月以降はマイナス幅がいったん拡大する可能性が高い。

ただし、原油価格の高止まり、円安の進行を受けてガソリン店頭価格は 12 週連続で上昇しており、前年比上昇率は夏場にかけて再び大きく高まることが見込まれる。さらに、昨年の東京電力に続き関西電力、九州電力などで電気料金の値上げが見込まれること、円安の影響が輸入物価の上昇を通じて国内物価に波及することなどから、13 年度入り後にはマイナス幅が縮小し、年度前半には上昇に転じることが予想される。

(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保证するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。