

経済・金融 フラッシュ

消費者物価(全国 14年2月)

～不確実性が高い4月の物価上昇率、消費増税の影響除きで2%に急接近も

経済研究部 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4ヵ月連続で1%台の伸び

総務省が3月28日に公表した消費者物価指数によると、14年2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1.3%（1月：同1.3%）と9ヵ月連続のプラスとなった。上昇率は前月と変わらず、4ヵ月連続で1%台前半の伸びとなった。事前の市場予想（QUICK集計：1.3%、当社予想も1.3%）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0.8%（1月：同0.7%）、総合は1.5%（1月：同1.4%）となった。

消費者物価指数の推移

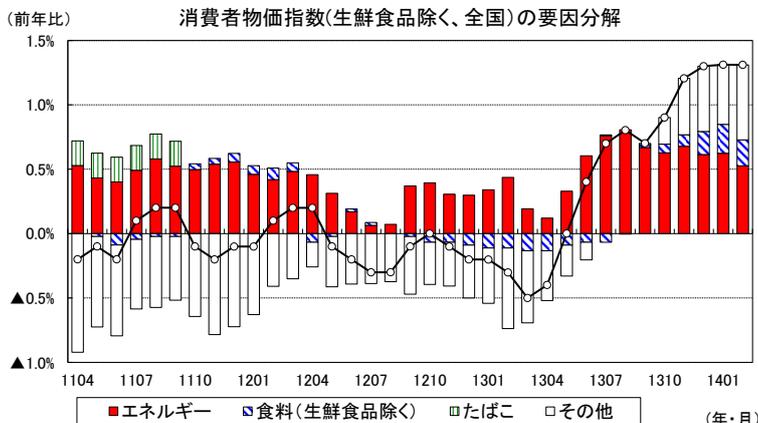
	全 国			東 京 都 区 部		
	総 合	生鮮食品を除く総合	食料(酒類除く)及びエネルギーを除く総合	総 合	生鮮食品を除く総合	食料(酒類除く)及びエネルギーを除く総合
12年 10月	▲0.4	0.0	▲0.5	▲0.8	▲0.4	▲1.0
11月	▲0.2	▲0.1	▲0.5	▲0.5	▲0.5	▲0.9
12月	▲0.1	▲0.2	▲0.6	▲0.6	▲0.6	▲1.0
13年 1月	▲0.3	▲0.2	▲0.7	▲0.5	▲0.5	▲0.9
2月	▲0.7	▲0.3	▲0.9	▲0.9	▲0.6	▲1.0
3月	▲0.9	▲0.5	▲0.8	▲1.0	▲0.5	▲0.8
4月	▲0.7	▲0.4	▲0.6	▲0.6	▲0.3	▲0.7
5月	▲0.3	0.0	▲0.4	▲0.2	0.1	▲0.3
6月	0.2	0.4	▲0.2	0.0	0.2	▲0.4
7月	0.7	0.7	▲0.1	0.4	0.3	▲0.4
8月	0.9	0.8	▲0.1	0.5	0.4	▲0.4
9月	1.1	0.7	0.0	0.5	0.2	▲0.4
10月	1.1	0.9	0.3	0.6	0.3	▲0.2
11月	1.5	1.2	0.6	1.0	0.6	0.2
12月	1.6	1.3	0.7	1.0	0.7	0.3
14年 1月	1.4	1.3	0.7	0.7	0.7	0.3
2月	1.5	1.3	0.8	1.1	0.9	0.5
3月	-	-	-	1.3	1.0	0.4

(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

コア CPI の内訳をみると、電気代（1月：前年比8.5%→2月：同9.3%）、ガス代（1月：前年比3.5%→2月：同5.0%）の上昇幅は前月から拡大したが、灯油（1月：前年比9.1%→2月2.5%）、ガソリン（1月：前年比6.5%→2月：同2.6%）の上昇幅が大きく縮小したため、エネルギー価格の上昇率は1月の前年比6.9%から同5.8%へと縮小した。

一方、ここにきて価格上昇が目立つ電気洗濯機、冷暖房用器具、一般家具などの家庭用耐久財（1月：前年比6.4%→2月：同7.3%）、テレビ、パソコンなどの教養娯楽用耐久財（1月：前年比4.7%→2月：同6.3%）はともに伸びをさらに高めた。

コア CPI 上昇率のうち、エネルギーによる寄与が0.53%（1月は0.62%）、食料（生鮮食品を除く）が0.20%（1月は0.22%）、その他が0.58%（1月は0.46%）であった。

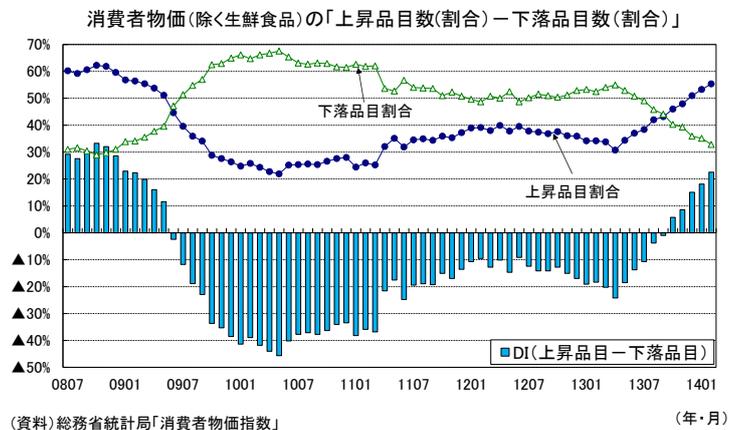


(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

2. 物価上昇品目数の増加が続く

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 290 品目（1 月は 279 品目）、下落品目数は 172 品目（1 月は 184 品目）となり、上昇品目数が 10 ヶ月連続で増加した。上昇品目数の割合は 55.3%（1 月は 53.2%）、下落品目数の割合は 32.8%（1 月は 35.1%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は 22.5%（1 月は 18.1%）であった。

原材料価格上昇の直接的な影響を受けやすいエネルギー、食料品などに加えて、耐久財やサービスなどでも上昇品目が目立つようになっており、物価上昇の裾野の広がりにより鮮明となっている。



3. 東京都区部のコア CPI も 1%に到達

14 年 3 月の東京都区部のコア CPI は前年比 1.0%（2 月：同 0.9%）となり、上昇率は前月から 0.1 ポイント拡大した。事前の市場予想（QUICK 集計：0.9%、当社予想は 1.0%）を上回る結果であった。東京都区部のコア CPI 上昇率が 1%台となったのは 08 年 11 月（前年比 1.1%）以来、5 年 4 ヶ月ぶりのこととなる。

上昇ペースの加速が続いてきた家庭用耐久財（2 月：前年比 11.6%→3 月：同 8.4%）、教養娯楽用耐久財（2 月：前年比 7.8%→3 月：同 2.8%）の伸びは鈍化したが、エネルギー（2 月：前年比 6.2%→3 月：同 7.3%）、生鮮食品を除く食料（2 月：前年比 0.6%→3 月：同 1.0%）が再び伸びを高めたことがコア CPI を押し上げた。

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 0.46%（2 月は 0.39%）、食料（生鮮食品を除く）が 0.21%（2 月は 0.13%）、その他が 0.34%（2 月は 0.38%）であった。

4. 4 月のコア CPI は消費増税の影響除きで 2%に急接近の可能性も

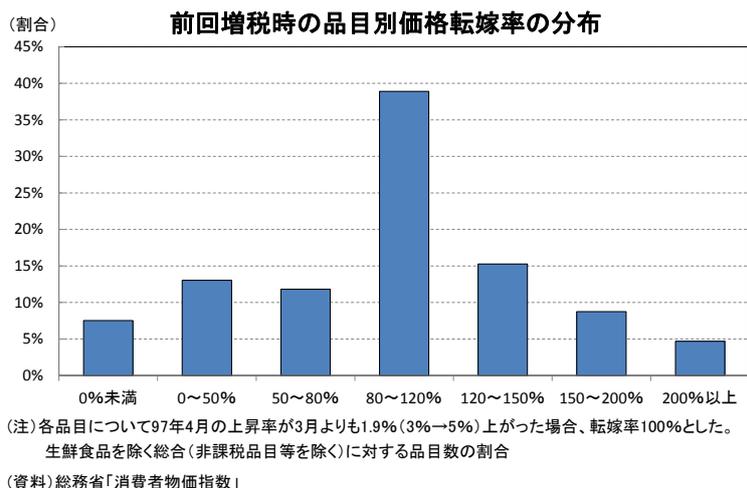
消費税率は 4/1 に 5%から 8%へと引き上げられる。日本銀行は消費税率引き上げの直接的な影響によりコア CPI は 2.0%ポイント程度（ただし、4 月は電気代、ガス代など一部の品目で旧税率が適用されるため 1.7%ポイント程度）押し上げられると試算しているが、これは税率引き上げ分が課税品目（全体の 7 割程度）すべてにフル転嫁されることを仮定している。

前回の消費税率引き上げ時（3%→5%）を振り返ってみると、コア CPI 上昇率は 97 年 3 月の前年比 0.5%から 4 月には同 2.0%となり、上昇率は 1.5%ポイント高まった（97 年 4 月の季節調整済前月比は 1.4%）。この結果は、課税品目が全てフル転嫁された場合に相当する。

ただし、品目別に価格転嫁の状況を見ると、一律にフル転嫁されたわけではなく品目によってかなりばらつきがある。増税直前の 97 年 3 月と増税直後の 97 年 4 月の前年比上昇率の差から品目毎の価格転嫁率を計算すると（上昇率が 1.9%（=（1.05-1.03）÷1.03）高まった場合に価格転嫁率

が100%となる)、ほぼフル転嫁といえる価格転嫁率が80~120%の品目の割合は4割弱(割合は生鮮食品を除く総合(非課税品目等を除く)に対するもの)にとどまっていたことが分かる。価格転嫁率が50%に満たなかった品目の割合も2割を超えており(物価上昇率が下がった品目が8%、価格転嫁率が0~50%の品目が13%)、その一方で価格転嫁率が150%を超える品目も1割以上(150~200%が9%、200%以上が5%)あった。

増税分がほぼ転嫁された品目、転嫁されなかった品目、増税分以上の値上げが行われた品目が混在することにより、結果的に見れば全体としてほぼフル転嫁という形になったのである。



今回の税率引き上げに際しても、企業の対応はまちまちである。輸入物価上昇を主因としたコスト増への対応や3%引き上げによる端数処理の関係などから増税分以上の値上げを実施する企業、一部の商品を増税分以上に値上げする一方で、別の商品の価格を据え置くことで全体として増税分の価格転嫁を図る企業もあれば、企業努力によって逆に値下げを実施する企業もある。+2.0%ポイントというのはあくまでも機械的な試算結果であり、現時点では全体として消費税率引き上げ時に物価上昇率が実際にどの程度高まるかはかなり不確実性が高いと言わざるを得ない。

今回も品目によって価格転嫁にばらつきが出る可能性が高いが、前回と大きく異なるのは増税時の価格転嫁に対する政府の姿勢である。前は増税に伴う便乗値上げを防止することに重点が置かれていたのに対し、今回は「消費税転嫁対策特別措置法」を成立させたことから分かるように、円滑な価格転嫁を促進することに軸足が置かれている。安倍政権発足以来、デフレ脱却が経済の最優先課題とされていることもあり、前回よりも企業が値上げに踏み切りやすい環境にあるとも考えられる。

4月のコアCPI上昇率は相当の幅をみておく必要があり、機械的な試算による消費税率引き上げの影響を除くベースで2%に急接近する可能性も否定できない。

(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證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。