

# 経済・金融 フラッシュ

## 消費者物価(全国 14年1月) ～コア CPI は1%台前半の伸びが続く

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3ヵ月連続で1%台の伸び

総務省が2月28日に公表した消費者物価指数によると、14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1.3%(12月:同1.3%)と8ヵ月連続のプラスとなった。上昇率は前月と変わらず、3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0.7%(12月:同0.7%)、総合は1.4%(12月:同1.6%)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 7月	▲0.4	▲0.3	▲0.6	▲0.8	▲0.6	▲1.0
8月	▲0.4	▲0.3	▲0.5	▲0.7	▲0.5	▲0.9
9月	▲0.3	▲0.1	▲0.6	▲0.7	▲0.4	▲1.1
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	-	-	-	1.1	0.9	0.5

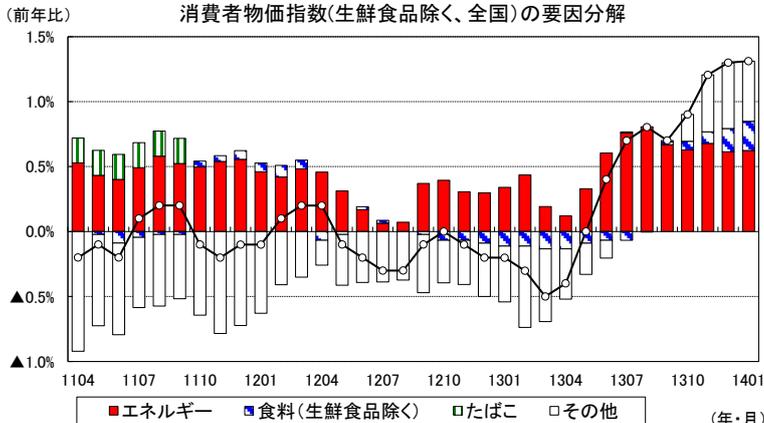
(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

コア CPI の内訳をみると、電気代(12月:前年比8.2%→1月:同8.5%)、ガス代(12月:前年比2.7%→1月:同3.5%)の上昇幅は前月から若干拡大したが、灯油(12月:前年比11.3%→1月:同9.1%)、ガソリン(12月:前年比7.1%→1月:同6.5%)の上昇幅が縮小したため、エネルギー価格の上昇率は前年比6.9%となり、12月の同6.8%とほぼ変わらなかった。

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(12月:前年比0.7%→1月:同6.4%)、テレビ、パソコンなどの教養娯楽用耐久財(12月:前年比2.6%→1月:同4.7%)はともに伸びをさらに高めた。

また、原材料価格の上昇を価格転嫁す

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」

る動きが進んだことにより、食料（生鮮食品を除く）は12月の前年比0.8%から同1.0%へと上昇率が高まった。

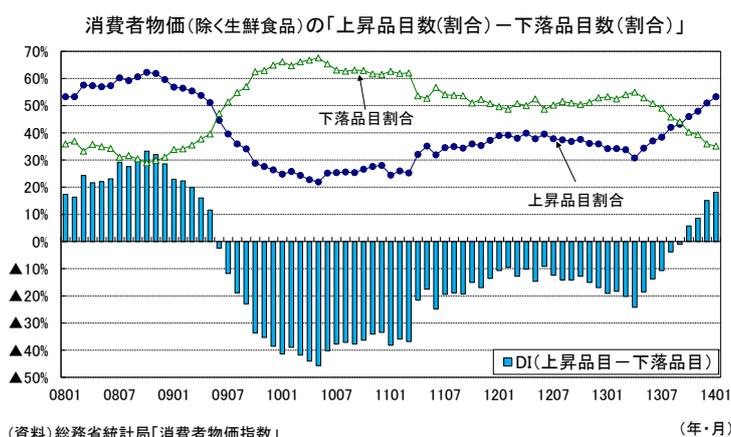
コアCPI上昇率のうち、エネルギーによる寄与が0.62%（12月は0.61%）、食料（生鮮食品を除く）が0.22%（12月は0.18%）、その他が0.46%（12月は0.51%）であった。

## 2. 物価上昇の裾野がさらに広がる

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279品目（12月は267品目）、下落品目数は184品目（12月は188品目）となり、上昇品目数が9ヵ月連続で増加した。上昇品目数の割合は53.2%

（12月は51.0%）、下落品目数の割合は35.1%（12月は35.9%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は18.1%（12月は15.1%）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はより鮮明となっている。



## 3. 消費税率引き上げ後のコアCPI上昇率は3%台前半へ

14年2月の東京都区部のコアCPIは前年比0.9%（1月：同0.7%）となり、上昇率は前月から0.2ポイント拡大した。事前の市場予想（QUICK集計：0.8%、当社予想も0.8%）を上回る結果であった。エネルギー（1月：前年比5.8%→2月：同6.2%）、食料（生鮮食品を除く）（1月：前年比0.5%→2月：同0.6%）の上昇率が若干高まったことに加え、被服及び履物（1月：前年比0.6%→2月：同1.9%）の伸びが大きく高まったことがコア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0.39%（1月は0.36%）、食料（生鮮食品を除く）が0.13%（1月は0.08%）、その他が0.39%（1月は0.27%）であった。

これまで物価上昇の主因となっていたエネルギー価格の上昇率は頭打ちとなっているが、幅広い品目で円安による原材料価格の上昇を価格転嫁する動きが続いており、13年度末までは消費税率引き上げ前の駆け込み需要もあり需給バランスのさらなる改善が見込まれる。コアCPIは13年度末まで1%台前半の伸びを続けた後、14年度入り後には消費税率引き上げの影響が加わることにより、3%台前半の伸びとなるだろう。ただし、14年度に入ると景気減速に伴い需給バランスが悪化することや円安効果の一巡から輸入物価の伸びが低下することから、伸び率は徐々に鈍化する可能性が高い。

(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証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。