

# 経済・金融 フラッシュ

## 消費者物価(全国 20年7月) - コロナ禍でも一定の底堅さを維持するが、10月以降は再びマイナスへ

経済研究部 経済調査部長 斎藤 太郎

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

### 1. コア CPI 上昇率は 2 ヶ月連続のゼロ%

総務省が8月21日に公表した消費者物価指数によると、20年7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 0.0% (6月:同 0.0%) と前月に続きゼロ%となった。事前の市場予想(QUICK集計:0.1%、当社予想も 0.1%) を下回る結果であった。

生鮮食品及びエネルギーを除く総合(コアコア CPI) は前年比 0.4% (6月:同 0.4%)、総合は前年比 0.3% (6月:同 0.1%) となった。

参考値として公表されている消費税調整済(幼児教育無償化の影響も調整)のコア CPI は前年比▲0.3% (6月:同▲0.4%) であった。

消費者物価指数の推移

		全 国				
		総 合	生鮮食品を除く総合	生鮮食品及びエネルギーを除く総合	食料(酒類除く)及びエネルギーを除く総合	
19年	4月	0.9	0.9	0.6	0.5	
	5月	0.7	0.8	0.5	0.3	
	6月	0.7	0.6	0.5	0.3	
	7月	0.5	0.6	0.6	0.4	
	8月	0.3	0.5	0.6	0.4	
	9月	0.2	0.3	0.5	0.3	
	10月	0.2	0.4	0.7	0.3	
	11月	0.5	0.5	0.8	0.5	
	12月	0.8	0.7	0.9	0.5	
	20年	1月	0.7	0.8	0.8	0.4
		2月	0.4	0.6	0.6	0.2
		3月	0.4	0.4	0.6	0.3
4月		0.1	▲0.2	0.2	▲0.1	
5月		0.1	▲0.2	0.4	0.1	
6月		0.1	0.0	0.4	0.2	
7月		0.3	0.0	0.4	0.3	

(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

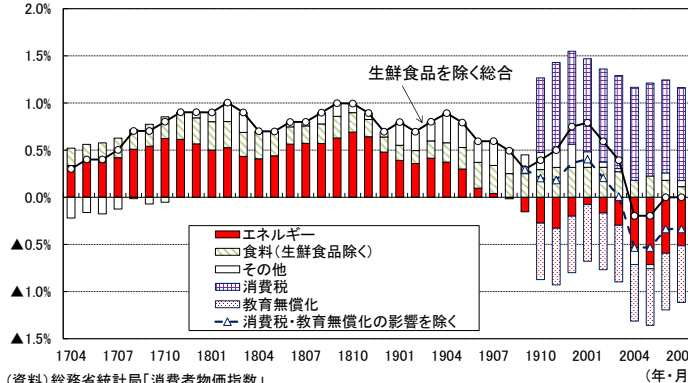
コア CPI の内訳をみると、電気代(6月:前年比▲1.6%→7月:同▲2.0%) の下落幅は若干拡大したが、ガス代(6月:前年比▲1.2%→7月:同▲0.7%)、ガソリン(6月:前年比▲12.2%→7月:同▲9.2%)、灯油(6月:前年比▲16.7%→7月:同▲15.3%) の下落幅が縮小したことから、エネルギー価格の下落率は6月の前年比▲5.3%から同▲4.5%へと縮小した。

また、テレワークや巣ごもり需要の増加を反映し、家庭用耐久財(6月:前年比 2.5%→7月:同 4.0%)、教養娯楽用耐久財(6月:前年比 3.1%→7月:同 3.9%) が伸びを高めたこともコア CPI を押し上げた。

一方、食料(生鮮食品を除く)は前年比 1.0% となり、6月の同 1.2% から伸びが鈍化した。食料(生鮮食品を除く)は20年1月の前年比 1.9% をピークに伸び率の低下傾向が続いている。内食需要の高まりから高めの伸びが続いていた菓子類が6月の前年比 2.6% から同 1.4% へと伸びが大きく鈍化した。

なお、観光需要が急速に落ち込んでいる中、

消費者物価指数(生鮮食品除く、全国)の要因分解

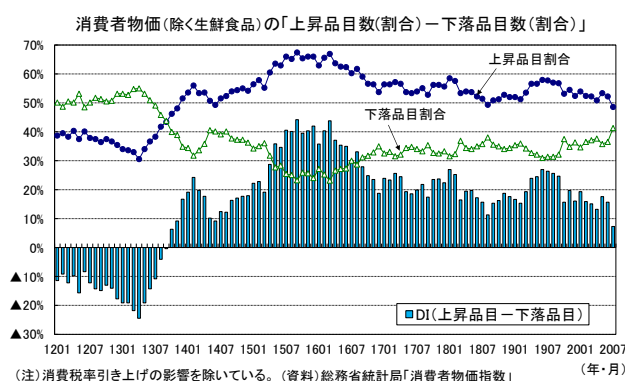


宿泊料が6月の前年比▲6.6%から同▲4.5%へとマイナス幅が縮小したほか、需要がほぼ消失した状態が続いている外国パック旅行が6月の前年比▲7.1%から同1.3%とプラスに転じた。ただし、宿泊旅行関係は取引がほとんどないことが推察されるため、消費者物価指数の価格が必ずしも実態を反映していないことには留意が必要だ。宿泊料については、Go To トラベルキャンペーンの実施に伴う割引が8月から反映されるため、価格が大幅に低下することが見込まれる。

コアCPI上昇率を寄与度分解すると、エネルギーが▲0.51%（6月：▲0.59%）、食料（生鮮食品を除く）が0.11%（6月：0.18%）、その他が0.07%（6月：0.08%）であった（当研究所試算による消費税、教育無償化の影響を除くベース）。

## 2. 上昇品目数の割合が50%を割り込む

消費者物価指数の調査対象523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（消費税率引き上げの影響を除いている）、7月の上昇品目数は254品目（6月は273品目）、下落品目数は216品目（6月は191品目）となり、上昇品目数が前月から減少した。上昇品目数の割合は48.6%（6月は52.2%）、下落品目数の割合は41.3%（6月は36.5%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は7.3%（6月は15.7%）であった。7月は食料（生鮮食品を除く）で上昇から下落に転じる品目が目立った。上昇品目数の割合が50%を割り込んだのは1年11ヵ月ぶり、「上昇品目割合」－「下落品目割合」が10%を割り込んだのは6年1ヵ月ぶりとなる。



## 3. コアCPI上昇率は10月以降、はっきりとしたマイナスに

コアCPI上昇率は2ヵ月連続でゼロ%となった。緊急事態宣言後の需要の急激な落ち込みを考えれば、物価は一定の底堅さを維持していると判断される。巣ごもり需要の高まりから、食料品、日用品、家電製品などの消費は堅調なものが多いこと、自粛要請などにより需要が急激に落ち込んでいる外食、旅行などのサービスについては、通常景気悪化時と異なり、値下げによる需要喚起が期待できないことがその背景にあると考えられる。

ただし、足もとの消費者物価上昇率は消費税率引き上げ(+1.0%程度)+教育無償化(▲0.7%程度)の影響で0.3%程度押し上げられており、この影響を除けば引き続きマイナスとなっている。コアCPI上昇率は、8月にはエネルギー価格の下落幅縮小からいったんプラスに転じる可能性もあるが、10月以降は消費税率引き上げ(+幼児教育無償化)の影響が一巡することから、再びマイナスに転じる可能性が高い。その後は、自粛ムードが引き続き強い中で、雇用所得環境の悪化が財、サービスにかかわらず個人消費の下押し要因となり、需給面からの物価押し下げ圧力が強い状態が続くこと、賃金の下落がサービス価格の下押し圧力となることから、20年度後半にかけてマイナス幅が拡大す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。