

経済・金融 フラッシュ

消費者物価(全国 21年1月) - 「Go To トラベル」の停止でコア CPI の下落率が大きく縮小

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 の下落率は前月から 0.4 ポイント縮小

総務省が 2 月 19 日に公表した消費者物価指数によると、21 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▲0.6%（12 月：同▲1.0%）となり、下落率は前月から 0.4 ポイント縮小した。事前の市場予想（QUICK 集計：▲0.7%、当社予想も▲0.7%）を上回る結果であった。

Go To トラベルの一時停止によって宿泊料の下落率が 12 月の前年比▲33.5%から同▲2.1%へと縮小したことにより、コア CPI の下落率は前月から 0.4 ポイント縮小した。

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 0.1%（12 月：同▲0.4%）と 6 ヶ月ぶりにプラスに転じた。総合は前年比▲0.6%（12 月：同▲1.2%）であった。

コア CPI の内訳をみると、灯油（12 月：前年比▲14.4%→1 月：同▲14.4%）の下落幅は前月と変わらなかったが、ガソリン（12 月：前年比▲8.9%→1 月：同▲9.5%）、電気代（12 月：前年比▲7.9%→1 月：同▲8.2%）、ガス代（12 月：前年比▲6.1%→1 月：同▲6.7%）の下落幅が拡大したため、エネルギー価格の下落率は 12 月の前年比▲8.1%から同▲8.6%へと拡大した。

一方、巣ごもり需要の高まりを背景に家庭用耐久財（電子レンジ、ルームエアコン、空気清浄機など）は前年比 3.1%（12 月：同 3.2%）と高い伸びが続いた。

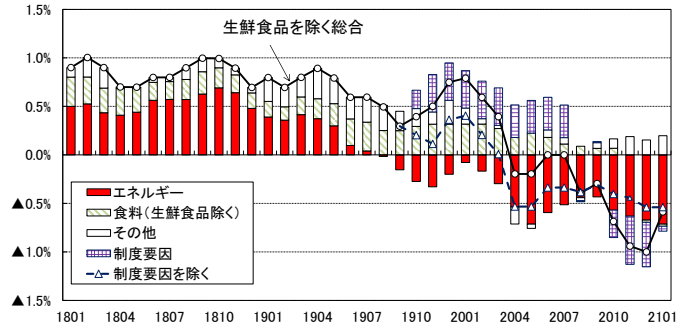
また、設備修繕・維持が 12 月の前年比 0.2%から同 3.2%へと伸びが加速し、住居が 12 月の前年比 0.1%から同 0.5%へと伸びを

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 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
8月	0.2	▲0.4	▲0.1	▲0.4
9月	0.0	▲0.3	0.0	▲0.3
10月	▲0.4	▲0.7	▲0.2	▲0.4
11月	▲0.9	▲0.9	▲0.3	▲0.4
12月	▲1.2	▲1.0	▲0.4	▲0.5
21年 1月	▲0.6	▲0.6	0.1	0.2

(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



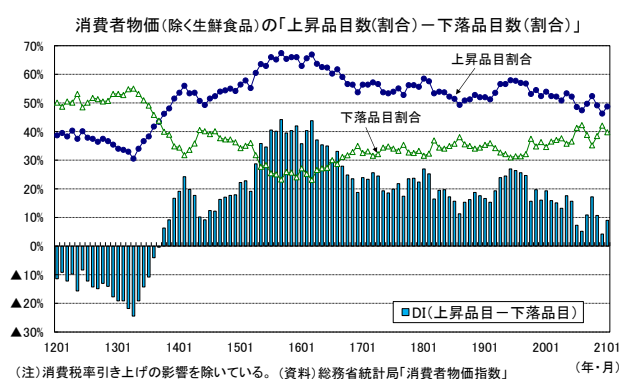
高めたこともコア CPI を押し上げた。

コア CPI 上昇率を寄与度分解すると、エネルギーが▲0.71%（12月：▲0.67%）、食料（生鮮食品を除く）が▲0.02%（12月：▲0.02%）、その他が0.20%（12月：0.15%）であった。（制度要因（教育無償化、Go To トラベル）を除くベース）。

2. 上昇品目数が増加

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、1 月の上昇品目数は 255 品目（12 月は 242 品目）、下落品目数は 208 品目（12 月は 220 品目）となり、上昇品目数が前月から増加した。上昇品目数の割合は 48.8%（12 月は 46.3%）、下落品目数の割合は 39.8%（12 月は 42.1%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は 9.0%（12 月は 4.2%）であった。

上昇品目数の割合は 20 年 11 月から 50%を下回る推移が続いているが、1 月はその割合が若干高まった。



3. 「Go To トラベル」の停止が続けば、コア CPI 上昇率は 21 年度入り後プラス転化

コア CPI 上昇率は、20 年 12 月には 10 年 3 ヶ月ぶりに▲1%台のマイナスとなったが、「Go To トラベル事業」の一時停止を主因として 21 年 1 月には下落率が 0.4 ポイント縮小した。コア CPI の下落率のほとんどがエネルギー価格の下落によるもので、コア CPI は小幅ながら 6 ヶ月ぶりの上昇となった。経済活動の急激な落ち込みの割に物価の基調は弱くなっていない。

巣ごもり需要の高まりから、食料品、日用品、家電製品など財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などのサービスについては、通常の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。

先行きについては、足もとの原油価格の大幅上昇を受けて、エネルギー価格の下落率は 2 月以降縮小し、21 年度入り後にはプラスに転じることが見込まれる。「Go To トラベル」の停止が継続すれば、コア CPI 上昇率は 21 年度入り後にプラス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障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。