

経済・金融 フラッシュ

ユーロ圏消費者物価(22年2月) ーコア指数も最も高い伸び率に

経済研究部 准主任研究員 高山 武士

TEL:03-3512-1818 E-mail: takayama@nli-research.co.jp

1. 結果の概要: コア指数でも統計データ公表以来の高い伸び率を記録

3月2日、欧州委員会統計局(Eurostat)は2月のユーロ圏のHICP(Harmonized Indices of Consumer Prices: EU基準の消費者物価指数)速報値を公表し、結果は以下の通りとなった。

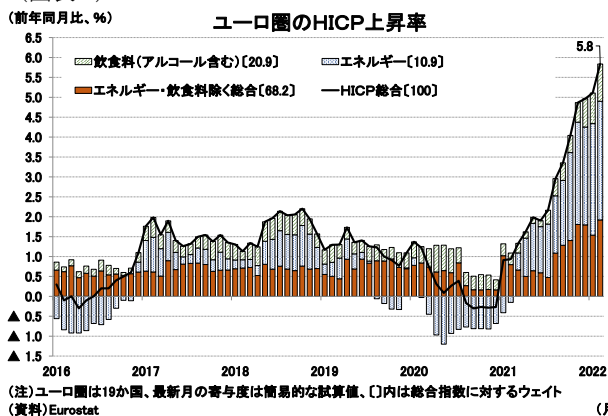
【総合指数】

- ・前年同月比は5.8%、市場予想¹(5.6%)を上回り、前月(5.1%)から加速(図表1)
- ・前月比は0.9%、予想(0.8%)を上回り、前月(0.3%)からは加速した

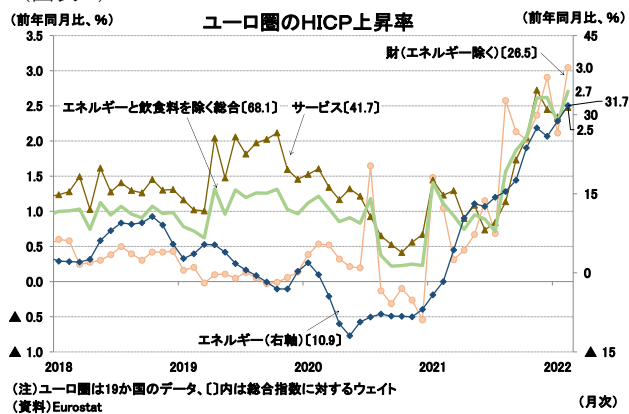
【総合指数からエネルギーと飲食料を除いた指数²】

- ・前年同月比は2.7%、予想(2.6%)を上回り、前月(2.3%)からは加速した(図表2)
- ・前月比は0.5%、前月(▲0.9%)のマイナスからプラスに転じた

(図表1)



(図表2)



2. 結果の詳細: 幅広く物価上昇圧力が見られる

22年2月のHICP上昇率(前年同月比)は全体で5.8%となり、前月の5.1%を上回り、4か月連続で最も高い伸び率を更新した。「コア部分(=エネルギーと飲食料を除く総合)」も2.7%と前月(2.3%)から加速、こちらも統計データ公表以来の高い伸び率となった。以下で見るように、エネルギーの価格上昇が顕著だが、コア以外の飲食料(アルコール含む)、財、サービスでも幅広く物価上昇圧力が生じている。

¹ bloomberg 集計の中央値。以下の予想値も同様。

² 日本の消費者物価指数のコアコアCPI、米国の消費者物価指数のコアCPIに相当するもの。ただし、ユーロ圏の指数はアルコール飲料も除いており、日本のコアコアCPIや米国のコアCPIとは若干定義が異なる。

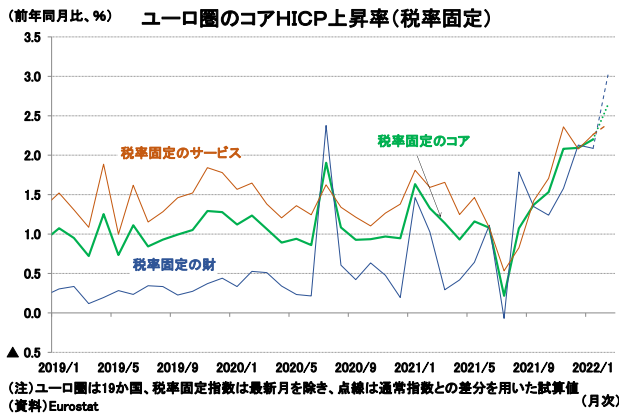
以下、詳細を「コア部分」「エネルギー」「飲食料（アルコール含む）」の3つに分けて見ていく。

まず、コア部分の「エネルギーと飲食料を除く総合」の内訳を見ると、「エネルギーを除く財（飲食料も除く）」は12月2.9%→1月2.1%→2月3.0%と大幅に加速した。「サービス」（エネルギーを除く）も12月2.4%→1月2.3%→2月2.5%と伸び率を拡大した。なお、12月はドイツの付加価値税の影響が生じているが、それを除くと伸び率の加速傾向にある（図表3）。

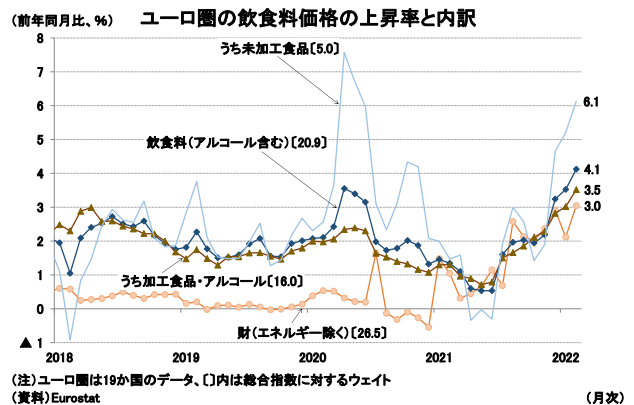
1月までのデータであるが、娯楽業が12月2.1%→1月2.8%（いずれも税率の影響除き）、外食・宿泊業が12月3.2%→1月3.7%と（同）なり、感染予防策としての行動制限緩和を受けた対面サービス産業が伸びているほか、家具が12月2.1%→1月2.8%（同）と伸び率を高めている。原材料高の消費者物価への転嫁が進んでいると見られる。

コア以外の部分では「エネルギー」が前年同月比で12月25.9%→1月28.8%→2月31.7%となりついに30%を超えた。2月は前月比で3.3%と1月（6.2%）ほどではないものの、単月での上昇率が高い状況が続いている。また、前年同期比寄与度は2.98%ポイント程度（1月は2.80%ポイント）でエネルギー価格の上昇が全体の伸び率の過半を占める状況が続いている（前掲図表1・2）。

（図表3）

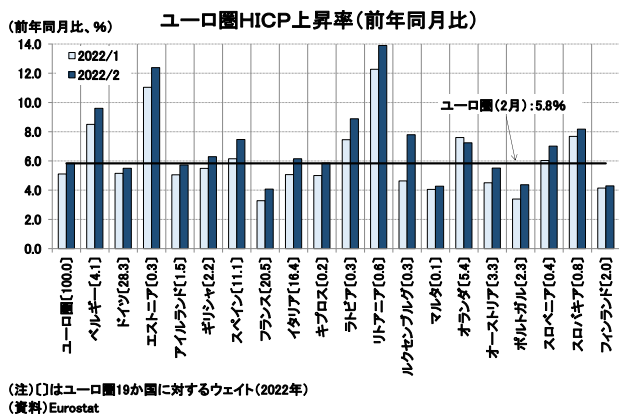


（図表4）

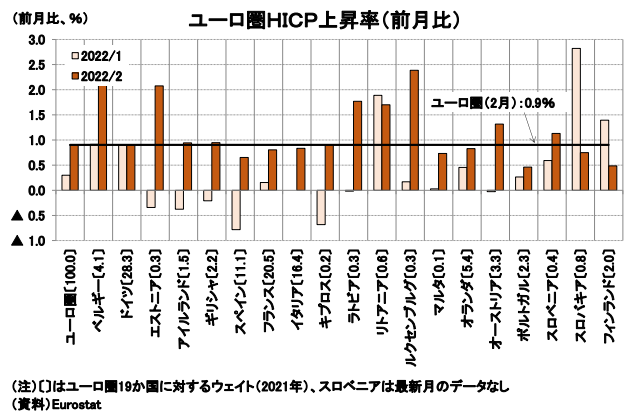


「飲食料（アルコール含む）」は、前年同月比で4.1%（1月3.5%）となった。飲食料のうち加工食品の伸び率は3.5%（1月3.0%）、未加工食品は6.1%（1月5.2%）となり、未加工食品の伸び率が急上昇している（図表4）。

（図表5）



（図表6）



国別のHICP上昇率では、2月は前年同月比で公表されている19か国中オランダを除いたすべての国が1月から加速した（図表5）。前月比では19か国中すべての国がプラスの伸び率となっており、多くの国でインフレ圧力が増している（図表6）。

（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。