経済・金融フラッシュ

ロシアの物価状況（23 年 1 月）
－前年比伸び率は小幅に低下

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

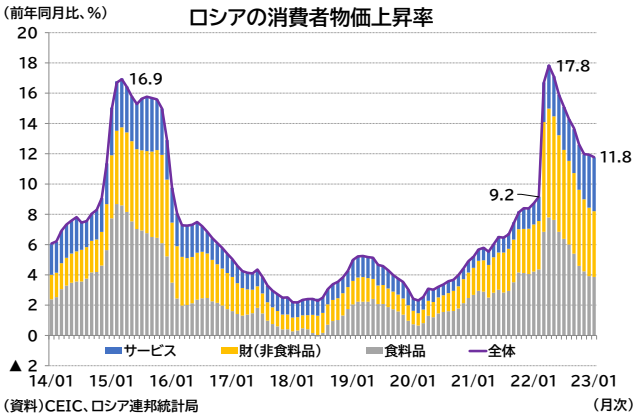
1. 結果の概要：前年比で小幅低下

2 月 10 日、ロシア連邦統計局は消費者物価指数を公表し、結果は以下の通りとなった。

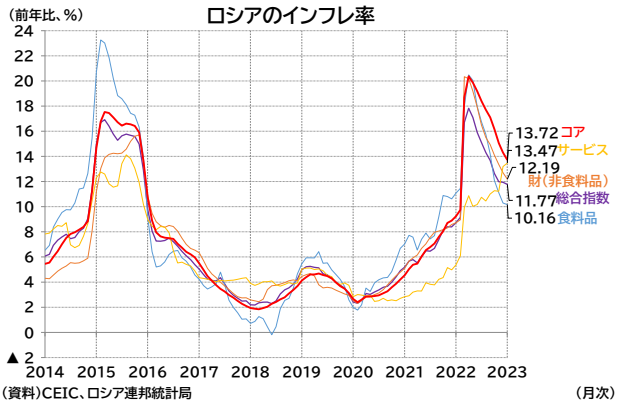
【総合指数（23 年 1 月）】
- 前年同月比は 11.77%、市場予想[1]（11.63%）より上振れ、前月（11.94%）から低下（図表 1）
- 前月比は 0.84%、予想（0.80%）より上振れ、前月（0.78%）から加速した

【コア指数[2]（23 年 1 月）】
- 前年同月比は 13.72%、前月（14.31%）から低下した（図表 2）
- 前月比は 0.30%、前月（▲0.03%）からプラスに転じた

（図表 1）



（図表 2）



2. 結果の詳細：前月比・前週比で見た物価上昇圧力はコロナ禍前と同じような状況

1 月のロシアのインフレ率は前年比で 11.77%となり 22 年 12 月の 11.94%から若干低下した。ただし、低下スピードは 22 年 11 月以降かなり緩やかになっている。

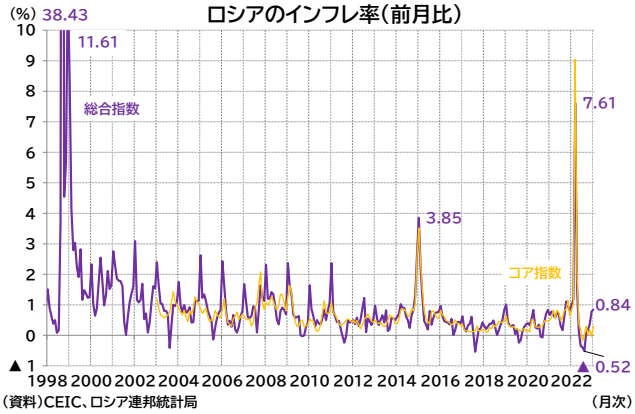
インフレ率を大分類別に見ると、食料品が前年比で 22 年 4 月のピーク（20.48%）からの下落が急速で 1 月は 10.16%まで低下した。財（非食料品）は 22 年 3 月のピーク（20.34%）から 1 月に 12.19%まで低下した。一方、サービスは 1 月に一段と上昇して 13.47%となり、ウクライナ侵攻後のピークを更新した。なお、コア指数は前年比で 1 月は 13.72%となり、総合指数と同様に 22 年 4 月（20.37%）をピークに減速している。

[1] bloomberg 集計の中央値。以下の予想値も同様。
[2] 生鮮食品など季節的要因による影響を受ける品目や管理品目を除いた指数。

 | Copyright ©2023 NLI Research Institute All rights reserved

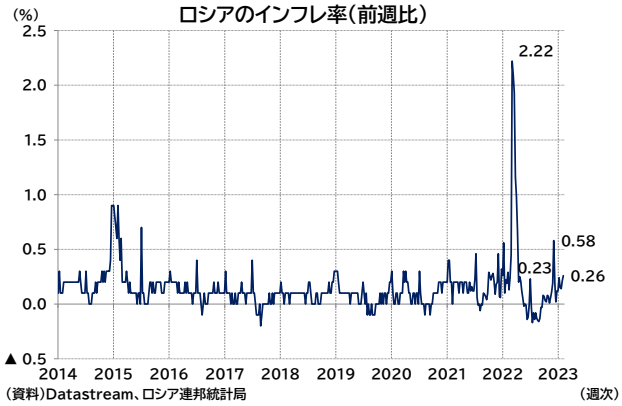
前月比では、総合指数が 1 月に 0.84%と 5 か月連続のプラスの伸び率となり、足もとでは伸び幅も拡大している。コア指数も前月比 0.30%と 22 年 12 月（▲0.03%）のマイナスからプラスに転じた（図表 3）。

（図表 3）



（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

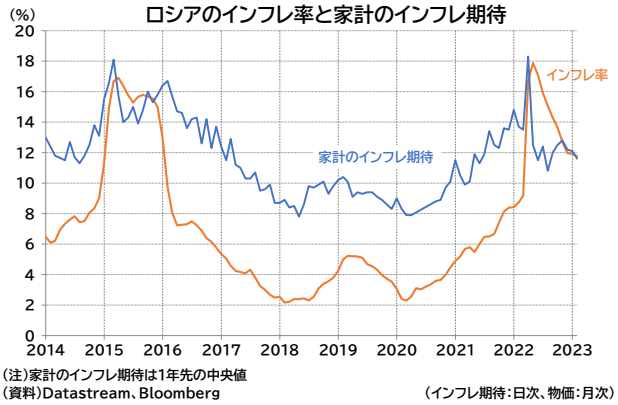
（図表 4）



（資料）Datastream、ロシア連邦統計局

また、別途、ロシア連邦統計局が公表している週次のインフレ率（消費者物価上昇率）を見ると、前週比上昇では、5 月下旬からゼロもしくはマイナスとなる時期が続いていたが、9 月下旬にプラスに転じ、11 月中旬以降は 0.1%台～0.2%台で推移している。この伸び率はウクライナ侵攻前の伸び率とほぼ同程度の状況と言える（最新は 1 月 31 日から 2 月 6 日までの上昇率で 0.26%、図表 4）。

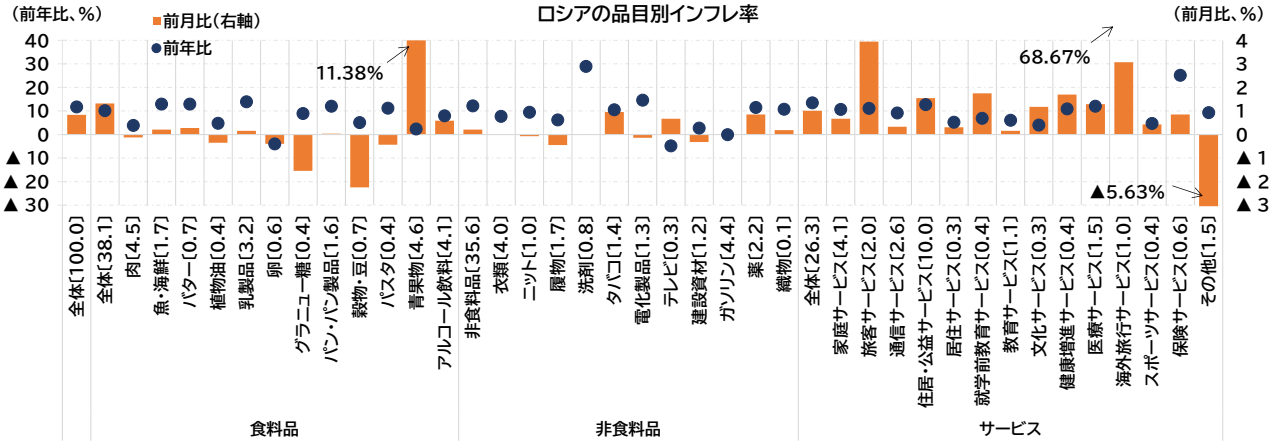
（図表 5）



（注）家計のインフレ期待は1年先の中央値
（資料）Datastream、Bloomberg

ロシア中央銀行が公表する家計のインフレ期待（1 年先中央値、実際のインフレ率よりも高めになる傾向がある）は 1 月には 11.6%まで低下した。期待インフレ率は 3 月には 18.3%まで上昇した後、4 月には 12%台に急低下し、その後 12%程度で横ばい圏での推移となっている（図表 5）。

（図表 6）



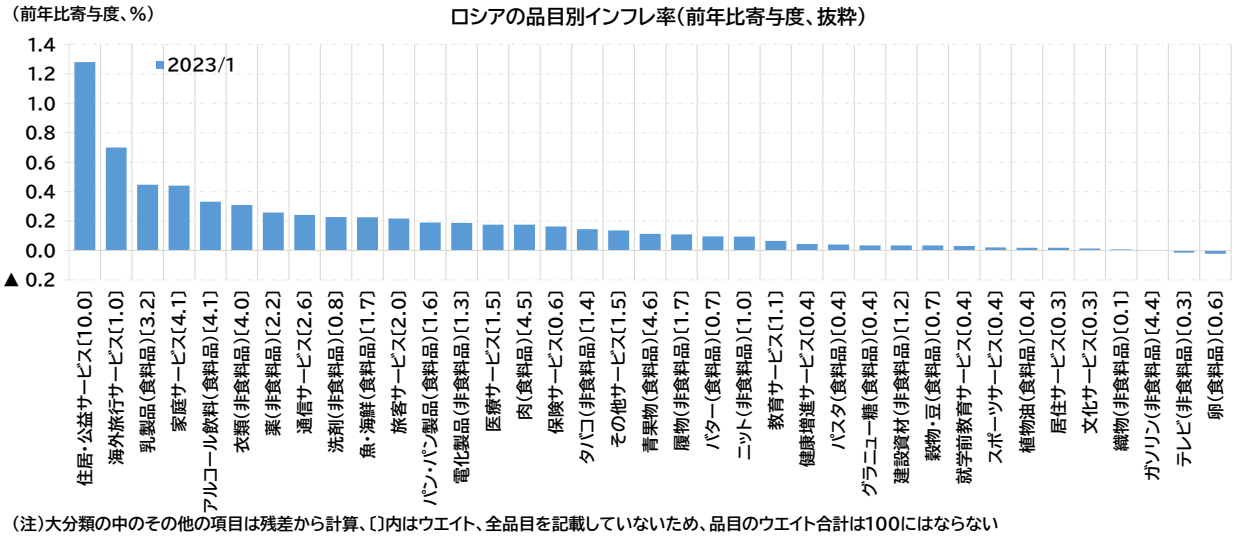
（注）大分類の中のその他の項目は残差から計算、〔〕内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

Copyright ©2023 NLI Research Institute All rights reserved

品目別の上昇率では[3]（図表 6）、1 月は前年比で海外旅行サービス（68.67%）、洗剤（28.96%）、保険サービス（25.23%）の上昇率が高い。

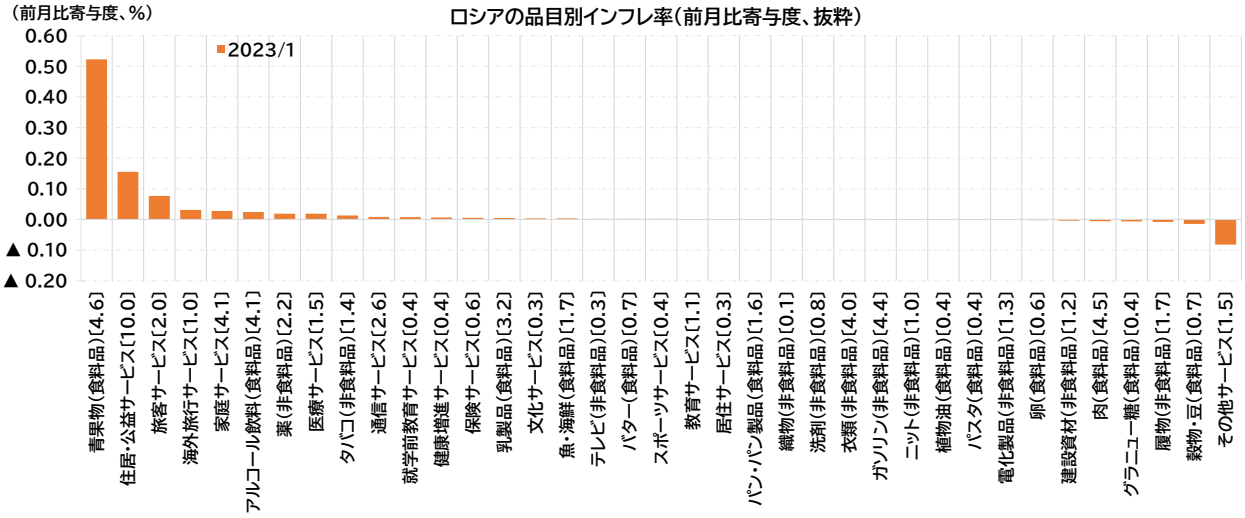
前月比では、その他サービス（▲5.63%）、穀物・豆（▲2.24%）、グラニュー糖（▲1.54%）、の下落率が大きい一方、青果物（11.38%）、旅客サービス（3.95%）、海外旅行サービス（3.07%）の上昇率が高かった。

（図表 7）



（注）大分類の中のその他の項目は残差から計算、〔〕内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

（図表 8）



（注）大分類の中のその他の項目は残差から計算、〔〕内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

各品目の消費ウエイトも考慮して、全体のインフレ率への寄与を品目別に見ると（図表 7・8）、前年比上昇率への寄与が大きい品目は住居・公益サービス（1.3%ポイント）、海外旅行サービス（0.7%ポイント）、乳製品（0.4%ポイント）、家庭サービス（0.4%ポイント）、アルコール（0.3%ポイント）となった。ガソリン、テレビ、卵といった前年比でマイナス寄与となっている品目もあ

[3] 大分類である食料品、財（非食料品）、サービスをそれぞれ細目別に分類したもの（中分類）のうち、統計局のウェブサイトで公表しているものを記載。

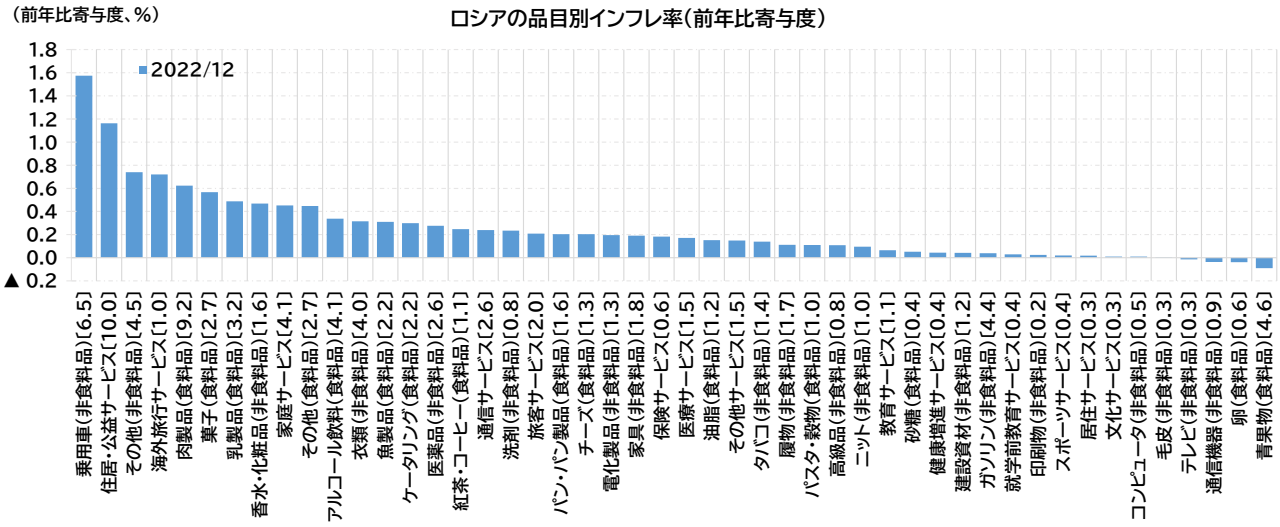
 | Copyright ©2023 NLI Research Institute All rights reserved

るが、それほど大きな寄与ではない。

前月比上昇率の寄与では青果物（約 0.52%ポイント）、住居・公益サービス（約 0.16%ポイント）、旅客サービス（約 0.08%ポイント）の押し上げ寄与が大きい。

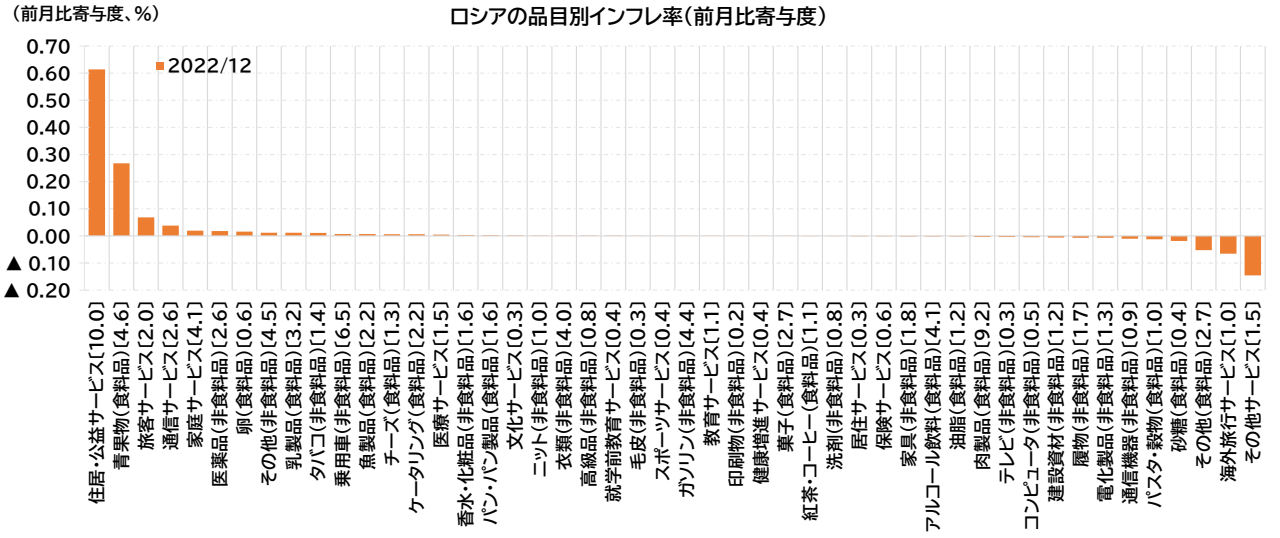
なお、現時点で統計局ウェブサイトでは品目別として 1 月の乗用車の上昇率が公表されていないが、22 年 12 月時点では、引き続き乗用車の前年比上昇率寄与（1.6%ポイント）が特に大きくなっている。住居・公益サービス（1.2%ポイント）の寄与は（22 年 12 月時点では）乗用車に次いで大きい品目となる（図表 9）。

（図表 9）



（注）各大分類の中のその他の項目は残差から計算、〔〕内はウエイト
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

（図表 10）



（注）各大分類の中のその他の項目は残差から計算
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

（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。