

経済・金融 フラッシュ

ロシアの物価状況(23年2月) —前年比での伸び率低下が続く

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: 前年比での低下が続く

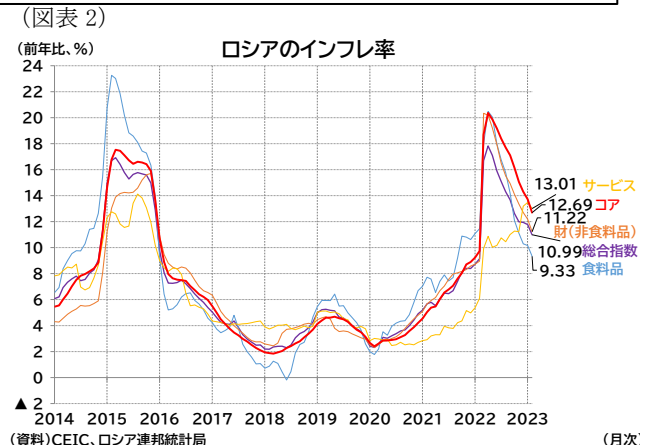
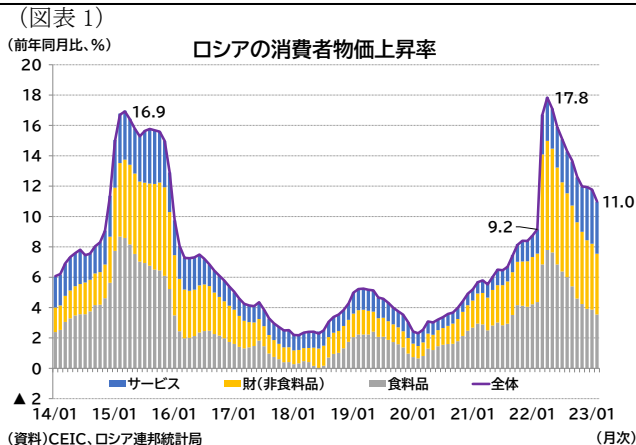
3月10日、ロシア連邦統計局は消費者物価指数を公表し、結果は以下の通りとなった。

【総合指数(23年2月)】

- ・前年同月比は10.99%、市場予想¹(11.08%)より下振れ、前月(11.77%)から低下(図表1)
- ・前月比は0.46%、予想(0.53%)より下振れ、前月(0.84%)から減速した

【コア指数²(23年2月)】

- ・前年同月比は12.69%、前月(13.72%)から低下した(図表2)
- ・前月比は0.13%、前月(0.30%)から減速した



2. 結果の詳細: 足もと前週比のインフレ圧力は弱い

2月のロシアのインフレ率は前年比で10.99%となり1月の11.77%から若干低下した。

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9.33%と1桁台まで低下した。また、財(非食料品)は22年3月のピーク(20.34%)から2月に11.22%まで低下した。一方、サービス価格はむしろ根強い上昇圧力があり、2月はやや下落したものの13.01%と高い水準にある。コア指数は前年比で2月は12.69%となり、22年4月(20.37%)をピークに減速しているが、伸び率は総合指数より高い。

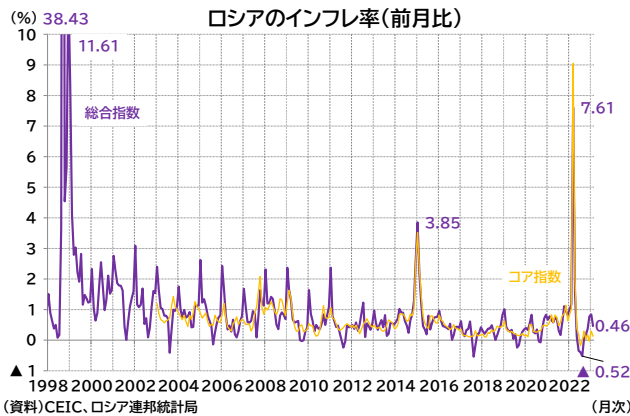
前月比では、総合指数が2月に0.46%と6か月連続のプラスとなったが、伸び幅は1月から縮小

¹ bloomberg 集計の中央値。以下の予想値も同様。

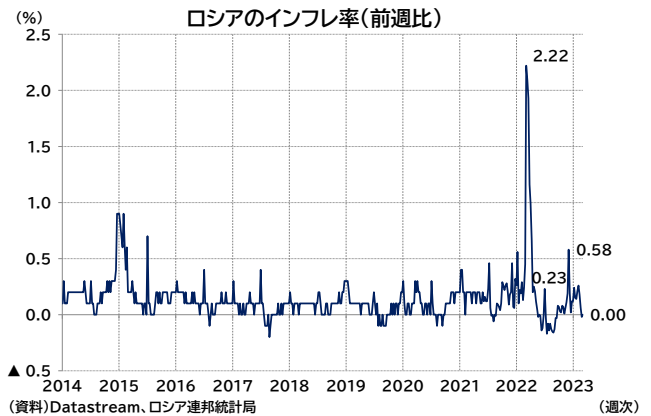
² 生鮮食品など季節的要因による影響を受ける品目や管理品目を除いた指数。

した。コア指数も前月比 0.13%と 2 か月連続のプラス成長となったが、伸び幅は縮小している（図表 3）。

（図表 3）

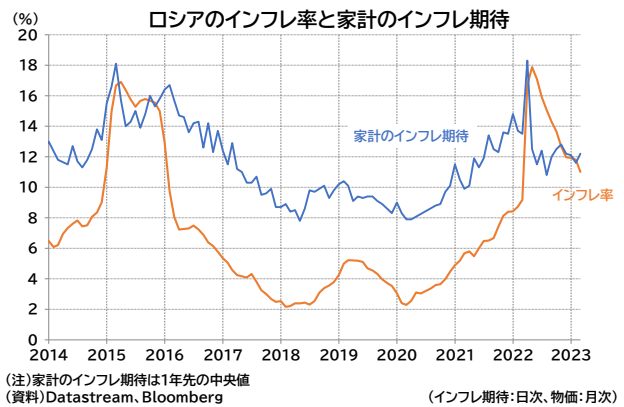


（図表 4）



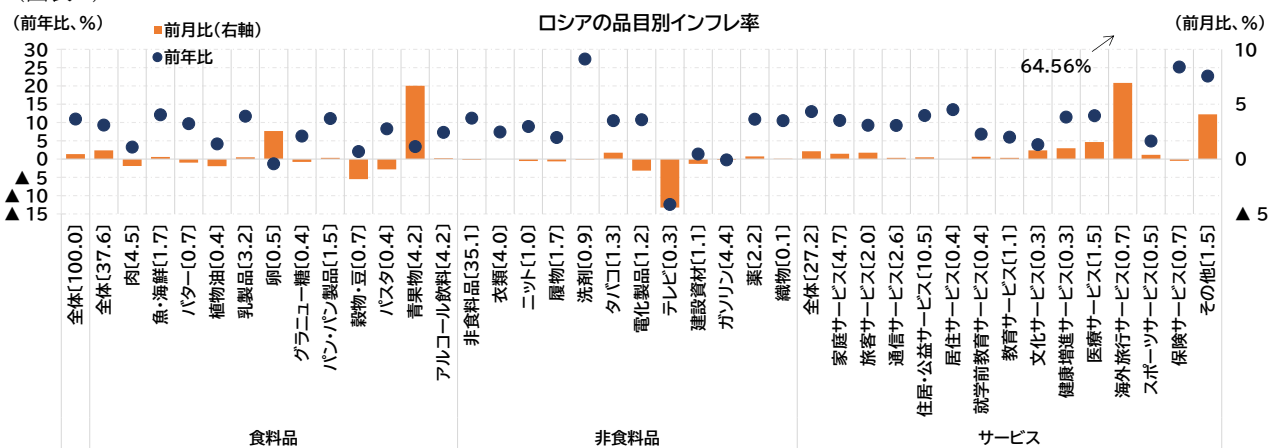
別途、ロシア連邦統計局が公表している週次のインフレ率（消費者物価上昇率）を見ると、前週比上昇では、22年11月中旬以降、23年2月上旬まで0.1%台～0.2%台で推移してきたが、2月に入ると伸び率の鈍化が進み、2月下旬の2月27日までの前週比では、22年9月以来となるマイナスを記録した。直近の3月6日までの前週比でも伸び率は横ばいであり、インフレ圧力は弱い（図表 4）。

（図表 5）



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、2月に12.2%となった。期待インフレ率は22年3月に18.3%まで上昇したが、翌月には12%台まで急低下し、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

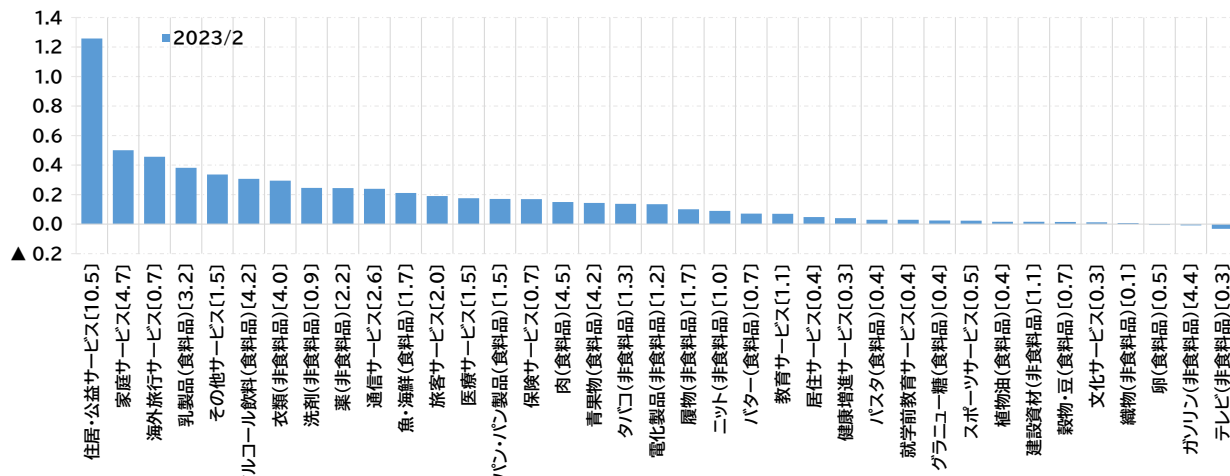
品目別の上昇率では³（図表 6）、2 月は前年比で海外旅行サービス（64.56%）、洗剤（27.40%）、保険サービス（25.18%）の上昇率が高い。

前月比では、テレビ（▲4.41%）、穀物・豆（▲1.82%）、電化製品（▲1.05%）の下落率が大きい一方、海外旅行サービス（6.94%）、青果物（6.69%）、その他サービス（4.08%）、卵（2.56%）の上昇率が高かった。

（図表 7）

（前年比寄与度、%）

ロシアの品目別インフレ率（前年比寄与度、抜粋）

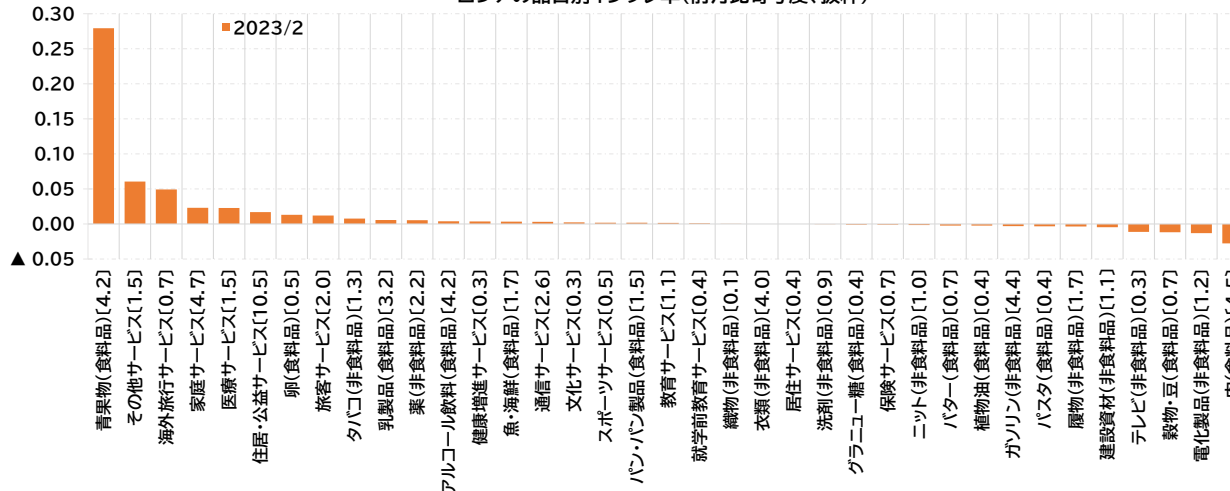


（注）大分類の中のその他の項目は残差から計算、□内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

（図表 8）

（前月比寄与度、%）

ロシアの品目別インフレ率（前月比寄与度、抜粋）



（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（1.26%ポイント）、家賃サービス（0.50%ポイント）、海外旅行サービス（0.46%ポイント）、乳製品（0.38%ポイント）、その他サービス（0.34%ポイント）となった。卵、ガソリン、テレビといった前年比でマイナス寄与となっている品目もある。

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。

るが、それほど大きな寄与ではない。

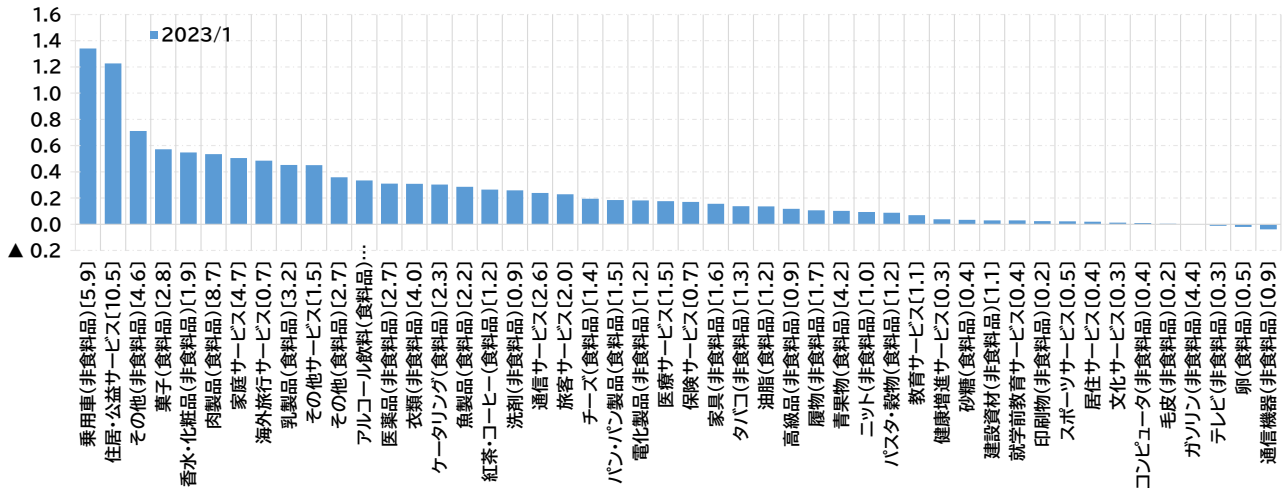
前月上昇率の寄与では青果物（約 0.28%ポイント）、その他サービス（約 0.06%ポイント）、海外旅行サービス（約 0.06%ポイント）の押し上げ寄与が大きい。

なお、現時点で統計局ウェブサイトでは品目別として2月の乗用車の上昇率が公表されていないが、1月時点では、引き続き乗用車の前年比上昇率寄与（1.3%ポイント）が特に大きくなっている。次いで住居・公益サービス（1.2%ポイント）が寄与の大きい品目となる（図表9）。

(図表 9)

(前年比寄与度、%)

ロシアの品目別インフレ率(前年比寄与度)

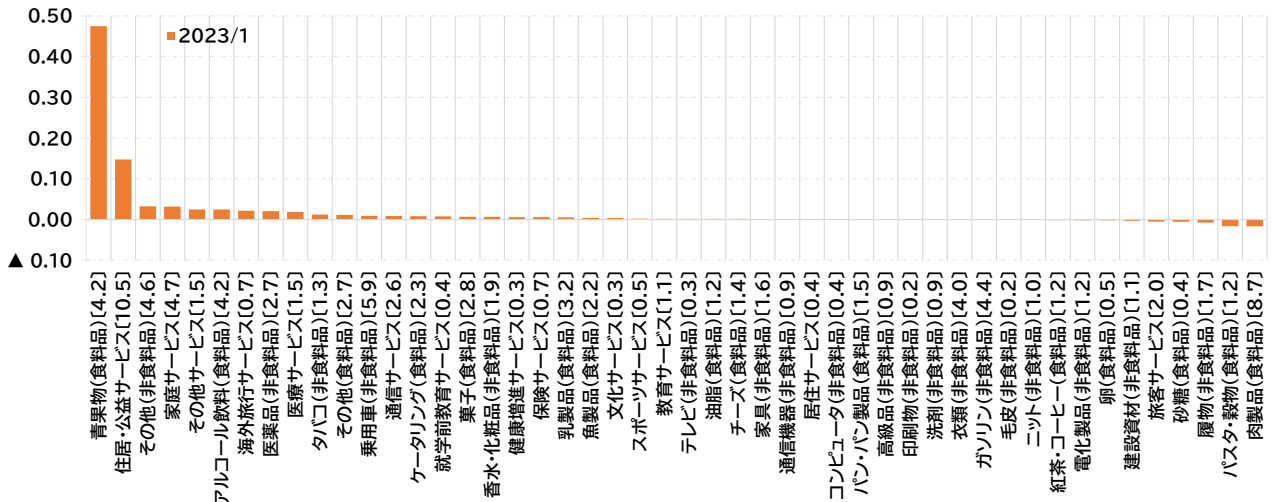


(注)各大大分類の中のその他の項目は残差から計算、[]内はウエイト
(資料)CEIC、ロシア連邦統計局

(図表 10)

(前月比寄与度、%)

ロシアの品目別インフレ率(前月比寄与度)



(注)各大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。