

経済・金融  
フラッシュロシアの物価状況(23年7月)  
—インフレ圧力が増加、前年比4%台に

経済研究部 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4%台に上昇

8月9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7月)】

- ・前年同月比は4.30%、市場予想<sup>1</sup>(4.30%)と一致、前月(3.25%)から上昇(図表1)
- ・前月比は0.63%、市場予想(0.66%)より下振れ、前月(0.37%)から上昇

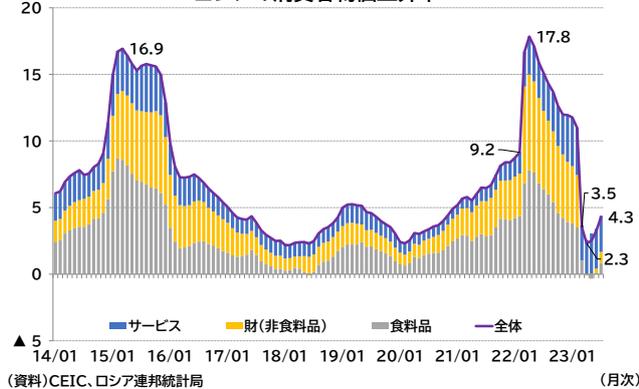
【コア指数<sup>2</sup>(23年7月)】

- ・前年同月比は3.18%、前月(2.44%)から上昇した(図表2)
- ・前月比は0.53%、前月(0.49%)から低下した

(図表1)

(前年同月比、%)

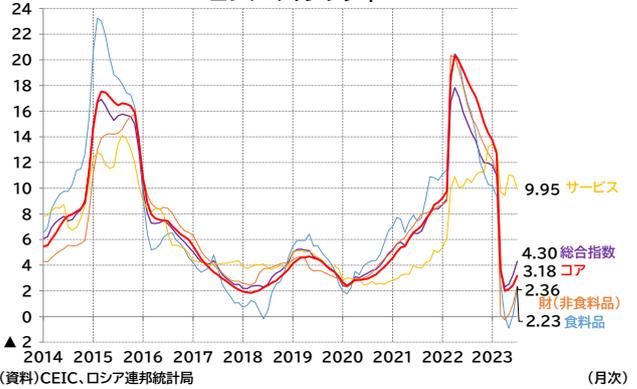
ロシアの消費者物価上昇率



(図表2)

(前年比、%)

ロシアのインフレ率



## 2. 結果の詳細: 前月比インフレ率も高い

7月のロシアのインフレ率は前年比で4.30%となり、6月の3.25%から上昇した。3か月連続で上昇し、ベース効果で3月以降の伸び率が低下して以降では最も高い伸び率となった。ロシア中銀のインフレ目標(4%)もやや上回ったことになる。

なお、ロシア中銀は国内雇用のひっ迫や輸出減と輸入増を受けて持続的に進むルーブル安からインフレリスクが増幅されていると評価し、7月21日には政策金利を8.50%に1.00%ポイント引き上げた。これは市場予想(0.50%ポイントの引き上げ)を上回る利上げ幅となった。

インフレ率を大分類別に見ると、6月の前年比伸び率は食料品が2.23%、財(非食料品)が2.36%、

<sup>1</sup> bloomberg 集計の中央値。以下の予想値も同様。

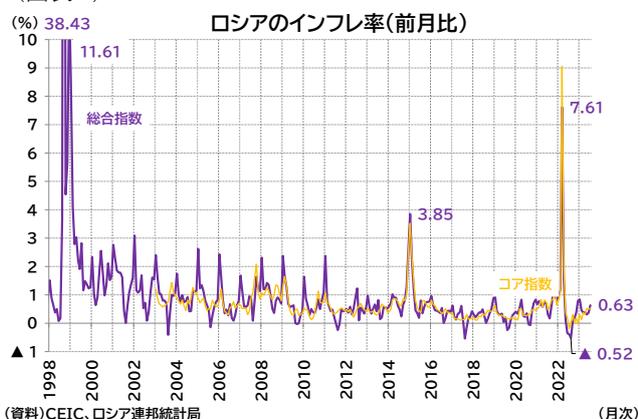
<sup>2</sup> 生鮮食品など季節的要因による影響を受ける品目や管理品目を除いた指数。

サービスが9.95%となっている。食料品および財は6月の0%台から2%台まで上昇した。サービス物価の伸び率はやや減速したものの、10%前後での伸び率が続いている。寄与度ではサービスの物価を押し上げが目立つが（7月は2.7%ポイント程度）、食料品や財の寄与も増加しており、7月はそれぞれ0.8%ポイント程度、物価を押し上げている（図表1）。

7月の前月比伸び率は、総合指数で0.63%、コア指数で0.53%となった。総合指数・コア指数ともにコロナ禍前の上昇率を上回った（例えば2018年の前月比伸び率は平均で総合指数が約0.35%、コア指数が約0.30%、図表3）。大分類では食料品が0.49%、財（非食料品）が0.91%、サービスが0.48%となり、食料品や財の伸び率が高めとなっている。

一方で、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、最新の8月7日時点の前週比で0.01%であり、足もとのインフレ圧力は弱い（図表4）。

（図表3）



（図表4）



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、7月で11.1%となり、依然として10%を超える状況が続いている。これまで期待インフレ率が実際のインフレ率と比較してやや高めだったが、実績の前年比インフレ率が4%台まで上昇したことで、期待インフレ率と実際のインフレ率との関係が過去とほぼ同様（期待インフレ率≒前年比インフレ率+6%）になりつつある（図表5）。

品目別の上昇率を見ると<sup>3</sup>（図表6）、7月は前年比で海外旅行サービス（43.58%）、その他サービス（28.16%）、青果物（12.91%）の伸び率が高い一方、穀物・豆（▲16.04%）、テレビ（▲16.00%）、植物油（▲11.96%）の下落が目立つ。

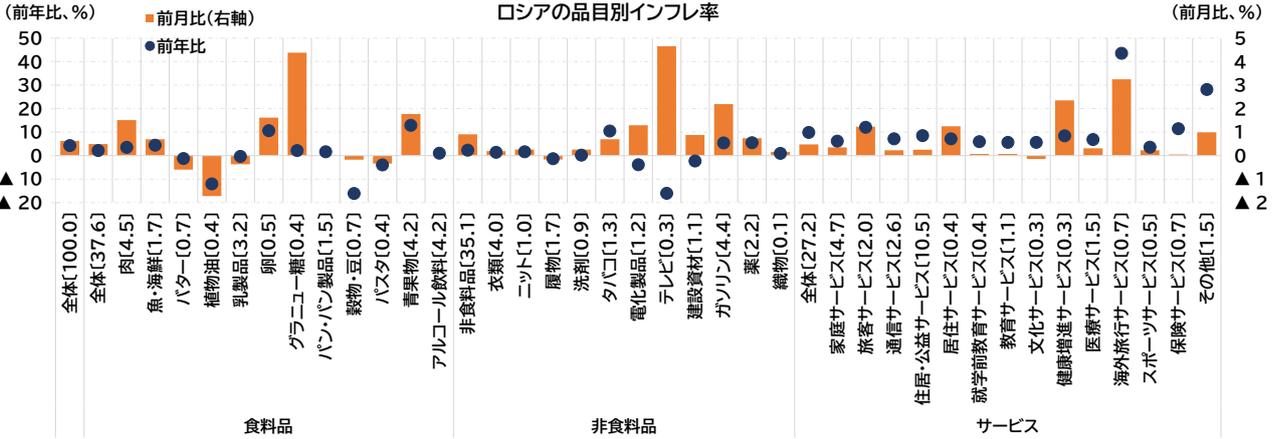
前月比では、テレビ（4.65%）、グラニュー糖（4.38%）、海外旅行サービス（3.25%）、健康増進サービス（2.35%）の上昇率が相対的に大きい一方、植物油（▲1.72%）の下落率が相対的に大きかった。

（図表5）



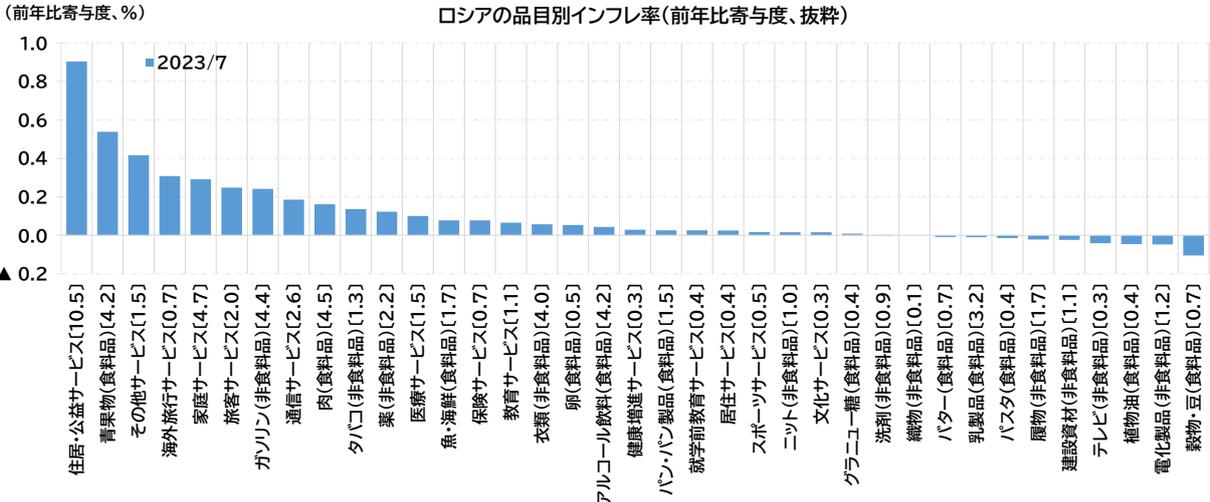
<sup>3</sup> 大分類である食料品、財（非食料品）、サービスをそれぞれ細目別に分類したもの（中分類）のうち、[統計局のウェブサイト](#)で公表しているものを記載。

(図表 6)



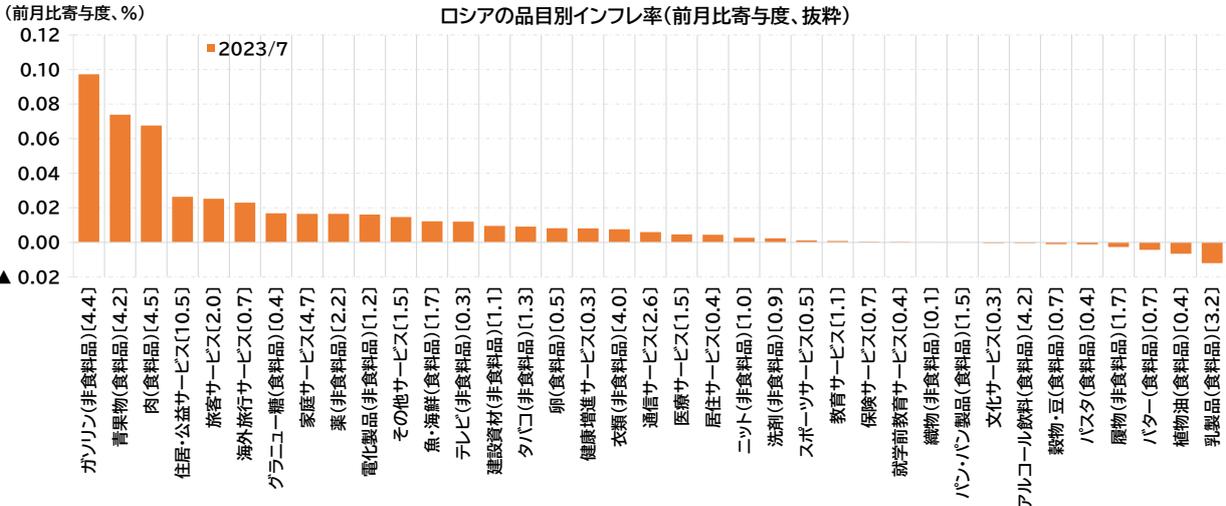
(注)大分類の中のその他の項目は残差から計算、[]内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない  
(資料)CEIC、ロシア連邦統計局

(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（0.90%ポイント）、青果物（0.64%ポイント）、その他サービス（0.42%ポイント）、海外旅行サービス（0.31%ポイント）、家庭サービス（0.29%ポイント）となった。一方、穀物・豆（▲0.10%ポイント）、電化製品（▲0.06%ポイント）、植物油（▲0.06%ポイント）は前年比でのマイナス寄与が相対的に大きい。

一方、前月比上昇率の寄与ではガソリン（約0.10%ポイント）、青果物（約0.07%ポイント）、肉（約0.07%ポイント）の押し上げ寄与が大きかった。

---

（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。