

経済・金融
フラッシュ消費者物価(全国 23年12月) - コア CPI は
24年1月に2%割れも、2月には2%台後半まで
伸びが高まる見込み

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 上昇率は前月から0.2ポイント縮小

総務省が1月19日に公表した消費者物価指数によると、23年12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2.3%(11月:同2.5%)となり、上昇率は前月から0.2ポイント縮小した。事前の市場予想(QUICK集計:2.3%、当社予想も2.3%)通りの結果であった。

食料(生鮮食品を除く)の伸びが鈍化したこと、エネルギーの下落率が拡大したことがコア CPI 上昇率を押し下げた。

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3.7%(11月:同3.8%)、総合は前年比2.6%(11月:同2.8%)であった。

23年12月分と同時に公表された23年のコア CPIは前年比3.1%(22年:同2.3%)、コアコア CPIは前年比4.0%(22年:同1.1%)、総合は前年比3.2%(22年:同2.5%)といずれも前年から伸びを高めた。

コア CPIの内訳をみると、ガソリン(11月:前年比3.9%→12月:同4.5%)、灯油(11月:前年比1.9%→12月:同3.2%)の上昇率は高まったが、電気代(11月:前年比▲18.1%→12月:同▲20.5%)、ガス代(11月:前年比▲11.6%→12月:同▲13.8%)の下落率が拡大したことから、エネルギー価格の下落率は11月の前年比▲10.1%から同▲11.6%へと拡大した。

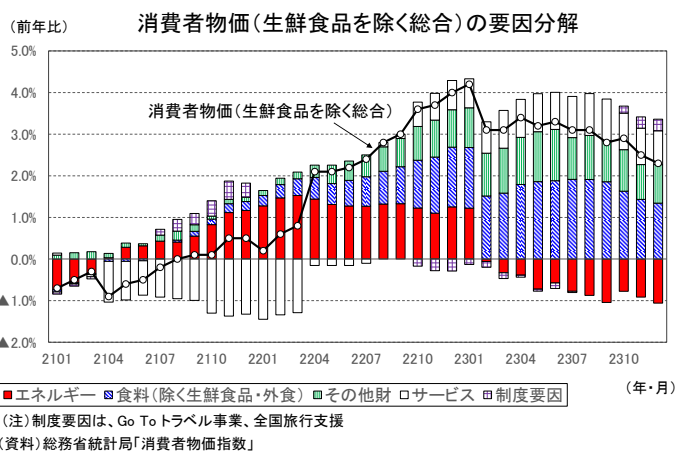
食料(生鮮食品を除く)は前年比6.2%(11月:同6.7%)となり、23年8月の同9.2%をピークに鈍化傾向が続いている。前年の上昇ペースが速かったことの裏が出ている面もあるが、12月は前月比▲0.1%の下落となっており、価格転嫁の動きが止まりつつある。乳卵類(同13.0%)、牛乳・乳製品(同10.6%)は引き続き前年比で二桁の高い伸びとなっているが、伸び率が鈍化する品目が増えている。外食は23年3月の前年比6.9%をピークに鈍化傾向が続いており、12月は同3.6%(11月:同4.0%)となった。

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
22年 10月	3.7	3.6	2.5	1.5
11月	3.8	3.7	2.8	1.5
12月	4.0	4.0	3.0	1.6
23年 1月	4.3	4.2	3.2	1.9
2月	3.3	3.1	3.5	2.1
3月	3.2	3.1	3.8	2.3
4月	3.5	3.4	4.1	2.5
5月	3.2	3.2	4.3	2.6
6月	3.3	3.3	4.2	2.6
7月	3.3	3.1	4.3	2.7
8月	3.2	3.1	4.3	2.7
9月	3.0	2.8	4.2	2.6
10月	3.3	2.9	4.0	2.7
11月	2.8	2.5	3.8	2.7
12月	2.6	2.3	3.7	2.8

(資料)総務省統計局「消費者物価指数」

サービスは前年比 2.3%（11月：同 2.3%）となり、上昇率は前月と変らなかった。宿泊料は、旅行需要の拡大に伴う価格上昇に加え、22年10月に開始された全国旅行支援による押し下げの反動で、前年比 59.0%（11月：同 62.9%）と大幅に上昇している。ただし、23年1月に全国旅行支援の割引率が縮小され、宿泊料の下落率が縮小したことから、24年1月には上昇率が大きく鈍化することが見込まれる。それ以外の品目では、一般路線バス代（11月：前年比 3.9%→12月：同 4.8%）、テーマパーク入場料（11月：前年比 12.0%→12月：同 33.6%）、カラオケルーム使用料（11月：前年比 3.7%→12月：同 4.4%）などが伸びを高めた。

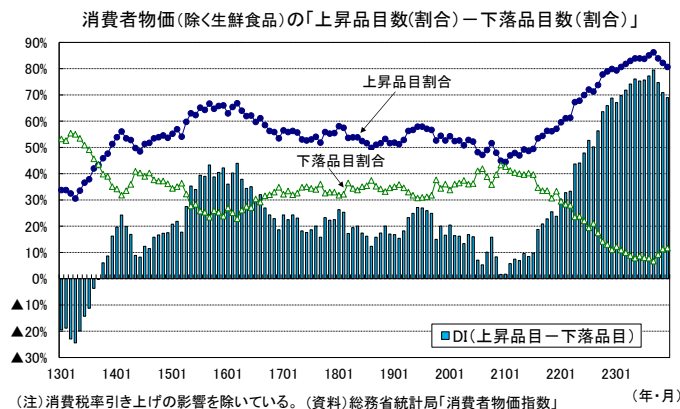


コア CPI 上昇率を寄与度分解すると、エネルギーが▲1.06%（11月：▲0.91%）、食料（除く生鮮食品・外食）が 1.34%（11月：1.43%）、その他財が 0.93%（11月：0.84%）、サービスが 0.81%（11月：0.87%）、全国旅行支援が 0.28%（11月：0.27%）であった。

2. 物価上昇品目数が減少

消費者物価指数の調査対象 522 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、12月の上昇品目数は 421 品目（11月は 429 品目）、下落品目数は 61 品目（11月は 59 品目）となり、上昇品目数が 3 ヶ月連続で前月から減少した。上昇品目数の割合は 80.7%（11月は 82.2%）、下落品目数の割合は 11.7%（11月は 11.3%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は 69.0%（11月は 70.9%）であった。

上昇品目数の割合は依然として高水準だが、食用油（前年比▲5.7%）、マーガリン（同▲2.5%）などのように、前年の価格水準が非常に高かった食料品を中心に、その裏が落ちることによって下落に転じる品目が目立ち始めている。



3. コア CPI 上昇率は 24 年度入り後も 2%台が続く見込み

コア CPI 上昇率は、政府による各種支援策に左右される展開が続いているが、基調としては上昇ペースの鈍化傾向が続いており、電気・都市ガス代の下落率拡大、全国旅行支援停止の影響縮小などから、24年1月には 1.9%と 22年3月以来の 2%割れとなることが予想される。ただし、2月には前年同月に開始された激変緩和措置による押し下げが一巡し、電気代、都市ガス代の下落率が大きく縮小することから、コア CPI は一気に 2%台後半まで伸びを高める可能性が高い。

また、サービス価格は23年のベースアップを若干上回る2%台前半の伸びとなっているが、人件費の増加を価格転嫁する動きが広がっていることから、先行きも2%台の伸びが続く公算が大きい。

コアCPI上昇率は、24年4月末までとなっている電気代、都市ガス代、ガソリン、灯油等に対する激変緩和措置が、規模を縮小した上でさらに延長されることを前提として、24年度前半まで2%台を続けた後、24年度後半には食料など財価格の上昇率鈍化を主因として、1%台後半まで低下す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。