

経済・金融  
フラッシュロシアの物価状況(24年3月)  
—前年比伸び率は7%台後半が継続

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:前年比は7.7%で横ばい

4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(24年3月)】

- ・前年同月比は7.72%、市場予想<sup>1</sup>(7.70%)より上振れ、前月(7.69%)から上昇(図表1)
- ・前月比は0.39%、市場予想(0.40%)より下振れ、前月(0.68%)から減速した

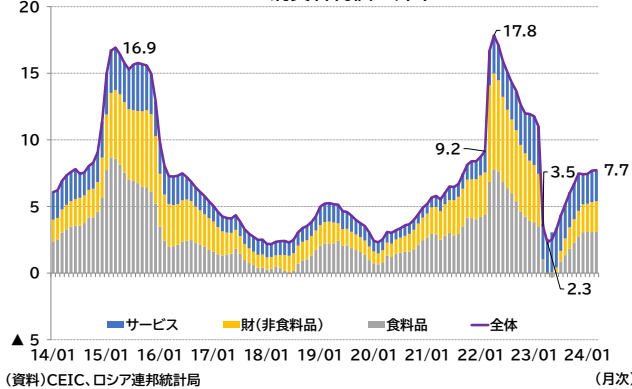
【コア指数<sup>2</sup>(24年3月)】

- ・前年同月比は7.84%、前月(7.59%)から上昇した(図表2)
- ・前月比は0.60%、前月(0.54%)から加速した

(図表1)

(前年同月比、%)

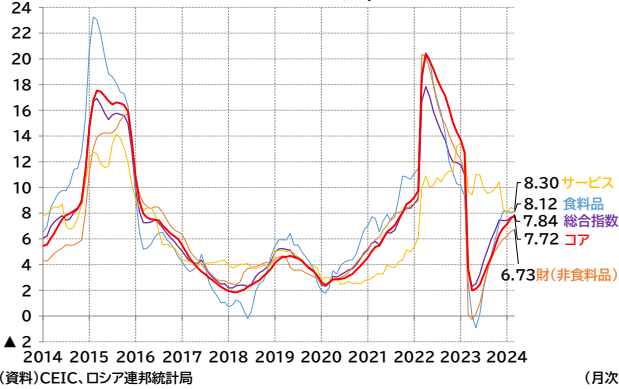
ロシアの消費者物価上昇率



(図表2)

(前年比、%)

ロシアのインフレ率



## 2. 結果の詳細:前月比ではサービスインフレの上昇圧力が強い

3月のロシアのインフレ率は前年比で7.72%となった。23年4月(2.31%)をボトムにした上昇が続いたあと、23年11月以降は概ね横ばい圏の動きとなっている。ただし、ロシア中銀のインフレ目標(4%)は9か月連続で上回っている。

インフレ率を大分類別に見ると、3月の前年比伸び率は食料品が8.12%、財(非食料品)が6.73%、サービスが8.30%となり、食料品が概ね横ばい、財(非食料品)はやや上昇、サービスはやや低下した。

前年比寄与度では食料品が3.1%ポイント程度、財(非食料品)が2.3%ポイント程度、サービ

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

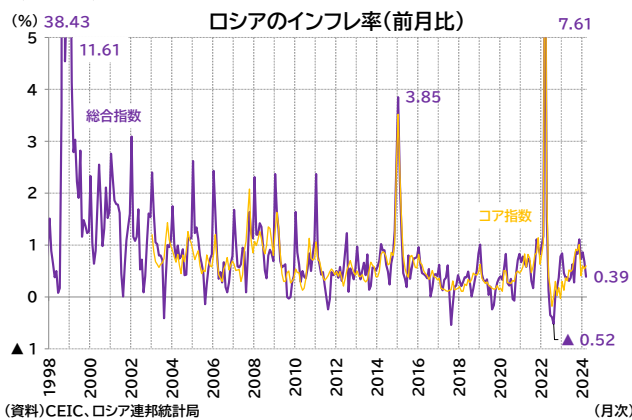
<sup>2</sup> 生鮮食品など季節的要因による影響を受ける品目や管理品目を除いた指数。

スが2.3%ポイント程度で、前月と概ね同じだった（図表1）。

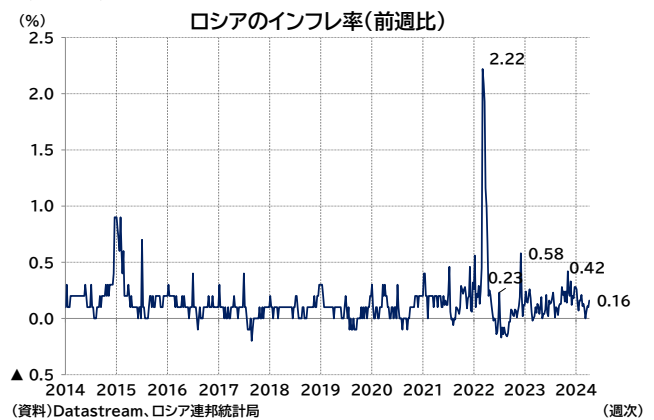
3月の前月比伸び率は、総合指数で0.39%、コア指数で0.60%となった。前月（総合指数0.68%、コア指数0.54%）と比較して総合指数で減速、コア指数で加速とまちまちの動きだったが、総合指数・コア指数ともにコロナ禍前の標準的な上昇率を上回った状態にある（2018年の前月比伸び率は平均で総合指数が約0.35%、コア指数が約0.30%、図表3）。また、前月比伸び率を大分類で見ると食料品が0.06%、財（非食料品）が0.09%、サービスが0.23%となり、3月はサービスの伸び率が高かった。

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、前週比上昇では最新の4月8日時点の前週比で0.16%となった。3月前半のインフレ圧力は弱まっていたが、3月後半から4月にかけて再びやや強まりが見られる（図表4）。

（図表3）

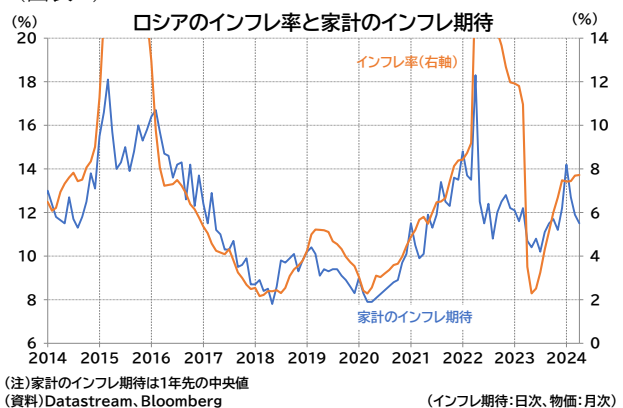


（図表4）



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、3月には11.5%となり低下傾向が持続している。その結果、過去の傾向（過去の傾向は、期待インフレ率＝前年比インフレ率＋6%、図表5）と比較すると、期待インフレ率と実際のインフレ率の乖離が縮小した（期待インフレ率の数値が実績に対して低めの）状況となっている（図表5）。

品目別の上昇率を見ると<sup>3</sup>（図表6）、3月は前年比で卵（45.34%）、その他サービス（39.66%）、肉（17.44%）、旅客サービス（17.11%）、海外旅行サービス（16.50%）の伸び率が高い。また、前月比では、その他サービス（5.55%）、海外旅行サービス（4.83%）、グラニュー糖（2.35%）、居住サービス（2.00%）の上昇率が相対的に大きい。



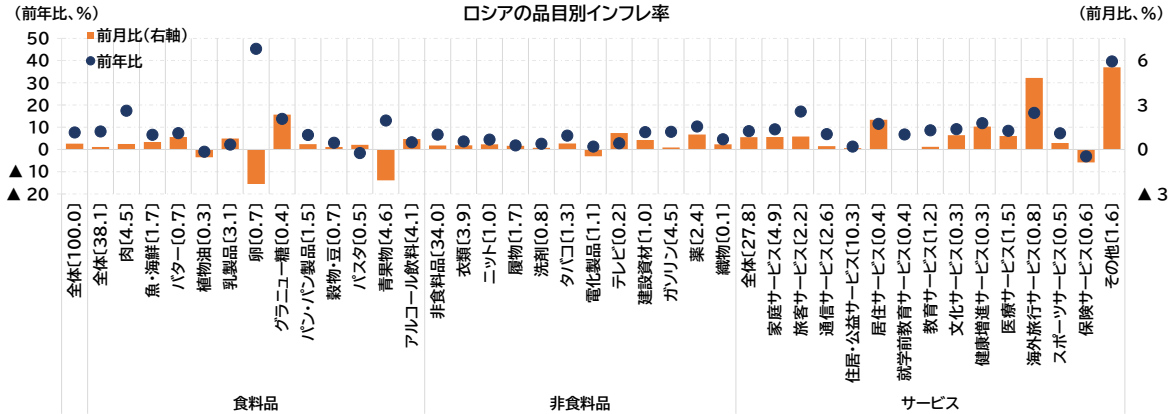
各品目の消費ウェイトも考慮して、全体のインフレ率への寄与を品目別に見ると（図表7・8）、前年比上昇率への寄与が大きい品目は肉（0.78%ポイント）、その他サービス（0.63%ポイント）、青果物（0.60%ポイント）、家庭サービス（0.45%ポイント）、旅客サービス（0.38%ポイント）、ガ

<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。

ソリン (0.36%ポイント)、卵 (0.30%ポイント) だった。

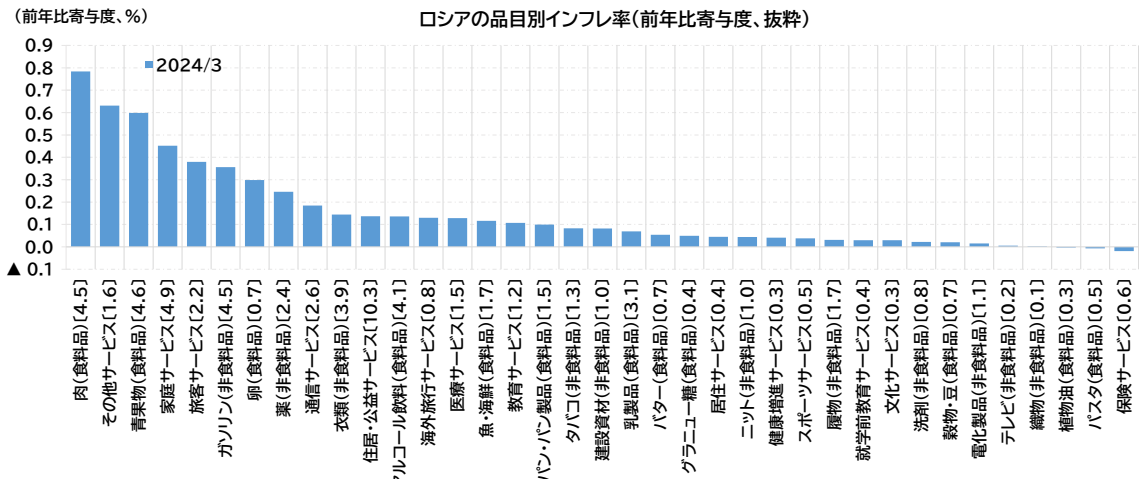
前月上昇率の寄与ではその他サービス (約 0.09%ポイント) の押し上げ寄与が大きく、一方、青果物 (約▲0.10%ポイント) の押し下げ寄与が大きい。

(図表 6)



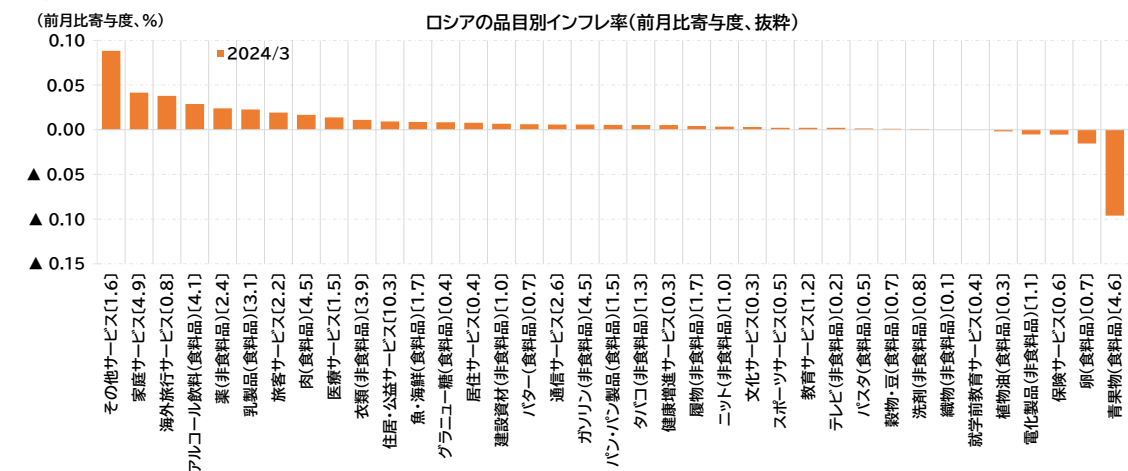
(注) 大分類の中のその他の項目は残差から計算、[]内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない (資料) CEIC、ロシア連邦統計局

(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)



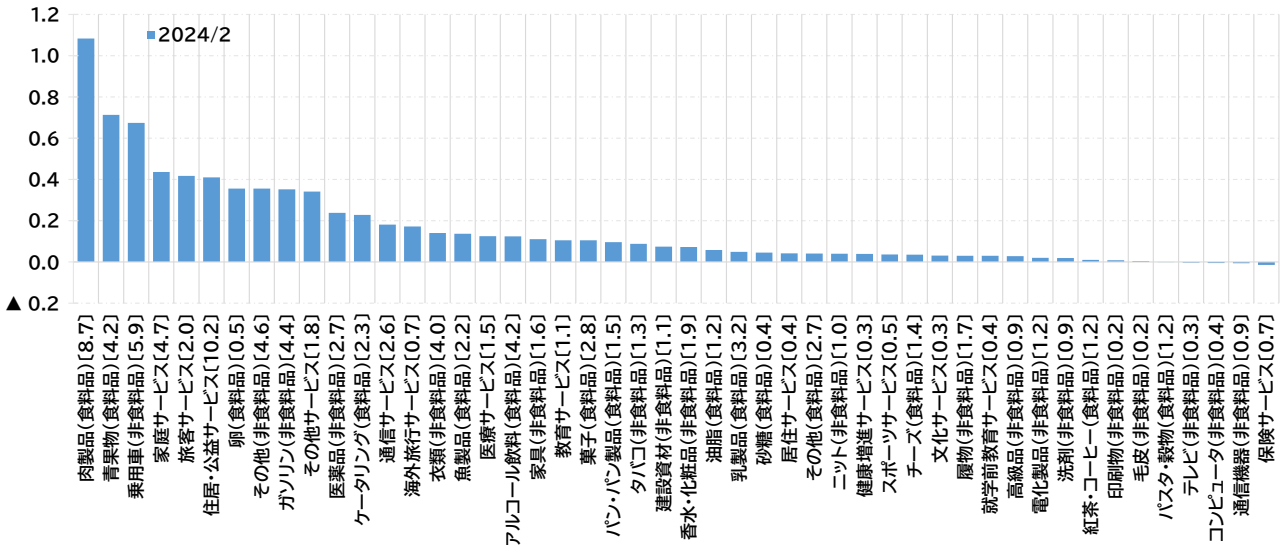
(注) 大分類の中のその他の項目は残差から計算、[]内はウエイト、全品目を記載していないため、品目のウエイト合計は100にはならない (資料) CEIC、ロシア連邦統計局

なお、現時点において統計局ウェブサイトで公表されていない品目も含む2月の上昇率寄与を見ると、引き続き乗用車が前年比の物価を押し上げていることが分かる（図表9・10）。

（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）

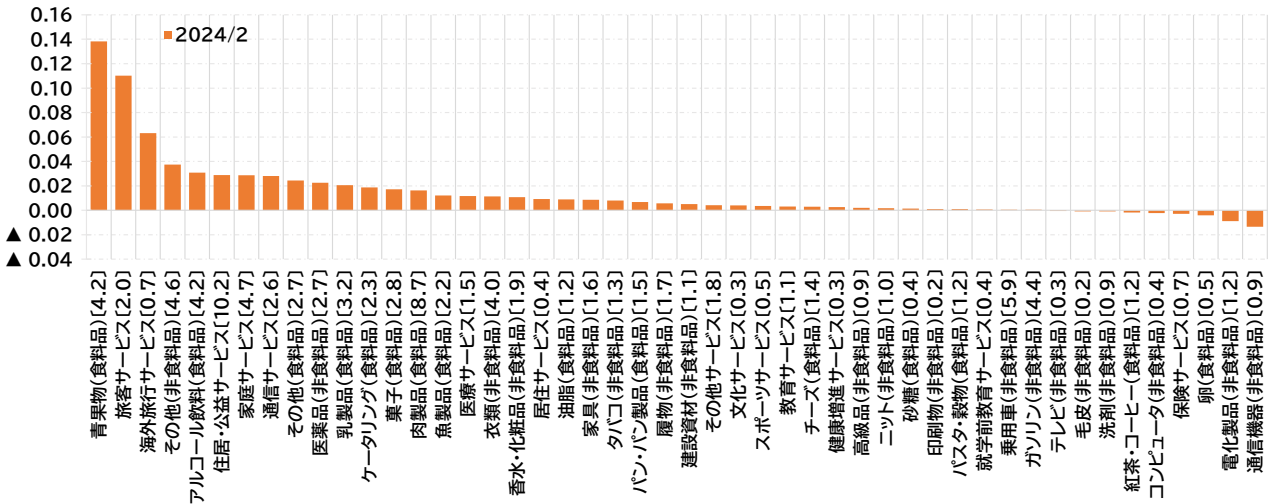


（注）各大分類の中のその他の項目は残差から計算、[]内はウエイト  
（資料）CEIC、ロシア連邦統計局

（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。