

経済・金融  
フラッシュユーロ圏消費者物価(24年10月)  
—総合指数は再び前年比2%まで上昇

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: 総合指数は再び前年比2%に上昇

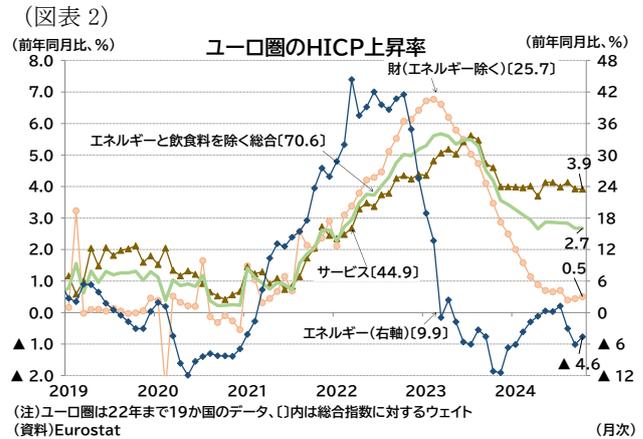
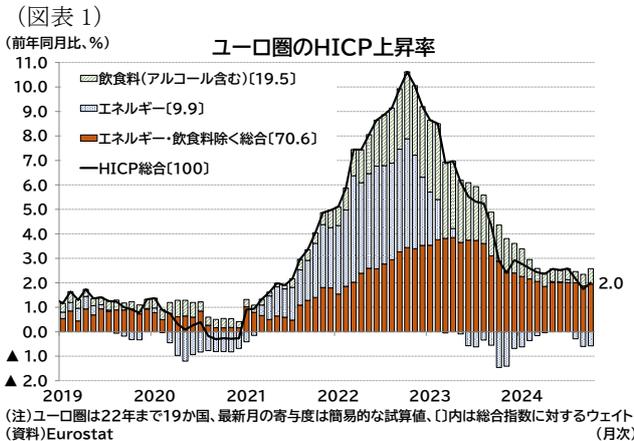
10月31日、欧州委員会統計局(Eurostat)は10月のユーロ圏のHICP(Harmonized Indices of Consumer Prices: EU基準の消費者物価指数)速報値を公表し、結果は以下の通りとなった。

## 【総合指数】

- ・前年同月比は2.0%、市場予想<sup>1</sup>(1.9%)より上振れ、前月(1.7%)から上昇した(図表1)
- ・前月比は0.3%、予想(0.2%)より上振れ、前月(▲0.1%)からプラスに転じた

【総合指数からエネルギーと飲食料を除いた指数<sup>2</sup>】

- ・前年同月比は2.7%、予想(2.6%)より上振れ、前月(2.7%)と一致した(図表2)
- ・前月比は0.2%、前月(0.1%)から上昇した



## 2. 結果の詳細: コアは前年比横ばい、エネルギーと飲食料が総合指数を押し上げ

10月のHICP上昇率<sup>3</sup>(前年同月比)は全体で2.0%となり、9月(1.7%)から上昇し、再び2%台となった。「コア部分(=エネルギーと飲食料を除く総合)」は2.7%で9月(2.7%)と同じ伸び率だった。

以下、詳細を「コア部分」「エネルギー」「飲食料(アルコール含む)」の3つに分けて見ていく。

まず、コア部分である「エネルギーと飲食料を除く総合」の内訳を見ると、「エネルギーを除く財

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

<sup>2</sup> 日本の消費者物価指数のコアコアCPI、米国の消費者物価指数のコアCPIに相当するもの。ただし、ユーロ圏の指数はアルコール飲料も除いており、日本のコアコアCPIや米国のコアCPIとは若干定義が異なる。

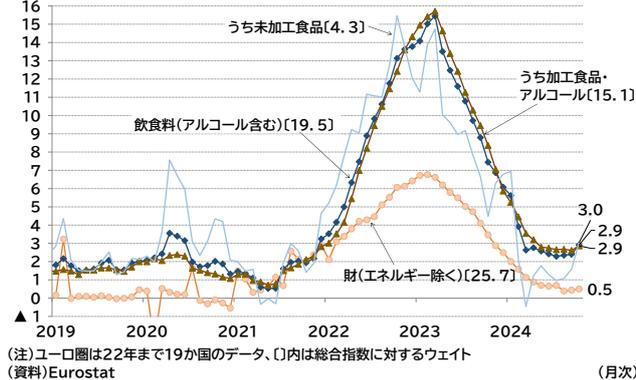
<sup>3</sup> 23年からはユーロ圏20か国のデータ、22年までは19か国のデータ(以降も特に断りがない限り同様)。

（飲食料も除く）」が8月0.4%→9月0.4%→10月0.5%となった。「財」は8・9月と低水準で横ばい推移し、10月はわずかだが上昇した。一方、「サービス」（エネルギーを除く）は8月4.1%→9月3.9%→10月3.9%と4%前後の高めの水準での横ばい推移が継続している。前年同月比寄与度は、「財」が0.12%ポイント程度、「サービス」が1.63%ポイント程度と見られる。

コア以外の部分では「エネルギー」が前年同月比で8月▲3.0%→9月▲6.1%→10月▲4.6%とマイナスが続いているが、10月はマイナス幅が縮小した。エネルギーの前年同月比寄与度は▲0.58%ポイント程度（9月は▲0.60%ポイント）と見られる（前掲図表2）。

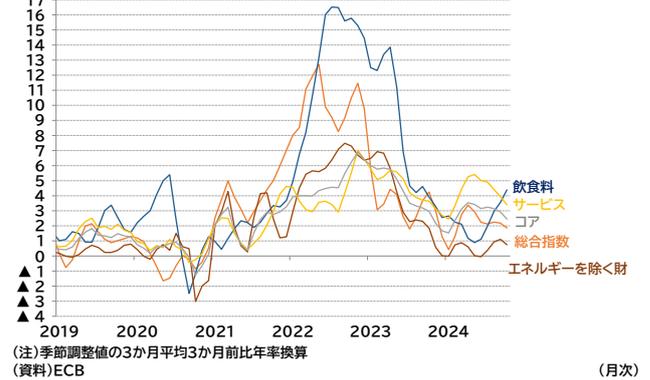
（図表3）

ユーロ圏の飲食料価格の上昇率と内訳



（図表4）

ユーロ圏のインフレ率(季節調整値)

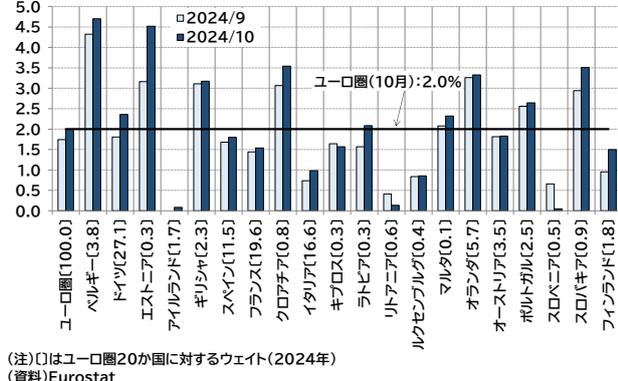


「飲食料（アルコール含む）」は、前年同月比で2.9%（9月2.4%）と上昇した（図表3）。内訳を見ると、飲食料のうち加工食品の伸び率は2.9%（9月2.6%）でやや上昇、未加工食品は3.0%（9月1.6%）と大幅上昇だった。飲食料の前年同月比寄与度は0.63%ポイント程度（9月は0.47%ポイント）で、10月の総合指数伸び率を押し上げた一因と言える。

物価上昇の勢いをECBが公表する季節調整済系列で確認すると（図表4）、3か月移動平均後の3か月前比年率で総合指数が1.9%（9月2.2%）、コアが2.5%（9月2.9%）、エネルギーを除く財が0.8%（9月1.1%）、サービスが3.4%（9月3.9%）、飲食料が4.4%（9月3.6%）となった。飲食料は加速傾向にあるが、サービスおよび財は減速傾向にある。総合指数やコアの物価上昇の勢いも緩やかながら減速している。

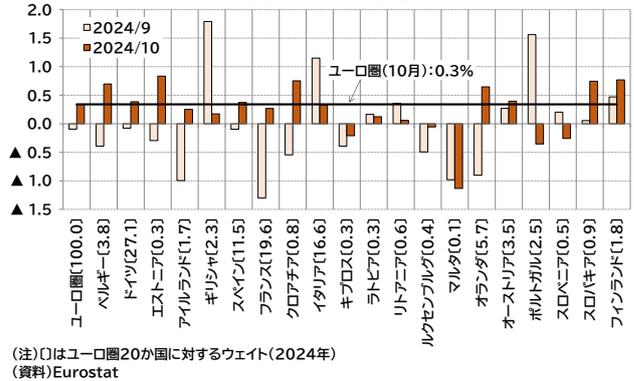
（図表5）

ユーロ圏HICP上昇率(前年同月比)



（図表6）

ユーロ圏HICP上昇率(前月比)



国別のHICP上昇率は、前年同月比で20か国中、上昇したのは17か国、残りの3か国は低下した（図表5）。また、物価目標の2%を下回ったのは10か国だった。なお、前月比では20か国中15か国がプラス、5か国がマイナスの伸び率となった（図表6）。

（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障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。