経済・金融フラッシュ

消費者物価（全国 24 年 12 月）－コア CPI 上昇率は 23 年 8 月以来の 3%台

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 0.3 ポイント拡大の 3.0%

総務省が 1 月 24 日に公表した消費者物価指数によると、24 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 3.0%（11 月：同 2.7%）となり、上昇率は前月から 0.3 ポイント拡大した。事前の市場予想（QUICK 集計：3.0%、当社予想も 3.0%）通りの結果であった。

「酷暑乗り切り緊急支援」が終了し、電気・都市ガス代の上昇率が拡大したこと、食料（生鮮食品を除く）の伸びが高まったことが押し上げ要因となり、コア CPI 上昇率は 23 年 8 月（3.1%）以来、1 年 4 ヵ月ぶりの 3%台となった。

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 2.4%（11 月：同 2.4%）、総合は前年比 3.6%（11 月：同 3.0%）であった。

24 年 12 月分と同時に公表された 24 年の消費者物価は総合が前年比 2.7%（23 年は 3.2%）、生鮮食品を除く総合が同 2.5%（23 年は 3.1%）となった。いずれも 3 年連続で日本銀行が物価安定の目標とする 2%を上回った。

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ｷﾞｰを除く総合	食料（酒類除く）及びｴﾈﾙｷﾞｰを除く総合
23年　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
24年　1月	2.2	2.0	3.5	2.6
2月	2.8	2.8	3.2	2.5
3月	2.7	2.6	2.9	2.2
4月	2.5	2.2	2.4	2.0
5月	2.8	2.5	2.1	1.7
6月	2.8	2.6	2.2	1.9
7月	2.8	2.7	1.9	1.6
8月	3.0	2.8	2.0	1.7
9月	2.5	2.4	2.1	1.7
10月	2.3	2.3	2.3	1.6
11月	2.9	2.7	2.4	1.7
12月	3.6	3.0	2.4	1.6

（資料）総務省統計局「消費者物価指数」

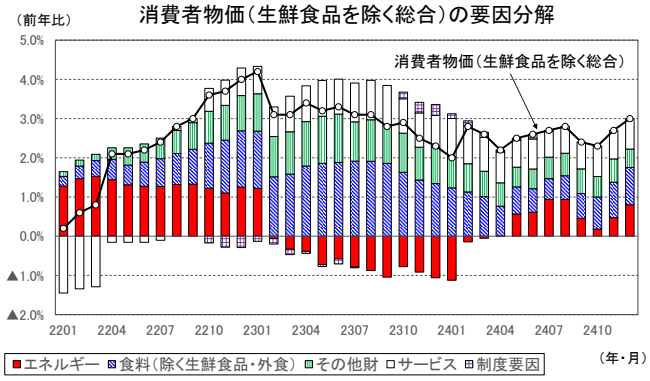
コア CPI の内訳をみると、ガソリン（11 月：前年比 1.0%→12 月：同 0.7%）、灯油（11 月：前年比 2.0%→12 月：同 1.8%）の上昇率は若干鈍化したが、「酷暑乗り切り緊急支援」の終了に伴い、電気代（11 月：前年比 9.9%→12 月：同 18.7%）、ガス代（11 月：前年比 5.6%→12 月：同 7.8%）の上昇率が拡大したことから、エネルギー価格の上昇率は 11 月の前年比 6.0%からの同 10.1%へ拡大した。

食料（生鮮食品を除く）は前年比 4.4%（11 月：同 4.2%）と上昇率が前月から 0.2 ポイント拡大した。食料（生鮮食品を除く）は 23 年 8 月の前年比 9.2%をピークに鈍化傾向が続いていたが、24 年 7 月の前年比 2.6%を底に 5 ヵ月連続で上昇率が高まった。米類の高い伸びが続いた（11 月：前年比 63.9%→12 月：同 64.5%）ことに加え、円安に伴う輸入物価の上昇が消費者物価に波及している。

| Copyright ©2025 NLI Research Institute All rights reserved

内訳をみると、米類のほかに、ケチャップ（前年比 14.2%）、チョコレート（同 30.6%）、調理パスタ（同 11.1%）、果実ジュース（同 23.0%）などが前年比で二桁の高い伸びを続ける一方、前年の上昇率が高かった裏が出ることで、卵（同▲5.7%）、食用油（同▲2.2%）、調理カレー（同▲3.3%）など、下落する品目も増えており、食料の価格にはばらつきが見られる。

サービスは前年比 1.6%（11 月：同 1.5%）と上昇率は前月から 0.1 ポイント拡大した。タクシー代（11 月：前年比 2.8%→12 月：同 0.5%）、宿泊料（11 月：前年比 8.0%→12 月：同 5.2%）の伸びは鈍化したが、外食（11 月：前年比 2.4%→12 月：同 2.8%）、携帯電話通信料（11 月：前年比▲0.2%→12 月：同 3.2%）の上昇率が高まった。

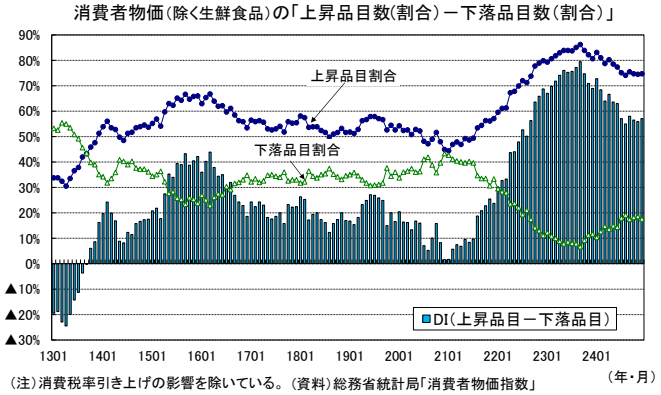


（注）制度要因は、Go To トラベル事業、全国旅行支援
（資料）総務省統計局「消費者物価指数」

コア CPI 上昇率を寄与度分解すると、エネルギーが 0.80%（11 月：0.47%）、食料（除く生鮮食品・外食）が 0.95%（11 月：0.90%）、その他財が 0.47%（11 月：0.59%）、サービスが 0.78%（11 月：0.73%）であった。

2. 物価上昇品目数が 3 ヵ月ぶりに増加

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 390 品目（11 月は 389 品目）、下落品目数 92 品目（11 月は 97 品目）となり、上昇品目数が 3 ヵ月ぶりに前月から増加した。上昇品目数の割合は 74.7%（11 月は 74.5%）、下落品目数の割合は 17.6%（11 月は 18.6%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は 57.1%（11 月は 55.9%）であった。



（注）消費税率引き上げの影響を除いている。（資料）総務省統計局「消費者物価指数」

3. コア CPI 上昇率は当面高止まりが続く

12 月のコア CPI 上昇率は、「酷暑乗り切り緊急支援」の終了に伴う電気・都市ガス代の上昇率急拡大を主因として 23 年 8 月以来の 3%台となった。25 年 1 月は、コロナ禍以降の累積的な伸びが反映され、24 年 1 月から前年比 60～80%台の高い伸びが続いていた外国パック旅行が、その影響一巡により上昇率が大きく低下する一方、エネルギー価格の上昇率がさらに拡大することから、コア CPI は 12 月に続き 3%程度の伸びとなるだろう。

電気・都市ガス代の支援策は 25 年 1 月使用分（2 月請求分）から再開（3 月使用分まで）されるが、値引き額が 24 年夏に比べて小さいこと、ガソリン、灯油は補助金政策の縮小を受けて 25 年 1 月以降、上昇率が大きく加速することから、エネルギー価格の上昇率は高止まりすることが見込まれる。コア CPI 上昇率は 25 年度入り後も 2%台後半で高止まり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。