

経済・金融
フラッシュ消費者物価(全国 25 年 1 月)ーコア CPI
上昇率は 25 年半ばまで 3%前後で高止まり
の公算

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. 総合指数の上昇率は 2 年ぶりの 4%台

総務省が 2 月 21 日に公表した消費者物価指数によると、25 年 1 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 3.2%（12 月：同 3.0%）となり、上昇率は前月から 0.2 ポイント拡大した。事前の市場予想（QUICK 集計：3.1%、当社予想は 3.2%）を上回る結果であった。

コロナ禍以降の累積的な伸びが反映され、24 年 1 月から急上昇が続いていた外国パック旅行費が、その影響一巡により上昇率が大きく低下したが、ガソリン、灯油の上昇率が補助金縮小により大きく高まったこと、食料（生鮮食品を除く）の上昇ペースがさらに拡大したことが押し上げ要因となった。

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 2.5%（12 月：同 2.4%）。生鮮食品の伸びが 12 月の前年比 17.3%から同 21.9%へ拡大したため、総合は前年比 4.0%（12 月：同 3.6%）と 23 年 1 月以来（4.3%）、2 年ぶりの 4%台となった。

消費者物価指数の推移

	総合	全 国		
		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
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
24年 1月	4.0	3.2	2.5	1.5

（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、電気代（12 月：前年比 18.7%→1 月：同 18.0%）、ガス代（12 月：前年比 7.8%→1 月：同 6.8%）の上昇率は若干縮小したが、補助金の縮小によりガソリン（12 月：前年比 0.7%→1 月：同 3.9%）、灯油（12 月：前年比 1.8%→1 月：同 6.3%）の上昇率が高まったことから、エネルギー価格の上昇率は 12 月の前年比 10.1%からの同 10.8%へ拡大した。

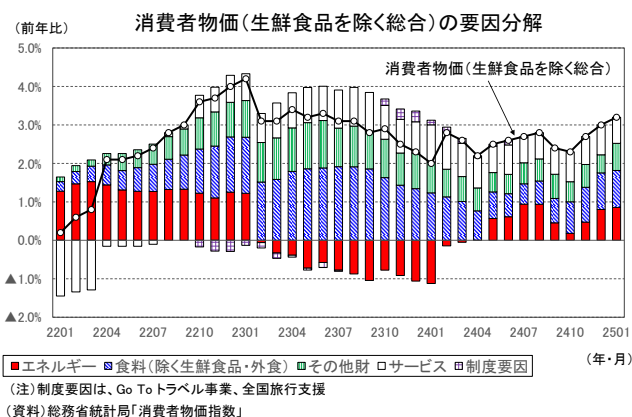
食料（生鮮食品を除く）は前年比 5.1%（12 月：同 4.4%）と上昇率が前月から 0.7 ポイント拡大した。食料（生鮮食品を除く）は 23 年 8 月の前年比 9.2%をピークに鈍化傾向が続いていたが、24 年 7 月の前年比 2.6%を底に 6 ヶ月連続で上昇率が高まった。米類の高い伸びが続いた（12 月：前年比 64.5%→1 月：同 70.9%）ことに加え、円安に伴う輸入物価の上昇が消費者物価に波及している。

内訳をみると、米類のほかに、ケチャップ（前年比 12.6%）、チョコレート（同 30.8%）、調理

パスタ（同 11.6%）、果実ジュース（同 20.9%）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、カップ麺（同▲3.5%）、卵（同▲4.5%）、食用油（同▲2.5%）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。

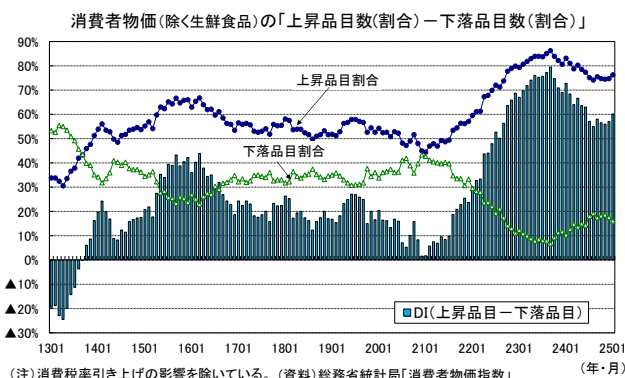
サービスは前年比 1.4%（12 月：同 1.6%）と上昇率は前月から 0.2 ポイント縮小した。外食（12 月：前年比 2.8%→1 月：同 3.1%）、宿泊料（12 月：前年比 5.2%→1 月：同 6.8%）、理美容サービス（12 月：前年比 1.4%→1 月：同 1.7%）は上昇率が拡大したが、外国パック旅行費が 12 月の前年比 74.7%から同 1.9%へと急速に縮小したことがサービス価格を大きく押し下げた。

コア CPI 上昇率を寄与度分解すると、エネルギーが 0.86%（12 月：0.80%）、食料（除く生鮮食品・外食）が 0.96%（12 月：0.95%）、その他財が 0.70%（12 月：0.47%）、サービスが 0.68%（12 月：0.78%）であった。



2. 物価上昇品目数が 2 ヶ月連続で増加

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、1 月の上昇品目数は 398 品目（12 月は 390 品目）、下落品目数は 84 品目（12 月は 92 品目）となり、上昇品目数が 2 ヶ月連続で前月から増加した。上昇品目数の割合は 76.2%（12 月は 74.7%）、下落品目数の割合は 16.1%（12 月は 17.6%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は 60.2%（12 月は 57.1%）であった。



3. コア CPI 上昇率は当面 3%前後で高止まり

コア CPI 上昇率は 2 ヶ月連続で 3%台となった。食料（生鮮食品）は 24 年 7 月の前年比 2.6%を底に 25 年 1 月には同 5.1%まで伸びを高めたが、川上段階にある飲食料品の輸入物価は前年比で二桁の伸びとなっていることを踏まえれば、消費者物価の食料の伸びはさらに高まる可能性が高い。

また、電気・都市ガス代の支援策は 25 年 1 月使用分（CPI への反映は 2 月）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 年半ばまで 3%前後で高止まりすることが予想される。