

経済・金融 フラッシュ

ユーロ圏消費者物価(25年2月) —総合指数はやや低下し2.4%に

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: 総合指数やや低下し2.4%に

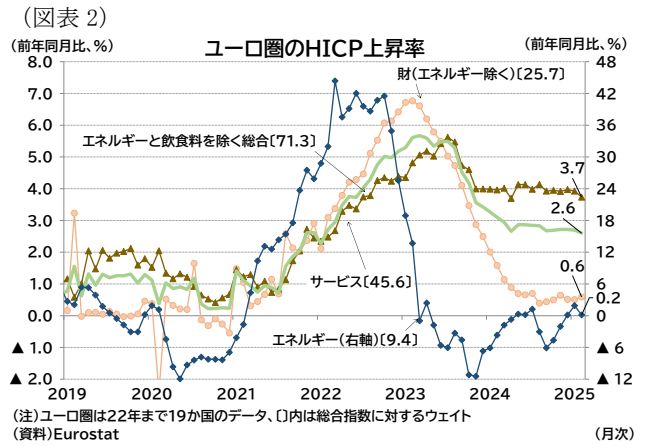
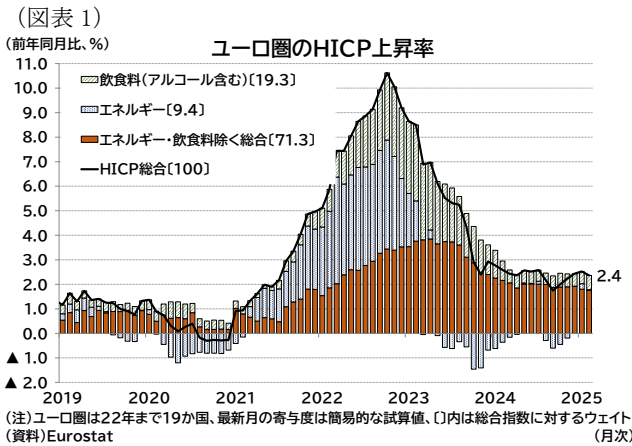
3月4日、欧州委員会統計局 (Eurostat) は2月のユーロ圏のH I C P (Harmonized Indices of Consumer Prices: EU基準の消費者物価指数) 速報値を公表し、結果は以下の通りとなった。

【総合指数】

- ・前年同月比は2.4%、市場予想¹ (2.3%) より上振れ、前月 (2.5%) から低下した (図表1)
- ・前月比は0.5%、予想 (0.4%) より上振れ、前月 (▲0.3%) 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²】

- ・前年同月比は2.6%、予想 (2.5%) より上振れ、前月 (2.7%) から低下した (図表2)
- ・前月比は0.6%、前月 (▲0.9%) からプラスに転じた



2. 結果の詳細: サービスインフレは3.7%まで減速

2月のH I C P上昇率³ (前年同月比) は全体で2.4%となり、1月 (2.5%) からやや低下した。「コア部分 (=エネルギーと飲食料を除く総合)」も2.6%とやや低下した。

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 (飲食料も除く)」が12月0.5%→1月0.5%→2月0.6%となった。「財」はこのところ0%台半

¹ bloomberg 集計の中央値。以下の予想値も同様。

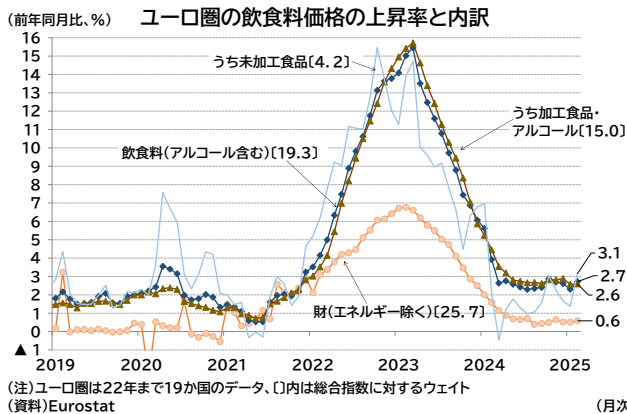
² 日本の消費者物価指数のコアコアCPI、米国の消費者物価指数のコアCPIに相当するもの。ただし、ユーロ圏の指数はアルコール飲料も除いており、日本のコアコアCPIや米国のコアCPIとは若干定義が異なる。

³ 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)。

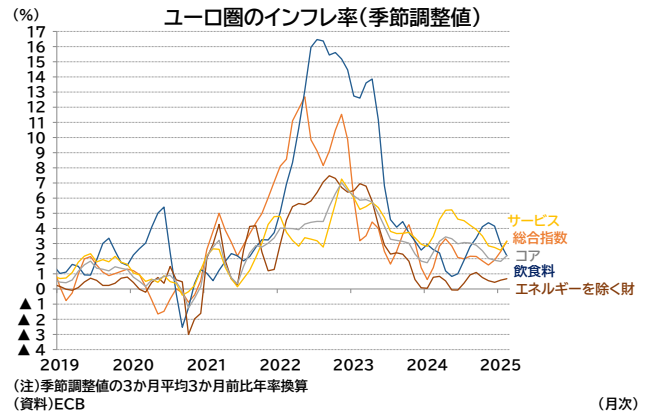
ばでの横ばい圏で推移している。「サービス」（エネルギーを除く）は12月4.0%→1月3.9%→2月3.7%となった。4%近い水準を維持しているが、24年4月以来の低さ（3.7%）に低下した。前年同月比寄与度は、「財」が0.14%ポイント程度、「サービス」が1.61%ポイント程度と見られる。

コア以外の部分では「エネルギー」が前年同月比で12月0.1%→1月1.8%→2月0.2%と伸び率が低下した。エネルギーの前年同月比寄与度は0.02%ポイント程度（1月は0.23%ポイント）と見られる（前掲図表2）。

(図表 3)



(図表 4)

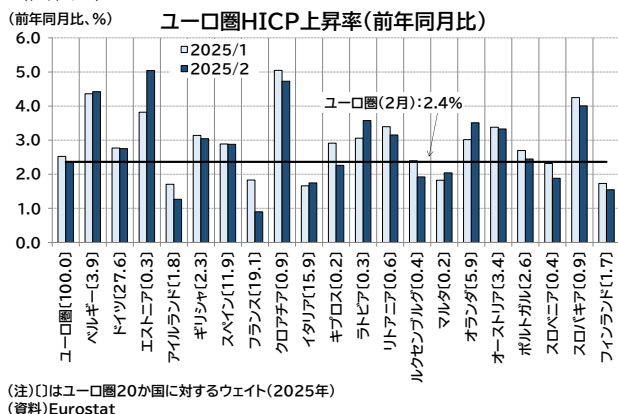


「食料（アルコール含む）」は、前年同月比で2.7%（1月2.3%）と上昇（図表3）、内訳を見ると、食料のうち加工食品の伸び率は2.6%（1月2.6%）で未加工食品は3.1%（1月1.4%）だった。食料の前年同月比寄与度は0.58%ポイント程度（1月は0.50%ポイント）と見られる。

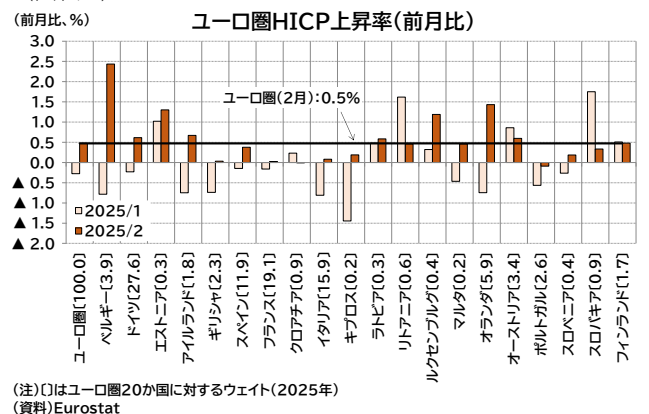
総じて見ると、2月のインフレ率はコア指数ではサービスインフレの減速が押し下げ要因として寄与した。総合指数ではエネルギーインフレ減速の押し下げと食料インフレ加速の押し上げが相殺されたため、コアインフレと同程度の減速となっている。

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3.2%（1月2.5%）、コアが2.2%（1月1.8%）、エネルギーを除く財が4.4%（1月2.0%）、サービスが3.2%（1月2.6%）、食料が2.2%（1月3.0%）となった。2月は総合指数やサービスの物価上昇の勢いが3%を超えた。

(図表 5)



(図表 6)



国別のHICP上昇率は、前年同月比で20か国中、上昇したのは6か国、残りの14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6か国だった。なお、前月比では20か国中18か国がプラス、2か国がマイナスの伸び率となった（図表6）。

本資料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、その正確性と完全性を保証するものではありません。また、本資料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。