

2024. 3. 22

【日本消費者物価指数（24 年 2 月）】

エネルギー補助から 1 年経過で急加速

～次月以降伸び幅は再び徐々に縮小へ～



フェロー チーフエコノミスト

小玉 祐一

ポイント

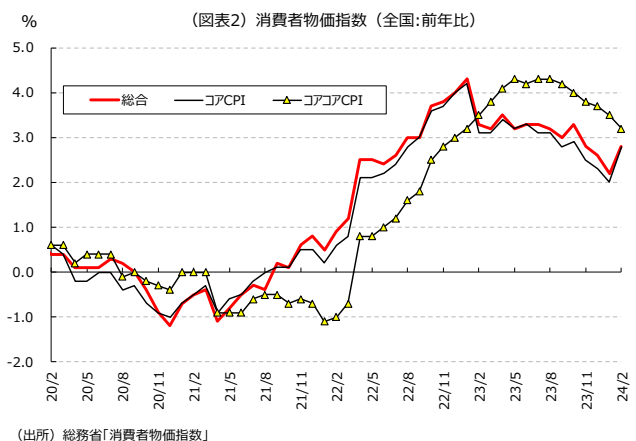
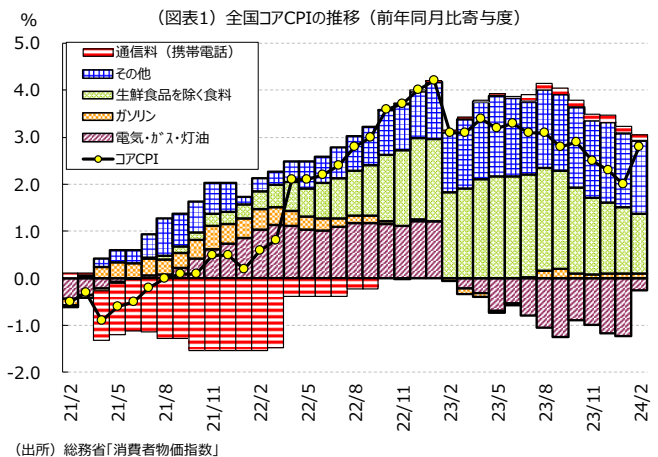
- 2 月の全国消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数、コア指数）は前年比+2.8%と、伸び幅が 1 月から 0.8%ポイント大きく拡大した。政府のエネルギー補助策から 1 年が経過したことによるもの
- 生鮮食品を除く食料価格のピークアウトで、3 月以降の伸び幅は再び縮小に向かう見通し。ただし、円安の進行と原油価格のじり高傾向でそのペースは鈍るリスク
- 賃金と物価の好循環が果たして軌道に乗るかどうかは判断が難しい状況が続いている。民間部門から公的部門への波及も課題に

1. コア指数は前年比 2.0%→2.8%台に急拡大

2 月の全国消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数、コア指数）は前年比+2.8%と、伸び幅が 1 月から 0.8%ポイント大きく拡大した（図表 1、2）。政府の「電気・ガス価格激変緩和対策事業」の消費者物価への反映から 1 年が経過したため、広く予想されていた結果である。伸び幅も市場予想通りだった。総合指数は同+2.8%で、こちらは 0.6%ポイントの拡大となった。拡大幅はコア指数を 0.2%ポイント下回ったが、これは生鮮食品の低下によるもの。生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数（コアコア指数）は同+3.2%と、前月から逆に 0.3%ポイント伸び幅が縮小した。生鮮食品を除く食料や、家具・家事用品等の伸び幅縮小が影響している。

2. エネルギーだけで 1%近く押し上げ

エネルギーは前年比▲1.7%で、1 月の同▲12.1%から大きくマイナス幅が縮小、総合指数への前月からの寄与度差は+0.93%ポイントと、エネルギーだけで 1%ポイント近い押し上げ要因となった。内訳を見ると、政府が



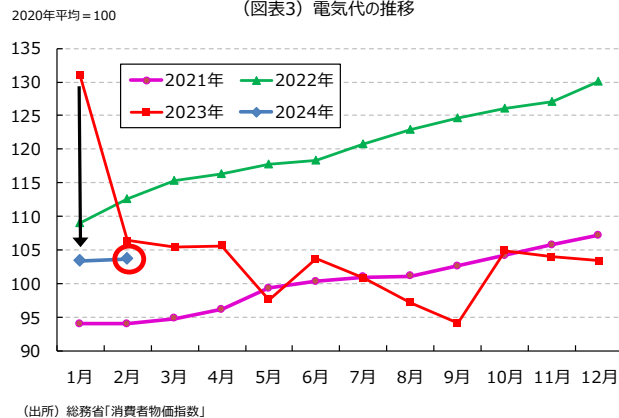
らの補助の対象である電気代（1月：前年比▲21.0% → 2月：同▲2.5% 総合指数への前月からの寄与度差+0.81%ポイント）（図表3）、および都市ガス代（同▲22.8% → 同▲13.8% 同+0.13%ポイント）（図表4）のプラス寄与度差が大きく拡大している。両者とも前月からの価格の動きは小さく、もっぱら前年同月の実績の変化が影響していることが図表から確認できる。政府の補助策は規模を縮小したうえでなお継続中であり、2月の総合指数に対する寄与度は▲0.49%ポイントと、依然大きな押し下げ要因となっている（内訳は電気代が▲0.41%ポイント、都市ガス代が▲0.08%ポイント、いずれも総務省の試算値）。上記事業は5月で終了予定だが、昨今の日本の政治を巡る諸情勢を勘案すると、完全な手じまいはなかなか難しいのではないかと考えられる。

3. 食料価格の鈍化ペースは緩やかになる可能性も

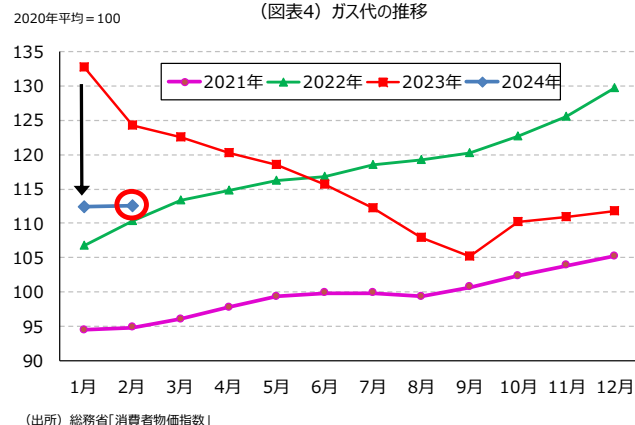
2月の生鮮食品を除く食料は前年比+5.3%で、1月の同+5.9%から伸び幅が0.6%ポイント縮小した。昨年5月の同+9.3%をピークに、鈍化傾向が続いている。総合指数への寄与度は+1.23%ポイントで、依然約4割を占めているが、前月からの寄与度差は▲0.13%ポイントと縮小した。前月比ベースではここ3ヵ月横ばい圏内の推移が続いており（図表5）、上昇は止まったものの、低下していく感じでもない。このまま横ばい圏内での推移が続けば、11月には前年比の伸びが0%近辺まで下がる見通しで、他の品目の価格が大きく動かなければ総合指数、コア指数とも再び2%を割り込む可能性が出てくるが、不確実性は高い。

帝国データバンクの「食品主要195社」価格改定動向調査（2月29日時点）によると、3月の値上げ品目は728品目で、前年同月比で▲79%となっている（図表6）。1〜6月の値上げ品目数は5,911品目で、前年同期比▲70%となっており、平均すれば前年比7割減のペースで推移する見通しである。コスト削減と価格転嫁の同時進行で多くの食品メーカーの採算が改善に向かったのに加え、消費者の「値上げ疲れ」も影響してさらなる価格転嫁を躊躇する企業が増えたためとみられる。ただし、4月は発表元の予想によれば6ヵ月ぶりに3,000品目を超える値上げが行なわれる模様である。前年同月は5,404品目であり、これを上回ることはないとみられるものの、前年比のマイナ

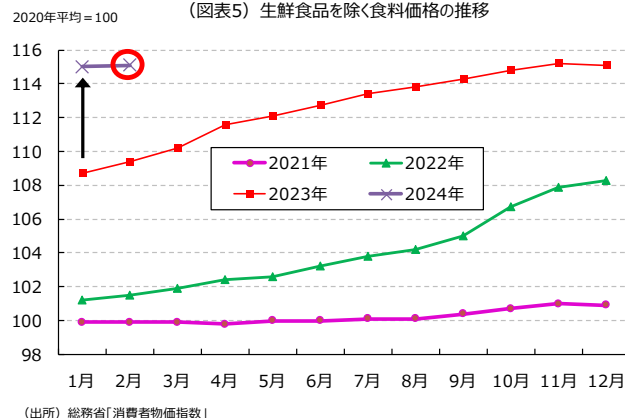
(図表3) 電気代の推移



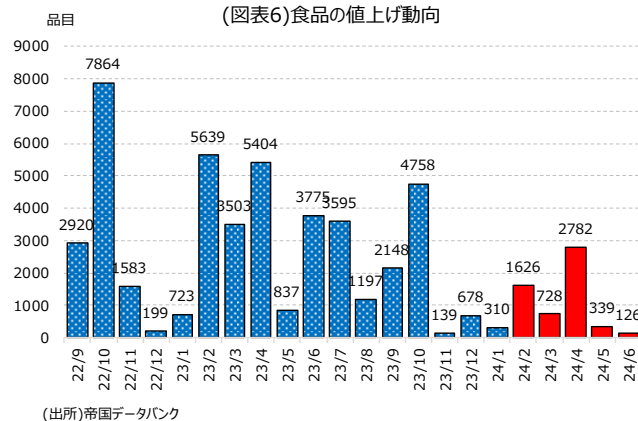
(図表4) ガス代の推移



(図表5) 生鮮食品を除く食料価格の推移



(図表6) 食品の値上げ動向



ス幅が大きく縮小するのは確実である。

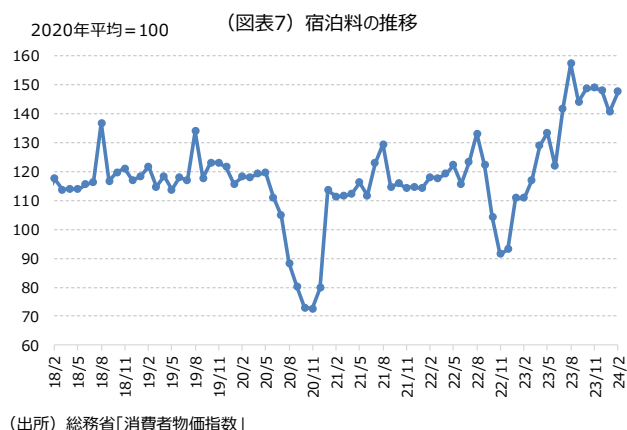
根強い円安圧力が輸入原材料・製品価格の再上昇を招くリスクが高まっているほか、原油相場もこのところ均せばじり高となっている。また、今年の1-6月期は値上げ要因として、「人件費」を上げる声が23.0%と、昨年同時期の10.2%から増えている。このあたりは景気への影響の解釈が難しい。食品メーカーにとって自社の人件費はコスト要因でも、マクロ的には個人消費の拡大を通じた「賃金と物価の好循環」につながる可能性もある。コストプッシュインフレとディマンドプルインフレを峻別するのは難しいが、今後食料価格上昇の鈍化ペースが落ちたとしても、必ずしも景気に対するマイナス要因とは限らない点は念頭に置いておく必要がある。これは他の品目についても同様である。

4. 宿泊料が再上昇

食料と光熱・水道関連以外の中分類項目で、寄与度が相対的に大きな動きとなったのは、低下方向では家事用消耗品（1月：前年比+12.2% → 2月：同+8.8% 総合指数への前月からの寄与度差▲0.03%ポイント）、家庭用耐久財（同+4.7% → 同+3.5% 同▲0.02%ポイント）、通信（同+2.1% → 同+1.4% 同▲0.02%ポイント）など、上昇方向では教養娯楽サービス（同+9.2% → 同+9.8% 同+0.04%ポイント）などであった。

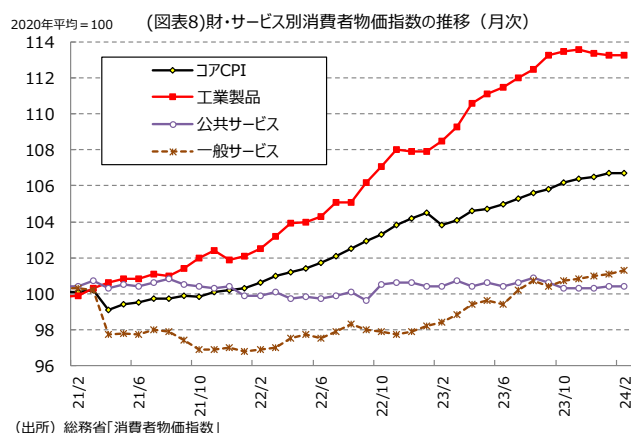
家事用消耗品では、ティッシュやトイレットペーパーの伸び鈍化の影響が大きかったが、これは電気代同様、前年同月の値上げから1年が経過したことによるもの。家庭用耐久財の内訳では、電気冷蔵庫や電気掃除機の価格が下がっている。通信の内訳では、通信料（携帯電話）の伸び鈍化が寄与しているが、これも前年同月に値上がりしたベース効果の剥落によるものである。

教養娯楽サービスの内訳では、前月いったん伸びが鈍化した宿泊料が前年比+33.3%（1月：同+26.9%）と再び加速した影響が大きく（図表7）、前月からの寄与度差は+0.06%ポイントとなっている。調査の再開で前月かく乱要因となった外国パック旅行費も、前年比+70.3%（1月：同+62.9%）と伸び幅を一段と拡大させている。



5. 公共サービス料金の引き上げが必要？

財・サービス別では、財（1月：前年比+2.1% → 2月：同+3.3% 総合指数への前月からの寄与度差+0.63%ポイント）の上昇幅がエネルギー要因で大きく拡大する一方、サービス（同+2.2% → 同+2.2% 同±0.00%ポイント）は横ばいとなった（図表8）。日銀の植田総裁はかねてより、賃金と連動する割合が大きいサービス価格の動きを重視する姿勢を示している。サービスの内訳を見ると、公共サービス（同±0.0% → 同±0.0% 同±0.00%ポイント）、一般サービス（同+2.9% → 同+2.9% 同±0.00%ポイント）とも横ばいとなった。賃金と物価の好循環が果たして軌道に乗ったかどうかは判断が難しい状況が続いているが、すでに日銀は「見通せる状況」との判断のもとで、金融政策の正常化に踏み切った。先行きについても「経済・物価・金融情勢に応じて適切に金融政策を運営する」と、なんら具体的な条件は付



いておらず、完全にフリーハンドを確保した形になっている。金融政策の先行きを占うにあたり、日銀が当初の目標を達成したのかどうかに注目する必要性は薄れたと言えよう（詳しくは 3/21 発行の調査レポート、「【日銀金融政策決定会合（24 年 3 月）】正常化に向けたステップを 1 度で済ませる」参照。<https://www.myri.co.jp/>）。なお、公共サービスはサービス全体の 25%を占めることから、伸び率を見る限り、賃金と物価の好循環実現に向けた次なる課題は、公共サービス料金と、そこに携わる労働者の賃金の市場実勢に合わせた引き上げということになりそうである。

※本レポートは、明治安田総合研究所が情報提供資料として作成したものであり、いかなる契約の締結や解約を目的としたものではありません。掲載内容について細心の注意を払っていますが、これによりその情報に関する信頼性、正確性、完全性などについて保証するものではありません。掲載された情報を用いた結果生じた直接的、間接的トラブルや損失、損害については、一切の責任を負いません。またこれらの情報は、予告なく掲載を変更、中断、中止することがあります。

●照会先●株式会社明治安田総合研究所 〒102-0073東京都千代田区九段北3-2-11 TEL03-6261-6411