2024. 12. 20

【日本消費者物価指数（24 年 11 月）】

コア指数は 3 ヵ月ぶりに伸び拡大

～負担軽減策再開までの 12、1 月は電ガス代が押し上げ要因～

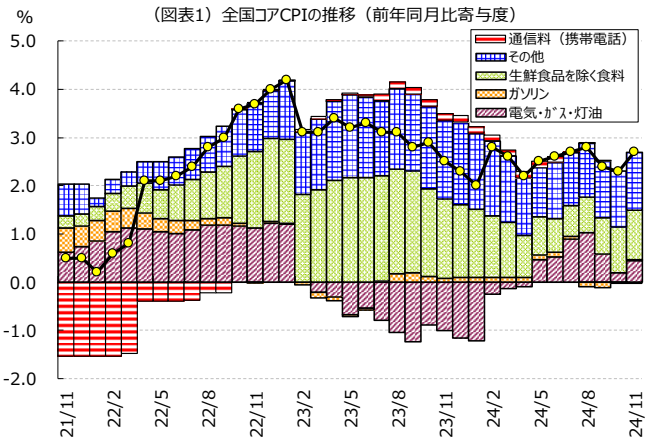
経済調査部　エコノミスト
藤田　敬史

ポイント

- **11 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＋2.7%（10 月：同＋2.3%）となり、3 ヵ月ぶりに伸び幅が拡大した**
- **10 月使用（11 月請求）分から電気・ガス代負担軽減策に係る補助額が縮小されたことに加え、食料品（生鮮除く）では米類の上昇が最大となったほか、チョコレート、コーヒー豆も上昇が続き 4 ヵ月連続の伸び拡大となった**
- **電気・ガス代負担軽減策は 10 月使用分迄で一旦終了。負担軽減策が再開されるまでの 12、1 月は押し上げ要因となる**

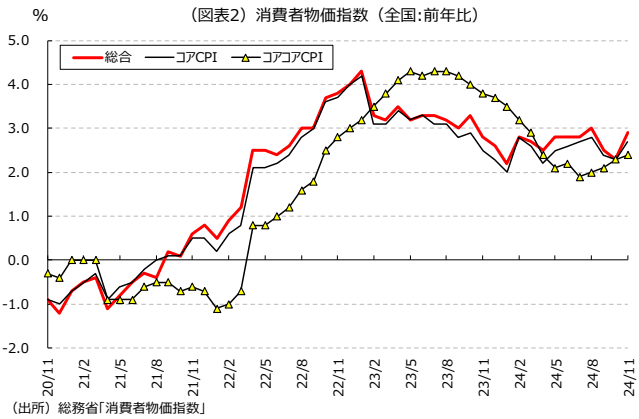
1．コア指数は前月から＋0.4%ポイント伸び幅拡大

11 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＋2.7%と 10 月から 0.4%ポイント伸び幅が拡大し、3 ヵ月ぶりの伸び拡大となった（図表 1、2）。総合指数は同＋2.9%で 10 月から 0.6%ポイント拡大した。拡大幅がコア指数を 0.2%ポイント上回ったのはキャベツ（同＋61.0%）、きゅうり（同＋56.6%）、ブロッコリー（同＋56.5%）などの生鮮野菜が押し上げたことによるもの。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＋2.4%と、10 月から 0.1%ポイント伸び幅が拡大した。



（図表1）全国コアCPIの推移（前年同月比寄与度）

（出所）総務省「消費者物価指数」



（図表2）消費者物価指数（全国:前年比）

（出所）総務省「消費者物価指数」

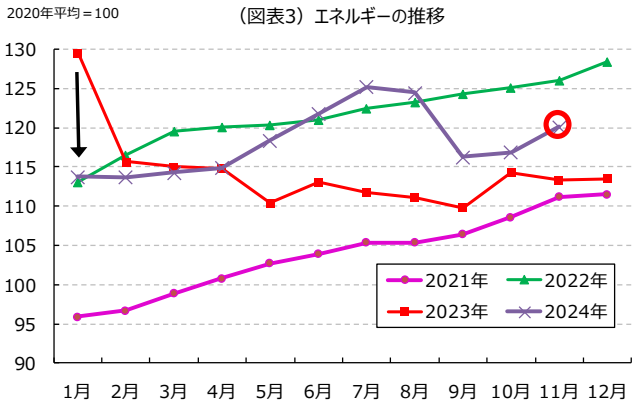
2．電気・ガス代補助額縮小、米類の上昇が最大となるなど食料品（生鮮除く）は 4 ヵ月連続伸び拡大

コア指数、総合指数の伸び拡大は、主として電気・ガス代などのエネルギーによるもので、10 月までは押し下げ要因だったが 11 月は一転、押し上げ要因となった。「酷暑乗り切り緊急支援」として、8－10 月使用（9－11 月請求）分まで電気・ガス代の負担軽減策が実施され

た。10 月使用（11 月請求）分は補助額が縮小（電気料金 4 円/kWh →2.5 円/kWh、ガス料金 17.5 円/㎥→10 円/㎥）されたことから電気代（10 月：前年比＋4.0% → 11 月：同＋9.9%、総合指数への前月からの寄与度差＋0.20%ポイント）、都市ガス代（同＋1.8% → 同＋6.4%、同＋0.04%ポイント）などのエネルギー（同＋2.3% → 同＋6.0%、同＋0.28%ポイント）が押し上げる形となった（図表 3）。なお、電気・ガス代の負担軽減策による 11 月の CPI 前年同月比押し下げ効果は総務省試算で▲0.34%ポイント（電気▲0.28%ポイント、都市ガス▲0.05%ポイント）であったが、12 月と 1 月の統計ではいったん押し下げ効果が剥落することになる。ただ、電気・ガス代については、政府は 1－3 月使用分から負担軽減策を再開する予定で、1、2 月使用（2、3 月請求）分の補助額は 10 月使用分と同額で電気料金 2.5 円/kWh、ガス料金 10 円/㎥、3 月使用（4 月請求）分は補助額が縮小され電気料金 1.3 円/kWh、ガス料金 5 円/㎥となる見込みである（図表 4）。なお、ガソリン・灯油は、政府が補助金の段階的縮小を決定したことを受け、12 月 19 日と 2025 年 1 月 16 日の 2 段階でそれぞれ 5 円程度値上げとなる。電気・ガス代負担軽減策再開による CPI 押し下げ効果を、ガソリン・灯油の上昇が一部相殺する形となる。

エネルギー以外で、主要 3 指数に対する伸び幅への寄与度が相対的に大きかったのは、引き続き食料品（生鮮除く）（10 月：前年比＋3.8% → 11 月：同＋4.2% 総合指数への前月からの寄与度差＋0.08%ポイント）であった。食料品（生鮮除く）の伸び拡大は 4 ヵ月連続となった（図表 5）。内訳では、米類（10 月：前年比＋58.9% → 11 月：同＋63.6%、総合指数への前月からの寄与度差＋0.03%ポイント）は比較可能な 1971 年 1 月以降で最大の上昇率となった。農林水産省によると、新米の値上がり（新米取引価格：9 月前年比＋48.5% → 10 月同＋56.9%）が続いている。そのほか、原材料高を受けチョコレート（10 月：同＋19.3% → 11 月：同＋29.2%、同＋0.03%ポイント）やコーヒー豆（10 月：同＋17.4% → 11 月：同＋24.9%、同＋0.01%ポイント）が引き続き上昇した。帝国データバンクの「食品主要 195 社」価格改定動向調査（11 月 29 日時点）によると、2025 年 1－4 月の値上げ品目数は 3,933 品目にのぼり（図表 6）、2024 年同時期に公表した 1,596 品目を大幅に上回っている。同社は、2025 年の値上げについては、引き続き原材料

（図表3）エネルギーの推移



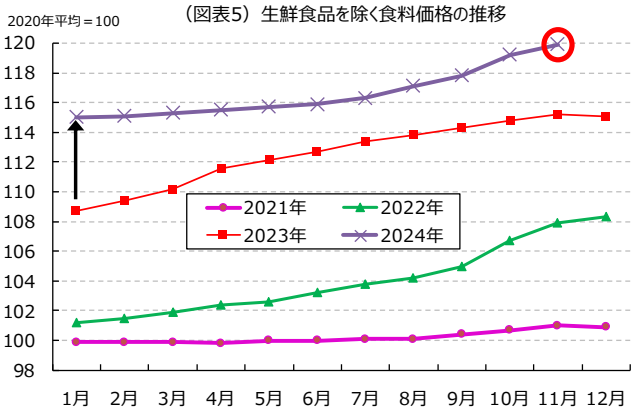
（出所）総務省「消費者物価指数」

（図表4）電気・ガス料金の負担軽減措置

電気料金	都市ガス料金
2025年1-2月使用分	2025年1-2月使用分
低圧2.5円/kWh	10円/㎥
2025年3月使用分	2025年3月使用分
低圧1.3円/kWh	5円/㎥

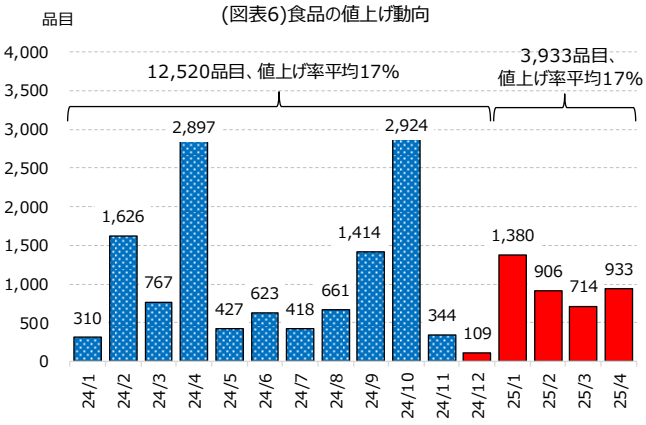
（出所）経産省資料より明治安田総研作成

（図表5）生鮮食品を除く食料価格の推移



（出所）総務省「消費者物価指数」

(図表6)食品の値上げ動向

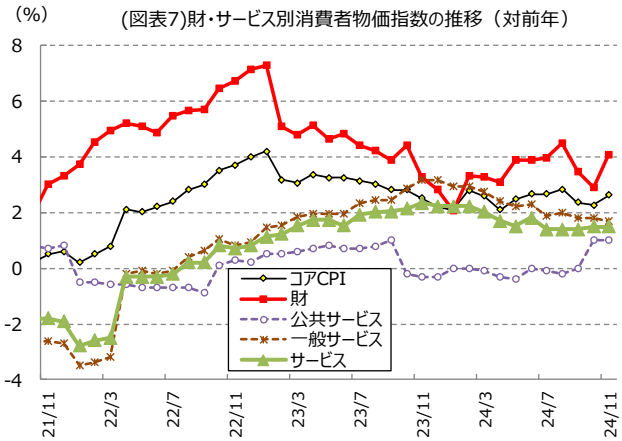


(出所)帝国データバンク

高由来などが多数を占める一方、物流費・人件費由来の値上げ割合が 1－4 月分で 2024 年通年を大幅に上回るなど、値上げの主因は物流費・人件費へも広がりつつあると分析している。食品の値上げは年明け以降も暫く続く可能性が高い。

３．財は伸び拡大、サービスは横ばい

財・サービス別では、財（10 月：前年比＋2.9% → 11 月：同＋4.1%、総合指数への前月からの寄与度差＋0.67%ポイント）は電気・ガス代などが押し上げたことで伸び幅が拡大した。サービス（同＋1.5% → 同＋1.5%、同±0.00%ポイント）は横ばいであった（図表7）。サービスの内訳を見ると、公共サービス（同＋1.0% → 同＋1.0%、同±0.00%ポイント）、一般サービス（同＋1.7% → 同＋1.7%、同±0.00%ポイント）とも伸び幅に変化はなかった。日本銀行は、景気の改善が続くもとで、賃金と物価が相互に連関しつつ高まっていく「第二の力」を注視している。サービス価格に下げ止まりの動きは出ているものの、今後伸びが持続的に拡大していくかどうかについてはまだはっきりと見通せない。



(図表7)財･サービス別消費者物価指数の推移（対前年）
（出所）総務省「消費者物価指数」

本レポートに関するご取材やお問い合わせは以下までご連絡ください
明治安田総合研究所 エコノミスト 藤田 敬史
電話番号：03-6261-7947
e-mail：takafumi.fujita@myri.co.jp

※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。
●発行元●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