2025. 2. 21

【日本消費者物価指数（25 年 1 月）】

コア指数、伸び拡大で 2 ヵ月連続 3%台

～2-4 月は電気・ガス代負担軽減策再開が押し下げ要因～

経済調査部　エコノミスト
藤田　敬史

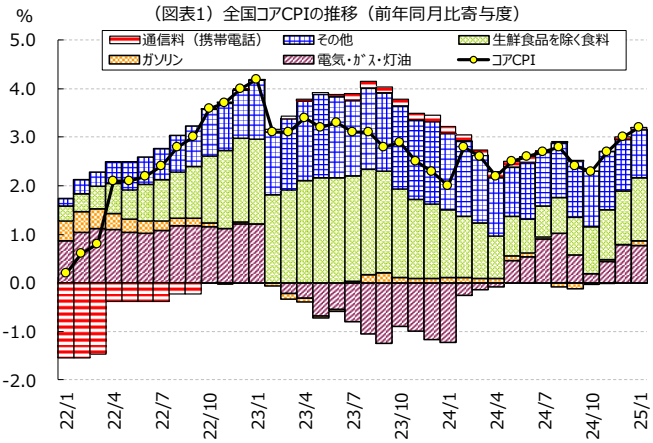
ポイント

- 1 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＋3.2%（12 月：同＋3.0%）となり、3 ヵ月連続で伸び幅が拡大。2 ヵ月連続の 3%台となった
- 食料品（生鮮除く）は米類の上昇が続くなか、コーヒー豆も原産地での不作などの影響で上昇が続いており、6 ヵ月連続の伸び拡大となった。ガソリンも補助金の段階的縮小に伴い伸びが拡大した
- 先行きについては、2―4 月は電気・ガス代負担軽減策再開が押し下げ要因となるものの、1 月に引き続きガソリン・灯油の上昇が一部相殺する形となる

1．コア指数は 2 ヵ月連続 3%台

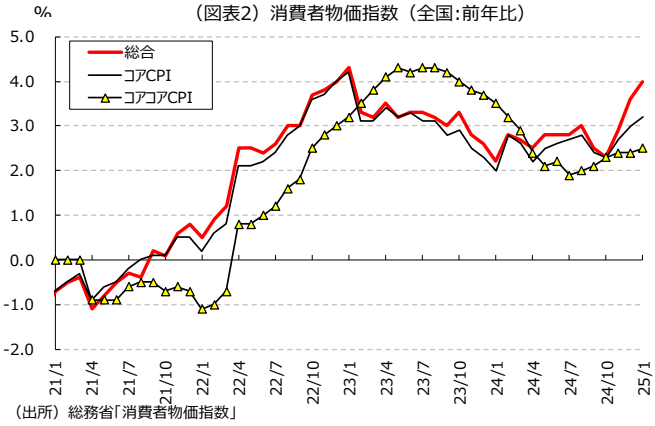
1 月の全国消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数、コア指数）は前年比＋3.2%と 12 月から 0.2%ポイント伸び幅が拡大した（図表 1、2）。3 ヵ月連続の伸び拡大となった。総合指数は同＋4.0%と 2023 年 1 月以来 2 年ぶりに 4%台となった。キャベツ（同＋192.5%）やはくさい（同＋109.9%）などの生鮮野菜の高騰が続いているほか、みかん（同＋37.0%）やいちご（同＋20.0%）などの生鮮果物も押し上げたことで、12 月からの総合指数の拡大幅は 0.4%ポイントと、コア指数を 0.2%ポイント上回った。生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数（コアコア指数）は同＋2.5%で 12 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．食料品（生鮮除く）は 6 ヵ月連続の伸び拡大、ガソリンは補助金の段階的縮小に伴い伸び拡大

コア指数、総合指数の伸び拡大への寄与度が相対的に大きかったのは、プラス方向では食料品（生鮮除く）（12 月：前年比＋4.4% → 1 月：同＋5.1%　総合指数への前月からの寄与度差＋0.18%ポイント）、ガソリン

（同＋0.7% → 同＋3.9%、同＋0.07%ポイント）、マイナス方向では、外国パック旅行（同＋74.7% → 同＋1.9%、同▲0.18%ポイント）であった。

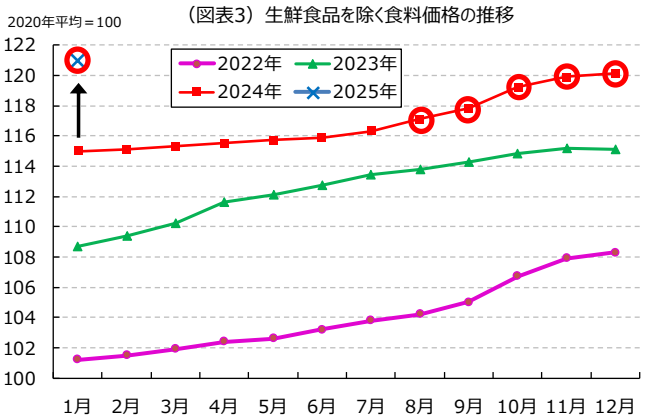
食料品（生鮮除く）は 6 ヵ月連続の伸び拡大となった（図表 3）。農水省によると、新米取引価格（9 月前年比＋48.5% → 10 月同＋56.9% → 11 月同＋57.2% → 12 月同＋60.3% → 1 月同＋68.8%）は連月上昇が続いており、米類（12 月：前年比＋64.5% → 1 月：同＋70.9%、総合指数への前月からの寄与度差＋0.03%ポイント）は 4 ヵ月連続で過去最大の上昇率を更新した。米類の価格高騰を背景におにぎり（12 月：同＋8.3% → 1 月：同＋9.2%、同＋0.01%ポイント）なども上昇した。米類は政府備蓄米の放出で上昇が一服するかどうかが焦点となるが、農水省は政府備蓄米について早ければ 3 月末に店頭に並び始めるとの見通しを示している。また、コーヒー豆（12 月：同＋22.2% → 1 月：同＋23.7%、同＋0.01%ポイント）も主要原産国のブラジルでの不作などの影響で上昇が続いている。帝国データバンクの「食品主要 195 社」価格改定動向調査（2025 年 1 月 31 日時点）によると、2025 年 1－4 月の値上げ品目は 8,865 品目にのぼり（図表 4）、2024 年 1 月時点での翌年（2024 年）の値上げ予定品目数 4,556 品目に対し、約 9 割増となっている。同社によると、2025 年の値上げ要因は引き続き原材料高との回答が最も多い一方、物流費との回答が過去最高となったほか、人件費との回答も初めて半数を超えた。また、2025 年通年の値上げ品目数については、現状のペースが続いた場合、2024 年を上回る 1.5～2 万品目前後に到達する可能性があると分析しており、暫くは食品値上げが継続する可能性が高い。

ガソリンは、ガソリン・灯油補助金の段階的縮小に伴い、2024 年 12 月 19 日と 1 月 16 日にそれぞれ 5 円程度値上げされたことで伸び幅が拡大した（図表 5）。

外国パック旅行は、コロナ禍による海外旅行激減により 2021 年 1 月から調査が中断された[1]。それが 2024 年 1 月に再開され、中断期間分の変化が反映されたことで大きく上振れていたが、1 年経過しその影響が一巡したことで伸びが大きく鈍化した（図表 6）。

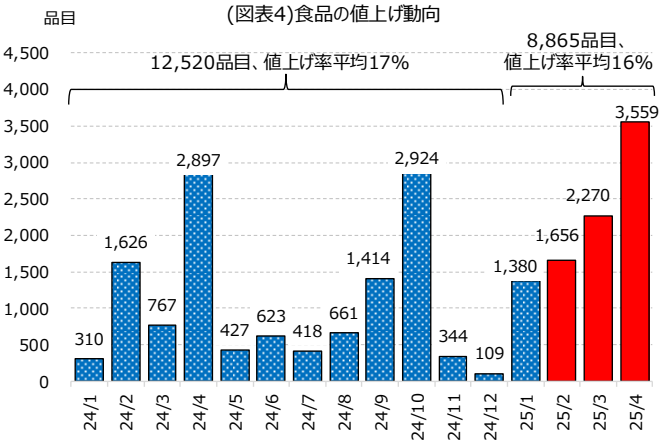
なお、エネルギー価格については、電気・ガス代は、

（図表3）生鮮食品を除く食料価格の推移



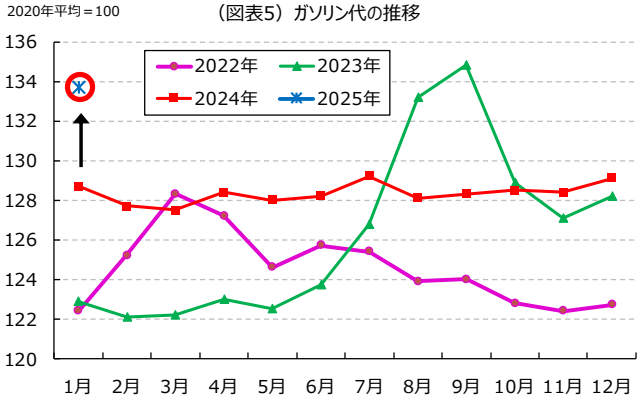
（出所）総務省「消費者物価指数」

(図表4)食品の値上げ動向



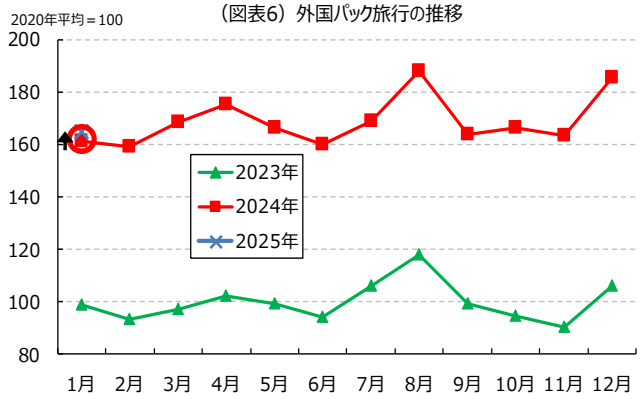
(出所)帝国データバンク

（図表5）ガソリン代の推移



（出所）総務省「消費者物価指数」

（図表6）外国パック旅行の推移



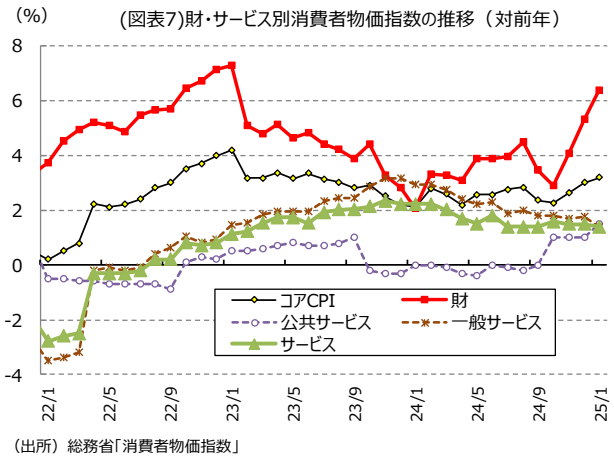
（出所）総務省「消費者物価指数」

[1] 2021 年 1 月から 2023 年 12 月の各月の指数値は、2020 年 1－12 月の各月と同じ値

1－3 月使用（2－4 月請求）分につき負担軽減策が再開される。1、2 月使用（2、3 月請求）分の補助額は電気料金 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。2 月以降は電気・ガス代負担軽減策の再開が押し下げ要因となるが、1 月に引き続きガソリンの上昇が一部相殺する形となる。

３．財は伸び拡大、サービスは特殊要因により縮小

財・サービス別では、財（12 月：前年比＋5.4% → 1 月：同＋6.3%、総合指数への前月からの寄与度差＋0.52%ポイント）は食料品やガソリンなどが押し上げたことで伸び幅が拡大した。サービス（同＋1.6% → 同＋1.4%、同▲0.11%ポイント）の伸びは縮小した（図表7）。サービスの内訳では、公共サービス（同＋1.0% → 同＋1.4%、同＋0.05%ポイント）は拡大した一方、一般サービス（同＋1.8% → 同＋1.4%、同▲0.15%ポイント）は縮小した。内訳を見ると、外食（同＋3.3% → 同＋3.6%、同＋0.01%ポイント）、宿泊料（同＋5.2% → 同＋6.8%、同＋0.01%ポイント）、理美容サービス（同＋1.4% → 同＋1.7%、同＋0.01%ポイント）などの伸びは拡大したが、上述のとおり、外国パック旅行が大幅に鈍化したことが縮小要因となった。人件費の割合が大きいサービス価格は、「賃金と物価の好循環」の実現度合いを測るうえで日本銀行も注視しているが、今のところ安定的に上昇に向かう兆しは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