

## 日本経済：全国消費者物価（2022年10月）

## コア+3.6%、財やサービスで値上げ進み、物価の上昇基調高まる

10月の全国消費者物価は、生鮮食品を除く総合（コア消費者物価）で同+3.6%、生鮮食品とエネルギーを除く総合（コアコア消費者物価）で同+2.5%。半期に一度の価格改定期で財やサービスで価格転嫁が進んだことや、火災保険料の値上げ、携帯電話通信料のマイナス寄与剥落により、1982年2月以来の上昇率となった。また、価格改定頻度の低い家賃や公共サービスを除くと、コア消費者物価は前年同月比+5.1%まで伸びを高めた。今後は、エネルギー価格の上昇が一巡する一方で、財やサービスへの価格転嫁が進み、12月まで+3%半ばから後半で推移するとみられる。

## コア+3.6%、価格改定期により財やサービスで価格転嫁進む

本日総務省が公表した2022年10月の全国消費者物価は、総合で前年同月比+3.7%と9月（同+3.0%）から+0.7%ポイント拡大、生鮮食品を除く総合（コア消費者物価）で前年同月比+3.6%と9月（同+3.0%）から+0.6%ポイント伸びを高め、消費税を除くベースで1982年2月以来の上昇率となった（右図）。

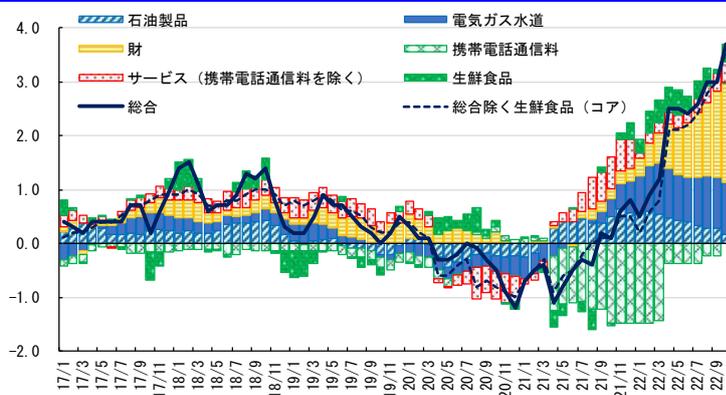
また、生鮮食品とエネルギーを除く総合（コアコア消費者物価）は、前年同月比+2.5%と+0.7%ポイント伸びを拡大し、2%半ばに達した。

10月は、半期に一度の価格改定期であり、財やサービスで幅広く値上げが見られたことや、火災保険料の値上げ（寄与度+0.07%ポイント）、携帯電話通信料のマイナス寄与剥落（同+0.24%ポイント）の影響から、コア消費者物価は大幅に上昇率を高めた。ただ、既に公表された東京消費者物価の10月中旬速報値でも確認された通り、全国旅行支援<sup>1</sup>が消費者物価に反映され宿泊料が下落、コア消費者物価を0.17%ポイント押し下げた。当社の事前予想対比では、コア消費者物価は予想通りだったものの、コアコア消費者物価は若干上振れ、財やサービスで想定以上に価格転嫁が進んでいることが示唆された。

内訳を見ると、まず財（生鮮食品を除く）は、円安による価格転嫁が進む中で、プラス幅を拡大した（コア消費者物価への寄与度、9月+2.96%ポイント→10月+3.10%ポイント、次項左上図）。食料工業製品や耐久消費財、繊維製品など幅広く上昇し、コア消費者物価を押し上げた。

このうち、食料工業製品では、酒類や肉類・魚介類、調理食品で上昇（コア消費者物価への寄与度は、9月+0.81%ポイント→10月+1.02%ポイント、次項右上図）。耐久消費財は、携帯電話機や家庭用耐久財

消費者物価の推移（前年同月比、%）



(注) 2019年10月の消費増税は調整済み。伊藤忠総研の試算値。

(出所) 総務省「消費者物価指数」

<sup>1</sup> 全国では10月11日より、東京では10月20日より開始。

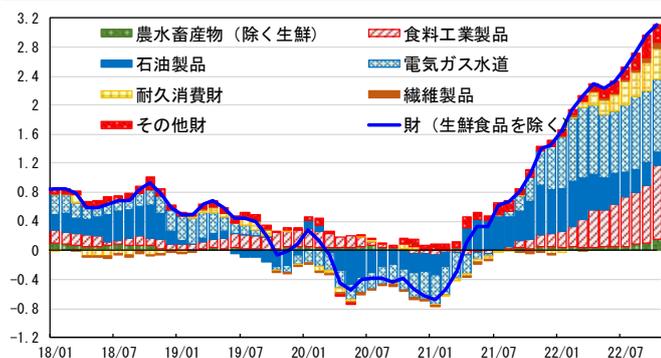
(電気冷蔵庫や電気洗濯機など)で値上がりした(同9月+0.40%ポイント→10月+0.43%ポイント)。繊維製品は、婦人服や紳士服で価格が上昇した(同9月+0.66%ポイント→10月+0.78%ポイント)。

エネルギーは、石油製品の価格上昇が一巡(コア消費者物価への寄与度は、9月+0.30%ポイント→10月+0.19%ポイント)。一方、電気・ガス・水道代は、都市ガスの値上げにより小幅に伸びを高めた(同9月+0.99%ポイント→10月+1.00%ポイント)。

そのほか、一般サービスは、全国旅行支援により宿泊料が値下がりしたものの、人件費の上昇圧力が高まる外食や、家事関連サービスで値上げが進んだ(コア消費者物価への寄与度は9月+0.23%ポイント→10月+0.39%ポイント、下左図)。外食は、大手チェーンなどで値上げが進み、ハンバーガーやすしなどが上昇した(下右図)。また、家事関連サービスでは、工事その他のサービス(壁紙張替え費、外装塗装費など)で上昇が目立った。家賃は横ばい圏内で推移した。

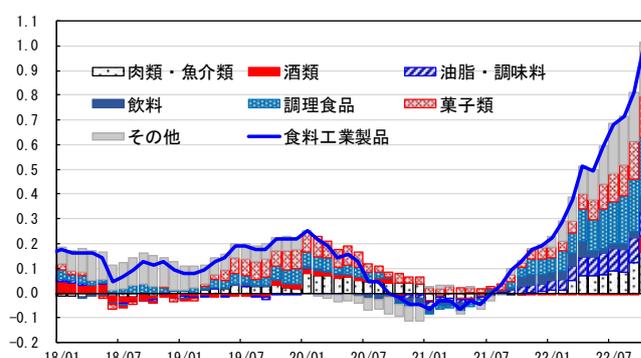
公共サービスは、火災保険料が値上がりし、小幅にプラス転化した(コア消費者物価への寄与度は9月▲0.11%ポイント→10月▲0.01%ポイント)。

生鮮食品を除く財(コアへの寄与度、%)



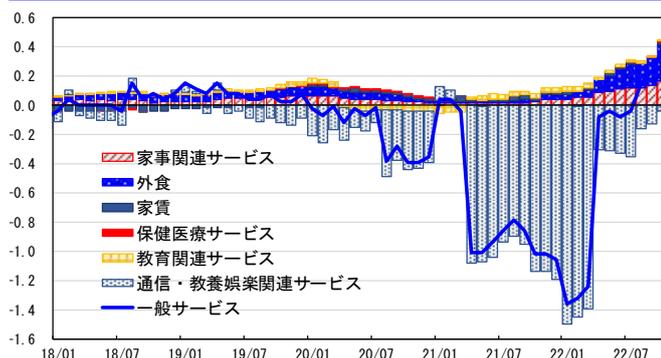
(出所)総務省

食料工業製品(コアへの寄与度、%)



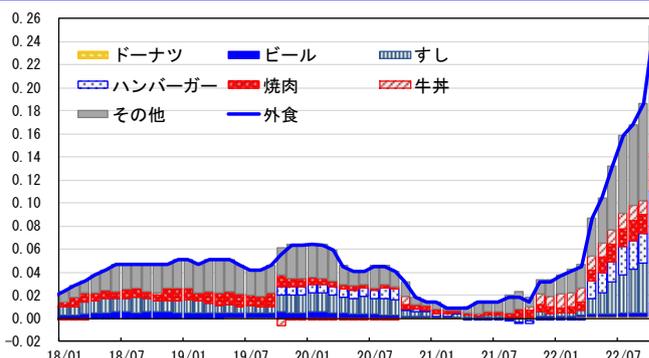
(出所)総務省

一般サービス(コアへの寄与度、%)



(出所)総務省

外食(コアへの寄与度、%)



(出所)総務省

## 価格改定頻度の低い家賃や公共サービスを除くと+5.1%、コアとの乖離幅拡大

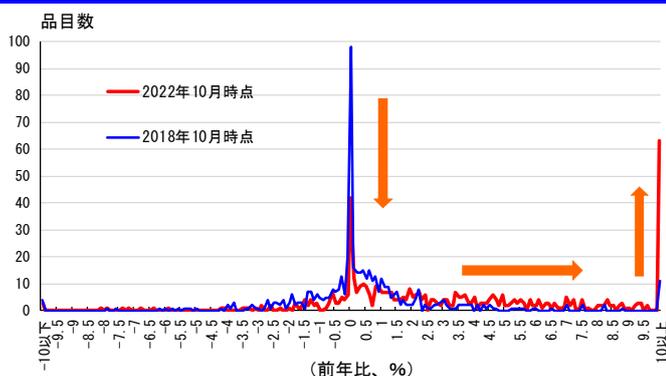
個別品目毎の上昇率を並べた分布(品目別価格変動分布)をみると、10月は、前年同月比で10%以上伸びた品目数は63品目と9月(49品目)から大幅に増加、2008年の資源価格高騰時(37品目)を上回る状況が続いている(下左図)。また、前年比がゼロ%の品目数は42品目と9月の46品目から減少している。このように、価格不変の品目が減少、価格上昇品目が増加することで、長年のデフレ下が続いていた

企業における「価格据え置き慣行」からの脱却の動きが見られている。もっとも、「価格据え置き」品目の割合が依然として高い分野があるため、今後は、前年がゼロ%の品目数は下げ止まりとなる可能性が高い。

消費者物価のウェイトの約3割を占める家賃や公共サービス（電気ガス代を除く）では、価格改定頻度が低く、原材料コストや需給の変化が価格に反映されるまでには時間が掛かる。例えば、家賃では2年ごとの契約更新や退去・入居するタイミングでの価格改定が一般的である。また、公共サービスでは、電車運賃やバス運賃など価格見直しには国の許可が必要となり、コスト上昇から価格転嫁までかなりの時間を要する。

このような価格改定頻度の低い家賃と公共サービスを除くと、コア消費者物価指数は、10月に+5.1%と高い上昇率となっている（下右図）。家賃と公共料金を除かないベースのコア消費者物価との乖離幅は、1.6%ポイントとなっており、4月以降拡大している。原材料コストや賃金の上昇によって、財や一般サービスでは価格転嫁が進み、価格転嫁のスピードが速まっていることで、価格粘着的な家賃や公共サービスとの乖離が拡大したと考えられる。

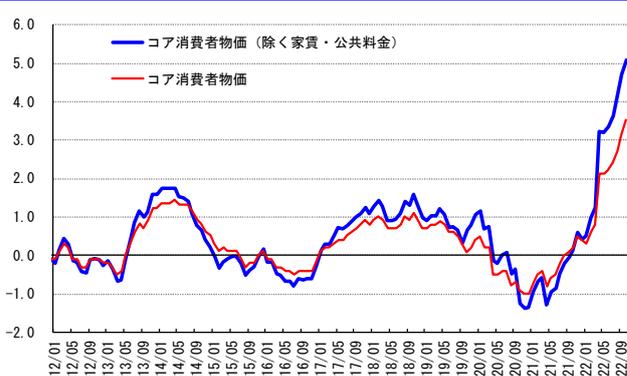
品目別価格変動分布（2018年との比較）



（注）消費者物価指数の総合から生鮮食品を除いたもの（522品目）。

（出所）総務省データをもとに伊藤忠総研作成

家賃・公共サービスを除く消費者物価（前年同月比、%）



（出所）総務省データをもとに伊藤忠総研作成

## コアは年内+3%半ばから後半、1月以降は「電気ガス料金支援」で1.0%ポイント程度下押し

足もとでは、食料工業製品などの財や、外食などのサービスで値上げが継続している。帝国データバンクの「『食品主要105社』価格改定動向調査」によると、11月の値上げ品目は833品目となっており、10月の価格改定期対比では減少しているものの、前年の2倍程度<sup>2</sup>となっている（次頁右図）。さらに、値上げ予定品目数は、毎月上方修正されており、11月の値上げは、9月時点で458品目、10月では765品目となっていた。また、11月は、東京のタクシー運賃やガス料金<sup>3</sup>の引き上げが実施され、コア消費者物価を押し上げる見込みである。

一方、全国旅行支援による宿泊料の値下げは、適用開始日が10月11日からであり、10月の消費者物価には全て反映されていないため、11月以降は押し下げ寄与を拡大するとみられる。そのほか、エネルギー価格の上昇寄与の剥落が続く見込みである。

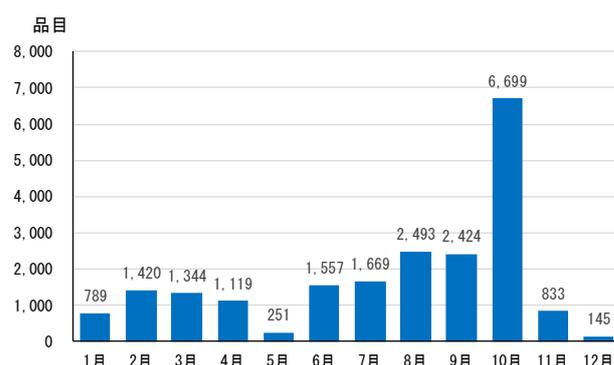
<sup>2</sup> 帝国データバンクによると、昨年の11月は250~300品目程度

<sup>3</sup> 11月は、東京ガス、東邦ガス、西部ガスの3社が値上げ。12月は大阪ガスを含む大手4社全てで値上げ予定であり、来年1月以降もこの傾向が続く見込み。

以上を踏まえると、11月のコア消費者物価は10月と同程度の伸びとなると予想している。12月も、企業による価格転嫁が進むもとの、コア消費者物価は+3%台半ばから後半で推移すると予想している。

来年1月以降は、政府による「電気・ガス料金支援」でエネルギー価格が下押しされ、コア消費者物価は2%後半まで伸びを縮小する見込みである。4月以降は、各電力会社で電気代の値上げが2~3割程度予定されていることや、鉄道運賃での値上げが予定されており、再び伸びを高めるとみている。

2022年食料品値上げ品目数(食品主要105社)



(出所) 帝国データバンク