

日本経済：全国消費者物価（2022年11月）

価格改定期後も値上げの波続く、コア消費者物価は来年1月にピーク

11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）で前年比+3.7%、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+2.8%となった。幅広い商品で価格転嫁が進み、価格改定期後も値上げの波が続いていることが確認された。個別品目毎の上昇率を並べた分布（品目別価格変動分布）では、上昇率の高い品目数は増加を続けており、物価の上昇基調は引き続き高まっている。12月は、コア消費者物価で前年比+3.9%から+4.0%程度となり、来年1月にピーク（同+4.0%から+4.1%）を迎えるとみている。その後は、電気・ガス料金の値下げやエネルギー価格の上昇が一巡する一方で、4月に電気代の値上げ、人手不足の加速を受けた賃金上昇圧力が高まるも、サービス価格への価格転嫁が進み、前半までは前年比+2%半ばから+3%程度で推移するとみている。

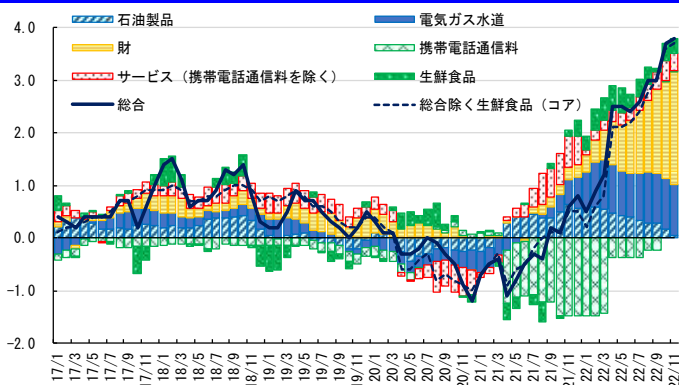
11月はコア前年比+3.7%、価格改定期後も値上げ続く

本日総務省が公表した2022年11月の全国消費者物価は、総合で前年比+3.8%と10月（同+3.7%）から+0.1%ポイント拡大。生鮮食品を除く総合（コア消費者物価）は、前年比+3.7%と10月（同+3.6%）から+0.2%ポイント伸びを高め、消費税を除くベースで1981年12月以来の上昇率となった（下左図）。

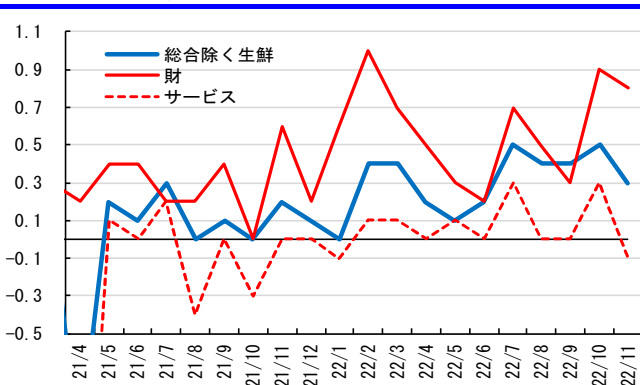
また、生鮮食品とエネルギーを除く総合（コアコア消費者物価）は、前年比+2.8%と2%後半に達した。幅広い商品で価格転嫁が進み、価格改定期後も値上げの波が続いていることが確認された。

コア消費者物価の季節調整済前月比をみると、7月以降+0.3%から+0.5%の範囲で高い伸びが続いている（下右図）。11月は、全国旅行支援による宿泊料の値下げの影響が拡大¹したこともあって、前月比+0.3%と10月の+0.5%から幾分鈍化したものの、後述の通り上昇率の大きい品目数は引き続き増加しており、値上げの波は続いている。なお、財・サービス別にみると、財は11月に前月比+0.8%と高い伸びとなった一方で、サービスは同▲0.1%とマイナス転化した。サービスでは、外食や家事関連サービスなどで価

消費者物価の推移（前年同月比、%）



季節調整済み前月比（%）



（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」

（出所）総務省「消費者物価指数」

¹ 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日であり、10月の消費者物価には全て反映されておらず、11月以降は押し下げ幅が拡大する。

格転嫁が進んでいるものの、宿泊料の値下げという制度要因や、公共料金で値上げが進んでいないことなどが影響し、小幅な動きとなっている。

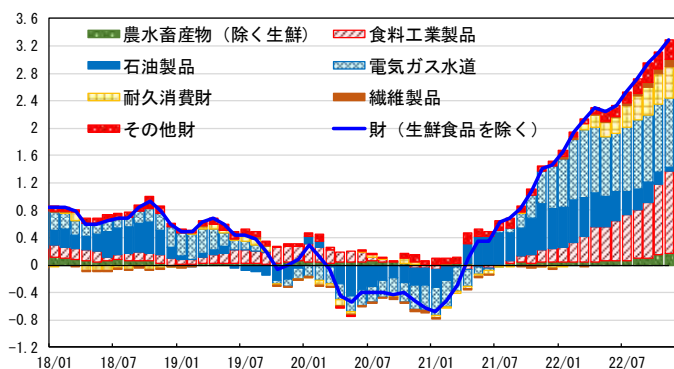
11月のコア消費者物価（前年比）の内訳を見ると、財（生鮮食品を除く）は、原材料コスト高を受けた価格転嫁が進み、プラス幅を拡大した（コア消費者物価への寄与度、10月+3.10%ポイント→11月+3.28%ポイント、下左上図）。食料工業製品や繊維製品（衣料品など）、耐久消費財などで幅広く上昇し、コア消費者物価を押し上げた。

このうち、食料工業製品は、飲料や肉類・魚介類、油脂・調味料などで上昇（コアへの寄与度は、10月+1.02%ポイント→11月+1.20%ポイント、下右上図）。繊維製品は、シャツ・セーター類やその他で幅広く上昇した（同10月+0.078%ポイント→11月+0.11%ポイント）。耐久消費財は、携帯電話機が値上がりした（同10月+0.43%ポイント→11月+0.46%ポイント）。

エネルギーは、石油製品の価格上昇が一巡（コアへの寄与度は、10月+0.19%ポイント→11月+0.05%ポイント）。一方、電気・ガス・水道代は小幅に伸びを高めた（同10月+1.00%→11月+1.01%ポイント）。

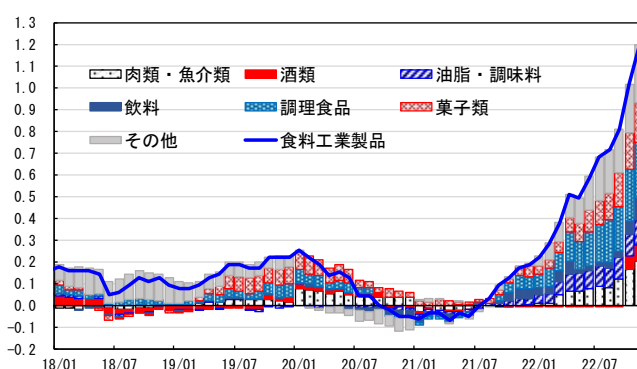
そのほか、一般サービスは、全国旅行支援による宿泊料の値下がりや影響し、伸びが鈍化した（コアへの寄与度は10月+0.39%ポイント→11月+0.31%ポイント）。一方、人件費の上昇圧力が高まる外食や、家事関連サービスでは値上げが進んだ。外食は、焼肉やビールが上昇した（下右図）。また、家事関連サービスでは、工事その他のサービス（壁紙張替え費、外装塗装費など）や理美容サービス（入浴料、理髪料）で上昇した。

生鮮食品を除く財(コアへの寄与度、%)



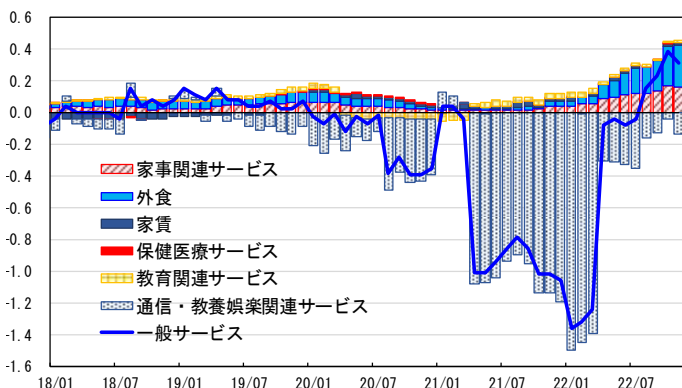
(出所)総務省

食料工業製品(コアへの寄与度、%)



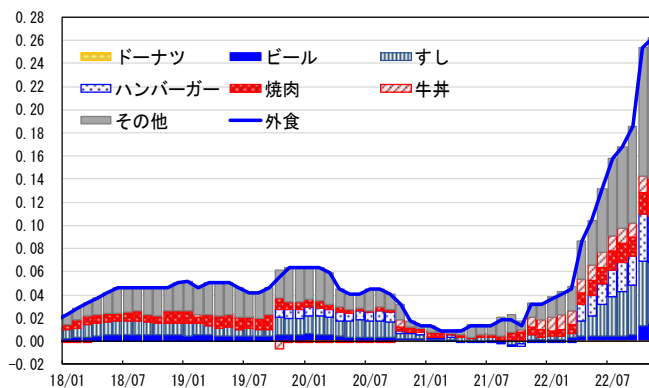
(出所)総務省

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、%)



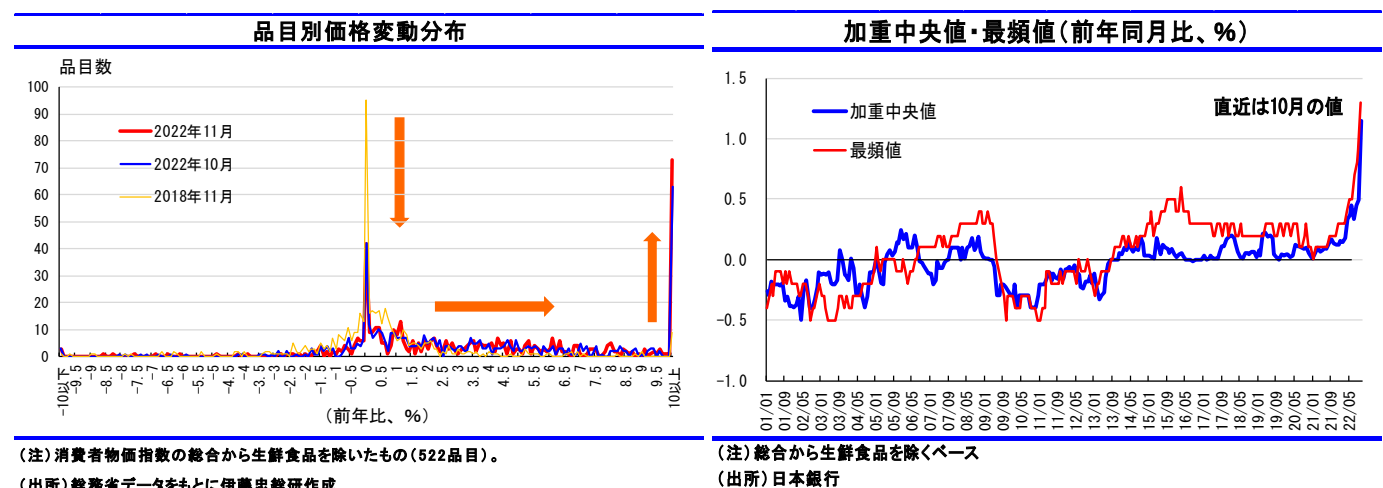
(出所)総務省

公共サービスは目立った動きは見られなかった（コアへの寄与度は10月▲0.01%→11月▲0.04%ポイント）。

物価の上昇基調は高まり、加重中央値や最頻値は1%超えに

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、11月は、前年比で10%以上伸びた品目数は73品目と10月の63品目から増加し、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。また、前年比がゼロ%の品目数は42品目と10月から横ばいとなったものの、2018年時点と比較すると大幅に減少している。このように、分布全体が上昇方向にシフトしている状況が続いており、物価上昇基調の高まりは継続していると考えられる（下左図）。

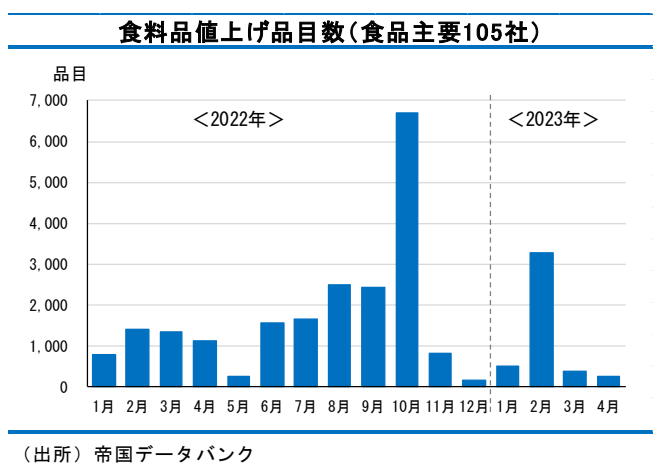
また、日銀が公表する加重中央値や最頻値も上昇している。10月の加重中央値は前年比+1.14%、最頻値は同+1.3%となり、データが取得可能な2001年以来の最高値を更新した（下右図）。11月も品目別価格変動分布の上昇方向へのシフトが続いていることから、加重中央値や最頻値はさらに伸びを高めるだろう（12月27日に公表予定）。なお、公表データでは遡ることができないが、日銀のレポート²によると、加重中央値や最頻値が1%台となっていたのは1990年前半であり、足もとでは約30年ぶりの上昇率となる。



コアは12月または来年1月に+4%台へ、来年2月には「値上げの波」再来も

足もとでは、財やサービスへの価格転嫁が想定以上に進んでおり、コア消費者物価は12月に前年比+3.9%から+4.0%まで伸びを高め、来年1月にピーク（前年比+4.0%から+4.1%）を迎えるとみている。

来年1月には、政府による「電気・ガス料金支援」が実施され、電気・ガス料金が値下がりする予定だが、消費者物価は検針日時点で作成されるため、統計に反映されるのは2月以降となる。そのため、コア消費者物価は2月に3%程度まで伸びを縮小するだろう。また、今後はガソリン価格上昇の影響も一巡していくと



² 川本・中浜・法眼（2015）「消費者物価コア指標とその特性—景気変動との関係を中心に—」

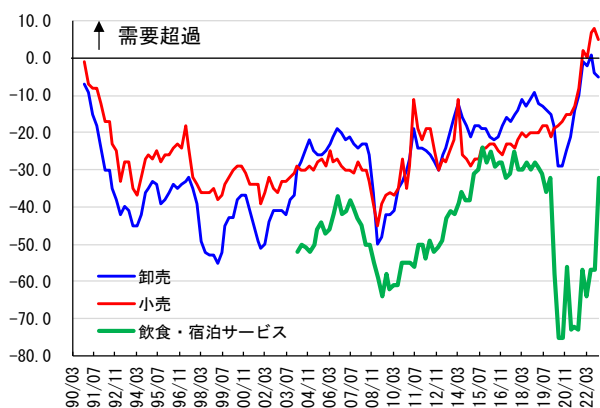
みられる。

しかし、エネルギー以外でみると、来年1月以降も値上げの波が続く。帝国データバンクの『食品主要105社』価格改定動向調査の最新データによると、来年1月の値上げ品目数は514品目と前年より少ないものの、2月は3,249品目と前年の2倍以上となっている（前頁図）。値上げ予定品目数は、毎月上方修正される傾向があるため、今後さらに増加することも予想される。

また、製品やサービスの需給もひっ迫している。日銀短観の12月調査によると、製商品・サービス需給判断D.I.は、卸売業や小売業では1990年を上回る高水準となっている。また、飲食・宿泊サービスでは、他業種と比べると緩和的な状況が続いていたものの、12月調査では急回復しており、コロナ前の水準に戻している（下左図）。

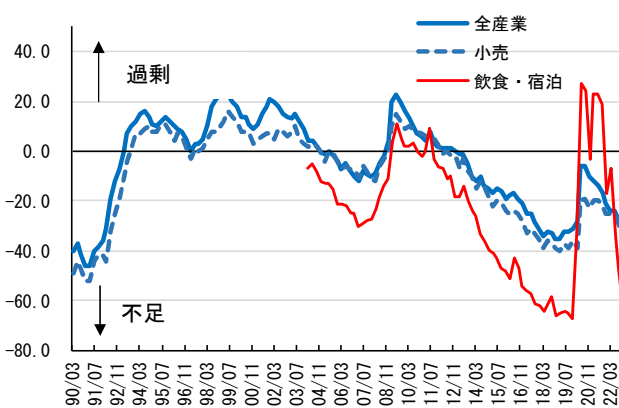
さらに、人手不足も加速している。日銀短観の雇用人員判断D.I.では、雇用の「不足」が「過剰」を大幅に上回っており、労働需給のひっ迫が確認できる。特に、飲食・宿泊などの対面サービス業では急速に「不足」超過が進んでおり、賃金上昇圧力は高まっていくだろう（下右図）。これらを踏まえると、足もとは円安が一服しているものの、国内の商品需給がひっ迫するもとの、従来からの原材料コストの上昇や人件費の上昇を価格へ転嫁する動きは、暫く続くと考えてよいだろう。

製商品・サービス需給判断D.I.(需要超過－供給超過)



(出所) 日本銀行「短観」

雇用人員判断D.I.(過剰－不足)



(出所) 日本銀行「短観」

そのほか、4月には電気料金の引き上げが予定されている。12月20日時点では、電力会社5社（東北、北陸、中国、四国、沖縄）で3割から4割程度の値上げを政府に申請し、東京電力も近くに値上げ申請する見込みである。このため、電気代は来年1月に政府による「電気・ガス料金支援」によって2割程度抑制されるが、4月に再び3割から4割の値上げとなる可能性が高く、コア消費者物価の押し上げ要因となるだろう。

以上を踏まえると、コア消費者物価は、来年1月に+4%程度とピークに達した後、2月には同+3%程度に急速に伸びが鈍化する。その後は、エネルギー価格の上昇が一巡することや、前年上昇の反動がコア消費者物価を押し下げる一方で、電気代の値上げや、財・サービスへの価格転嫁が進むことにより、来年6月にかけては2%半ばから3%程度で推移するとみている。