

日本経済：全国消費者物価（2023年1月）

コアは1月に+4.2%、サービスでも物価上昇の瞬間風速高まる

1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）で前年同月比+4.2%、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+3.2%となった。足もとでは、物価上昇の瞬間風速を表す前月比はサービスでも加速し、価格転嫁の波が広がっている。2月以降は、政府の支援により電気・ガス料金が値下がりし、コア消費者物価は3%程度まで伸びを縮小すると見込まれる。一方、原材料高や円安を受けた食料品への価格転嫁は暫く続き、4月にかけては電車運賃や宅急便料金などのサービス価格の値上げも予定されており、コアコア消費者物価は3%半ばまで伸びを高めるとみている。今後は、2023年半ばには2%程度に鈍化するとみているが、その後2%を下回るかどうかは、賃金動向や価格転嫁動向次第となるだろう。

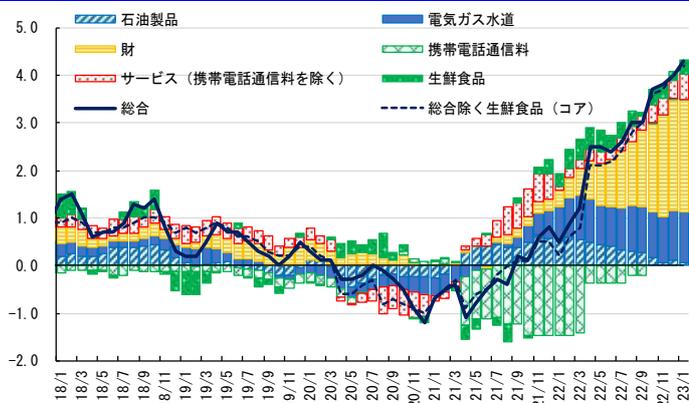
1月のコア消費者物価は、前年比4.2%と直近ピーク

本日総務省が公表した2023年1月の全国消費者物価は、総合が前年同月比+4.3%、生鮮食品を除く総合（コア消費者物価）で+4.2%といずれも12月（同+4.0%）から伸びが高まり、消費税を除くベースで1981年9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、前年同月比+3.2%に高まった。全国旅行支援の割引率縮小（40%→20%）や旅行需要の増加により宿泊料の伸びが高まったことが大きく寄与した。そのほかの特徴としては、繊維製品（衣類）やサービス（外食や家事関連）で値上げが広がったことであり、食料工業製品は前月と同程度の伸びにとどまった。

物価上昇の瞬間風速を表す前月比（季節調整済値）は、財は前月比+0.6%と昨年以降高い伸びが続いている（下右図）。さらに、1月はサービスが+0.4%と前月（+0.1%）から伸びが加速し、原材料コストの上昇に加え賃金上昇も進むことで、サービスにも価格転嫁が波及している。

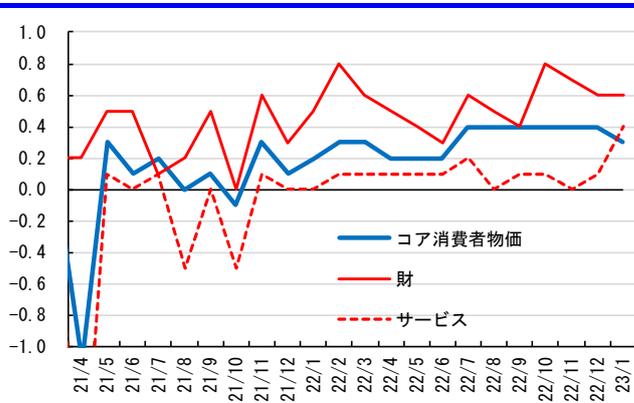
消費者物価の推移（前年同月比、%）



(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」

季節調整済み前月比(%)



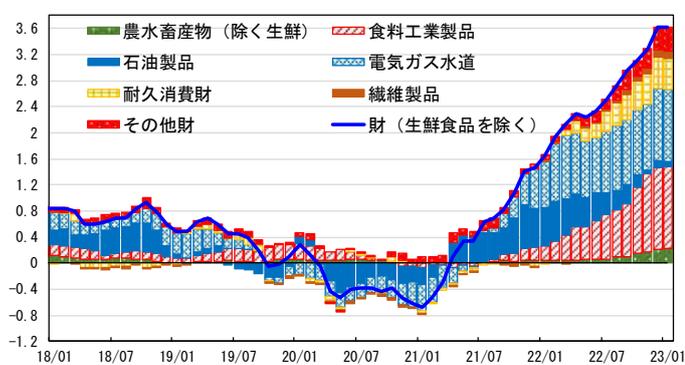
(出所)総務省「消費者物価指数」

コア消費者物価の前年比の内訳を見ると、生鮮食品を除く財（左下図）は、「繊維製品」（衣類）や「その他財」（生活関連財）で伸びが高まった。一方、電気ガス代や石油製品で前年の反動が出て伸びが鈍化したため、全体では前月と同じ伸びとなった（コア消費者物価への寄与度は12月+3.63%ポイント→1月+3.63%ポイント、左下図）。

このうち、「繊維製品」（右下図）は、洋服など幅広い商品で値上がりし、プラス寄与を拡大した（コアへの寄与度は、12月+0.11%ポイント→1月+0.12%ポイント）。「その他財」は、生活関連財で伸びを高めた（12月+0.36%ポイント→1月+0.37%ポイント）。一方、「食料工業製品」や「耐久消費財」は前年の反動もあり、前月と同程度の寄与となった。

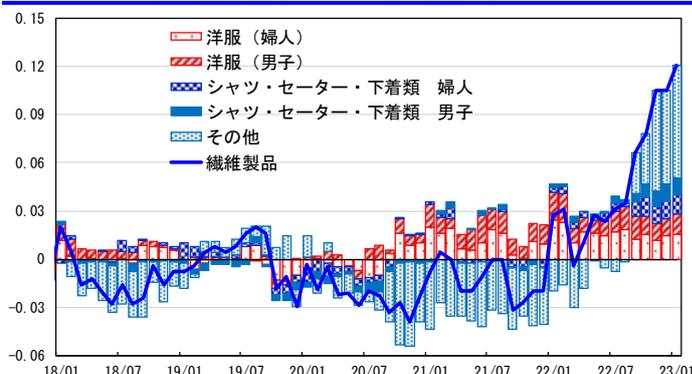
エネルギーは、都市ガスが前年比で伸びが高まった一方、電気代やガソリンが前年の反動でプラス寄与を縮小し、全体では前月と同程度の寄与となった（コアへの寄与度は、12月+0.12%ポイント→1月+0.12%ポイント）。

生鮮食品を除く財(コアへの寄与度、%)



(出所)総務省

繊維品(コアへの寄与度、%)

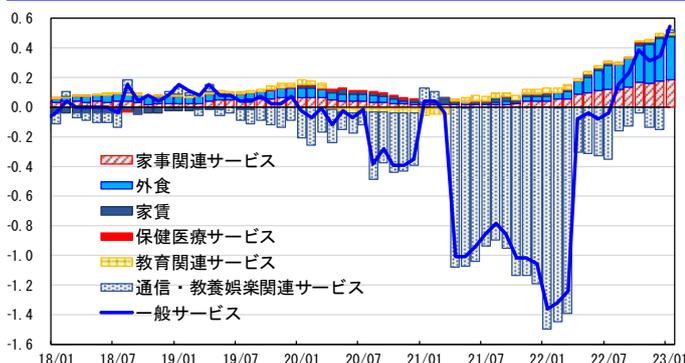


(出所)総務省

「一般サービス」（左下図）は、宿泊料や「家事関連サービス」、「外食」で値上げが進み、伸びを高めた（コアへの寄与度は12月+0.35%ポイント→1月+0.54%ポイント）。このうち、「家事関連サービス」は、外壁塗装費や壁紙張替費、パーマ代やヘアカット代で伸びが高まった。また「外食」（右下図）は、焼肉やビール、その他多くの品目で値上がりした。

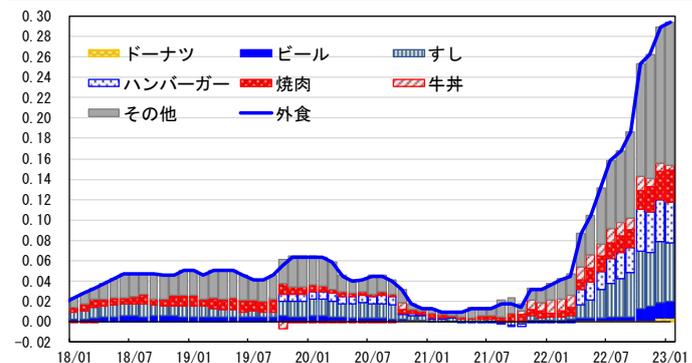
そのほか、公共サービスは、自動車保険料（任意）が前年の反動でマイナス寄与を縮小したため、全体では伸びを高めた（コアへの寄与度は12月+0.03%→1月+0.06%ポイント）。

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、%)

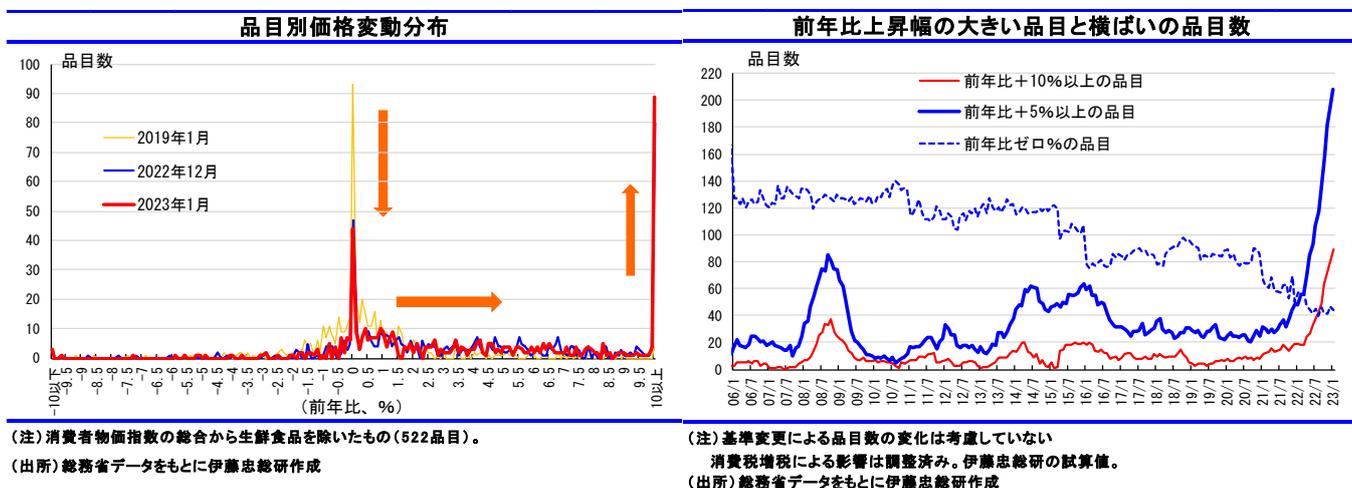


(出所)総務省

前年比+5%以上の品目数は全体の36%、物価上昇は加速

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、1月は前年比で5%以上伸びた品目数は208品目と前月（196品目）から増加し、全品目の36%に達した（下右図）。また、前年比で10%以上伸びた品目も89品目と前月（80品目）から増加した。一方、前年比がゼロ%の品目数は44品目と減少傾向が続いており、分布全体が上昇方向にシフトし、物価上昇は加速している。

消費者物価指数のうち、最多の品目が前年比で何パーセント変化したかを表す最頻値は、昨年12月に+1.6%となり、データ取得可能な2001年以来の最高値を6か月連続で更新した。さらに、2001年以降▲0.5%～+0.2%の範囲で推移し、+0.2%の天井を超えることがなく「動かぬ物価指標」と呼ばれた加重中央値は、昨年4月に+0.3%に達して以降、12月には+1.4%まで高まり、物価の上昇基調が加速していることを示している。1月も品目別価格変動分布は上昇方向に動いていることから、日銀が2月28日に公表する1月値では、いずれも1%後半へ伸びを高める可能性が高いだろう。

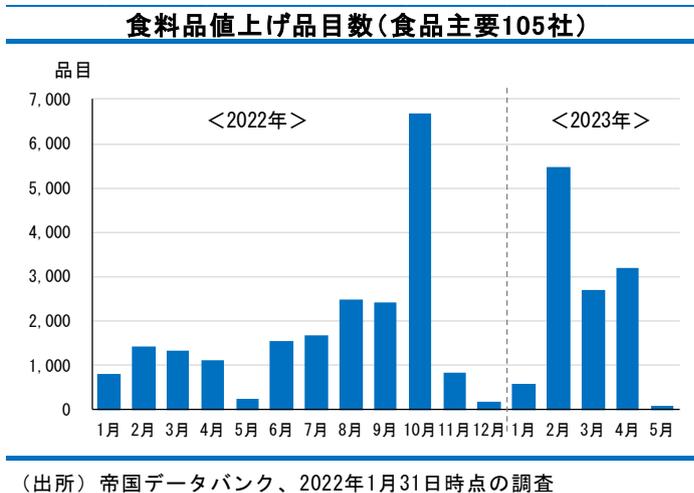


コアは2月に減速も、価格転嫁は当面続く

今後は、政府による「電気・ガス料金支援」により、2月以降の電気・ガス料金が2割程度値下がりし、エネルギー価格の伸びが低下する見込みである。そのため、コア消費者物価は1月にピークを打ち、2月には3%程度まで伸びを縮小するだろう。

一方で、企業による原材料高や円安を受けた食料品への価格転嫁は暫く続くとみている。帝国データバンクの『食品主要105社』価格改定動向調査の最新データによると、2月は5,463品目、3月は2,716品目、4月は3,192品目といずれも前回調査から上方修正され、前年の値上げ品目数を大幅に上回っている（右図）。

さらに、3月にはJR東日本や東京メトロなどで電車運賃の値上げや外食チェーンでの再値上げ¹、



¹ 外食産業では、2月にすき屋、3月に丸亀製麺、ロイヤルホスト、デニーズ、日高屋が値上げ予定となっている（2月20日時

4月にはJR西日本の電車運賃値上げや、宅急便料金の値上げが予定されるなど、サービス価格にも値上げが広がっている。したがって、エネルギーを除いたコアコア消費者物価は春先までに3%半ばに上昇し、その後は徐々に鈍化するとみている。ただ、足元では人手不足を受けた人件費や物流コストの上昇が高まっており、コアコア消費者物価が2%を下回るかどうかは、賃金動向や価格転嫁動向次第となるだろう。