

日本経済：消費者物価（2024年11月）

総合、コアは補助金縮小で伸びを拡大、コアコアは底堅く推移

2024年11月の消費者物価は、総合は前年同月比+2.9%、生鮮食品を除く総合（コア）は+2.7%で前月から伸びを高めた。電気・ガス代補助金の縮小が主因。加えて生鮮野菜も総合を押し上げた。また生鮮食品とエネルギーを除く総合（コアコア）も、食料工業製品、米類が寄与し、+2.4%と4か月連続で伸びを高めた。サービスは、全体では+1.5%と前期から横ばい。ただし、価格に占める人件費の比率が高い家事関連サービス、通信・教養娯楽サービスは小幅ながらプラス幅を拡大。日銀の見通しに沿った「賃金・物価の好循環」の進捗を確認。

総合、コアは電気・ガス代補助金縮小の影響で伸びが拡大

2024年11月の消費者物価指数（全国）は、総合は前年同月比+2.9%（前月：+2.3%）、生鮮食品を除く総合（コア）は+2.7%（+2.3%）と、それぞれ前月から伸びを高めた。（右図）

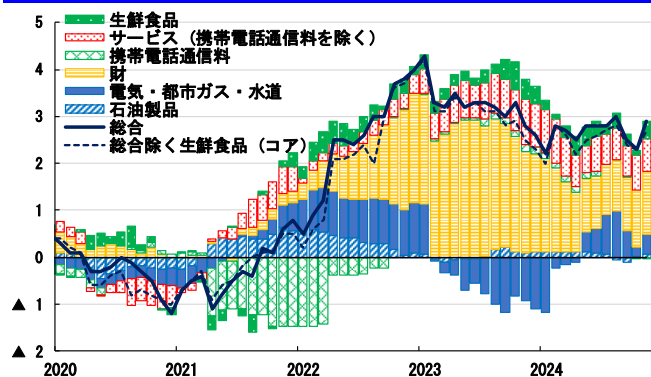
前月からの伸び拡大に寄与したのは、電気・都市ガス・水道（+3.4→+8.0%）。「酷暑乗り切り緊急支援」による電気料金、都市ガス料金の値引き幅が縮小したことにより、前月からの伸びが拡大した。また、総合とコアの差である生鮮食品（+2.1%→+8.7%）も、キャベツなど生鮮野菜が前月の+2.0%から+14.3%まで上昇したことから、総合を押し上げた。

コアコアは食料工業製品、米類が押し上げ

生鮮食品およびエネルギーを除く総合（コアコア）は+2.4%で、前月（+2.3%）から小幅上昇。4か月連続で伸びが拡大した（右図）。食料工業製品が、コーヒー豆を含む飲料（+6.1%→+7.4%）や菓子類（+5.0%→+5.8%）の伸び拡大を主因に、2か月連続で伸びを高めた。（+2.2%→2.7%）

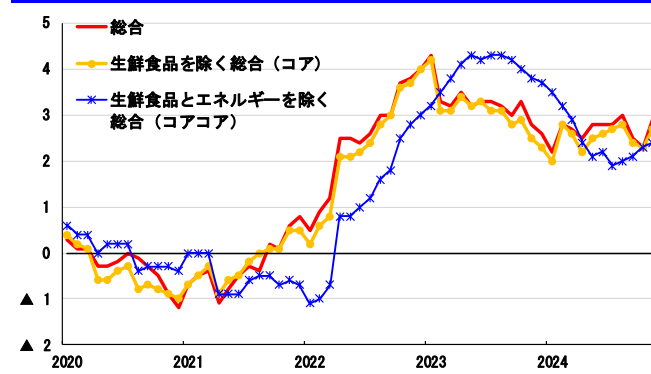
このほか米類も引き続き伸びを高め上昇に寄与したが（+58.9→+63.6%）、一層の伸び拡大には歯止めがかかりつつある（前年同月比の前月差：+14.2%pt→+4.7%pt）。

消費者物価の推移（前年同月比、%）



(出所)総務省

全国消費者物価（前年同月比、%）



(出所)総務省

サービスは横ばいも、人件費の価格への転嫁は進捗

サービスは前年同月比+1.5%で前月（+1.5%）から横ばい、そのうち一般サービスに限って見ても、+1.7%で前月（+1.7%）から横ばいとなった。（右図）家事関連サービス（+2.9%→+3.0%）や通信・教養娯楽関連サービス（+4.8%→+4.9%）が小幅に伸びを高めた一方で、外食の伸びが縮小（+3.4→+2.9%）した。

一般サービスは、金融政策判断において、所謂「賃金・物価の好循環」の強まりを測る上で重視される項目でもある。このところ、一般サービスの中でも価格に占める人件費の比率が高い家事関連サービスが、緩やかながら着実に伸びを高める方向で推移している。こうした動きは、日銀の見通しに沿って「賃金・物価の好循環」が徐々に強まっていることを裏付けるものと考えられる。

