

Daily Macro Economic Insights

消費者物価指数(全国、2023年5月)

— 電気代下落の影響で伸び鈍化 —



PwC Intelligence Japan チーフエコノミスト 片岡 剛士

シニアエコノミスト 伊藤 篤

電気代下落の影響で伸びは鈍化したが再び上昇へ、食料エネ除く総合の動きが重要

総務省から公表された消費者物価指数(全国、2023年5月)は総合で前年比+3.2%、生鮮除く総合で同+3.2%、生鮮・エネルギー除く総合で同+4.3%、食料(酒類除く)及びエネルギー除く総合で同+2.6%となった。品目別にみると、からあげ等の調理食品、ハンバーガーなどの外食、火災・地震保険料などが含まれる設備修繕・維持といった費目での価格上昇が物価の押し上げに寄与している。一方でエネルギーは前年比-8.2%と4月からさらに下落率が強まったが、これには電気代が同17.1%減少していることが影響した。6月以降は電力各社が申請した値上げが認可されることで電気代が上昇すること、ガソリン補助金の縮小によりガソリンや灯油価格が上昇することで前年比の下落幅は縮小する可能性が高い。以上の要因で再び総合、生鮮除く総合の前年比は伸びを強めることになるだろう。物価の基調判断という観点では、引き続き食料エネ除く総合が前年比2%の伸びを維持できるかが重要だ。

図表1: 消費者物価指数(全国)の概要

(%、変化率)

		総合		生鮮除く総合		生鮮エネ除く総合		食料エネ除く総合	エネルギー
		前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	前年比
2021年	1	-0.7	0.5	-0.7	0.4	0.0	0.5	0.1	-8.7
	2	-0.5	0.0	-0.5	0.0	0.0	0.0	0.1	-7.3
	3	-0.4	0.1	-0.3	0.1	0.0	0.0	0.0	-4.5
	4	-1.1	-0.9	-0.9	-1.1	-0.9	-1.3	-1.2	0.4
	5	-0.8	0.3	-0.6	0.3	-0.9	0.1	-1.1	3.9
	6	-0.5	0.3	-0.5	0.1	-0.9	0.1	-1.1	4.3
	7	-0.3	0.1	-0.2	0.2	-0.6	0.2	-0.8	5.8
	8	-0.4	-0.1	0.0	0.0	-0.5	-0.1	-0.7	5.5
	9	0.2	0.4	0.1	0.1	-0.5	0.1	-0.8	7.4
	10	0.1	-0.3	0.1	-0.1	-0.7	-0.3	-1.2	11.3
	11	0.6	0.3	0.5	0.3	-0.6	0.1	-1.2	15.6
	12	0.8	0.1	0.5	0.1	-0.7	0.0	-1.3	16.4
2022年	1	0.5	0.2	0.2	0.2	-1.1	0.1	-1.9	17.9
	2	0.9	0.5	0.6	0.3	-1.0	0.2	-1.8	20.5
	3	1.2	0.4	0.8	0.3	-0.7	0.2	-1.6	20.8
	4	2.5	0.3	2.1	0.2	0.8	0.2	0.1	19.1
	5	2.5	0.2	2.1	0.2	0.8	0.2	0.2	17.1
	6	2.4	0.2	2.2	0.2	1.0	0.2	0.2	16.5
	7	2.6	0.4	2.4	0.4	1.2	0.4	0.4	16.2
	8	3.0	0.3	2.8	0.4	1.6	0.3	0.7	16.9
	9	3.0	0.4	3.0	0.4	1.8	0.3	0.9	16.9
	10	3.7	0.4	3.6	0.4	2.5	0.3	1.5	15.2
	11	3.8	0.4	3.7	0.4	2.8	0.3	1.5	13.3
	12	4.0	0.3	4.0	0.4	3.0	0.2	1.6	15.2
2023年	1	4.3	0.4	4.2	0.3	3.2	0.4	1.9	14.6
	2	3.3	-0.6	3.1	-0.7	3.5	0.4	2.1	-0.7
	3	3.2	0.3	3.1	0.3	3.8	0.5	2.3	-3.8
	4	3.5	0.6	3.4	0.5	4.1	0.5	2.5	-4.4
	5	3.2	0.0	3.2	0.0	4.3	0.3	2.6	-8.2

出所: 総務省より筆者作成。前月比は季節調整値から計算された値。

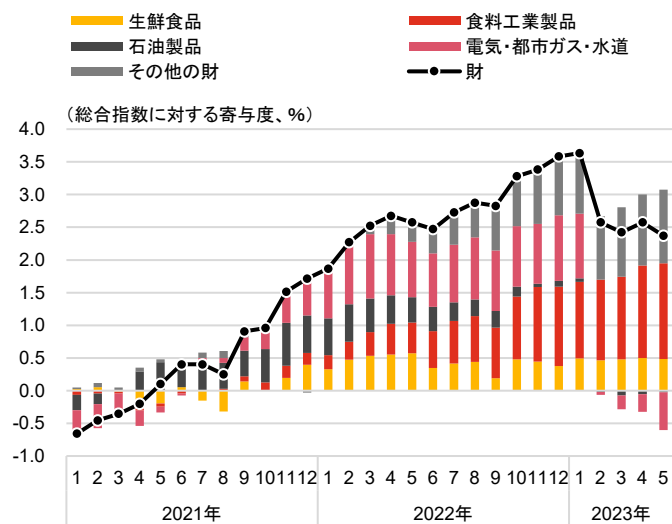
ヒストグラムの形状は10%以上の価格上昇を示す割合が最大となり、2つのコブを持った形に

財・サービス別に総合指数に対する寄与度の推移(図表2・図表3)をみると、財の寄与度は再び縮小して+2.4%ポイントとなった。エネルギー価格の低下を反映する形で電気・都市ガス・水道の寄与度はマイナス幅を強めた一方で、食料工業製品の寄与度が4月の1.4%ポイントから5月に1.5%ポイントと引き続き拡大していることが影響している。サービスの寄与度は+0.8%ポイントと4月と同じであった。これまでの上昇を牽引してきた外食に加え、家事関連やその他のサービスの寄与拡大が影響している。

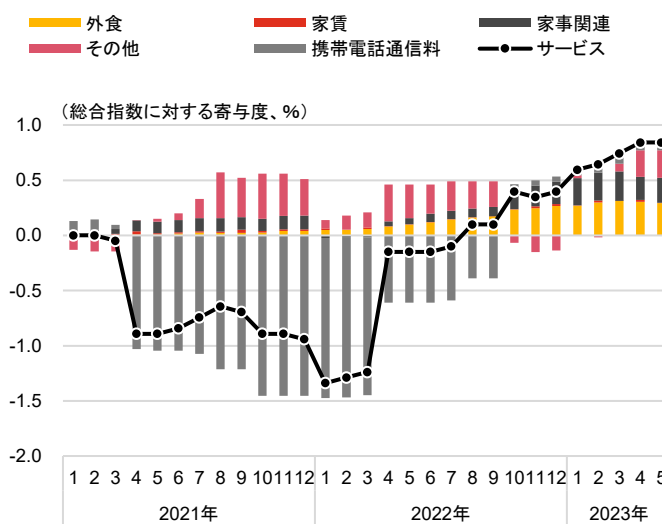
図表4・図表5は消費者物価指数を構成する全品目の中で、食料(酒類除く)とエネルギーを除いた品目を抽出し、それらの品目の前年比変化のヒストグラム(度数分布図)を描いて比較している。2022年12月と2023年5月の品目別変動分布を比較すると(図表4)、5月の品目別変動分布は9%以上の価格上昇率を示す品目の割合が増加して、全体的に10%以上の価格上昇率を占める品目の厚みが増している。図表5は、生鮮・エネ除く総合(日銀型コア)が前年比+2.1%、食料・エネ除く総合(欧米型コア)が同+2.3%であった1992年12月と2023年5月の品目別変動分布を比較している。図表からもわかるとおり、1992年時点と比較して、4月の結果は6%以上の価格上昇率を示す財・サービスの割合が高いことが特徴である。

5月の価格変動分布をみると、10%以上の価格上昇を示す品目数がさらに増え、従来は0%以上1%未満の価格上昇を示す品目割合が最も高かったヒストグラムの形状が、10%以上の価格上昇を示す品目割合が最も高く、かつ2つのコブを持った形状となっている。ヒストグラムの形状が釣鐘型に戻っていくタイミングがいつになるのかはまだ見えていない。2%の物価を安定的に維持するという観点からはサービス価格の伸びが持続することが重要となるだろう。

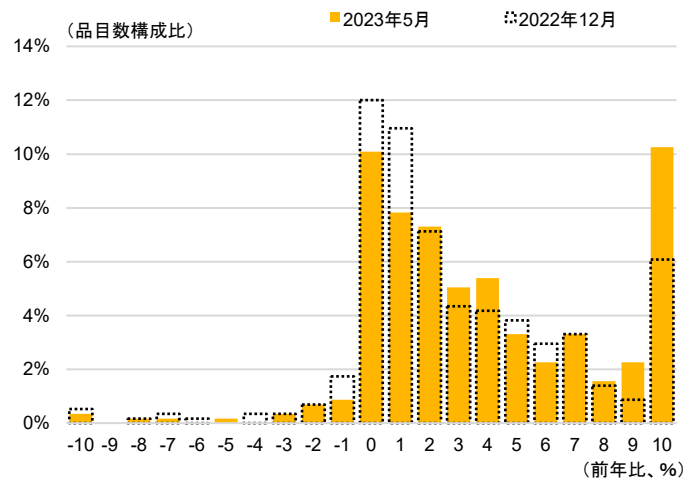
図表2: 消費者物価指数(財)の寄与度推移



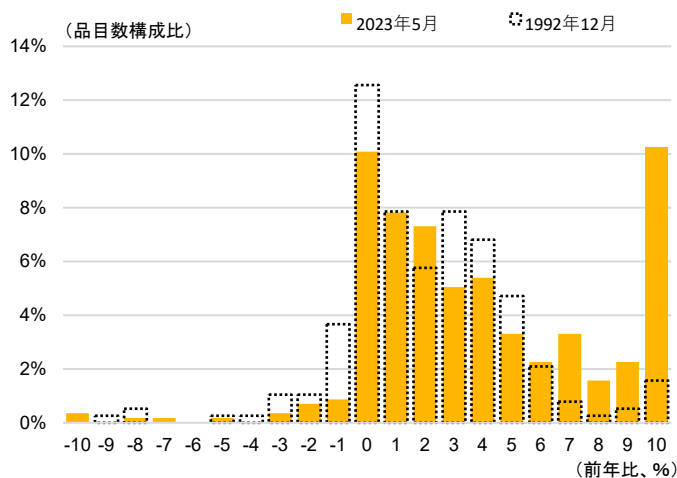
図表3: 消費者物価指数(サービス)の寄与度推移



図表4: 食料・エネ除く総合指数の品目別変動分布比較①



図表5: 食料・エネ除く総合指数の品目別変動分布比較②



出所: 総務省より筆者作成。