

Daily Macro Economic Insights

消費者物価指数(全国、2023年11月)

— 食料・エネルギー価格の低下により伸びは減速 —

PwC Intelligence Japan チーフエコノミスト、執行役員 片岡 剛士
シニアエコノミスト 伊藤 篤



食料・エネルギー除く総合(欧米型コア)を除き、消費者物価指数の前年比は減速

総務省から公表された消費者物価指数(全国、2023年11月)は総合で前年比+2.8%、生鮮除く総合で同+2.5%、生鮮・エネルギー除く総合で同+3.8%、食料(酒類除く)及びエネルギー除く総合で同+2.7%と、食料およびエネルギー価格の下落により減速した。品目別にみると、宿泊料、調理カレーなどの調理食品、菓子類、生鮮野菜、フライドチキンなどの外食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。エネルギーは前年比-10.1%と下落幅は再び拡大している。エネルギー構成目目の動きをみると、電気代は前年比-18.1%、都市ガス代は同-16.8%と下落度合いが拡大した。灯油、ガソリンはそれぞれ同+1.9%、同+3.9%と先月に続き伸びを縮小させている。食料やエネルギー価格の影響を除いた欧米型コア指数で前年比2.7%と引き続き2%台後半を維持している。

11月の物価は10月と比較して伸びが弱まったが、食料およびエネルギー価格の下落が進んだことによるものであり、基調として大きな変化はない。引き続き欧米型コアで2%台後半の物価上昇率が続くが見込まれる。

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
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
	6	3.3	0.2	3.3	0.4	4.2	0.2	2.6	-6.6
	7	3.3	0.4	3.1	0.3	4.3	0.4	2.7	-8.7
	8	3.2	0.2	3.1	0.3	4.3	0.3	2.7	-9.8
	9	3.0	0.3	2.8	0.1	4.2	0.2	2.6	-11.7
	10	3.3	0.7	2.9	0.5	4.0	0.1	2.7	-8.7
	11	2.8	-0.1	2.5	0.1	3.8	0.1	2.7	-10.1

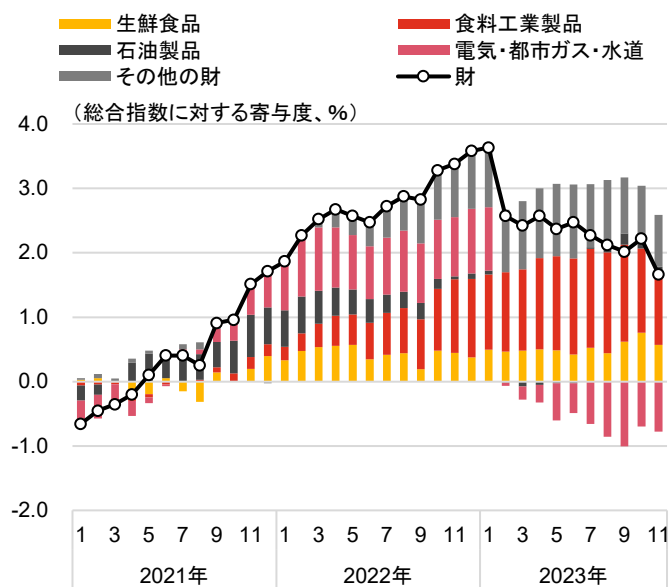
出所: 総務省より筆者作成。前月比は季節調整値から計算された値。

物価上昇の中心は徐々にサービス価格へ移りつつ、ヒストグラムは釣鐘型に戻る傾向は継続

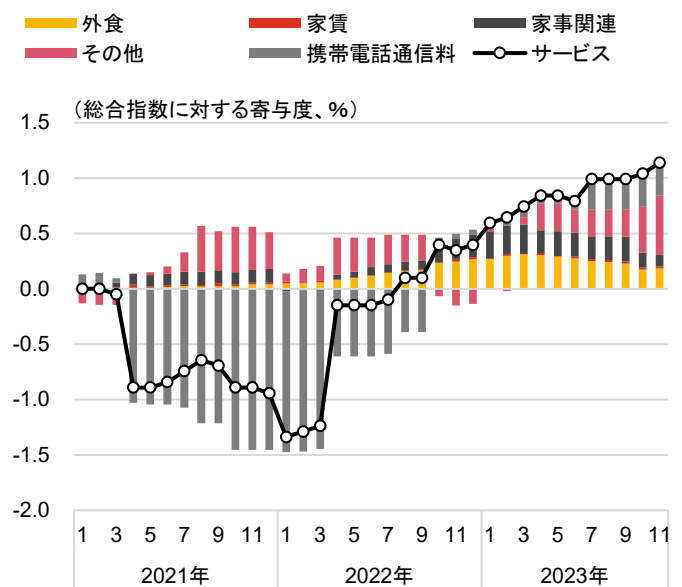
財・サービス別に総合指数に対する寄与度の推移(図表2・図表3)をみると、財の寄与度は低下して+1.7%ポイントとなった。生鮮食品の伸びが低下したこと、食料工業製品、電気・都市ガス・水道、その他の財で幅広く伸びが弱まったことが影響している。サービスの寄与度は+1.14%ポイントと引き続き前月から伸びを拡大した。外食の寄与度が再び拡大し、宿泊料等のその他サービスの寄与度が大きく伸びた。物価の持続的上昇にはサービス価格の上昇が不可欠だが、現状ではそうした動きが広がりつつあるようだ。

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11月の品目別変動分布を比較すると(図表4)、11月の品目別変動分布は10%以上の価格上昇率を示す品目割合の比重は高いものの、9月・10月時点と比べて着実に分布の山が左にずれてきている。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11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、10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だが、分布が全体的に左に寄っていくことで2%以上4%未満の価格上昇率を示す品目割合の厚みが増す動きもある。11月の価格変動分布をみると、6月までの10%以上の価格上昇率を示す品目の割合が増加する状況から、10月に続き、じわじわと10%以上の価格上昇率を示す品目の割合が低下して、2つのこぶが徐々に釣鐘型に戻っていく兆候が続いている。今後も分布の形状が釣鐘型に戻っていく動きは続くだろう。

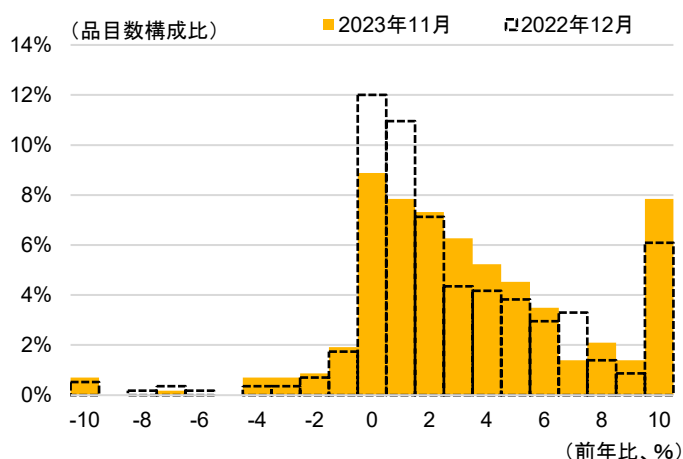
図表2: 消費者物価指数(財)の寄与度推移



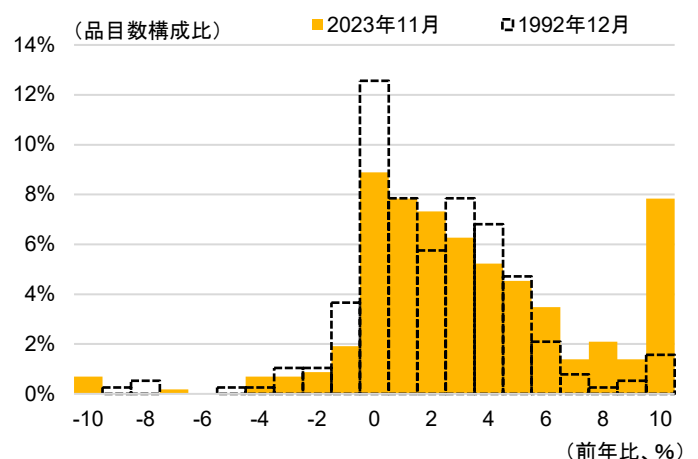
図表3: 消費者物価指数(サービス)の寄与度推移



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。