

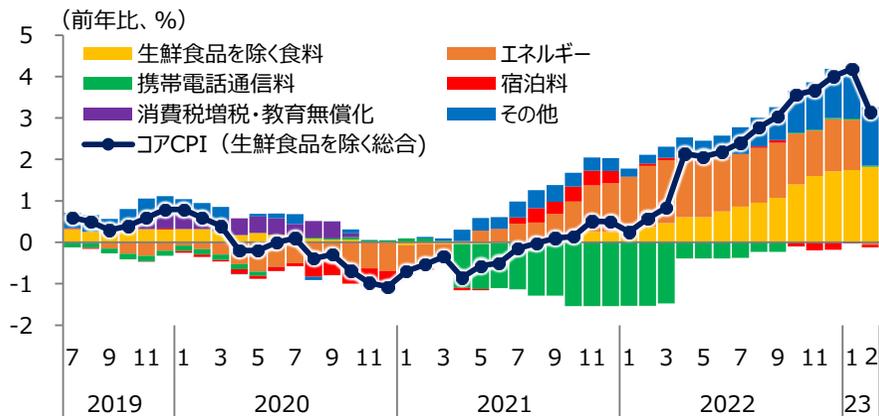
日本

消費者物価指数（2023年2月）

コアCPIは政策要因により鈍化も、高めの伸びが続く見通し

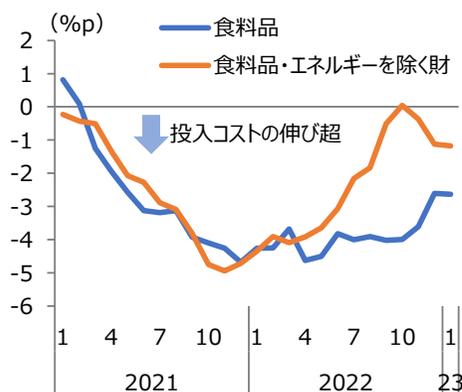
政策・経済センター  
菊池紘平  
03-6858-2717

## 1 コアCPI（消費者物価指数、生鮮食品を除く総合）



出所：総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

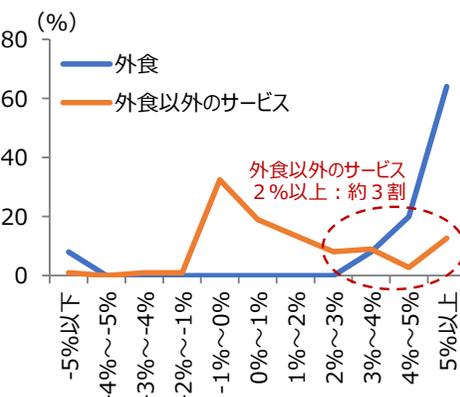
## 2 産出価格と投入コストの伸びの差



注：最終需要・中間需要物価指数のうち、最終需要指数（産出価格）と中間需要指数・ステージ4（最終需要段階での投入コスト）の前年比伸び率の差を示した。直近は23年1月。

出所：日本銀行「最終需要・中間需要物価指数」より三菱総合研究所作成

## 3 サービス価格の品目別上昇率の分布



注：23年2月。

出所：総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

## 評価ポイント

## 今回の結果

- 2月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合、以下「コアCPI」）は、前年比+3.1%と、前月の同+4.2%から鈍化。政府による電気・ガス代の負担軽減策が開始されたことで、エネルギーの寄与がマイナスに転じた（図表1）。
- 但し、コアCPIの最大の押し上げ要因である「生鮮食品を除く食料（図表1 ■）」は、2月前年比寄与度+1.8%p（1月：同+1.7%p）と、高い伸びが続いている。既往の原材料高の価格転嫁が一段と広がっている模様だ。
- さらに、「その他（図表1 ■）」についても、同+1.4%pと、前月（同+1.2%p）から伸びが加速。価格が上昇する品目が広がっており、家具・家事用品や身の回り用品（かばん類など）でも値上げの動きがみられている。

## 基調判断と今後の流れ

- 消費者物価は、政策要因（電気・ガス代負担軽減策）により鈍化しているものの、既往の円安・原材料高による高い伸びが続いている。
- 先行きのコアCPIは、高めの伸びが持続し、23年度平均でも+2%を上回る見通しだ。この要因として、①財を中心とした価格転嫁のさらなる拡大、②高めの賃上げを受けたサービス価格への上昇圧力の高まり、が挙げられる。
- ①について、最終需要段階での産出価格と投入コストの伸びの差（図表2）をみると、食料品では、既に価格上昇が顕著であるにもかかわらず、マイナス（投入コストの伸び超）幅が大きい。食料品・エネルギー除く財については、22年秋にかけて差が無くなったものの、再びマイナス圏で推移している状況だ。先行き、原材料価格の高騰が一服するなかでも、食料品を中心にマイナス幅が残り、利益確保に向けた一段の価格転嫁が必要になるとみられる。
- ②について、サービス価格の品目別に価格上昇率の分布（図表3）をみると、食材の価格転嫁が進む外食を除いても、前年比+2%以上の品目が全体の約3割程度にまで拡大。23年春闘で3%台後半の賃上げが実現する算算が高まるなか、サービスについても値上げの動きが一段と拡大する可能性がある。