

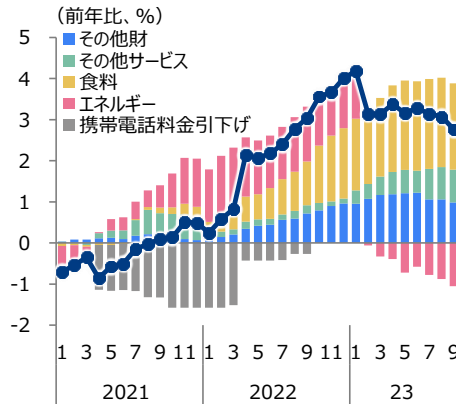
日本

消費者物価指数（2023年9月）

13カ月ぶりの前年比2%台へ低下も、サービス価格は上昇が続く

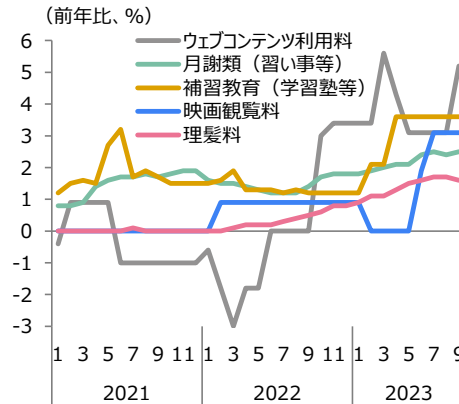
政策・経済センター
菊池紘平
03-6858-2717

1 コアCPI



出所：総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

2 主なサービス品目の価格



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

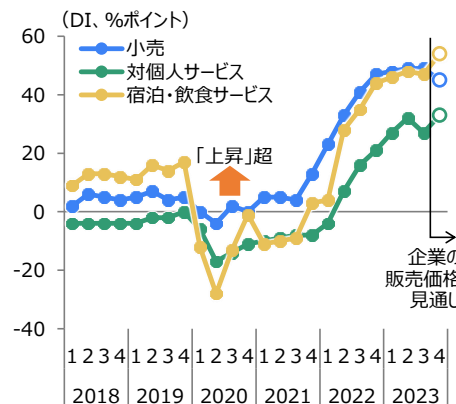
今回の結果

- 23年9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+2.8%と、前月の同+3.1%から伸びが鈍化した（図表1）。
- 内訳をみると、電気代・都市ガス代の下落によりエネルギー（図表1 ■）のマイナス幅が拡大したほか、食料（同 ■）の上昇ペースが一服。他方、「その他サービス（同 ■）」については、プラス寄与が小幅に拡大した。
- 個別のサービス価格をみると、幅広い品目で値上げの進展がうかがえる。直近ではウェブコンテンツ利用料、補習教育、映画観覧料の上昇が顕著である。

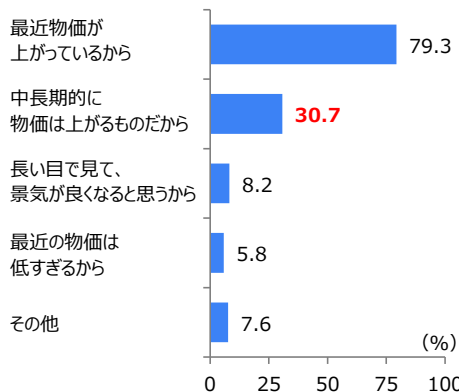
基調判断と今後の流れ

- 消費者物価は、13カ月ぶりに前年比+3%を下回ったものの、広範な財・サービスの価格上昇が続くなかで、高めの伸びが続いている。
- 先行きのコアCPIは、原材料コストの価格転嫁が一巡し、食料品等の値上げが一服するなかで、24年末にかけて+2%程度にまで鈍化する見通しである。もっとも、①人件費の価格転嫁によるサービス価格の上昇や、②家計のインフレ予想の高まりから、コアCPIは当面高めの伸びを維持するとみる。
- ①について、企業の販売価格判断DIをみると、小売業では頭打ちの兆しがみられる一方、対個人サービスと宿泊・飲食サービスについては、今後一段の上昇が見込まれている（図表3）。
- ②について、日本銀行が家計を対象に実施したアンケート調査によれば、「5年後の物価は現在に比べて上がる」と予想する回答者が、全体の約8割を占めた。その理由としては、「最近物価が上がっているから」が最多ながら、次点で「中長期的に物価は上がるものだから」との回答も見られており、家計が物価上昇を一定程度受容している様子がうかがえる（図表4）。
- なお、先行きのコアCPIは、ガソリン補助金をはじめとする政府の物価高対策による影響を受けるため、こうした外生的な要因による振れにも注意が必要である。

3 短観販売価格判断DI

注：全規模。
出所：日本銀行「短観」より三菱総合研究所作成

4 5年後の物価が上がると思った理由

注：2023年9月調査。「5年後の物価は現在と比べてどうなると思うか」との質問に対して「かなり上がる」または「少し上がる」と答えた回答のうち、各理由を挙げた者の割合（複数回答）。
出所：日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」より三菱総合研究所作成