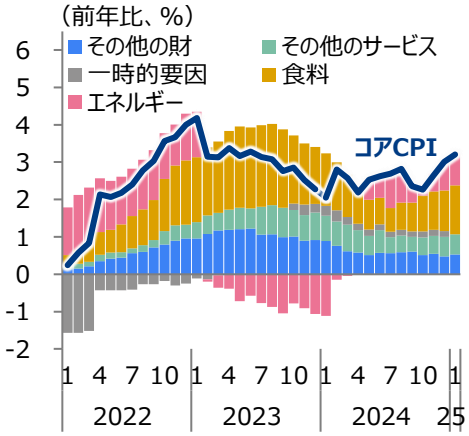
日本

消費者物価指数（2025年1月）

食料価格高騰により、総合CPIは2年ぶりに4%台の伸び

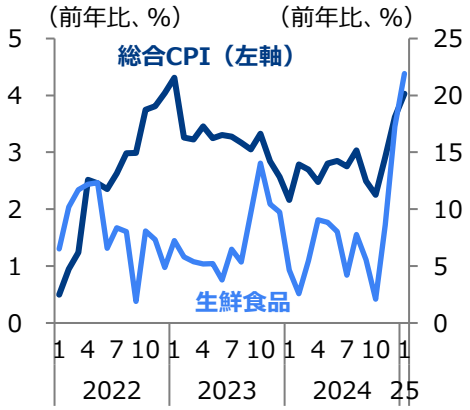
政策・経済センター
堂本健太
03-6858-2717

1 コアCPI（生鮮食品を除く総合）



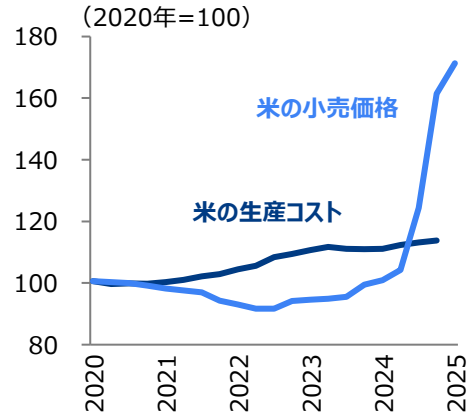
注：一時的要因は①2021年の携帯電話料金引き下げの影響、②コロナ危機以降の国内旅行支援制度の影響、③外国パック旅行費の補完期間上昇分の影響、の合計。
出所：総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

2 総合CPIと生鮮食品価格



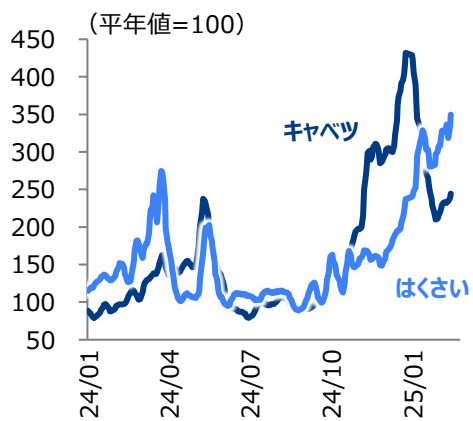
出所：総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

3 米の生産コストと小売価格



注：四半期平均。生産コストは、令和4年産米のコスト構造を前提に、投入コストを加重平均した値。小売価格は、CPIの米類。
出所：農林水産省「農業物価統計」「適正な価格形成に関する協議会米ワーキンググループ　第2回資料」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」、総務省「消費者物価指数」より三菱総合研究所作成

4 生鮮野菜の卸売価格



注：直近は2月18日、5営業日後方移動平均。平年は過去5か年の平均値。東京都中央卸売市場の取引価格。
出所：農林水産省「青果物卸売市場調査」より三菱総合研究所作成

評価ポイント

今回の結果

- 25年1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+3.2%（12月同+3.0%）と3カ月連続で伸び率が拡大した（図表1）。
- 米価格高騰などを背景に、「■食料（図表1）」（12月前年比寄与度+1.09%pt →1月同+1.31%pt）のプラス寄与が拡大したほか、ガソリン補助金の縮小を受けて「■エネルギー」(12月同+0.80%pt→1月同+0.86%pt)のプラス寄与が拡大した。
- それ以外の項目について、「■その他の財」（12月同+0.48%pt→1月同+0.53%pt）、「■その他のサービス」（12月同+0.52%pt→1月同+0.55%pt）ともにプラス寄与が拡大した。一方、複数年の外国パック旅行費の上昇分を一括計上していた影響が一巡したことで、「■一時的要因」（12月同+0.15%pt）の押し上げが剥落した。
- また、コアCPIから除外されている生鮮食品は前年比+21.9%と約20年ぶりの高い伸びとなり、総合CPIも同+4.0%と2年ぶりに4%台となった（図表2）。

基調判断と今後の流れ

- 消費者物価の伸び率は、食料価格高騰を主因に高まっている。
- 先行きのコアCPIについて、25年前半は+3%程度の伸び率を予想しているが、米価格が秋に向けて落ち着くに伴って鈍化するとみる。
- 米について、供給安定化に伴い価格が落ち着くと想定している。もっとも、米の小売価格は急騰前（24年夏以前）の水準までは下がらない可能性が高い。一定の仮定を置いて米の生産コストを試算すると、肥料や光熱動力費、人件費の高まりから、上昇傾向にある（図表3）。
- また、総合CPIについて、生鮮食品価格の下落に伴い鈍化すると想定しているが、不確実性は高い。東京都中央卸売市場において、キャベツ、はくさいの価格は2月中旬時点でも平年の2～3倍で推移している（図表4）。少なくとも、春頃までは生鮮野菜の高止まりが続くとみられる。

Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc.