

Daily Macro Economic Insights

消費者物価指数(全国、2024年2月)
—電気・ガス代負担軽減策縮小の影響で再び加速—

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

電気・ガス代負担軽減策の縮小の影響でエネルギー価格は再び加速、先行きは不透明

総務省から公表された消費者物価指数(全国、2024年2月)は総合で前年比+2.8%、生鮮除く総合で同+2.8%、生鮮・エネルギー除く総合で同+3.2%、食料(酒類除く)及びエネルギー除く総合で同+2.5%と、電気・ガス代負担軽減策の縮小の影響を受けて再び加速する結果となった。品目別にみると、宿泊料、菓子類、調理食品、外食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-1.7%と下落幅が大幅に縮小した。エネルギー構成品目の動きをみると、電気代は前年比-2.5%、都市ガス代は同-13.8%と下落度合いが縮小した。逆に灯油は同+4.3%とわずかに伸びを強め、ガソリンは同+4.5%とやや伸びが縮小している。食料やエネルギー価格の影響を除いた欧米型コア指数は前年比2.5%と引き続き2%台後半を維持しているものの、今年に入り緩やかな減速が続いている。

2月の物価は1月と比較して伸びが強まったが、これは電気・ガス代負担軽減策の縮小でほぼ説明できる。今年5月から再エネ賦課金の影響により電気料金の値上げが予定されていること、エネルギー価格の押し下げ要因であった政府によるガソリン・灯油補助金と電気・ガス代負担軽減策の先行きが不透明であることが、物価の先行きのかく乱要因である。仮にいずれも縮小となれば、エネルギー価格は昨年対比で相応に上昇し、そのことは物価上昇と家計負担の拡大につながりうるだろう。

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	0.1	0.2	0.2	-1.1	0.1	-1.9	17.9
	2	0.9	0.5	0.6	0.3	-1.0	0.1	-1.8	20.5
	3	1.2	0.4	0.8	0.3	-0.7	0.2	-1.6	20.8
	4	2.5	0.2	2.1	0.2	0.8	0.1	0.1	19.1
	5	2.5	0.3	2.1	0.3	0.8	0.2	0.2	17.1
	6	2.4	0.2	2.2	0.2	1.0	0.3	0.2	16.5
	7	2.6	0.4	2.4	0.4	1.2	0.3	0.4	16.2
	8	3.0	0.3	2.8	0.4	1.6	0.3	0.7	16.9
	9	3.0	0.3	3.0	0.4	1.8	0.4	0.9	16.9
	10	3.7	0.4	3.6	0.4	2.5	0.4	1.5	15.2
	11	3.8	0.4	3.7	0.4	2.8	0.4	1.5	13.3
	12	4.0	0.4	4.0	0.4	3.0	0.3	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	0.4	2.3	-3.8
	4	3.5	0.4	3.4	0.4	4.1	0.4	2.5	-4.4
	5	3.2	0.1	3.2	0.1	4.3	0.3	2.6	-8.2
	6	3.3	0.3	3.3	0.3	4.2	0.2	2.6	-6.6
	7	3.3	0.3	3.1	0.3	4.3	0.3	2.7	-8.7
	8	3.2	0.3	3.1	0.3	4.3	0.3	2.7	-9.8
	9	3.0	0.2	2.8	0.1	4.2	0.2	2.6	-11.7
	10	3.3	0.7	2.9	0.4	4.0	0.2	2.7	-8.7
	11	2.8	0.0	2.5	0.1	3.8	0.2	2.7	-10.1
	12	2.6	0.1	2.3	0.2	3.7	0.2	2.8	-11.6
2024年	1	2.2	0.0	2.0	0.1	3.5	0.2	2.6	-12.1
	2	2.8	0.0	2.8	0.0	3.2	0.1	2.5	-1.7

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。

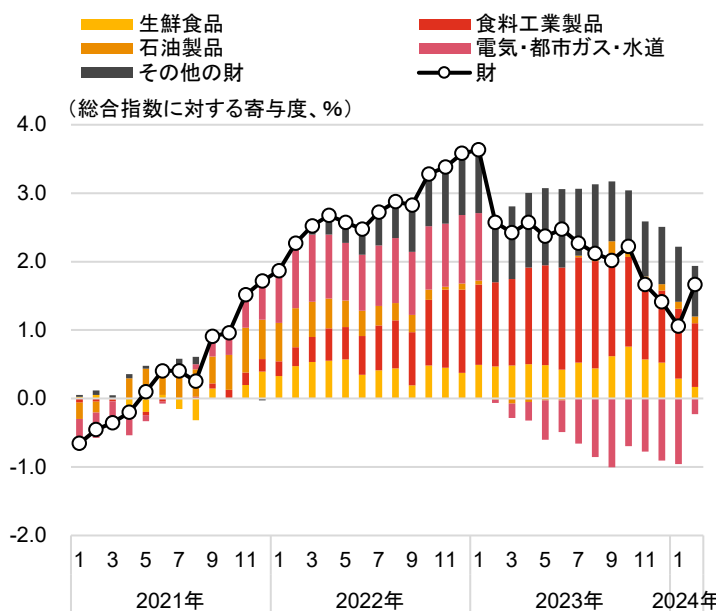
サービス価格は1%台の寄与度を維持、ただ加速はせず横ばい状況

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、財の寄与度は上昇して+1.7%ポイントとなった。電気・都市ガス・水道の減少が弱まったことが影響している。サービスの寄与度は+1.09%ポイントと1月と伸びは同じとなった。外食の寄与度の縮小が続く一方で、宿泊料等の他のサービスの寄与度は拡大した。サービスの寄与は昨年10月以降1%台が続いているが、値が増加しているわけではなく横ばいが続いている。

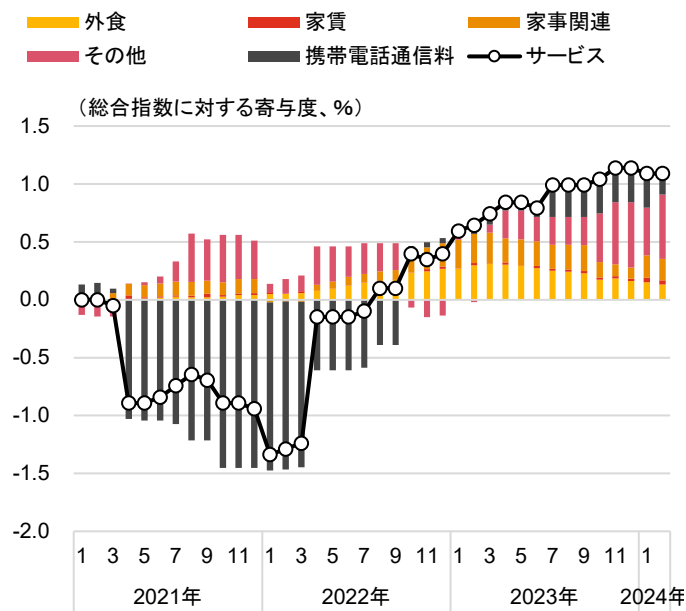
図表4・図表5は消費者物価指数を構成する全品目の中で、食料(酒類除く)とエネルギーを除いた品目を抽出し、それらの品目の前年比変化のヒストグラム(度数分布図)を描いて比較している。2022年12月と2023年11月の品目別変動分布を比較すると(図表4)、11月の品目別変動分布は10%以上の価格上昇率を示す品目割合の比重は高いものの、9月・10月時点と比べて着実に分布の山が左にずれてきている。図表5はこうした分布の変化を具体的にみるため、食料(酒類除く)とエネルギーを除いた品目について2024年2月と2022年12月を比較している。

図表からもわかるとおり、2023年11月と2024年2月のヒストグラムを比較すると、10%以上の価格上昇率を示した品目の割合が大きく低下し、全体的に6%未満の価格上昇率を示す品目割合が拡大していることが見て取れる。また1%以上2%未満の価格品目割合が大きく上昇し、全体として2%~4%の価格上昇率を示す品目の厚みが増している。食料・エネルギーを除く欧米型コア指数は依然として2%台後半の伸びを維持しているが、ヒストグラムの分布は引き続き釣鐘型の方向に着実に近づいているといえよう。

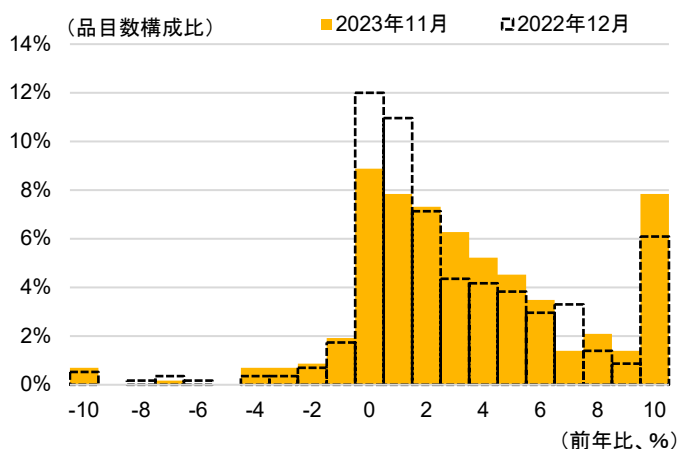
図表2: 消費者物価指数(財)の寄与度推移



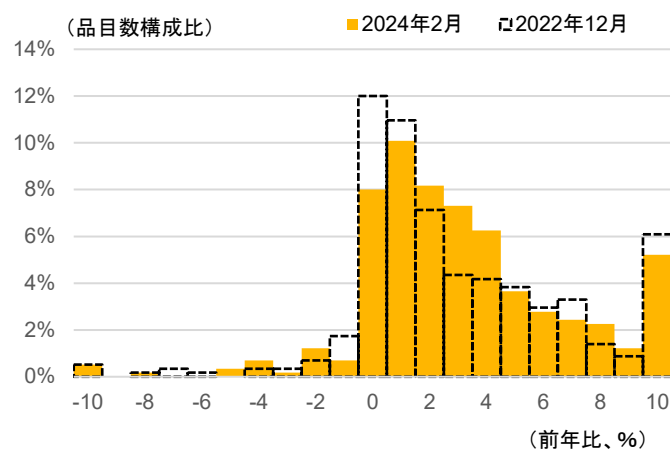
図表3: 消費者物価指数(サービス)の寄与度推移



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。