

2014年4月25日 全6頁

Indicators Update

4月東京消費者物価、3月全国消費者物価

税率引き上げ分は順調に転嫁が進む

経済分析室
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 2014年4月の東京都区部（除く生鮮食品、以下コアCPI）（中旬速報値）は前年比+2.7%と、消費税率引き上げを反映して大幅な上昇となった。ただし、3月の東京のコアCPIが同+1.0%であったこと、消費税率引き上げによる価格上昇分がそのまま転嫁された場合、約+1.7%pt コアCPIが上振れする計算となることを考慮すると、今回の数値に特段のサプライズはない。財別に見ても、消費税の転嫁状況に大きな差異は見られなかった。マクロ全体で均して見れば、消費税率引き上げ分の価格転嫁は順調に行われたと考えてよいだろう。
- 3月の全国コアCPIは前年比+1.3%と、市場コンセンサス（同+1.3%）通りの結果となり、上昇幅も前月と変わらなかった。市況要因を除いた物価動向を表すCPI（食料（除く酒類）及びエネルギーを除く総合、以下コアコアCPI）は前年比+0.7%と、上昇幅が前月から縮小した。
- 先行きについては、全国コアCPI（消費税の影響除く）は当面前年比+1%前後の推移が続くとみられる。これまでコアCPIを押し上げてきたエネルギーに関しては、円安を背景とした輸入価格上昇による押し上げが徐々に剥落していくこととなる。電気代の再値上げが押し上げ要因とはなるものの、今後の物価上昇の主因はエネルギー以外の品目となるだろう。エネルギー以外の品目に関しては、景気回復によるGDPギャップの改善に沿う形で、緩やかに上昇幅が拡大していく公算が大きい。特に、足下で賃金上昇の動きが活発化していることが、サービス価格の上昇を通じて、物価の押し上げ要因となるだろう。

図表1：消費者物価指数の概況（前年比、%）

	2013年					2014年			
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
全国コアCPI	0.8	0.7	0.9	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3	
コンセンサス								1.3	
DIR予想								1.2	
全国コアコアCPI	▲ 0.1	0.0	0.3	0.6	0.7	0.7	0.8	0.7	
東京都区部コアCPI	0.4	0.2	0.3	0.6	0.7	0.7	0.9	1.0	2.7
コアコアCPI	▲ 0.4	▲ 0.4	▲ 0.2	0.2	0.3	0.3	0.5	0.4	2.0

(注1) コンセンサスはBloomberg。

(注2) コアCPIは生鮮食品を除く総合。コアコアCPIは食料（除く酒類）及びエネルギーを除く総合。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

4月東京コアCPIは前年比+2.7%。消費税率引き上げの価格転嫁は順調

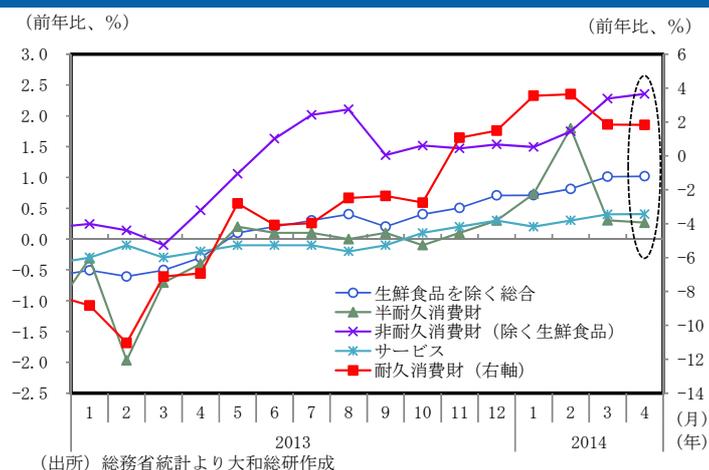
2014年4月の東京都区部（除く生鮮食品、以下コアCPI）（中旬速報値）は前年比+2.7%と、消費税率引き上げを反映して大幅な上昇となった。ただし、3月の東京のコアCPIが同+1.0%であったこと、消費税率引き上げによる価格上昇分がそのまま転嫁された場合、約+1.7%ptコアCPIが上振れする計算となることを考慮すると、今回の数値に特段のサプライズはない。

4月東京CPIを財別に見ても、消費税の転嫁状況に大きな差異は見られなかった。消費税率引き上げの影響を除くベースの数値を試算すると¹、耐久消費財（3月：前年比+1.8%→4月：同+1.8%）、半耐久消費財（3月：同+0.3%→4月：同+0.3%）、非耐久消費財（除く生鮮食品）（3月：同+2.3%→4月：同+2.4%）、サービス（3月：同+0.4%→4月：同+0.4%）など、前月から概ね横ばいでの推移となっている（図表2）。品目別に見ると、増税幅以上に価格が上昇した品目や、増税が行われたにもかかわらず価格が据え置かれた品目もあるが、マクロ全体で均して見れば、消費税率引き上げ分の価格転嫁は順調に行われたと考えてよいだろう。

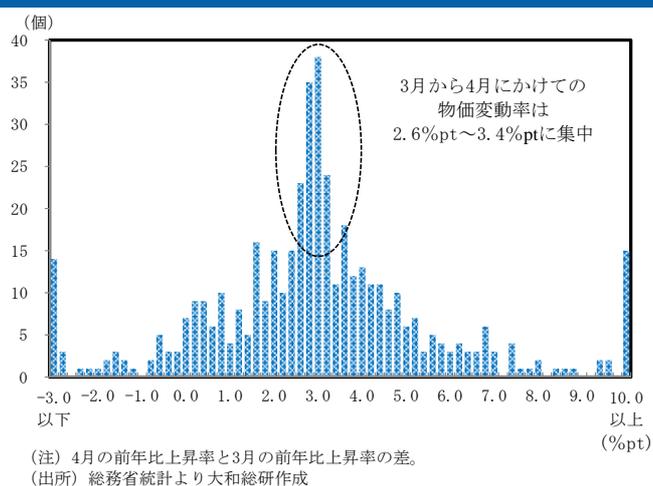
ばらつきはあるものの、多くの製品で税率引き上げ幅と同等の価格改定が行われる

品目別に4月東京CPIの動きを見ると²、品目によってばらつきはあるものの、おおむね増税幅程度の価格改定が行われていることがわかる（図表3）。また、税率引き上げ幅を中心に対称となるような形で価格変化幅が分布している。いわゆる「便乗値上げ」や、増税分を飲み込んで実質値下げを行うという動きは、同程度の割合で行われたということである。この結果、全体を均してみれば、増税幅と等しい程度の物価上昇率の上振れが達成されたと言える。

図表2：消費税の影響を除く東京CPIの推移
（大和総研による試算値）



図表3：3月から4月にかけての
東京CPIの前年比上昇率変化幅の分布³



¹ 課税品目の4月の指数に1.05/1.08を乗じて、数値を再集計したもの。

² 2014年3月から4月にかけて行われた価格改定動向を見る上で前月比の動きを見てしまうと、価格に季節性が存在する品目の価格改定動向を見誤る可能性がある。そのため、ここでは3月時点の前年比変化率と4月時点の前年比変化率を比較することで、4月のタイミングで行われた価格改定の動向を確認している。

³ ここでは、生鮮食品、非課税品目、および4月に価格が調査されない品目を除いている。統計上は、4月に価格非調査の品目は、直近調査期間の平均値が指数として保合されるため、この数値には消費税増税の影響は反映されない。

3月時点での価格動向が、4月の価格改定幅に影響を与えた可能性

次に、品目別に価格上昇幅、価格低下幅の大きかったものを比較すると、4月に価格上昇幅の大きかった品目では、3月時点でCPIが前年比低下していたものが目立つ（**図表4**）。円安に伴うコスト高を背景に、物価には強い上昇圧力がかかる状態が続いている。こうした環境下で、価格改定が困難だった品目は、消費税増税を契機に大きく価格改定が行われた可能性がある。また、駆け込み需要による販売増を促進するべく、3月に価格の引き下げが行われた品目では、4月に入り値上げが行われたことも影響しているだろう。

一方、4月に価格低下幅が大きかった品目は、3月時点ですでに価格上昇幅が大きかったものが多い（**図表5**）。3月までにあらかじめ値上げを行い、4月には価格改定を行わない、あるいは値下げを行うというような価格戦略が採られた品目があるとみられる。また、駆け込み需要の反動減を相殺するべく、値下げを行って販売を促進するという価格戦略が採られた品目も、一部含まれていると考えられる。

企業の価格戦略により、品目ごとに4月の価格改定状況は様々である。4月の価格改定幅が小さいからと言って、税率引き上げ分が転嫁できていないと考えるべきではない。昨年末以降から足下までの価格改定状況を踏まえれば、多くの品目で税率引き上げによる負担増は価格に転嫁できているとみてよいだろう。

図表4：4月に価格上昇幅が大きかった品目⁴

品目名	財の種類	CPI上昇率 (前年比、%)		前年比上昇率 変化幅 (%pt)
		3月	4月	
高速自動車国道料金	サービス	0.0	41.1	41.1
ペットフード（ドッグフード）	非耐久財	0.7	22.3	21.6
コンパクトディスク	半耐久財	-5.2	15.8	21.0
電気炊飯器	耐久財	8.1	25.3	17.2
婦人スーツ（春夏物、普通品）	半耐久財	-7.7	8.6	16.3
調理パスタ	非耐久財	-13.5	-0.2	13.3
防虫剤	非耐久財	-6.1	6.0	12.1
ワイン（輸入品）	非耐久財	2.4	13.9	11.5
子供Tシャツ（半袖）	半耐久財	-3.2	8.2	11.4
電気洗濯機（洗濯乾燥機）	耐久財	-0.6	10.6	11.2
テレビ	耐久財	-0.5	10.1	10.6
トレーニングパンツ	半耐久財	-3.1	7.3	10.4
婦人ショーツ	半耐久財	-3.8	6.5	10.3
電子辞書	耐久財	-1.1	9.1	10.2
電気冷蔵庫	耐久財	-0.1	9.9	10.0

（出所）総務省統計より大和総研作成

図表5：4月に価格低下幅が大きかった品目

品目名	財の種類	CPI上昇率 (前年比、%)		前年比上昇率 変化幅 (%pt)
		3月	4月	
電気かみそり	耐久財	1.2	-1.6	-2.8
ジャム	非耐久財	10.9	7.7	-3.2
エステティック料金	サービス	0.0	-3.3	-3.3
マーガリン	非耐久財	23.6	19.4	-4.2
スポーツシャツ（半袖）	半耐久財	6.0	1.8	-4.2
外国バック旅行	サービス	13.2	8.1	-5.1
固定電話機	耐久財	13.5	7.9	-5.6
音楽ダウンロード料	サービス	-1.3	-7.8	-6.5
解熱鎮痛剤	非耐久財	0.4	-6.6	-7.0
風味調味料	非耐久財	13.0	5.6	-7.4
ハンバーガー	サービス	18.3	10.9	-7.4
ビデオカメラ	耐久財	-29.1	-36.6	-7.5
電子レンジ	耐久財	12.8	1.0	-11.8
ビデオソフトレンタル料	サービス	33.7	16.2	-17.5
ルームエアコン	耐久財	27.7	8.4	-19.3

（出所）総務省統計より大和総研作成

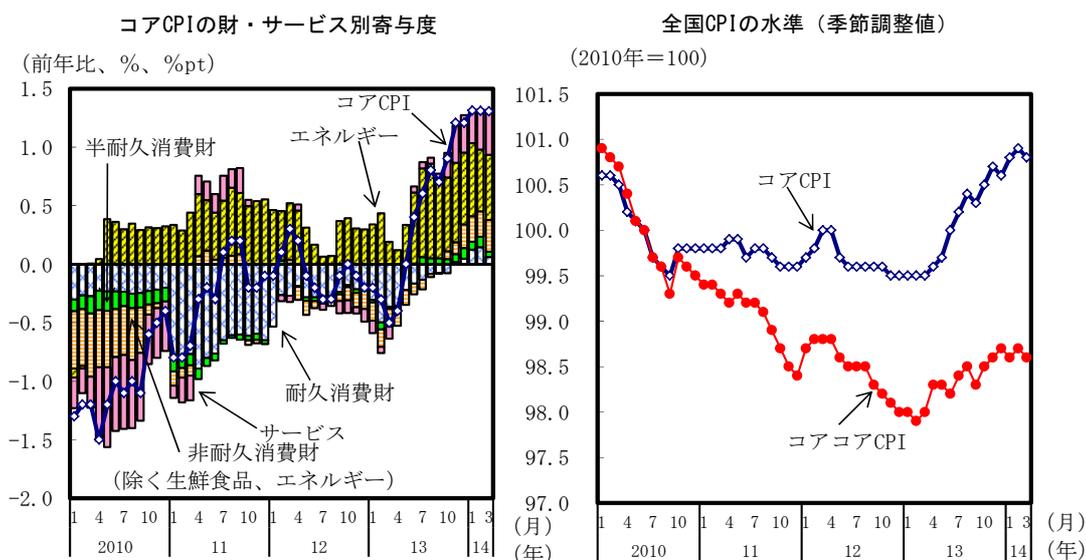
⁴ 図表4、図表5に関しては、図表3と同様に生鮮食品、非課税品目、4月に価格が調査されない品目を除いている。

3月全国コアは前年比+1.3%、4月の全国コアCPIは前年比+3.0%となる見込み

3月の全国コアCPIは前年比+1.3%と、市場コンセンサス（同+1.3%）通りの結果となり、上昇幅も前月と変わらなかった。市況要因を除いた物価動向を表すCPI（食料（除く酒類）及びエネルギーを除く総合、以下コアコアCPI）は前年比+0.7%と、上昇幅が前月から縮小した。

3月の全国コアCPIを財・サービス別に見ると、耐久消費財（コアCPIに対する寄与度、2月：同+0.15%pt→3月：同+0.06%pt）、半耐久消費財（コアCPIに対する寄与度、2月：同+0.09%pt→3月：同+0.05%pt）で価格上昇ペースに減速が見られている。消費税率引き上げを前に、一部品目で値下げが行われた可能性もあるだろう。一方で、非耐久消費財（除く生鮮食品）では食品を中心に価格上昇が続いている（コアCPIに対する寄与度、2月：同+0.74%pt→3月：同+0.83%pt）。サービスは、外国パック旅行の値上げが全体を押し上げた模様だ（コアCPIに対する寄与度、2月：同+0.32%pt→3月：同+0.37%pt）。なお、東京コアCPIを踏まえると、2014年4月の全国コアCPIは前年比+3.0%となる見込み。

図表6：全国コアCPIの内訳、水準の推移

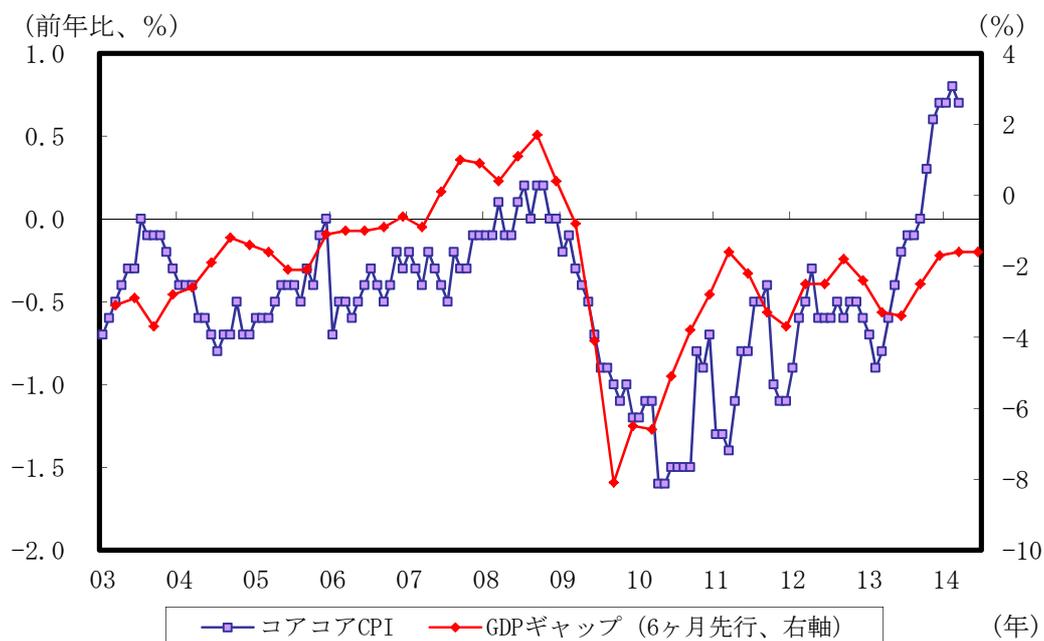


(注) コアCPIは生鮮食品を除く総合、コアコアCPIは食料（除く酒類）及びエネルギーを除く総合。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

コアCPIは当面前年比+1%台前半の推移が続く。今後はサービス価格の動向が焦点

先行きについては、コアCPI（消費税の影響除く）は当面前年比+1%前後の推移が続くとみられる。これまでコアCPIを押し上げてきたエネルギーに関しては、円安を背景とした輸入価格上昇による押し上げが徐々に剥落していくこととなる。電気代の再値上げが押し上げ要因となるものの、今後の物価上昇の主因はエネルギー以外の品目となるだろう。エネルギー以外の品目に関しては、景気回復によるGDPギャップの改善に沿う形で、緩やかに上昇幅が拡大していく公算が大きい。特に、足下で賃金上昇の動きが活発化していることが、サービス価格の上昇を通じて、物価の押し上げ要因となるだろう。

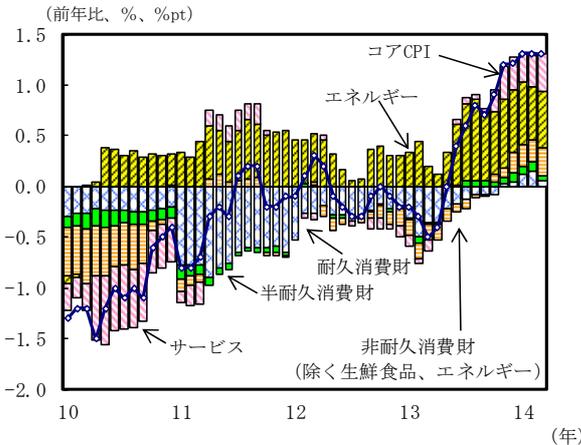
図表 7 : GDP ギャップとコアコア CPI



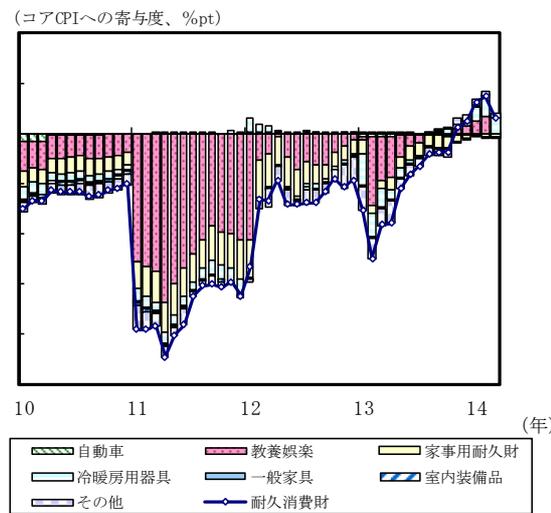
(出所) 総務省、内閣府統計より大和総研作成

財・サービス別にみたコアCPIの動き

全国コアCPIの財・サービス別寄与度分解

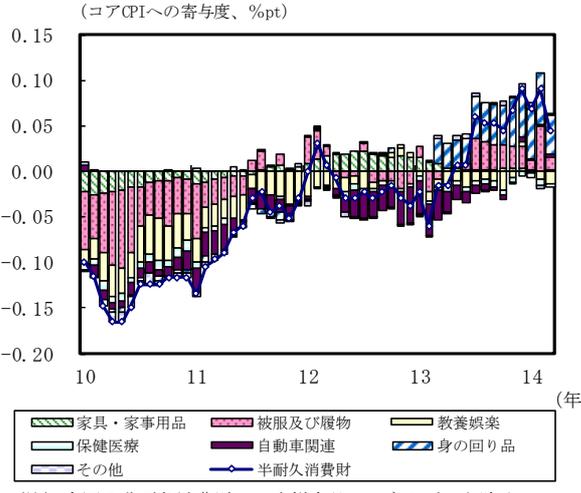


耐久消費財

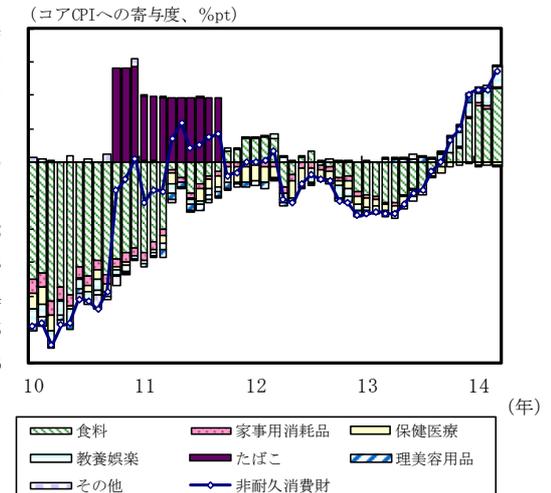


(出所) 総務省統計より大和総研作成

半耐久消費財

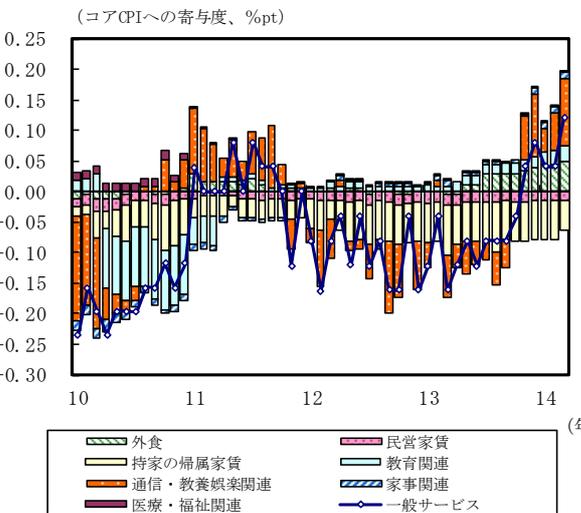


非耐久消費財

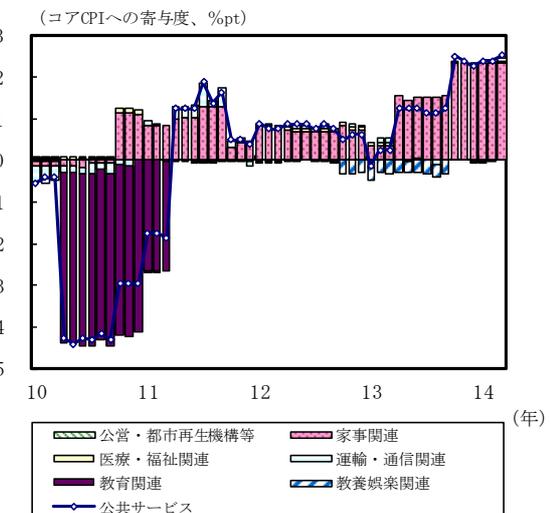


(注) 右図の非耐久消費財は、生鮮食品、エネルギーを除く。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

一般サービス



公共サービス



(出所) 総務省統計より大和総研作成