



チーフストラテジスト 瀧山裕二の Weekly Letter

第55回「2025年1月 消費者物価指数」

2月21日に総務省より2025年1月の消費者物価指数が発表されました。

今週は直近の消費者物価上昇率についてお伝えします。

～2025年1月 消費者物価指数～

消費者物価指数とは、消費者が購入するモノやサービス等の物価の動きを把握するための統計指標で、毎月総務省から発表されています。すべての商品を総合した「総合指数」や価格変動の大きい生鮮食品を除いたモノの値段を集計した「生鮮食品を除く総合指数」が発表されます。

英語でConsumer Price Indexとあらわされるため、その頭文字をとって「CPI」と略されることもあります。

では、今回発表された内容を確認してみましょう。

裏面（2ページ目）のグラフ1をご覧ください。このグラフは消費者物価上昇率を2010年1月より示したグラフです。緑色の折れ線グラフは、消費者物価上昇率（総合）【全ての商品の物価上昇率を示す】を、赤色の点線の折れ線グラフは、変動の大きい生鮮食品を除く消費者物価上昇率（総合）を示しています。オレンジ色の縦線は2021年9月に引いています。

1月の消費者物価上昇率は、緑色の総合指数が+4.0%となり、前月（2024年12月）から0.4%ポイント（Pt）上昇幅が拡大しました。一方、赤色の点線、生鮮食品を除く総合指数は+3.2%でした。前月から0.2%Pt上昇となりました。総合指数、生鮮食品を除く総合指数の物価上昇率はともに3か月連続の上昇となっています。

特に今月は緑と赤の折れ線グラフに大きな差ができています。この差は「生鮮食品の物価変動」によって生じたものです。そこで、生鮮食品の物価変動に寄与した主な品目を見てみると、生鮮野菜が36.0%の上昇となりました。皆さんもよくご存じだと思いますが、生育不良で供給量が減ったため、前年比で約3倍となったキャベツや同じく約2倍となった白菜などの値上がりが生鮮野菜全体の物価を押し上げました。また、昨年の猛暑で生産量が減少したミカンも37.0%上昇し、生鮮果物の物価を+22.7%押し上げています。これらの品目で生鮮食品の物価は大きく上昇しました。

次に生鮮食品以外で物価指数（総合）を上昇に寄与したのを見ていきます。まず、昨年夏ごろからのコメ不足で価格が高騰した穀類は18.4%上昇、特にコシヒカリを除く「うるち米」は71.8%の上昇となりました。また原料のカカオが高騰したチョコレートが30.8%、人件費や材料費の上昇で外食が3.1%上昇など食料品目の価格上昇が目立ちました。そのほかでは、価格を抑えるための政府補助が縮小したガソリン価格が3.9%上昇、電気代やガス代もそれぞれ18.0%、6.8%の上昇となりました。

～物価上昇要因の変化～

もう一度グラフ1をご覧ください。このグラフで生鮮食品を除く物価上昇率がプラスになった期間は、2013/6～2015/6、2017/1～2020/3、2021/9～現在までの3つの期間です。この3つの期間のうち、最初の2つの期間はデフレ経済下での物価上昇でした。この物価上昇の要因は消費税が引き上げられたこと（2014/4から5%→8%、2019/10から8%→10%）に起因していると考えます。一方、2021/9（オレンジ色の縦線）からの上昇は、コロナ禍後の経済正常化に伴う需要増加で世界的に物価上昇となったことや、ロシアのウクライナ侵攻で世界の分断が進み、世界の供給網再構築による供給の混乱による物価上昇の影響を受けたためです。消費税が引き上げられた場合には1年経過すれば物価への影響はなくなり、物価上昇は止まりましたが、現在のように世界的な要因による物価上昇は、世界全体が安定するまで続くでしょう。これに加えて気候変動などによって農産物が不作になるリスクも増加傾向となっており、今後、日本国内の物価は上昇傾向が継続すると考えます。このようなインフレ状況では、同じ金額で買えるモノが少なくなります。つまり、「おカネ」の価値は減少する一方、「モノ」の価値が増加します。そのため、一部資金で資産運用することもある必要であると思います。

グラフ1

