

参議院常任委員会調査室・特別調査室

論題	最近における物価の動向について
著者 / 所属	前田 泰伸 / 調査情報担当室
雑誌名 / ISSN	経済のプリズム / 1882-062X
編集・発行	参議院事務局 企画調整室（調査情報担当室）
通号	214 号
刊行日	2022-7-7
頁	39-46
URL	https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/keizai_prism/backnumber/r04pdf/202221402.pdf

※ 本文中の意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。

※ 本稿を転載する場合には、事前に参議院事務局企画調整室までご連絡ください（TEL 03-3581-3111（内線 75044） / 03-5521-7683（直通））。

最近における物価の動向について

調査情報担当室 前田 泰伸

《要旨》

本稿では、このところ上昇が続く物価の動向について概観する。消費者物価指数の大分類の前年同月比で見ると、上昇幅が特に大きいのは電気代やガス代などを含む「光熱・水道」であり、その次に「食料」が続いている。また、企業物価指数について、消費者物価指数とも比較しながらその推移を見ると、企業物価指数では上昇幅が特に大きくなっており、多くの企業ではコストを販売価格に転嫁することが十分にできていないことがうかがえる。

最近の物価上昇は世界的な傾向であり、世界各国の物価も2021年中から上昇傾向である。欧米各国では物価上昇率が7～8%台のところもあり、これに比べると我が国の物価上昇はまだマイルドと言える。物価上昇に対し、各国の中央銀行は金融引締め姿勢を鮮明にしつつあるが、日本銀行は緩和の姿勢を維持しており、こうしたスタンスの違いが円安、更には我が国の物価上昇につながっていることが指摘されている。

物価上昇に対して政府は補正予算などで対策を行っており、当面はこうした政策が奏功することを期待することになるが、物価上昇への対応が第26回参議院議員通常選挙における重要な争点の一つとなるとの報道もなされている。

1. はじめに¹

2022年6月24日、総務省から5月分「消費者物価指数」が発表された。それによると、総合指数は101.8（前年同月比2.5%上昇）、生鮮食品を除く総合指数（コアCPI）は101.6（前年同月比2.1%上昇）、生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数（コアコアCPI）は100.1（前年同月比0.8%上昇）と（指数はいずれも2020年=100）、物価上昇の勢いはなかなか収まりそうにない状況で

¹ 本稿は、2022年6月28日までの公開情報に基づいて作成している。

ある。本稿では、一般の消費者でもある筆者の実感も込めて、このところ上昇が続いている物価の動向について概観することとしたい。

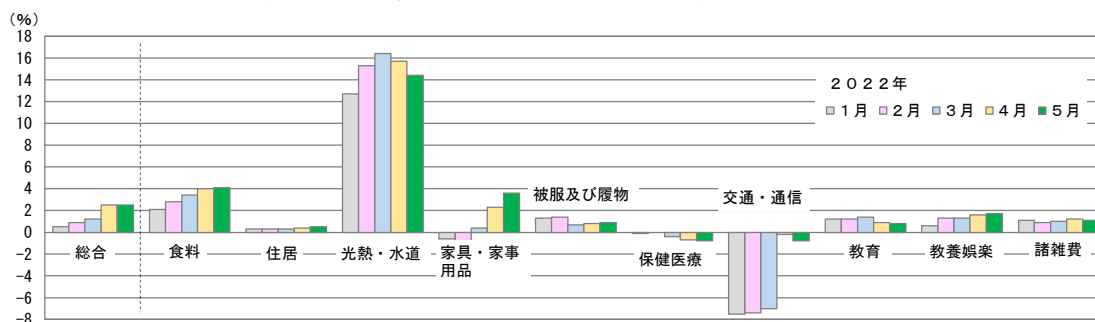
2. 最近における我が国の物価上昇

(1) 大分類別に見た消費者物価指数の動向

最近の物価の動向についてまとめると、総じて言えば、昨年（2021年）中から資源高などを背景として物価は既に上昇傾向にあり（後出図表2参照）、今年（2022年）2月末以降はロシアによるウクライナへの侵攻や為替レートの円安が物価の上昇傾向に更に拍車をかけているということが言えよう²。

ただ、一口に物価といっても、日常的に購入する品物やサービスには様々なものがある。そこで、どういった品物やサービスで物価の上昇幅が大きくなっているかを見るため、消費者物価指数の大分類について、今年1月以降におけるそれぞれの前年同月比を示したものが図表1である。

図表1 消費者物価指数の大分類の前年同月比



(注) 「総合」とは、総合指数（なお、生鮮食品やエネルギーも含む）のことである。
 (出所) 総務省「消費者物価指数」より作成

図表1を見ると、2022年1月以降、消費者物価指数の「総合」すなわち（生鮮食品やエネルギーも含めた）総合指数は、前年同月比でプラスが続いていることが分かる。これを大分類で見ると、電気代やガス代などを含む「光熱・水道」では前年同月比のプラス幅が特に大きくなっており、その次に「食料」が続いている。また、「家具・家事用品」も、4月以降には前年同月比のプラスが目立ってきている。スーパー等で日常的に買い物を行うなどの際、値札を凝視して考え込むのは、筆者だけではないであろう。

なお、「交通・通信」では1月から3月まで前年同月比がマイナスであるが、

² 最近の物価上昇の背景としての海外情勢や円安などについては、拙稿「円安、資源高、海外情勢と日本経済」（参議院事務局企画調整室『経済のプリズム』第212号12頁）参照。

これは、2021年に携帯電話通信料が大きく引き下げられたことによるものである。しかし、この効果は2022年4月になると剥落しており、同月以降の交通・通信の前年同月比はゼロに近い値での推移となっている。また、こうしたマイナス効果の剥落を受け、総合の前年同月比は4月以降には2%を超え、5月も前月と同じ2.5%となるなど、現状で物価が落ち着く気配は見えてこない。

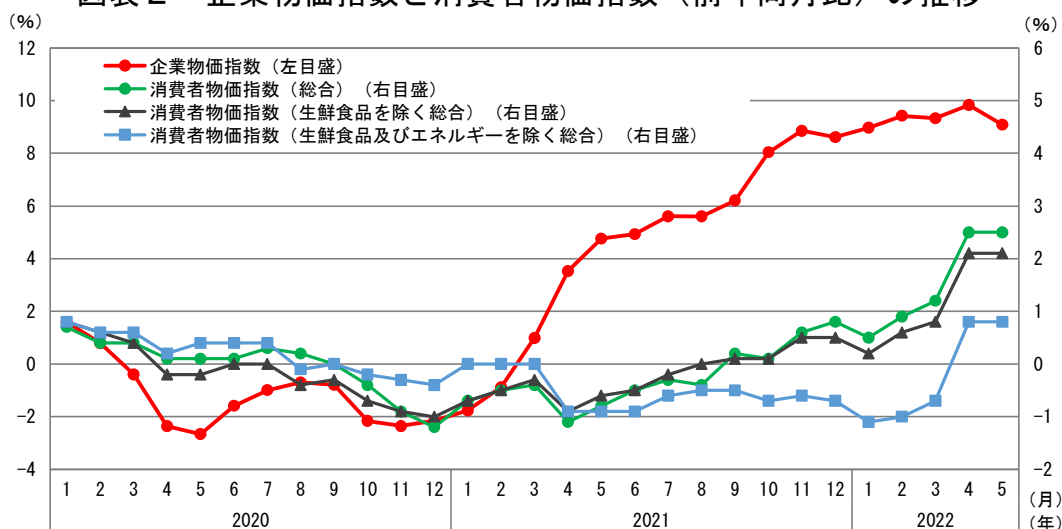
このように大分類で見ると、光熱・水道や食料などでは前年同月比のプラスが大きくなっているが、これを更に中分類、小分類などと細かく見ていくと、具体的にどのようなものの物価が上がっているのか、更に明確になるかと思われる。ただ、中分類や小分類まで見ていくと相当な分量となるため、この点については後の補論で上昇幅が大きいものについて示すこととし、次に、もう一つの物価の指標である企業物価指数について見ていくこととしたい。

(2) 企業物価指数と消費者物価指数

ここでは企業物価指数について、消費者物価指数とも比較しながら、その推移を見ていくこととする。消費者物価指数とは、世帯が購入する各種の財・サービスの価格の変動を測定する指標であるが、これに対し、企業物価指数とは、企業間で取り引きされる物品・商品の価格の変動を示す指標である。図表2は、2020年以降の企業物価指数（総平均）と消費者物価指数（総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合）について、それぞれの前年同月比の推移を示したものである。

図表2を見ると、消費者物価指数の総合と生鮮食品を除く総合は、2021年4

図表2 企業物価指数と消費者物価指数（前年同月比）の推移



(出所) 総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」より作成

月以降には上昇傾向にあり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合も、2022年に入ると、これまでのやや低下傾向あるいは横ばいから上昇傾向に転じていることが分かる。これに対し、企業物価指数は2020年末頃から既に上昇傾向となっており、2021年の春になると上昇の勢いが更に増していることが分かる。なお、消費者物価指数と企業物価指数では目盛りが違っており、企業物価指数の前年同月比の上昇幅は見た目以上に大きい（企業物価指数は消費者物価指数の2倍のスケールである）ことには留意する必要があるだろう。

このように消費者物価指数と企業物価指数がともに上昇しており、この両者のうち企業物価指数の上昇幅が特に大きいということから、多くの企業では原材料価格などコストの上昇分を販売価格に転嫁することが十分にできていないことが示唆される。特に、企業の中でも交渉力の弱い中小事業者や下請け事業者などについては、現状のままでは利益を出すことがかなり困難となっていることも考えられ、世間一般の消費者と同様（あるいはそれ以上に）、状況には厳しいものがあると思われる³。

3. 国際比較で見た物価上昇

（1）各国における物価上昇の状況

ここからは、諸外国の状況についても見ていくこととする。前述のように、最近の我が国では物価の上昇傾向が続いているが、こうした物価上昇は世界的な傾向であり、世界各国の物価も2021年中から上昇傾向である。なお、物価が上昇する要因としては、経済の活性化によって消費者の需要が大きくなることで起こるディマンドプル型、原材料や資源価格などの生産コストの上昇によって起こるコストプッシュ型の二つが知られており⁴、現在の物価上昇は、基本的には、コロナ禍において抑制されていた経済活動が再開され需要が急拡大したことによるディマンドプル型の側面と、原油などの資源価格の高騰による（ロシアによるウクライナへの侵攻が高騰に拍車をかけている）コストプッシュ型の側面という両面から説明することができる⁵。

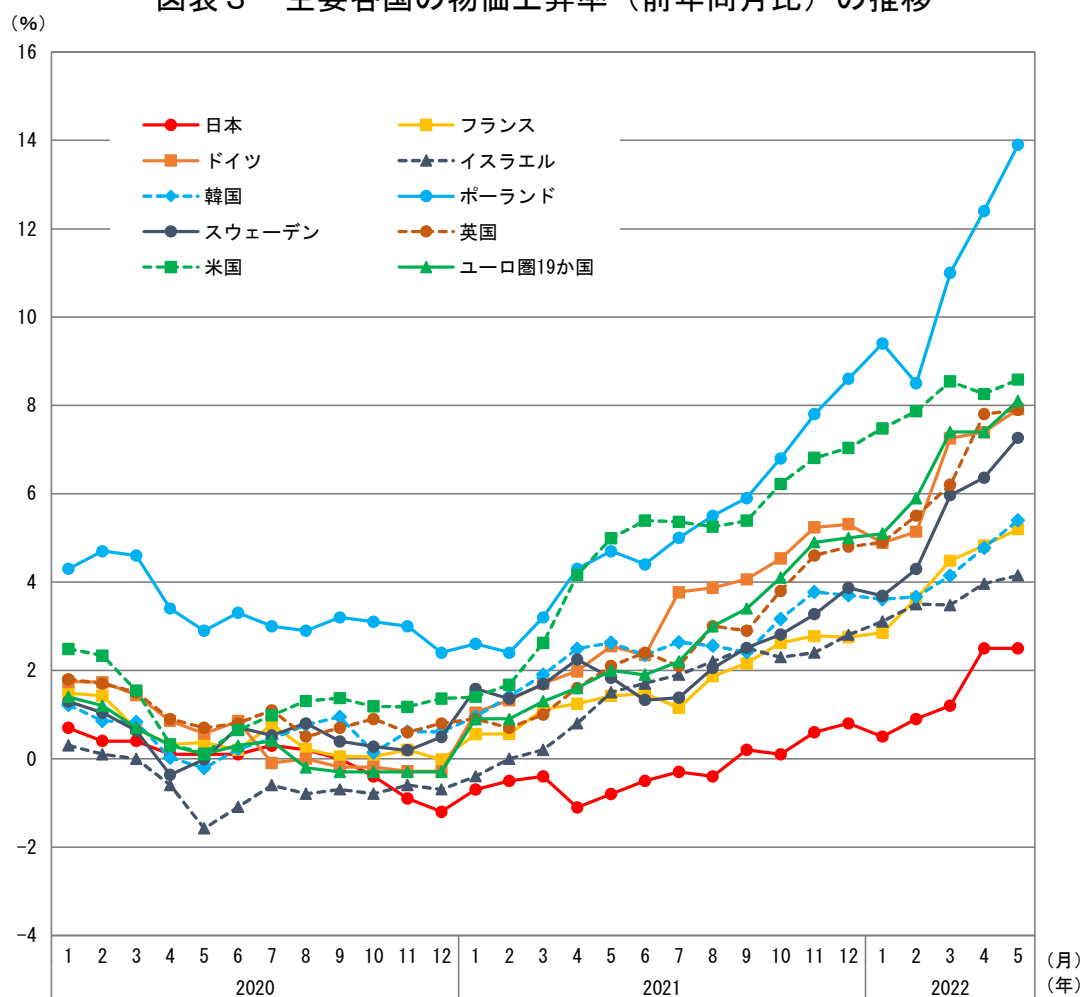
³ 日本商工会議所「L O B O 調査（早期景気観測調査）」（2022.5）（<<https://cci-lobo.jccior.jp/>>）では、資源・資材価格の高騰スピードは速く、増加したコストに見合う価格転嫁は行えていないとされている。

⁴ また、これ以外にも、為替レート（例えば円安）等が物価に影響を与えることもあり得る。

⁵ ただし、ディマンドプル型とコストプッシュ型のいずれの要因が優勢かは各国によって異なり、例えば、経済が比較的好調な米国ではディマンドプル型の要因も強いのに対し、資源等の多くを輸入に頼る我が国では、コストプッシュ型の要因が強く出ていると考えられている。

主要各国の物価上昇率（我が国の消費者物価指数では総合（すなわち、生鮮食品及びエネルギーも含む）に当たる）の前年同月比を示したものが図表3である。各国の物価は我が国以上に大きく上昇しており、最新の2021年5月の物価上昇率（前年同月比）は、日本では2.5%であるのに対し、ポーランドは13.9%、米国は8.6%、ユーロ圏⁶（19か国）平均は8.1%、ドイツは7.9%、英国は7.9%、スウェーデンは7.3%、韓国は5.4%、フランスは5.2%、イスラエルは4.1%となっている。したがって、各国比較で見れば、我が国の物価上昇はまだマイルドであると言えよう。

図表3 主要各国の物価上昇率（前年同月比）の推移



(注) 図表の数値については、日本は消費者物価指数、他はOECD統計による。
 (出所) 総務省「消費者物価指数」、OECD統計 (<<https://stats.oecd.org/>>) より作成

⁶ ユーロ圏とは、EU（欧州連合）加盟国のうち、単一通貨ユーロを導入し、金融政策をECB（欧州中央銀行）に委ねている国で構成される経済圏（19か国）のことである。

（２）物価上昇と中央銀行

こうした物価上昇に対して、各国の中央銀行では、金融引締めにより物価上昇の抑制を図る姿勢を鮮明にするところが多くなってきている⁷。

例えば、米国のF R B（連邦準備制度理事会）は、政策金利であるフェデラルファンド（F F）金利の誘導目標を今年（2022年）に入ってからたびたび引き上げており、6月14～15日に開催されたF O M C（連邦公開市場委員会）では、0.75-1.00%から1.50-1.75%への75bp⁸という歴史的に見ても大幅な引上げが決定された⁹。また、E C B（欧州中央銀行）では、6月9日の理事会で、コロナ危機以前から続けていた資産買入れプログラムにおける新規買入れを終了するとともに、7月の次回理事会で政策金利を25bp引き上げることを決定し、9月の理事会でも追加利上げを行うとの見通しを発表している¹⁰。さらに、イギリスの中央銀行であるB O E（イングランド銀行）でも、6月16日のM P C（金融政策委員会）で5会合連続となる政策金利の引上げ（1.0%から1.25%に25bp）を決定している¹¹。

諸外国での金融引締めの動きに対し、我が国の日本銀行は大規模な緩和の姿勢を維持しており、6月16～17日に開催された金融政策決定会合でも、引き続き粘り強く金融緩和を続ける姿勢が改めて強調されている。諸外国での金融引締め（それによる金利上昇）と我が国での緩和の継続という中央銀行のスタンスの違いが最近の円安の要因の一つになり、円安が輸入物価の上昇を通して我が国の物価への上昇圧力となっているということは、よく指摘されることである。ただ、金利の引上げ（上昇）は、一般論としては設備投資の減少を招くことで景気に対してマイナスの影響を及ぼすとともに、金利の上昇とは国債価格の下落のことであるため、国債を大量に買い入れている日本銀行にとっては、（この点については様々な議論があるが、一つの可能性としては）金利上昇による国債の含み損により、自らのバランスシートが実質的に悪化するとい

⁷ 一般論としては、中央銀行の役割は物価の安定を図ることにあり、日本銀行法（平成9年法律第89号）第2条でも、「物価の安定を図ることを通じて国民経済の健全な発展に資する」ことが理念とされている。

⁸ 「bp」は「ベースポイント」（basis point）と呼ばれ、1万分の1を1とする単位である。金融分野で債券の利回りや金利の変動に関する最小単位として使われることが多い。

⁹ 矢作大祐「F O M C 1994年11月以来となる0.75%ptの利上げを決定」（大和総研HP（<https://www.dir.co.jp/report/research/economics/usa/20220616_023101.html>）参照。

¹⁰ 田中理「E C Bに流れるタカ派の血」（第一生命経済研究所HP（<<https://www.dlri.co.jp/report/macro/190043.html>>）参照。

¹¹ 田中理「5連続利上げでもハト派にみえるB O E」（第一生命経済研究所HP（<<https://www.dlri.co.jp/report/macro/192184.html>>）参照。

とも考えられよう。また、政府においても、今後発行する新規国債の金利が上昇することで国債の利払い負担が高まり、財政赤字の更なる悪化を招くこともあり得るであろう。ともあれ、日本銀行にとっては、現在は対応が悩ましい局面にあると言えよう。

4. おわりに

最近の物価上昇は、我が国だけではなく世界的な傾向であり、今後も当分の間はこうした状況が続くことが予想される。民間の調査では¹²、2022年6月以降に値上げを予定する（又は値上げした）企業は37.0%とのことであるが、図表2を合わせて見ると、今までどうにか販売価格を据え置こうとしてきた企業の努力が、ここに来て遂に限界を迎えようとしていることもうかがえよう。

物価上昇に対しては、既に政府において、「コロナ禍における「原油価格・物価高騰等総合緊急対策」」（原油価格・物価高騰等に関する関係閣僚会議決定（2022.4.26））等の対策が取られており、そのための経費を盛り込んだ令和4年度補正予算が5月31日に参議院本会議で可決・成立している¹³。したがって、当面はこうした政策が奏功することを期待することになるが、報道によると、来る7月10日に投開票が予定されている第26回参議院議員通常選挙では、物価上昇への対応が、外交、安全保障、憲法、コロナ対策などとともに重要な争点の一つとして挙げられている¹⁴。すなわち、日常的にスーパー等で買い物をする一般の消費者にとっては、物価上昇とは最も身近にある重要な政策課題の一つであるということであろう。

補論. 消費者物価指数の中分類、小分類で見る物価上昇

補論として、消費者物価指数の中分類、小分類から、特に2022年1月以降の前年同月比で上昇幅が大きいものを拾い上げていくこととする。上昇幅としては前年同月比で5%程度を一応の目安としているが、厳密な基準に基づいているわけではなく、少々恣意的な面もあることについてはあらかじめお断りして

¹² 帝国データバンク「企業の今後1年の値上げに関する動向アンケート（2022年6月）」（帝国データバンクHP（<<https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p220607.html>>））参照。なお、このアンケートによると、2022年4～5月の間に既に値上げした企業は42.3%とのことである。

¹³ こうした緊急対策や補正予算の内容については、二森陽平「原油価格高騰下で編成された令和4年度補正予算」（参議院事務局企画調整室『経済のプリズム』第213号1頁）参照。

¹⁴ 「第26回参院選公示 物価高・安保 舌戦 岸田政権どう評価 来月10日投開票」『読売新聞』（2022.6.23）等を参照。

おきたい。なお、図表中の「ガソリン」は、分類ではなく品目であるが、一般的に興味・関心が高いと考えられることから、あえて記載している。また、「宿泊料」についてはGOTOトラベルとの関係から、「たばこ」については公定価格（認可制）であることとの関係から、前年同月比はそれぞれ独特の推移となっている。

補論図表 消費者物価指数の中分類、小分類で前年同月比が大きいもの

分類 (年) (月)	2021												2022				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
(食料)																	
パン	-1.0	-1.1	-1.1	-1.1	-1.3	-0.5	-0.8	0.0	0.6	-0.1	0.3	0.6	3.7	7.2	7.8	7.7	8.2
麺類	0.1	0.0	-0.4	-0.8	-0.8	-1.4	-1.2	-0.2	-0.1	0.5	0.6	-0.1	0.2	0.5	1.9	3.9	5.1
他の穀類	0.2	0.7	-0.4	-0.1	-1.2	-1.4	-1.5	-1.1	-0.3	0.6	2.4	1.7	2.0	1.8	5.2	5.1	5.4
魚介類	-2.0	-1.8	-2.2	-1.2	-0.2	0.5	1.7	2.2	2.2	2.6	5.2	6.3	7.5	8.1	9.4	8.7	9.0
生鮮魚介	-2.6	-2.9	-3.3	-2.0	-0.4	0.8	2.4	3.2	2.9	3.5	8.0	9.3	11.4	12.4	13.6	12.1	12.2
塩干魚介	-0.4	-0.1	0.1	0.9	1.2	1.3	2.1	1.8	2.3	2.5	3.4	4.2	4.5	5.1	5.1	4.7	5.6
魚肉練製品	-0.3	0.0	0.0	-0.1	-0.1	0.1	-0.1	0.0	0.7	0.9	0.7	0.6	0.6	0.6	3.1	5.4	5.8
野菜・海藻	3.1	3.5	0.1	-6.9	-5.2	1.2	-6.2	-12.3	3.9	-2.8	-0.7	4.5	0.9	5.1	7.6	8.2	8.8
生鮮野菜	4.5	5.1	-0.2	-10.5	-8.0	1.6	-9.6	-18.0	5.5	-4.5	-1.4	6.6	1.0	7.5	11.3	12.2	13.1
果物	-4.2	-3.5	-1.9	-6.9	-5.5	-1.3	-1.4	-2.4	-5.4	-0.1	5.3	7.9	10.4	11.2	8.8	11.0	10.0
生鮮果物	-4.4	-3.5	-1.8	-7.1	-5.6	-1.0	-0.9	-2.0	-5.3	0.5	6.4	9.1	11.9	12.6	9.8	12.2	11.0
油脂・調味料	-1.5	-0.7	-0.4	-1.2	-1.5	-0.9	-0.3	0.5	1.0	2.1	2.6	2.3	3.0	3.3	4.6	6.1	6.3
油脂	-0.6	-0.8	-1.4	-1.3	-1.6	1.7	3.3	7.6	12.4	16.7	19.6	21.4	23.6	27.0	31.1	32.6	32.8
コーヒー・ココア	-2.2	-3.4	-1.7	-3.6	-0.4	-2.1	-0.4	-1.3	-0.8	4.6	5.1	4.3	4.4	5.6	7.6	12.1	8.5
(光熱・水道)																	
電気代	-8.2	-7.9	-7.1	-5.8	-2.9	-1.7	-0.3	0.9	4.1	7.7	10.7	13.4	15.9	19.7	21.6	21.0	18.6
ガス代	-6.9	-6.4	-5.3	-3.7	-1.9	-1.3	-1.2	-1.5	0.7	3.7	7.2	10.5	13.2	16.5	18.1	17.5	17.0
他の光熱	-14.4	-11.6	-4.1	12.1	19.3	21.9	25.2	20.0	20.2	25.9	36.2	36.0	33.4	33.5	30.6	26.1	25.1
(家具・家事用品)																	
家庭用耐久財	2.4	2.7	4.3	2.8	2.2	1.9	4.4	5.3	3.0	0.1	-0.3	-2.9	-3.1	-3.4	-0.4	5.0	7.4
家事用耐久財	0.2	-1.5	0.7	-0.4	0.4	-0.6	3.7	3.9	2.9	-4.1	-4.0	-7.3	-6.6	-5.3	0.1	5.9	6.1
冷暖房用器具	6.8	10.6	11.3	8.3	5.1	5.7	6.8	9.0	3.8	6.2	5.1	2.2	0.4	-2.8	-2.3	3.5	9.2
一般家具	1.0	1.2	1.5	1.3	1.1	0.9	0.9	0.8	1.1	1.0	1.2	2.9	2.4	2.3	2.9	5.6	7.6
(交通・通信)																	
自転車	-0.4	-1.4	-0.8	-1.2	-0.7	-0.7	-0.8	-0.5	-0.4	0.8	1.0	1.8	1.4	2.7	4.1	5.0	4.9
ガソリン	-9.5	-6.2	0.8	13.5	19.9	17.9	19.6	16.9	16.5	21.4	27.1	22.4	22.0	22.2	19.4	15.7	13.1
(教養娯楽)																	
切り花	-2.4	-1.0	4.5	4.7	0.8	1.5	0.5	0.6	1.2	0.5	3.0	4.8	5.3	3.9	4.1	5.3	8.7
宿泊料	-1.8	-5.7	-5.5	-5.7	-2.8	0.6	17.3	46.6	43.1	59.1	57.6	44.0	0.6	6.0	5.6	6.1	5.2
(諸雑費)																	
かばん類	-2.7	2.1	1.1	0.8	-0.1	-0.5	0.0	0.6	0.3	3.3	2.6	3.4	7.9	3.4	6.1	6.3	6.2
たばこ	9.3	9.3	9.3	9.3	9.3	9.3	9.3	9.3	9.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3

(注) 1. 括弧書きは大分類である。
 2. 中分類と小分類は特に区別せず、単に分類として並列に並べている。なお、「ガソリン」のみ、分類ではなく品目である。
 (出所) 総務省「消費者物価指数」より作成

(内線75044)