

エネルギー・食料品価格高騰による消費者の負担感への影響について

＜ポイント＞

1. 消費者物価指数（生鮮食品を除く総合、政策等による特殊要因を除く¹）の最近の動向をみると、高等教育無償化²や、新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）の感染拡大の影響を受けたサービス価格の低下、原油安等によって、2020年4月頃から年央にかけて前年比を下回っていた。しかし、2020年末以降、原油を含むエネルギーや食料品の価格高騰などを背景に、前月比で上昇傾向に転じ、2021年10月の指数は101.0と、感染症前（2019年12月：100.5）を超える水準に達した（図1）。
2. 原油価格の高騰は、電気代やガス代、ガソリン代といったエネルギー関連品目の上昇を通じて、消費者物価を押し上げている。特に電気代は、原油価格と数か月のラグを伴う形で上昇を続けており、今後半年程度は上昇が続く見込みである（図2）。これは火力燃料の価格変動を消費者の支払う電気料金に反映する燃料費調整制度が導入されているためである。既に公表されている燃料費調整単価³等を基に2022年1月までの電気代CPIを簡易的に試算すると、2022年1月は、本制度が導入された1996年1月以降で最も高い水準に達する見込みである。
3. 家計のエネルギー価格の高騰は、低所得者に対してより大きな影響を与える。電気代をはじめとしたエネルギー関連品目は、生活に必要不可欠な必需品であり、消費の所得弾力性が低い。このため、世帯収入が低くなるにつれて、家計全体に占めるエネルギーの支出割合が高くなり、価格上昇による負担感も相対的に大きくなる。そこで家計のエネルギー関連品目（電気代、ガス代⁴、灯油代、ガソリン代）への消費支出額について、価格上昇による2021年12月時点の前年比負担増加額（年額換算）を年間収入分位別に試算した。その結果、高収入であるほど増額分の水準自体は大きい（図3（1））ものの、収入に占める割合は、所得水準が最も高い第5分位が0.3%程度であるのに対して、第1分位はその約3倍の0.9%と最も大きく、収入が低い分位ほど負担感が相対的に大きくなることを確認できる（図3（2））。
4. また、エネルギー以外に目を向けると、2020年末以降、食料品全般の価格上昇が続いている。この背景としては、産地の天候不順など品目ごとの個別の要因に加えて、感染症からの急激な経済回復などによる海上運賃の高騰や中国の旺盛な需要などが挙げられる。例えば、北米の天候不順や中国の輸入量増加、海上運賃の上昇により輸入小麦の価格は高騰しており、各社も小麦粉等の値上げを行っている⁵。
5. これら食料品の価格上昇も個人消費に影響を与え得るが、エネルギー関連品目と同様に、食料品の前年比負担増加額を試算すると第5分位で年8,000円、収入比では第1分位で0.15%と、エネルギーに比べて相対的に小さいことが分かる（図4）。また、今後価格上昇が予定されている品目についても、今のところ各品目の価格上昇額はエネルギー関連品目ほど大きな価格上昇はみられない（図5）。しかしながら、食料品への支出は総消費支出の約3割を占めており、このような食料品価格上昇の更なる広がりには注意が必要である。

1 「政策等による特殊要因を除く」とは、Go Toトラベル事業及び2021年4月の通信料（携帯電話）下落等による直接の影響を除いた数値（内閣府試算値）。

2 高等教育授業料等の減免等と私立高校授業料実質無償化を指す。

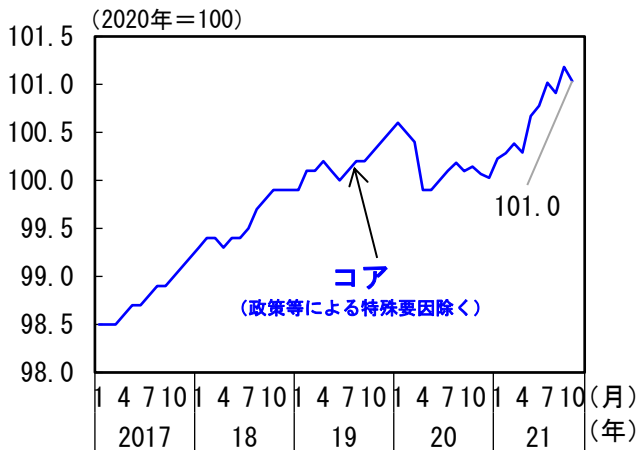
3 各電力会社は火力燃料の価格変動分として、LNGなどの火力燃料の3か月～5か月前の平均輸入価格に基づき燃料費調整単価を算出し、それを電力使用量と乗じた額を基本料金に上乗せしている。

4 ガス代についても電気代の燃料費調整制度と同様に原料費を価格に転嫁する原料費調整制度が導入されている。

5 政府が確保した輸入小麦を製粉業者等の需要者に売り渡す際の売り渡し価格を、2021年4月に上方改定したことから、各社が価格転嫁を行った。

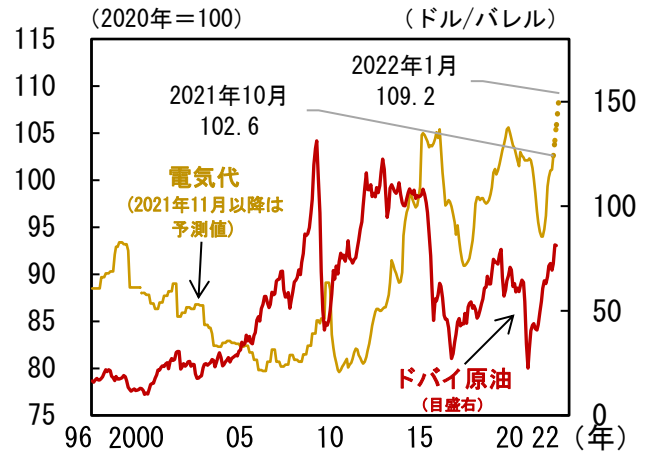
6. 特に、食料品は購入頻度が高い品目が多く、消費者が生活の中でその価格変化に直面しやすい商品だけに、その価格上昇は消費者心理に大きな影響を与えられと考えられる。消費者物価指数の品目を購入頻度別に区分けし、前月比で価格が上昇した品目数の1～10月各月の割合を平均すると、過去3年間の同時期と比較して、購入頻度が高い品目グループはその割合が大きくなっていることが分かる（図6）。これは購入頻度が高い品目グループほど、食料品の占める割合が高くなっているためである。特に「月2回以上」購入する品目グループは、その約9割が食料品で構成されているため、生活の中で食料品価格上昇に頻繁に直面する消費者の物価上昇期待を押し上げていると考えられる。実際、1年後に物価が上昇すると予想した世帯の割合は、2021年に入り上昇傾向にある（図7）。
7. さらに、景気ウォッチャー調査によれば「原油価格の高騰やふだん消費する食品の値上げが相次いでいることから、家計の節約志向がみられ、消費が鈍っている。」（コンビニ（エリア担当））といったコメントが出るなど、物価上昇に対する消費者のマインド悪化を懸念する声も聞かれる。
8. 以上のように、エネルギー関連品目の価格上昇は低所得者層になるにつれて負担が大きくなることに加え、食料品の価格上昇は消費者心理に大きな影響を与える可能性があるなど、物価指数の動きでみられる以上に消費行動に影響を与える可能性がある。こうした中で、11月19日には「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」が閣議決定され、地方公共団体が原油価格の影響を受けている生活者や事業者を支援するために行う原油価格高騰対策に対し、特別交付税措置を講じるなどのエネルギー価格高騰対策を行うこととした。このような施策によって家計への負担が一定程度軽減されることが期待されるが、引き続き今後の物価動向には注意が必要である。

図1 消費者物価指数（コア）の推移（季節調整値）



(備考) 総務省「消費者物価指数」により作成。連鎖基準。季節調整値。「コア」とは生鮮食品を除く総合。「政策等による特殊要因を除く」とは、Go Toトラベル事業及び2021年4月の通信料（携帯電話）下落等による直接の影響を除いた数値（内閣府試算値）。

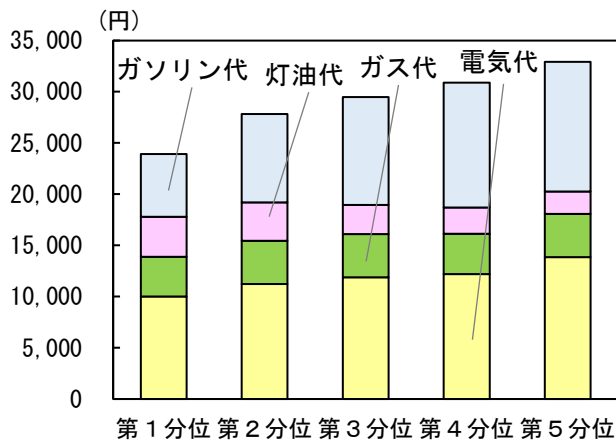
図2 ドバイ原油とCPI電気代の推移



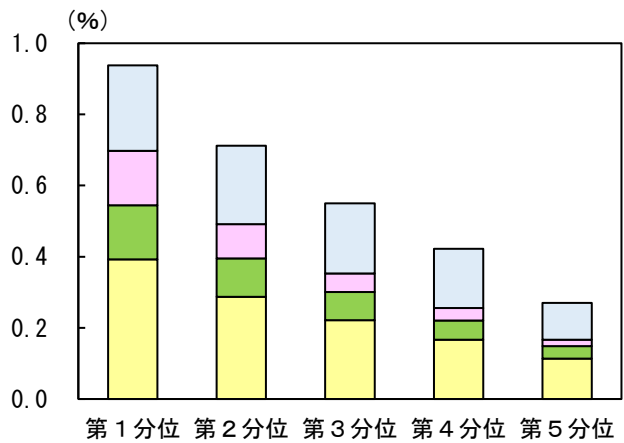
(備考) 総務省「消費者物価指数」、電力会社各社の報道発表資料、日経NEEDSにより作成。

図3 前々年平均からのエネルギー関係負担増加額と収入比(2022年1月、試算値、年換算)

(1) 負担増加額



(2) 収入比

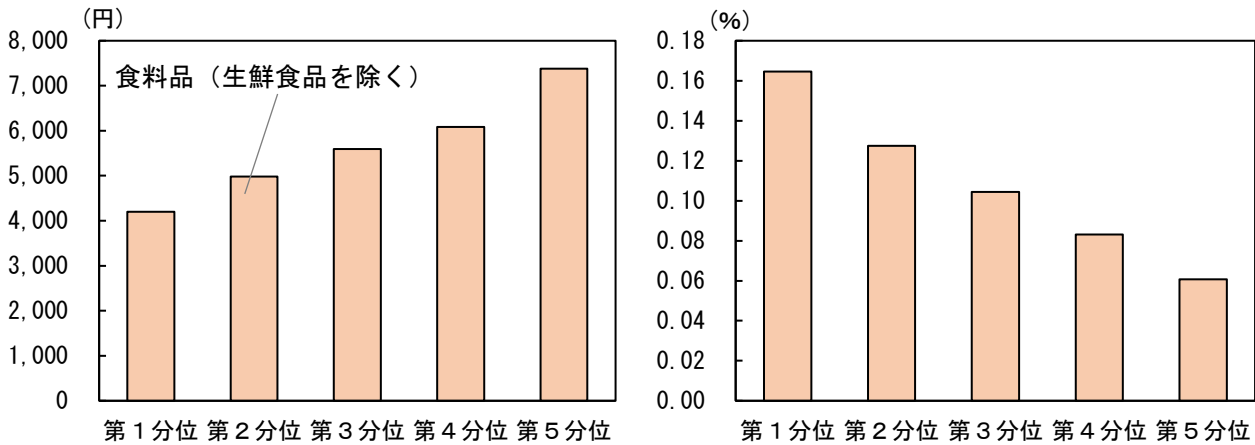


(備考) 1. 総務省「消費者物価指数」「家計調査」により試算。二人以上の世帯。電気代は図2の試算値を使用し、ガス代は電気代と同様の伸び率となり、灯油代及びガス代は2021年10月から価格変動がないものと仮定した。
2. 各分位の平均年間収入は、第1分位255万円、第2分位391万円、第3分位536万円、第4分位732万円、第5分位1217万円。

図4 前年平均からの食料品（生鮮食品を除く）負担増加額と収入比(2021年10月、年換算)

(1) 負担増加額

(2) 収入比



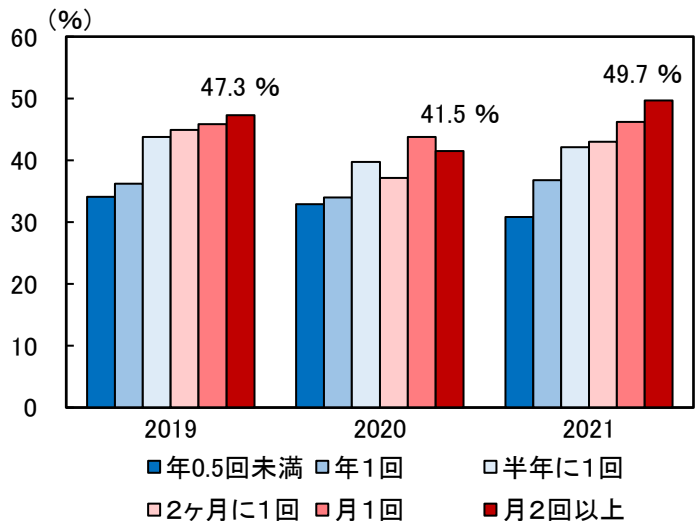
(備考) 1. 総務省「消費者物価指数」「家計調査」により試算。二人以上の世帯。電気代は図2の試算値を使用し、ガス代は電気代と同様の伸び率となり、灯油代及びガス代は2021年10月から価格変動がないものと仮定した。
2. 各分位の平均年間収入は、第1分位255万円、第2分位391万円、第3分位536万円、第4分位732万円、第5分位1217万円。

図5 今後値上げが予定される食料品の品目例

主な品目	時期	試算値	購入頻度
小麦関連製品	1月以降	8,851円→8,895円 (1ヶ月)	月に2回以上 (食パン、あんパン等)
ポテトチップス	1月	159円→175円 (100g)	月に2回以上
冷凍調理ハンバーグ	2月	136円→148円 (100g)	2ヶ月に1回
ちくわ	2月	104円→112円 (100g)	月に1回
しょう油	2月	240円→257円 (1L)	2ヶ月に1回

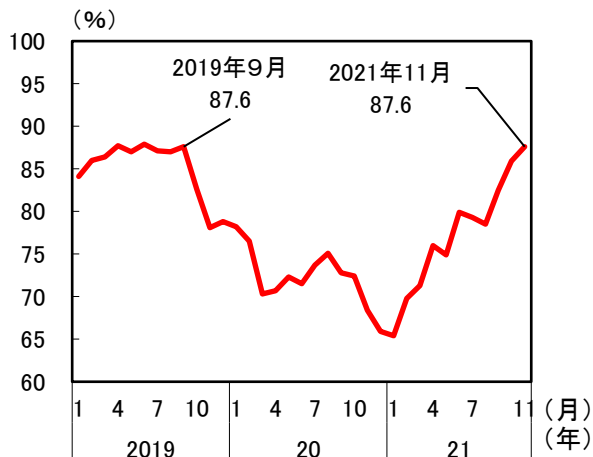
(備考) 総務省「小売物価統計」、各種報道発表資料等により作成。

図6 購入頻度別の前月比で上昇した品目数の月ごとの割合 (各年1~10月の平均)



(備考) 総務省「消費者物価指数」により作成。生鮮食品を除く品目の割合。

図7 1年後の物価上昇予想世帯割合



(備考) 内閣府「消費動向調査」により作成。二人以上の世帯。

担当：内閣府 政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（総括担当）付
大槻 慶（直通 03-6257-1568）

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。