

2022年以降の食料品物価の動向について

<ポイント>

1. 消費者物価指数(総合)は、2022年以降、原油価格等の輸入物価の上昇を起点に上昇率を高め、2023年1月には前年同月比でプラス4.3%と、41年ぶりの上昇率となった(図1)。2023年夏頃にかけて、物価上昇率の押し上げ寄与が高まっていったものとして、生鮮食品および外食を除く食料品があげられる¹。そこで、本稿では、高頻度データである日経 CPINow²を用いて2022年以降の物価上昇の要因となった食料品物価の動向について確認する。
2. 日経 CPINow の動向をみると、食料品物価は原材料高や急速な円安進行を背景とした幅広い商品の価格改定を受け、2022年10月³に大きく上昇した(図2)。その後も、原材料高や急速な円安が続いた結果、幅広い食料品で価格は上昇し、2023年8月には調査開始以来、過去最大の前年同日比プラス9.5%程度となった。消費者物価指数の生鮮食品および外食を除く食料品と比較してみても概ね似た動きが確認できる一方で、前者(日経 CPINow)の伸び率が低い(図3)。伸び率が低い要因として、内容量等の変更による品質調整が行われないこと⁴や価格上昇率の低い品目への代替の効果⁵のほか、スーパーマーケット等が期間や商品を限定して通常より安く販売するいわゆる特売による効果等がありうる⁶。消費者物価指数は、各品目の代表的な価格を調査するという観点から短期間の特売や棚ざらい等の一時的な特売価格は原則として調査していない一方で、一定期間(8日以上)のセールは指数に反映される。
3. 物価の変動は、「定価要因」と「特売要因」の変動の合計で表すことができ、物価の上昇は、「定価要因の上昇」もしくは「特売要因の上昇」で説明できる。ここで、特売要因の上昇とは、調査日に特売が行われず、調査日の前年同日に特売が行われた場合、特売要因で物価が上昇することを示す。本稿では、ナウキャスト社が提供している mode 指数⁷(正規価格)を「定価」とみなし、日次の上昇率から定価の上昇率を差し引くことで、特売要因を抽出した。結果として、2022年以降の食料品の物価上昇は、「定価要因」が主因で、「特売要因」の影響は小さかったことがわかった(図4)。「定価要因」の改定頻度(前年比で下落・上昇した商品の割合)をみると、2022年10月以降に上方改定頻度は急増し、2023年8月には60%を上回った(図5)。上方改定頻度の動向と消費者物価指数の相関係数は0.95と高く、先行研究と同様の結果である(Nakamura and Steinsson(2008))。また、「特売要因」の動向をみると、2023年前半まではプラスに寄与(平均をとる

¹ 消費者物価指数(総合)に占める生鮮食品および外食を除く食料のプラス寄与は4割程度となっている。図1のその他には、住居、被服及び履物、保健医療、教育、諸雑費が含まれている。

² 本稿では、ナウキャスト社提供の日経 CPINow を用いた。全国約1,200店舗のスーパーマーケットのPOSデータから日次の物価指数を税抜き価格で算出している。1989年から合計217品目の食料や日用品を調査している。

³ 帝国データバンク「食品主要105社価格改定動向調査(2022年10月調査)」にて、原材料高や急速な円安進行等の影響で10月の値上げ品目数は6,699と、記録的な値上げが行われたことが報告されている。

⁴ 新・旧の銘柄で品質が同じで容量のみが異なる場合、消費者物価指数では容量比による換算を行い、品質を調整することができる。他方、日経 CPINow では、JANコードの変更により別の商品としての扱いになるため、品質調整はできない。内容量の減少で価格を据え置くいわゆる「実質値上げ」があると、消費者物価指数の食料品の上昇率が日経 CPINow よりも高く出やすい傾向にある。

⁵ 日経 CPINow はトルンクピスト指数で作成されている。トルンクピスト指数は、各時点の財の支出シェアを考慮して、価格変動を加重平均する指数である。そのため、物価上昇率の低い財への代替が行われると、その財のシェアが高まり、日経 CPI Now の物価上昇率は低くなる。一方、消費者物価指数はラスパイレズ指数で作成されている。ラスパイレズ指数は基準年の支出シェアを固定した指数であるため、基準年に多く消費されていた財の価格が上昇した場合、その影響を大きく受け、物価上昇率は高くなる。

⁶ 消費者物価指数(水道料や電気代、通信料等を除く)は、毎月12日を含む週の水曜日、木曜日または金曜日のいずれか1日を調査日としている。調査員は毎月担当する調査店舗に出かけ、代表者から商品の小売価格、サービス料金等の聞き取りを行っている。

⁷ mode 指数とは、「一定の期間の基本価格」(正規価格)を、「ある日 t の mode 価格を[t-28, t+28]間の最頻値」(ある日tの前後各28日間の最頻値)と定義して算出した価格指数である。

と0.05%ポイント)していたものの、食料品の物価上昇のピークである2023年8月以降はマイナスに寄与(平均▲0.06%ポイント)している(図6)。2023年半ば以降は、いわゆる家計の値上げ疲れに対応する形で、小売業者が特売の頻度を増加、もしくは特売の値引き幅を拡大させた可能性がある。

4. 次に、2022年以降の食料品物価の上昇は、過去の物価上昇と比較してどのような違いがあったのか、確認する。2000年以降の食料品の物価上昇率はゼロ近傍もしくはマイナスが多い中で、過去に1%後半まで上昇した局面は、リーマンショック前の2008年、2015年、2019年後半～20年前半と3回ある(図7)。過去の上昇局面の変動要因をみると、2019年後半～20年前半を除いて⁸、「定価要因」によるものだとわかる。「定価要因」で上昇した背景には、いずれも円安の動きも相まった原材料の輸入物価の上昇が影響したと考えられるが、今回は、こうした要因が急激に発生したこともあり、企業の価格転嫁行動が変容し、定価の大幅な改定を通じて、食料品物価の記録的な上昇につながったと考えられる。たとえば、日銀短観の仕入価格判断DIと販売価格判断DIを食料品製造業についてみると、仕入価格判断DIのピークは2008年と2022年で同程度である一方、販売価格判断DIは2022年の方が2008年を相応に上回っていることがわかる(図8)。
5. 以上の通り、本稿では、日経CPINowを用いて、2022年以降の食料品の物価上昇率の変動要因を分析し、2022年以降の上昇は、「定価要因」が主因で、「特売要因」の寄与はわずかであったこと等を確認した。他方、消費者物価指数と日経CPINowの乖離の要因として、「特売要因」の寄与は小さいこともわかった。足下では、両者の乖離は縮小傾向にあるが、物価上昇下での物価指数と購入単価の差と背景にある家計行動の変化については国際的にも注目されており、今後検討を深めていきたい。

(備考) 1. 物価の変動は以下のような関係が成り立つ。

$$\begin{aligned} \text{「日次の物価上昇率」} &= \text{「mode 指数の前年比」} + \text{「その他」} \\ &= \text{「mode 価格の改定頻度(上昇)」} \times \text{「mode 価格の改定幅(上昇)」} + \\ &\quad \text{「mode 価格の改定頻度(下落)」} \times \text{「mode 価格の改定幅(下落)」} + \text{「その他」} \end{aligned}$$

「その他」: 特売要因や消費税の処理等に伴う端数調整の影響が含まれる。

2. 図8は日本銀行「全国企業短期観測調査」により作成。全規模ベース。

(参考文献)

古田謙一 [2020] 「日経 CPINow にみられる緊急事態宣言による消費者物価指数への影響」 内閣府 今週の指標 No.1240。

Nakamura E. and Steinsson J. [2008] “Five facts about prices: A reevaluation of menu cost models,” *Quarterly Journal of Economics*, 123(4), 1415-1464.

Watanabe K. and Watanabe T. [2014] “Estimating daily grocery price indexes using Japanese scanner data: A progress report,” *CARF Working Paper*, CARF-F-342.

⁸ 古田(2020)では、緊急事態宣言下において、物価変動の「定価要因」は横ばいであったものの、人々の外出制限による特売の自粛により「特売要因」が物価を押し上げたことを報告している。

図1 消費者物価指数(総合)の推移

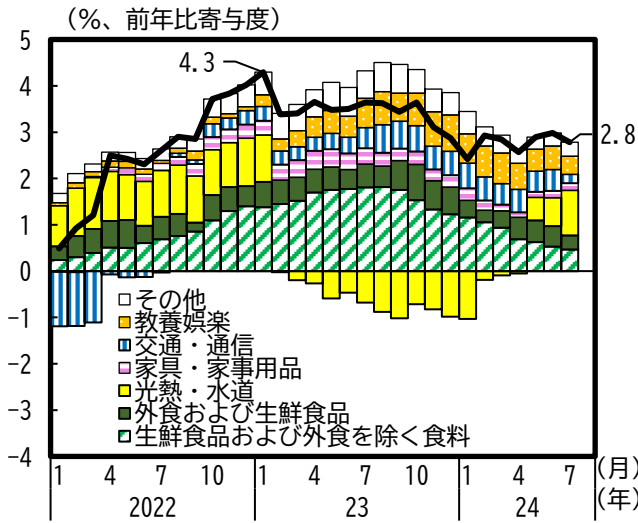


図2 日経 CPINow のカテゴリー別の寄与度

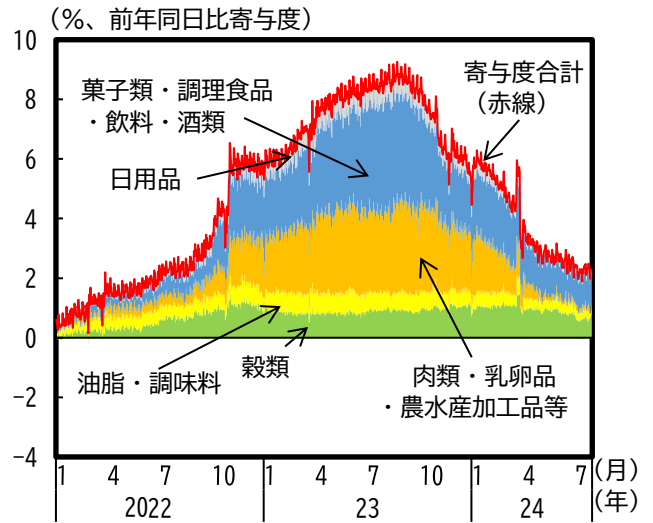


図3 消費者物価指数と日経 CPINow の比較

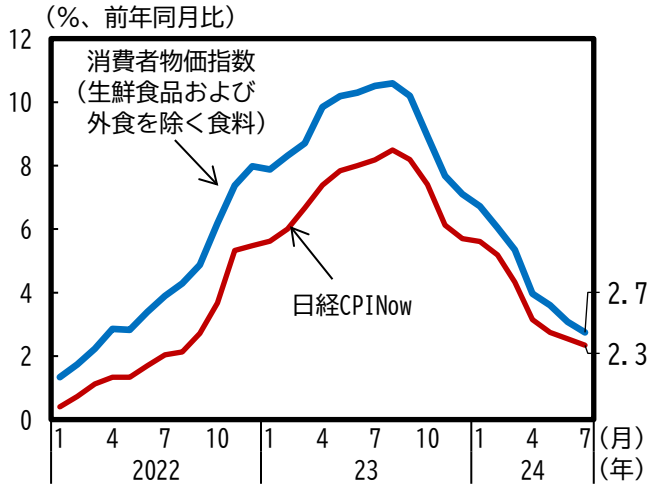


図4 「定価要因」と「特売要因」の推移

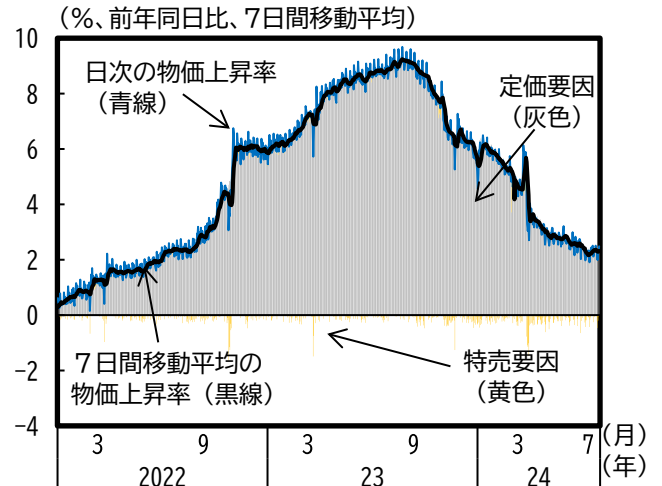


図5 「定価要因」の改定頻度の推移

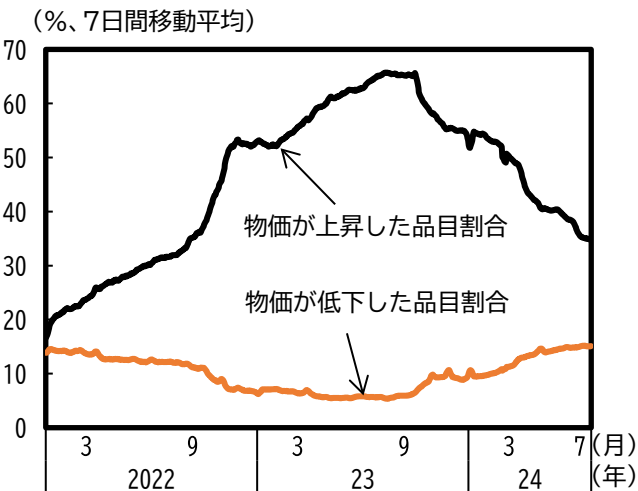


図6 2022年以降の「特売要因」の推移

