

## 消費増税分以上に上昇する消費者物価

～ 増税後の反動減からの需要回復が順調であれば、年後半も高めの伸びが続く可能性 ～

- (1) 4月の消費者物価指数（除く生鮮食品）は、消費税率引き上げの直接的な影響（約+1.7%ポイント※1）を除いたベースで前年同月比+1.5%と、3月（同+1.3%）に比べ騰勢が加速（図表1）。全体としては、増税分をやや上回る値上げが行われた模様。
- (2) 生鮮食品と非課税品目を除く価格上昇率の変化（3月→4月）の分布をみると、品目により価格転嫁にバラツキがあるものの、多くの品目で増税分（+2.86%ポイント）と同程度の価格引き上げが行われたことを示唆（図表2）。一方、分布は全体としてやや右に歪んでおり、値上げ幅が大きかった品目が全体の伸びを押し上げたことを示唆。
- (3) 財・サービス分類別にみると、日用雑貨や公共サービスなどで増税分を上回る値上げが行われた一方、衣料品などでは、需要の減少を懸念し値上げに慎重だった品目が多かった模様※2（図表3）。
- (4) サービス価格は価格改定が頻繁には行われなため、今後しばらくの間、前年比でみた高めの伸びが持続する公算（図表4）。一方、財価格については、平均価格改定期間が2ヵ月半～4ヵ月半程度であり、増税後の需要動向をみながら夏場にかけて再度価格改定が行われる公算。円安によるコスト増を受けた昨年の値上げの影響は、今後、徐々に剥落していくものの、反動減からの需要回復が順調に進み、4月に値上げが不十分だった品目を中心に増税分を価格転嫁する動きが広がれば、年後半にかけても前年比+1%台半ばに近い伸びが持続する可能性も。

（※1）消費税が課税される個別品目でみた場合、消費税率の引き上げ分（5%⇒8%）がフル転嫁されれば、税込み価格は約2.86%（ $(1.08-1.05)/1.05 \approx 2.86\%$ ）押し上げられる。消費者物価指数（除く生鮮食品）に占める課税品目の割合（経過措置の影響で4月に旧税率が適用される品目を除く）は6割程度であることから、増税分がフル転嫁された場合、消費者物価指数（除く生鮮食品）は約1.7%ポイント押し上げられる計算となる。

（※2）冬物などの季節調査品目（非調査月は保合処理）の一部に消費増税の影響が反映されていないことも影響している。

