

## 深野康彦の 先取り経済NEWS!!

編集・発行 株式会社 アサヒ・ビジネスセンター 2016年4月5日

### 今月のトピックス 「物価は本当に上昇していないのか？」

2016年2月の消費者物価指数の上昇率は、2ヵ月連続して対前年同月比0%の上昇となりました。総じてみると、消費者物価指数の前年同月比の上昇率は0%近辺（横ばい）での推移が続いていることから、日本銀行が目標とする2%の物価上昇率目標、ならびに政府が目指している「デフレ脱却」には程遠い状況にあるという報道がなされています。原油安などのエネルギー価格の下落に加え、為替が円高傾向に動いていることも物価が上昇しない要因の1つと言えるでしょう。

とはいえ、私たちの日常生活に照らし合わせて見ると「物価の上昇率は本当に前年同月比で横ばい？」と言えるのか疑問が残るのではないのでしょうか。実は、私たちが普段ニュースや新聞などで見聞きする消費者物価指数は「全国総合」あるいは「コア指数」と呼ばれるものです。全国総合は簡単に言えば、加工を施していない素のデータです。加工していないため、この数値を使うのが最も実際的と思われるかもしれませんが、生鮮食料品は天候などにより収穫量が大きく変動するため、天候に価格が大きく左右される商品。皆さんも天候不順の時にスーパーに行くと、葉もの野菜が高い、あるいは今年是不漁でサンマが高いなどため息を漏らしたことがあるはずです。このように生鮮食料品は天候などで価格が大幅に変動、その影響が消費者物価指数に与える影響が大きすぎることから「コア指数」が作られているのです。コア指数は「生鮮食料品を除く総合」と言われるように、生鮮食料品を除いた価格の変動で作られた指数で、冒頭に述べた0%近辺の数値はこの「コア指数」だったのです。しかしながら、原油やガスなどは安定的にわが国が輸入をしているものの、その価格は生鮮食料品並みに価格が変動していると言っても過言ではないはずです。車やバイクを運転する（仕事で使用する）人は、近年のガソリン価格の下落、約10年前の価格の高騰を覚えていることでしょう。生鮮食料品ほど短期間で上下動を繰り返はしないものの、中・長期のスパンではその変動はかなり大きいのです。

そのため消費者物価指数には、あまり報道されることがないもう1つの指数が存在するのです。それが通称「コアコア指数」と呼ばれるもので、食料（酒類を除く）およびエネルギーを除く指数なのです。図で言うところの▲を結んでいる折れ線が同指数の推移です。この指数を見るとプラスに転じたのは2013年10月と、総合指数、生鮮食料品を除く総合より半年程度遅いものの、その後は対前年同月比0%、あるいは同マイナスに転じたことは一度もありません。ちなみに、2016年2月の上昇率は対前年同月比0.8%の上昇です。上昇率こそ高くはないものの、緩やかながらもプラスの数字が続いていると言うことは、裏を返せば物価は上昇している＝私たちの生活実感は間違っていないということになるのです。大本营発表は対前年同月比で横ばいでも実際はプラスの継続。言い換えれば、コアコア指数以上の収益を稼がない限り金融資産はジワジワ目減りしているということになるのです。

### 3つの消費者物価指数の推移

