

2月物価 2.8%上昇

伸び率4カ月ぶり拡大

総務省は22日、2月の消費者物価指数（2020年＝100）が、値動きの大きい生鮮食品をのぞく総合指数で106.5となり、前年同月より2.8%上昇したと発表した。電気代などの抑制策の効果が一巡したためで、伸び率は1月より0.8%高くなり、4カ月ぶりに拡大。日本銀行は物価上昇率の2%目標が見通せるとして大規模金融緩和を転換したが、政府が「デフレ脱却」を宣言する状況には至っていない。

専門家「賃上げ分上乗せの動きも」

電気代は前年同月より2.5%下がった。1月は21.0%の下落で、幅が大きく縮まった。理由は、昨年2月請求分から政府の補助金が始まり、2月以降は「値下げした後の料金」とうして比べることになったためだ。都市ガスも前年同月より13.8%下がったが、1月よりは下落幅が小さくなった。

生鮮食品をのぞく食料は5.3%上がった。値上げ

の勢いは徐々に弱まってきているものの、菓子類（9.6%上昇）や調理食品（5.6%上昇）を中心に高値が続いている。生活に欠かせない洗濯用洗剤なども高いままで、宿泊料（33.3%上昇）や火災・地震保険料（2.8%上昇）の値上がりが目立った。その結果、調査項目の8割にあたる423品目が上昇した。

伊藤忠総研の中浜萌氏は「物価高の主役だった食品

は昨年ほどの値上げの勢いはなく、モノの値段の伸びは緩やかになってくる。今後は賃上げの分を徐々にサービス価格に上乗せする動きが出てくる」とみる。

物価と賃金がともに上がる「好循環」が見通せる状況になったとして、日銀は19日の金融政策決定会合で、マイナス金利政策の解除を決めた。次の焦点は、政府が正式にデフレを脱したと認めるかどうかだ。

政府はデフレ脱却を「物価が持続的に下落する状況を脱し、再びそうした状況に戻る見込みがないこと」と定義。いまは「デフレではないが、脱したとは言えない」状況にあると判断している。

値上がり幅が大きい
主な品目

2月の消費者物価指数、前年同月比

食品	値上がり幅
フライドチキン(外食)	19.2%
調理カレー	13.8%
アイスクリーム	12.3%
牛乳	9.3%
牛肉(輸入品)	7.0%

日用品など	
キャットフード	26.8%
洗濯用洗剤	14.2%
ガソリン	4.5%
灯油	4.3%

サービス関連	
宿泊料	33.3%

岸田文雄首相は同日、記

者団に対し「脱却宣言は（消費者物価指数といった指標などから）総合的な判断を行わなければならない」と述べた。ただ、データの面では条件がそろっていない。

脱したかどうかは、主に四つの指標をみて判断する。指標がすべてプラスだと望ましいが、消費者物価指数と、国内総生産（GDP）から物価の動きを示す「GDPデフレーター」以外は振るわない。

日本経済の潜在的な供給力と実際の需要の差を示す「需給ギャップ」は、23年10～12月期まで2四半期連続のマイナス。労働生産性や賃金が物価にどれだけ影響しているかを示す「単位労働コスト」の伸び率も、一進一退で推移する。

このため、政府が22日に公表した景気の公式見解「月例経済報告」でも、デフレ脱却には踏み込まず、宣言の時期も見通せない。

岸田首相は「デフレ完全脱却」を旗印に、昨年11月に巨額の経済対策と合わせて所得税と住民税の定額減税を決めている。政府内には、脱却を宣言すれば政権の浮揚につながると見る向きもある。しかし、宣言にかかわる幹部は「世の中の人にはむしろ物価高で苦しんでいる。宣言したあとで、もし景気が悪くなってしまうたら、批判に耐えられない」と慎重な姿勢だ。（米谷陽一）