

今次米価高騰がインフレ心理に及ぼす影響

(サマリー)

本稿では、2024 年夏以降の米価高騰が消費者のインフレ心理に及ぼす影響を検証した。米の小売価格は、2024 年夏以降上昇に転じ、本稿執筆時(2025 年 4 月)には、4,770 円にまで値上がりした(2023 年度平均価格は 2,360 円)。米価は、これまでも 1993 年の米騒動など供給障害時には上昇している(前年比 20~30%程度)が、今次高騰期(+90%台)とは比べ物にならない。米価高騰が家計に及ぼす影響は、CPI の直接押し上げ効果(2025 年 3 月で+0.57%押し上げ)による実質購買力の減少に止まらず、インフレ心理にも及んでいる。事実、家計のインフレ実感は、+15%にまで急上昇し、3%台の消費者物価前年比と大きなギャップが生じている。米価高騰がインフレ心理に及ぼした影響を統計的に検証するため、インフレ実感の推計式に米価を説明変数として追加すると、インフレ心理に相応の影響を及ぼしていることが確認できた。同じ統計手法を 1 年先の期待インフレに当てはめてみても、同様の現象がみられた。なお、5 年先期待インフレでは、こうした効果は見られなかった。こうした検証結果からは、今後米価が沈静化していく場合には、インフレ実感等も低下していくことが期待される。ただし、先行研究によると、期待インフレは、食料品の上昇期には敏感である一方、下降期にはラグを伴いつつより緩やかに低下する傾向が報告されている点は留意が必要である。

*……infotain.reseach@gmail.com。引用の際には、出所を明記して下さい。

1. はじめに

インフォテイメント研究所では 2023 年以降、家計の期待インフレに関する調査資料を 5 編発表してきた¹。本稿では、その続編として、2024 年夏以降の米価高騰が消費者のインフレ心理に及ぼす影響を検証する。

米の小売価格は、2024 年夏以降上昇に転じ、本稿執筆時には、4,770 円(2025 年 4 月分)と 2023 年度平均価格は 2,360 円に比べると倍近くまで高騰した。米価は、これまでも 1993 年の米騒動や 2004 年の台風被害など供給障害時には上昇しているが、いずれのケースでも前年比で+20~30%程度であり、今次高騰とは比べ物にならない。

米の消費額は、長期的に下降トレンドを辿っていたが、今次局面では単価上昇の影響により大きく上昇している。ただし、価格の変動の影響を除いた実質ベースの消費量についても、直近 1 年ほど、価格上昇にも関わらず増加している。

米価高騰が家計に及ぼす影響は、CPI の直接的な押し上げ効果(2025 年 3 月で+0.57%押し上げ)による家計の実質購買力の減少に止まらず、インフレ心理にも及んでいる。インフレ実感は、各種消費品目の中でも食料品価格の影響を受けやすいことが知られている。事実、家計のインフレ実感は、+15%にまで急上昇し、3%台の消費者物価前年比と大きく上回る結果となった。

インフレ心理に米価高騰が及ぼした影響を統計的に検証すると、インフレ実感の推計式に米価を説明変数として追加すると、説明力が増したほか、最近時のフィットが改善された。すなわち、米価高騰はインフレ心理に有意な影響を与えていることが判明した。同じ手法を 1 年先の期待インフレに当てはめてみても、同様の結果がみられた。なお、5 年先期待インフレでは、こうした効果は見られなかった。

こうした検証結果からは、今後米価が沈静化していく場合、インフレ実感等も低下していくことが期待される。ただし、先行研究によると、期待インフレは、食料品の上昇期には敏感に反応する一方、下降期にはラグを伴いつつより緩やかに低下する傾向があることが報告されている点は留意が必要である。

本稿の構成は以下の通りである。まず第 2 章では、米価高騰の購入額や購入量

¹ 研究所が公表した過去の調査資料とは、①「今次インフレ期における家計の期待インフレの不安定性」(2023/11 月公表)、②「わが国家計のインフレ実感:形成過程と期待インフレ率との関係」(2024/2 月)、③「家計の非連続的なインフレ関心度合い:閾値モデルによる実証」(2024/9 月)、④「家計の期待インフレの異質性」(2024/12 月)、⑤「海外と比較したわが国の期待インフレの特徴」(2025 年 1 月)である。また、企業の期待インフレについても、「今次インフレ期における企業の期待インフレ率」(2024/6 月)を発表している。

そして CPI への影響をみる。次に、第 3 章では、米価高騰のインフレ心理への影響を簡単な回帰式を用いて検証する。第 4 章は終章である。

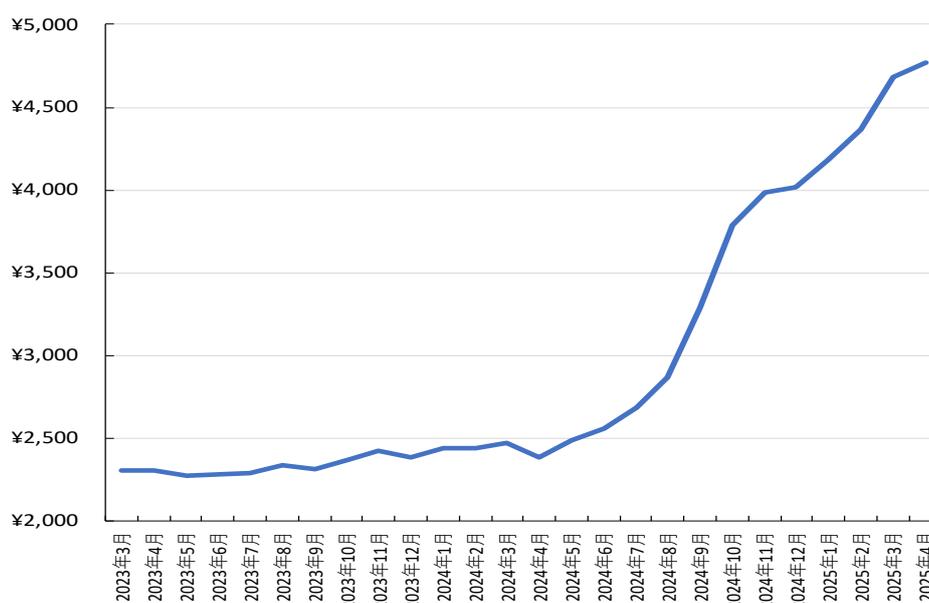
2. 米価高騰の購入額・購入量などへの影響

2.1 今次米価高騰の状況

米の小売価格は、2024 年 5 月以降大幅な上昇が続いている。総務省小売価格統計ベース(コシヒカリ)では、2023 年度中平均価格が 2,360 円であったに対し、2024 年 9 月に 3,285 円と 3 千円台に乗せた後、同年 12 月には、4,018 円と 4 千円台を超えた。そして本稿執筆時に利用可能な 2025 年 4 月分のデータでは、4,770 円にまで上昇している(図表 1)。

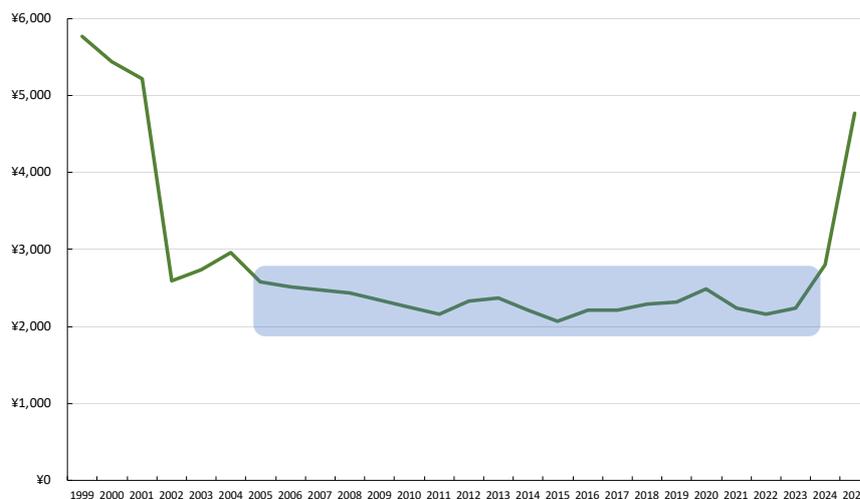
同じ統計で利用可能な 1999 年まで遡ってみると、米価は、2005 年以降 2 千円台で安定的に推移してきたことがわかる(図表 2)。より細かい長期に米価の動きをみるために、総務省の消費者物価指数「米類」の前年比を別途 1980 年からプロットした(図表 3)。同図でまず目につくのが今次米価上昇の規模の大きさである。前年比ベースで見ると、今次高騰局面では、2025 年 4 月時点で+98.4%を記録している。グラフを遡ると、過去にも 1993 年の米騒動、2004 年の台風被害など供給不安の発生時には価格高騰が生じているが、いずれも前年比ベースで+20~30%程度の上昇にとどまっておろ、今次高騰とは比較にならない。また、上昇ペースの速さも今次局面が群を抜いている。

(図表 1) 米の小売価格の推移(1)

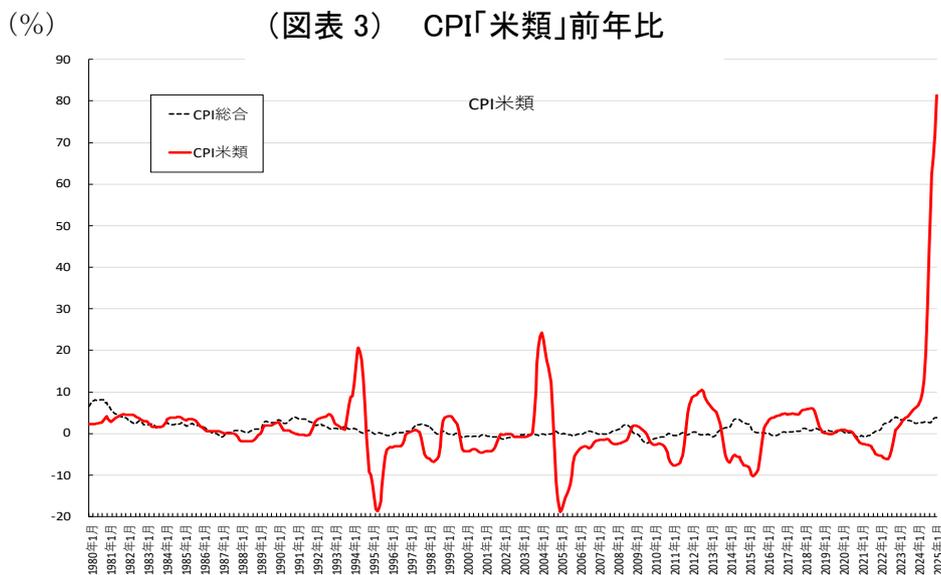


(出所)総務省小売価格統計。米の銘柄は、コシヒカリ。図表 2 も同様。

(図表 2) 米の小売価格の推移(2)



(図表 3) CPI「米類」前年比



(出所) 総務省 消費者物価指数。3期移動平均。

2.2 米価高騰の消費量へのインパクト

2025年4月で前年比+98.4%を記録した米類の価格高騰は、消費者にどのような影響をもたらしたのであろうか。まず、本節では、家計の消費状況への影響を見る。

(図表 4) 家計の米月間額消費額

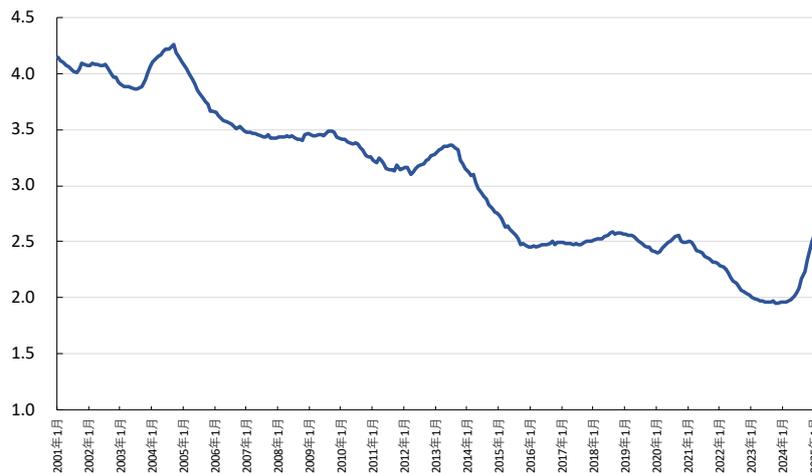


(出所) 総務省 家計調査。前方 12 期移動平均。

図表 4 は、家計の米の消費状況を金額ベースでみたものである。本グラフの始期は 2000 年初であるが、この 25 年間、金額ベースの消費は漸減傾向であった。しかし、今次米価高騰局面では、価格上昇の影響から直近では 2,500 円程度(移動平均前の 2025 年 3 月では 3,207 円)まで急上昇した。

(%)

(図表 5) 家計の米購入額が食料全体に占める割合



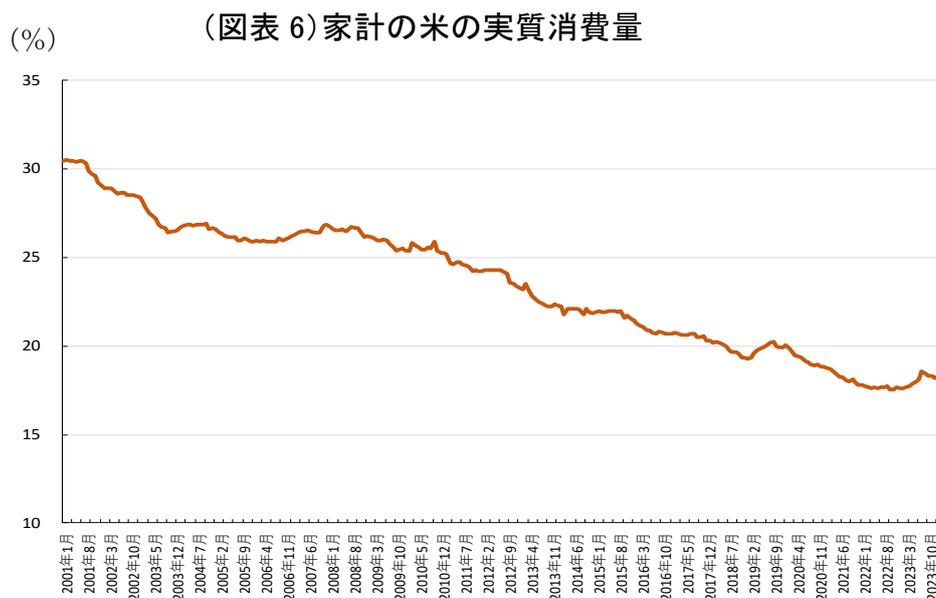
(出所) 総務省 家計調査。前方 12 期移動平均。

なお、米の購入額が食費全体に占める割合をみると、2000 年初の約 4%から漸減傾向にあり、今次局面直前には約 2%と半減した。その後、米価高騰に伴い割合は、

3%程度と、1%ポイント上昇した(図表 5)。

次に消費量を実質ベース(価格変動を除いたベース)でみる(図表 6)。まず、消費量は 2001 年以降、漸減傾向にある。ただし、直近ではトレンドから少し上振れしているように見える。この点を確認するために、家計調査の実質支出額前年比でより短期の変動を確認してみる(図表 7)。原データの振れが大きいため移動平均をかけているが、直近 1 年ほど前年比でみて、▲6%程度から、2000 年以降の最高値となる約+4%まで上昇している。

米は必需品であり、価格弾性値は小さいが²、昨年夏以降の米価高騰期には、数量は逆に増加傾向にあった。新聞報道等によると、昨年夏の南海トラフ地震臨時情報の発表で家計が米の備蓄を行ったとされており、こうした仮需が数量増加に寄与した可能性がある。また、価格高騰が家計に認知されるにつれ、先高観から備蓄行動が生じた可能性も考えられる。



(出所)総務省 家計調査による金額消費量を消費者物価指数で実質化。

² 総務省の家計調査の支出弾力性の推計では、米は、0.07 と極めて弾力性が低く、基礎的支出の要素が極めて強い(食料品全体では、0.62)。支出弾力性は、1.00 以下が必需品的な性格を持つ品目とされ、1.00 以上が選択的支出(奢侈品的なもの:例えば外食は、2.15)と分類されている。

(%) (図表 7) 家計の米の実質消費量(前年比)

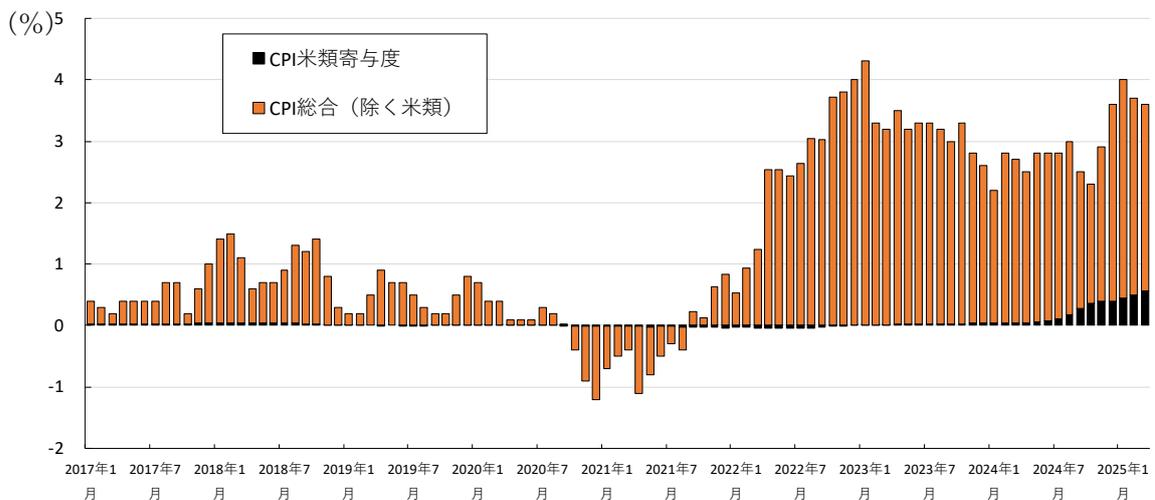


(出所)総務省 家計調査。前方24ヶ月移動平均値。

2.3 米価高騰の購買行動全般へのインパクト

次に、米価高騰が消費者物価(CPI)に及ぼす影響を考えてみよう。CPI 統計における「米類」のウェイトは、62/10,000 である。2025 年 3 月時点での前年比が+92.1% であるので、CPI 全体の前年比を+0.57%押し上げた格好である。同時点での CPI は、総合が+3.6%、除く生鮮食品が+3.2%であったので、無視できない押し上げ効果と言える(図表 8)。

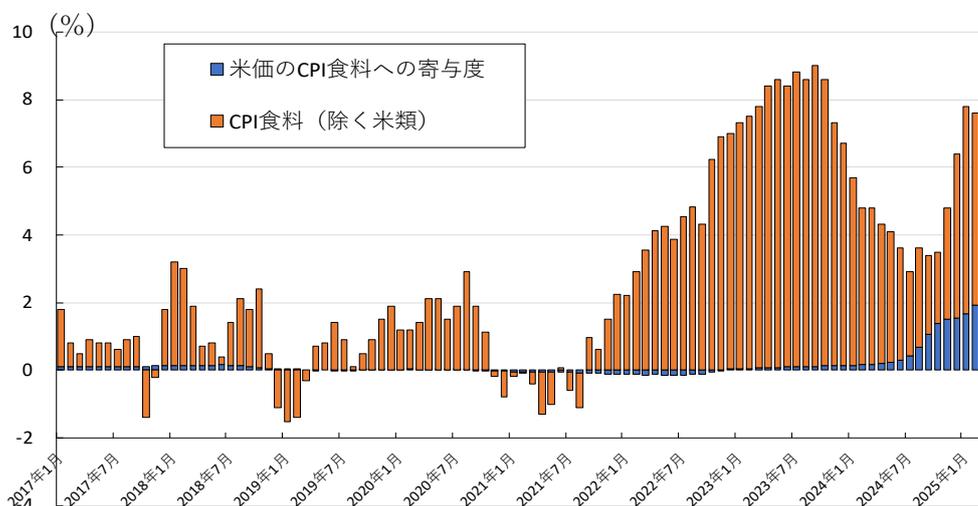
(図表 8) CPI 総合に対する米価の寄与度(前年比)



(出所)総務省 消費者物価。

次に、家計の食品類の購入価格の押し上げへの米価の寄与を見たのが図表9である。

(図表9) CPI 食料品に対する米価の寄与度(前年比)

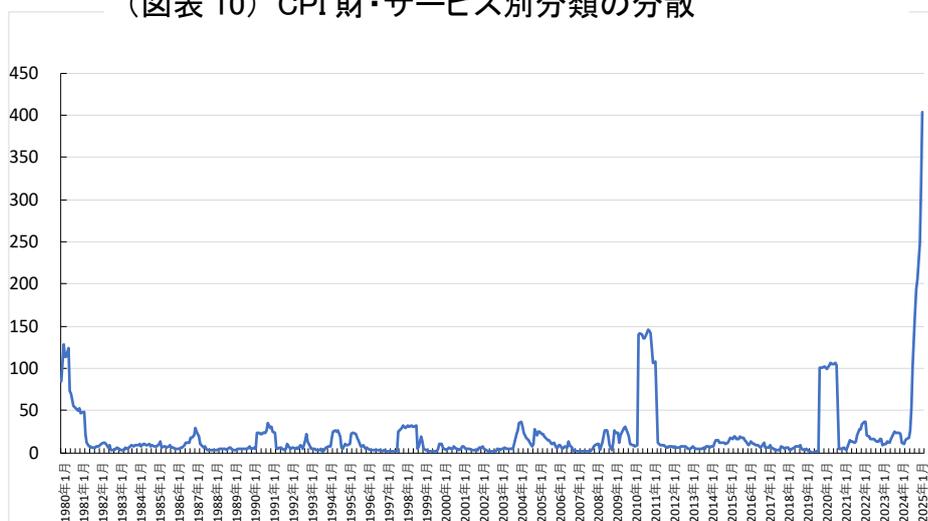


(出所)総務省 消費者物価。

直近の2025年3月時点で見ると、食料品の前年比上昇率が+7.4%であるのに対し、米価の寄与度は、+2.2%に達しており、寄与率で見ると、約3割に達している。

物価全体が+3%程度の上昇ペースの中で、米価高騰は相対価格に大きな変化を生じさせている(図表10)。本図表は、CPIの財・サービス別分類(39項目)の月毎の分散度合いをみたものである。今次局面では、分散値が突出して上昇しており、消費者にとって、米価高騰の印象が一層強くなりやすい状況ある。

(図表10) CPI 財・サービス別分類の分散



(出所)総務省 消費者物価。各品目の前年比の分散をとった。

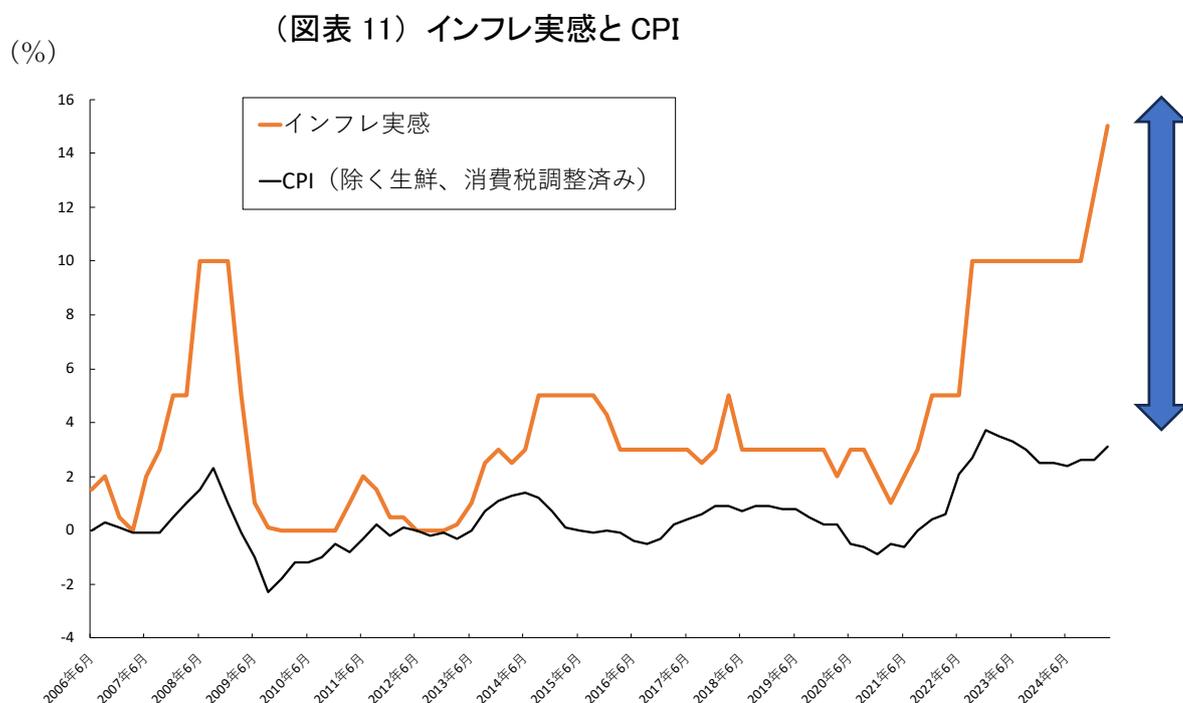
3. 消費者のインフレ実感や期待インフレに及ぼす影響

前節では、米価高騰の消費量など直接的な影響をみたが、本節では、消費者のインフレ心理、具体的には、インフレ実感や期待インフレへのインパクトにどのような影響を及ぼしているのかを検証する。

まず、インフレ実感と CPI の関係を見てみよう(図表 11)。インフレ実感とは、消費者が考える現在の物価上昇を数値で回答してもらったものの集計結果である。図からも明らかのように、インフレ実感、実際のインフレ率(CPI<除く生鮮>)よりも常に上方に位置しており、その差は、今次局面以前でも、0~8%程度、平均すると 3~4%程度であった。

一方、今次局面においては、まず CPI は、2022 年 10~12 月期に+3.7%のピークをつけた後、2024 年 4~6 月期に+2.4%まで低下したが、再び上昇に転じ直近 2025 年 1~3 月期には+3.1%となっている。

これに対し、インフレ実感、2021 年後半から CPI の上昇につれる形で高まってきた。その上昇幅は、CPI よりも大きく、2022 年後半には 5%から 10%へと倍増したほか、2 年後の 2024 年 10~12 月期には、15%へと再度ジャンプ・アップしている。このため、CPI との差も約 12%に拡大している。



(出所) 日本銀行 生活意識調査、総務省 消費者物価。インフレ実感、中央値。

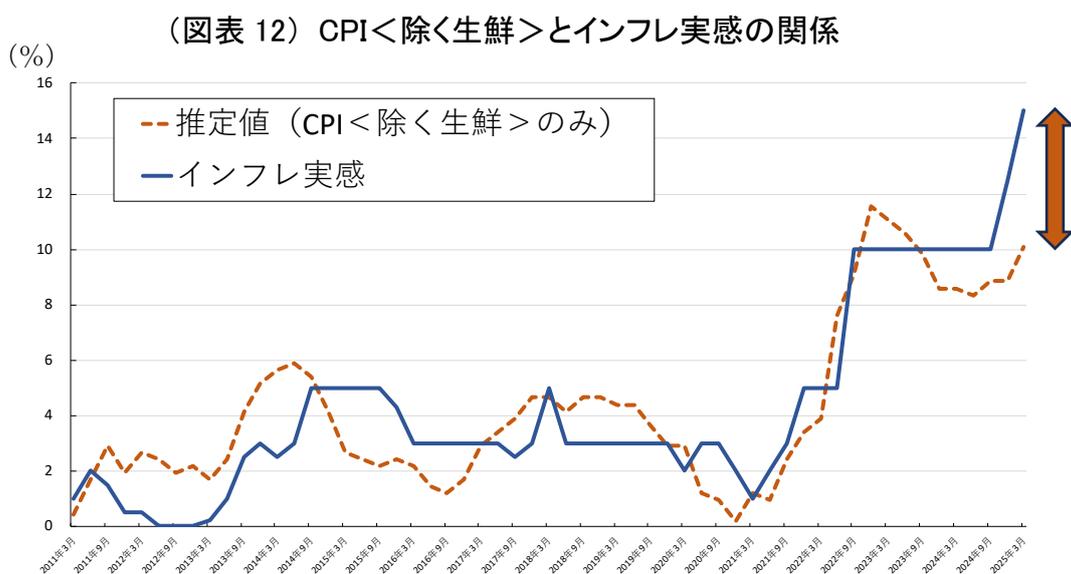
次に、米価高騰がインフレ心理に及ぼす影響を統計的に検証してみる。インフレ

実感は、過去の研究から日常的に頻繁に購買する品目、特に食料品の価格の影響を大きく受けることが知られている³。下表は、わが国の CPI の分類、すなわち、食料品、財(除く食料品)、サービス、エネルギーの4形態とインフレ実感との相関係数を表したものであるが、食料品が0.86と飛び抜けて高く、その他財やサービスは、0.5前後、サービスはほぼ無相関となっている。

	インフレ実感との相関
食料	0.86
財除く食料	0.44
サービス	0.56
エネルギー	0.02

(出所) 日本銀行 生活意識調査、総務省 消費者物価。計測期間は、2011/1-3月から2025/1-3月まで。

次に、今次米価高騰が消費者心理に与えた影響を統計的に検証する。まず、CPIとインフレ実感の関係を単回帰式で示したのが下図である(図表12)。



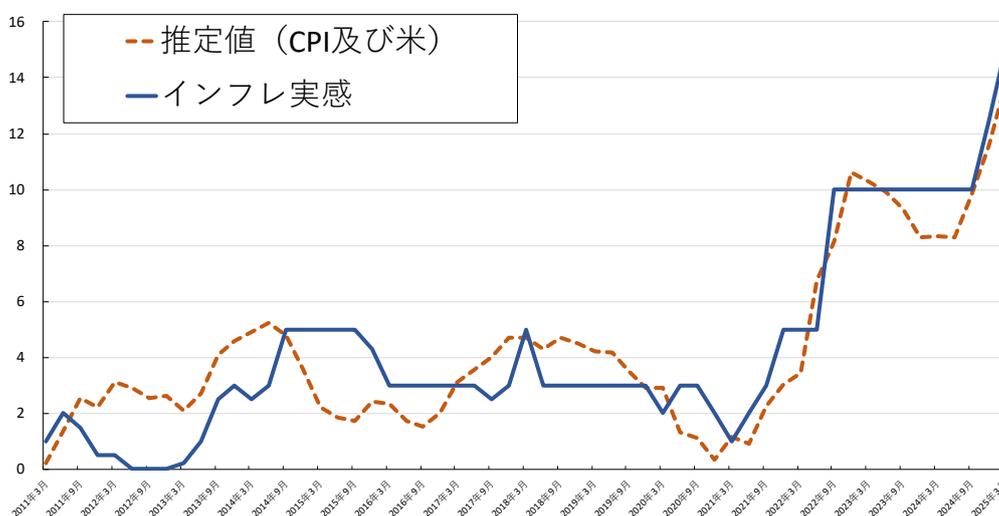
(出所) 日本銀行 生活意識調査、総務省 消費者物価。計測期間は、2011/1-3月から2025/1-3月まで。

³ 詳しくは、福原敏恭(2023)、(2024)を参照。

単回帰式の推計値では、 R^2 は、0.74とまずまず高かったが、2024年以降のインフレ実感の上昇を追いきれていない。そこで、上記回帰式にCPIの米類を説明変数として加えた重回帰式を計算してみた。その結果を図表13に示す。 R^2 が0.78に上昇したほか、図表12でギャップが目立った直近のインフレ実感の上昇をも良く追う形に改善された。

この結果から、図表9でみたようなこれまでの全般的な物価上昇とは全く異なった単一品目の高騰は、品目が必需品である米であることも加わり、消費者のインフレ実感の上昇に大きく寄与した可能性が高い。

(図表13) 図表11の説明変数にCPI米価を加えた推計結果



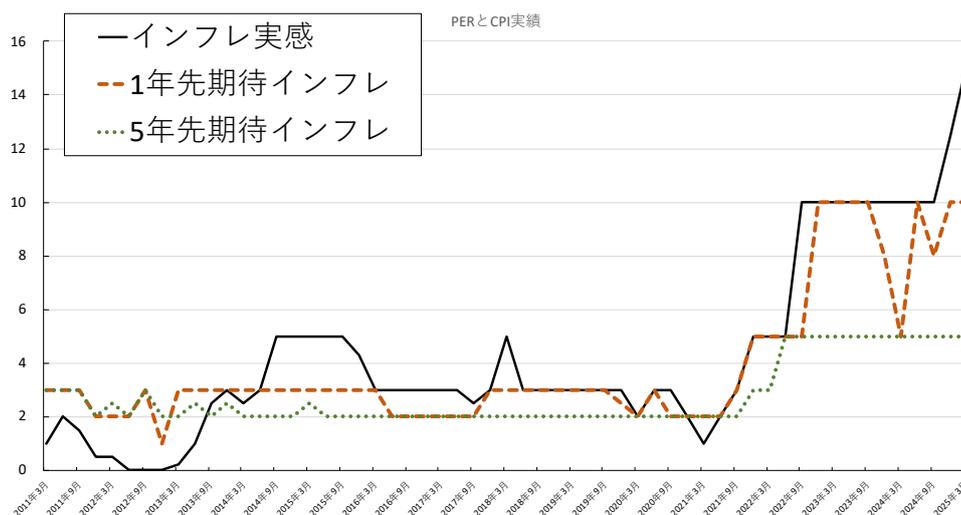
(出所) 日本銀行 生活意識調査、総務省 消費者物価。計測期間は、2011/1-3月から2025/1-3月まで。

	係数	標準誤差	t 値
切片	2.40917104	0.2591254	9.29731709
CPI 米価	0.05146216	0.01612292	3.19186426
CPI (除く生鮮)	2.23523376	0.19600461	11.4039859

インフレ実感は、消費者の現在のインフレ状況に対する認識を表しているが、消費者は、先行きの期待インフレを形成するに当たって、インフレ実感に依拠する部分が多いことが知られている。このため、米価高騰の影響も、インフレ実感のみならず、期待インフレにも及んでいる可能性がある。そこでまず、家計のインフレ実感及び1

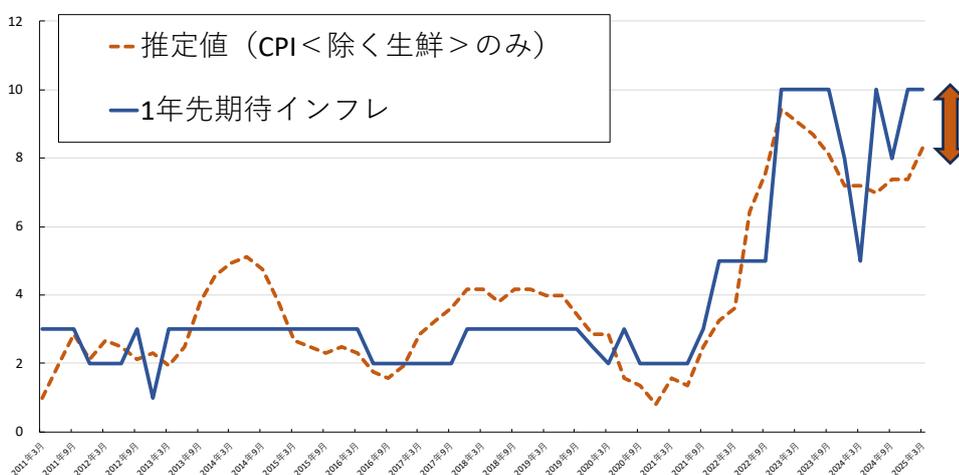
年・5年先期待インフレの動向を図表 14 に示した。1年先期待インフレは、近年 5%と 10%の間を行き来しており、直近時点の 2025 年 3 月では、10%とインフレ実績値の +3.0%(2025 年 1~3 月期)を倍以上上回っている。また、より長期の 5 年先の期待インフレは、1 年先期待インフレよりは安定的に推移しており、コロナ禍前は 2%、その後のインフレ局面では、5%を保っている。

(図表 14) インフレ実感、1年・5年先期待インフレ



インフレ実感と同様の手法で、米価高騰が 1 年先インフレに心理的な影響を及ぼしているかを検証する。まず CPI(除く生鮮)のみで 1 年先期待インフレを推計した結果が図表 15 である。米価高騰局面においては、インフレ実感ほどではないが、期待インフレを過小推計する形となっている。

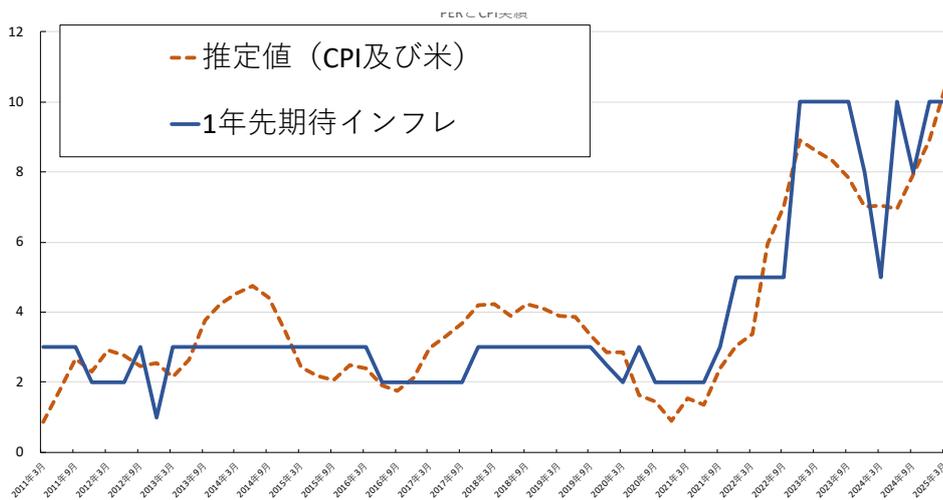
(図表 15) CPI<除く生鮮>と 1 年先期待インフレの関係



(出所) 日本銀行 生活意識調査、総務省 消費者物価。計測期間は、2011/1-3 月から 2025/1-3 月まで。

そこで、上記推計の説明変数にCPIの米価を加えて際推計した結果が図表16である。R²は、0.76から0.79に上昇したほか、図表15に比べ、昨年来の期待インフレの上昇局面の動きをより良く捉えられるようになった。このことはまた、1年先インフレ期待も今次米価高騰の影響を受けていることを示している。

(図表16) 図表15の説明変数にCPI米価を加えた推計結果



(出所) 日本銀行 生活意識調査、総務省 消費者物価。計測期間は、2011/1-3月から2025/1-3月まで。

なお、同様の手法を5年先期待インフレにも適用してみたが、R²は改善せず、また説明変数としてのCPI米価も、有意とはならなかった。家計は米価高騰が一過性の経済現象であることを明確に認識している結果と思われる。

4. おわりに

本稿では、2024年夏以降の米価高騰が消費者のインフレ心理に及ぼす影響を検証した。

米の小売価格は、2024年夏以降上昇に転じ、本稿執筆時には、4,770円(2025年4月分)と2023年度平均価格は2,360円に比べると倍近くまで高騰した。米価は、これまでも1993年の米騒動など供給障害時には上昇しているが、いずれのケースでも前年比で+20~30%程度であり、今次高騰とは比べ物にならない。

米の消費額は、長期的に下降トレンドを辿っていたが、今次局面では単価上昇の影響により大きく上昇している。ただし、価格の変動の影響を除いた実質ベースの消費量についても、直近1年ほど、価格上昇にも関わらず増加している。

米価高騰が家計に及ぼす影響は、CPIの直接的な押し上げ効果(2025年3月で+0.57%押し上げ)による家計の実質購買力の減少に止まらず、インフレ心理にも及んでいる。現在のインフレ状態に対する認識を示すインフレ実感は、各種消費品目の中でも食料品価格の影響を受けやすいことが知られている。事実、2025年3月時点の家計のインフレ実感は、+15%にまで急上昇し、3%台の消費者物価前年比を大きく上回る結果となった。

こうしたインフレ心理に米価高騰が及ぼした影響を統計的に検証すると、インフレ実感の推計式に米価を説明変数として追加すると、説明力が増したほか、最近時のフィットが改善された。同じ手法を1年先の期待インフレに当てはめてみても、同様の改善効果がみられた。このことは、米価高騰が家計のインフレ心理に有意な影響を及ぼしていることを示している。なお、5年先期待インフレでは、こうした効果は見られなかった。

こうした検証結果からは、今後米価が沈静化していく場合、インフレ実感等も低下していくことが期待される。ただし、先行研究によると、期待インフレは、食料品の上昇期には敏感に反応する一方、下降期にはラグを伴いつつより緩やかに低下する傾向があると報告されている点には留意が必要である。

以 上

(参考文献)

福原敏恭(2023)「インフレ実感から見たわが国の期待インフレ率」、インフォテイメント研究所

— (2024)「わが国家計のインフレ実感:形成過程と期待インフレとの関係」、インフォテイメント研究所

総務省 小売統計 各年

— 消費者物価指数 各年

日本銀行 生活意識調査 各年

Anesti et al. (2025) “Food prices matters most: sensitive household inflation expectations,” Nikoleta Anesti, Vania Esady and Matthew Naylor, Staff Working Paper No.1125, May 2025