

今日のキーワード ユーロ圏統合消費者物価指数(欧州)

欧州連合(EU)統計局(ユーロスタット)が毎月発表しています。EU加盟28カ国の家計における一定の消費構造(ウェイト)を基準に、モノとサービスの価格を総合したものを「統合消費者物価指数」といいます。このうち、統一通貨ユーロを採用している18カ国を対象とした指数を「ユーロ圏統合消費者物価指数」といい、欧州中央銀行(ECB)による金融政策の判断のために重要な指標です。

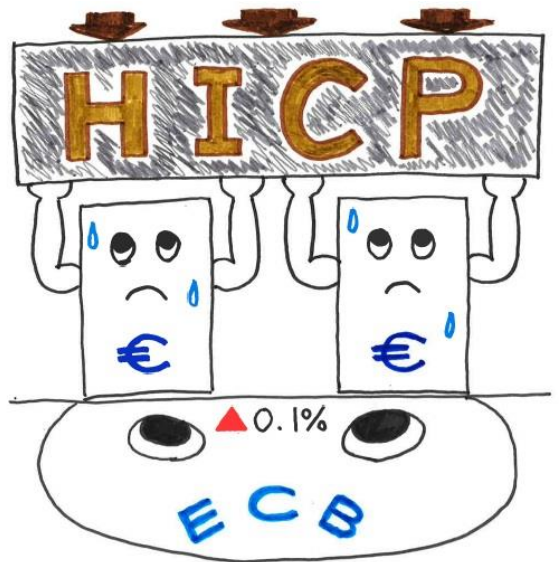
ポイント1 7月の速報値は前年同月比+0.4% 2009年10月以来4年9カ月ぶりに+0.5%割れ

■7月31日に発表された「ユーロ圏統合消費者物価指数」(以下、「HICP」とする)の7月速報値によると、総合指数は前年同月比+0.4%となりました。前年同月比が+0.5%を割り込んだのは、リーマンショック(2008年9月)後、世界全体が厳しい景気後退に見舞われた影響で、2009年6月から10月の5カ月間、上昇率がマイナスに落ち込んで以来のことです。

ポイント2 財政引き締めに伴う景気悪化が原因 2013年初めまでの景気後退の影響ひきずる

■一般に、消費者物価指数の変動は、景気の変動に対して遅れて推移する傾向があります。「HICP」の上昇率が低下したのは、2011年終わりから2013年初めにかけて、ユーロ圏経済が景気後退に見舞われ、モノやサービスに対する需要が減退したことが原因と考えられます。

■これは2009年10月に、ギリシャの財政赤字が公表数値を大きく上回ることが明らかになった「ギリシャ・ショック」に端を発します。その後、財政赤字の大きい他のユーロ圏諸国が早期の財政健全化を強いられました。厳しい財政引き締め(増税や財政支出の削減)を行った結果、財政が健全なドイツなども巻き込み、ユーロ圏全体の経済活動が縮小しました。



今後の展開 金融緩和の強化で経済活動が刺激されればプラス幅拡大も

■景気回復が続きプラス幅が拡大する環境へ

ユーロ圏の景気は2013年4-6月期から回復に転じ、すでに2014年1-3月期まで4四半期連続で回復が続いています。景気回復初期は輸出回復の影響が大きかったものの、2013年終わりから個人消費などの内需が主導しつつあります。「HICP」はプラス幅を拡大させる環境が整いつつあります。

■マイナス金利導入の効果にも期待

しかし、景気回復の勢いが弱いと「HICP」の上昇率低下が続く恐れもあります。6月5日、ECBは金融機関の各国中央銀行への預金に対し、マイナス金利を導入しました。これで中央銀行に滞留する資金が民間に出回れば、「HICP」のプラス幅拡大が促されるため、効果のほどが期待されます。

ここも チェック!

2014年07月11日【キーワード No.1,369】底堅いユーロ相場、低インフレの影響は?
2014年07月04日【デイリー No.1,906】ユーロ圏の金融政策(7月)

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。