

# be report

## 消費増税で3%以上値上がり?

平日の昼、近隣に勤めるサラリーマンの長い行列ができる稲庭うどんの繁盛店。4月の消費税率引き上げを境にランチメニューが1割値上がりしました。「輸入小麦が上がったときも上げずにきたから? いや、稲庭は国産小麦。おつりを1円玉で出すのが大変だから?」。さまざまな考えがよぎりましたが、行列は相変わらず。消費増税アップの前後で、身近なモノの値段はどう変わったのでしょうか。

### 上げ損ね分も転嫁

消費税率が5%から8%に上がったのだから、差し引き3%分程度の支出増はしょうがない。そう踏んでいたら、思わぬ目に遭ったという人もいるのではない。冒頭のランチセットのように、3%以上値上がりしたものが、結構あるからだ。景気がよくなり、失業率が下がる、一般に物価は上がるが、1990年代後半から最近までの約20年間の日本は、景気がよくなっても、物価はほとんど動いていなかった。「よそに客を奪われるのを恐れて、企業が我慢して値上げしなかったり値上げ幅を縮めたりしてきたため。それが今回の増税をきっかけに原材料や人件費の値上がり分、過去に上げ損ねていた分を『一斉のせい』で価格に上乗せする動きが出た」

そう解説するのは、東大の渡辺孝教授だ。税率の上昇以上に上がったからといって「便乗値上げ」と決めつけるのは短絡的なことも。渡辺さんは、全国約300店のスーパーのPOS(販売時点情報管理)データから食料品や日用雑貨など20万点超について、各店の価格や数量を日々収集し、独自の手法で日次の物価指数を算出している。グラフィックの折れ線グラフは、今回と97年の前回の消費増税を

### 品薄高止まりの家電も

食料品や日用雑貨に比べ高値で購入頻度もそう高くない家電製品の一部は、もっと顕著な動きを見せる。なかでも、容量555リットルといった大型冷蔵庫の駆け込み購入の盛り上がりにはメーカーも驚いたほど。トッパシアのパナソニックによると、3月の実需は前年の1.3倍に達した。4月は、実需では前年を割

り込んだものの、「出荷は、3月までに生産が間に合わなかった受注残への対応で、前年比10%増の業界平均を上回り、6月まで生産ラインのフル稼働が続く」(広報グループ)という。そうした状況は値段に如実に跳ね返る。グラフィックの折れ線グラフは、価格比較サイト「価格.com」

山高ければ谷深し。グラフは4月第1週までだが、今年は増税直後の売り上げの落ち込みが大きかった。しかし、渡辺さんが注目するのは、3月末にマイナスだった物価が4月1日時点で0.8%のプラスに転じた点だ。「2015年度中をメドに2%の物価上昇率を達成するという日銀の政策目標が浸透し、消費者の間で『これからは物価が上がる時代だ』というマインドができた。スーパーの商品のように購入頻度が高く、日々の値動きに敏感な品目でも、値上げが幅広く受け入れられている」とみる。

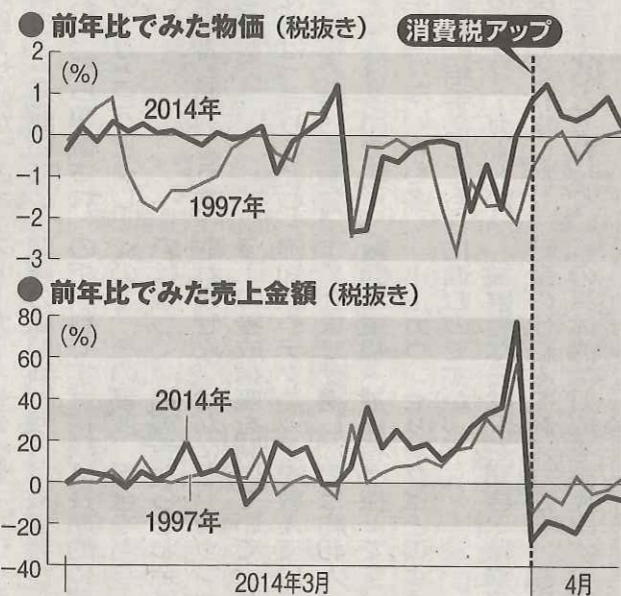
金融機関の不良債権問題など消費を取り巻く外部環境が厳しさを増していた97年の増税実施日の物価はマイナスで、増税分の半分程度しか価格転嫁できなかったとみられることを思えば、様変わりだ。3月に品薄になり、値上がりした日用紙製品は4月も上昇が続き、特売の目玉として3月に値下がりした即席袋めんは4月に入って徐々に価格が上がっている模様で、「増税後の出荷の落ち込みも、予想より小さかった」(サントリー食品広報宣伝部)。

m」を運営するカカコムのデータが示すパナソニックの大型冷蔵庫(NR-F568XG)の値動きだ。家電製品は価格競争が激しく、通常は販売開始から2〜3カ月で2〜3割値下がりし、その後も右肩下がりが続くが、「今年は2〜3月にかけての駆け込み需要で、発売時の店頭価格が30万円前後の大型冷蔵庫などを中心に価格の上昇がみられた」とカカコムの鎌田剛常務執行役員。

### 消費増税アップの前後で値段はどう変わった?

#### スーパーの駆け込み需要は1997年に比べ旺盛

東大物価指数が対象にしている約300店のPOSデータを用いて算出

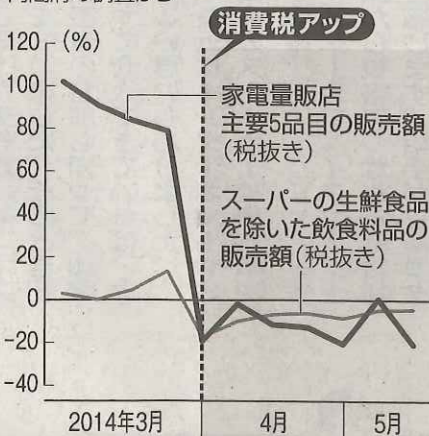


#### ●売れた商品の値動き 東大・渡辺研究室のデータをもとに編集部が推計



#### 反動減は収束へ? 足元の個人消費の動向

内閣府の調査から



#### 値段が強含みで推移するものも...

##### ●パナソニックの大型冷蔵庫(NR-F568XG)の値動き 価格.comから

