

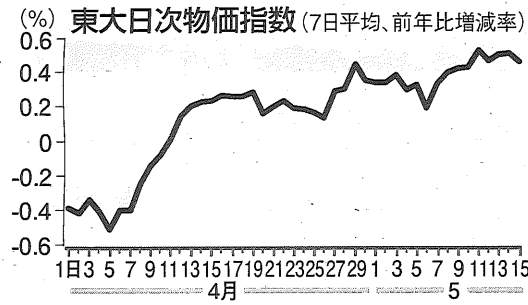
日用品の店頭価格が4月中旬から1カ月以上も上昇し続けていることが18日、スーパリーの店頭データから算出する「東大日次物価指数」で明らかになった。消費者の購買意欲の改善などを背景に一部商品の価格が上がり、指数の前年比（税抜き、7日平均）は15日まで35日連続で上昇している。同指数の上昇がこれだけ続くのは平成25年4月に日銀の大規模金融緩和がスタートしてから初めて。

（藤原章裕）

東大の指数に続き、28日からは一橋大学が新商品を含む物価変動を把握できる国内初の指数を公表する予定で、日銀も日用品の価格動向を注視し始めた。

日銀は4月末の金融政策決定会合で、2%の物価上昇率目標の達成時期の見通しを後ろにずらしたが、15日の東大物価指数の前年比増減率は0.46%と7日連続で0.4%を上回る伸びを記録した。今年に入って4月10日まで指数はほぼマイナスだっただけに、足元の伸びが目立つ。

指数を開発した渡辺努東大教授は「株高効果で購買意欲が高まったためだ。ス



日用品値上がり 1カ月超

「東大日次物価指数」日銀も注視



消費者の購買意欲の改善などを背景に一部商品の価格が値上がりしている(ロイター)

「スーパーの買い物客すべてが株を保有しているわけではないが、消費マインドは改善してきた」と分析する。

こうした状況から、「人件費の上昇などを商品価格に転嫁しやすくなった」（三菱UFJモルガン・スタンレー証券の宮崎浩シニアエコノミスト）ように、一橋大学が週単位で公表している「SRI一橋大学消費者購買価格指数」もスーパーやコンビニエンスストアを中心に上昇基調に転じている。一橋大と指数を共同開発した新日本スーパーマーケット協会は「1〜4月に即席麺や乳製品が2〜8%値上げされた影響が大きかった」とみる。

一橋大は、新商品の投入による物価変動も含めて動向を把握できる「SRI一橋単価指数」も28日から公表する。従来は、既存商品の価格を据え置いたまま容量を少なくする新商品が登場した場合、新旧商品の価格比較はできなかった。し

かし、「新指数では『容量単価』の上昇として把握できるのが特徴」（阿部修人一橋大教授）という。

日銀は21〜22日に金融政策決定会合を開く。総務省が公表した3月の消費者物価指数（生鮮食品を除く）は、消費税増税の影響を除く前年比伸び率が0.2%と低迷しているが、足元の日用品価格の上昇などを踏まえ、日銀幹部は「今回の物価上昇局面で消費者の購買意欲が損なわれないかが最大の関心事」と話す。

若年層開 お申上

お中元商戦が本格的に始まった。株高や賃上げの浸透をにらみ、百貨店やスーパーは高額品を拡充したり、拡大するインターネット通販への対応を強化するなど、あの手この手で顧客を取り込もうと知恵を絞っている。

東武百貨店池袋本店は18日、昨年より11日早く「お中元ギフトセンター」を開設した。「昨年の消費税増税後、質のよい高額商品か、値頃な低価格品を求める二極化の傾向が強まっている」（担当者）として、1万円以上の高額商品の数を6%増やす一方で、4千円台のお手頃価格の品目も5%増やして需要の取り込みを狙う。