

物価上がっていないの？

消費者指数 生活実感とズレも

食料品など身近な商品の値上げが続いている。だが、4月の消費者物価指数(CPI)は生鮮食品を除けば前年比で実質横ばい。夏場にはマイナスになりそうだ。CPIと生活実感のズレを埋める、より身近なものの値段を反映した新しい指標も登場している。

価格転嫁で値上がり

食料品などの値段が上がっているのは、円安などで高騰する原材料費の価格転嫁が進み始めたからだ。



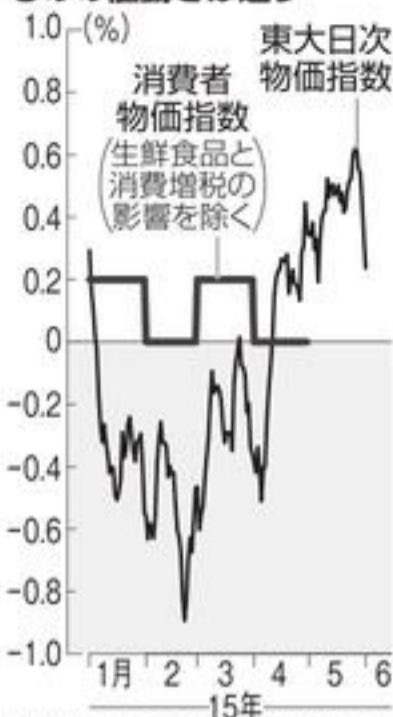
スーパーのヨーグルト売り場。値上がりが目立ってきた。大阪府、岩沢志気撮影

食用油大手・日清オイロオグループの5月の調べでは、キャノーラ油の1キログラムあたりの店頭価格は税抜きで平均211円。昨年12月から16円上がった。「特売の頻度が落ちていることなどで、店頭価格の平均が上がっている」(吉田伸章常務)という。

大阪・兵庫が地盤の関西スーパーマーケット(兵庫県伊丹市)では3月半ばから、全65店で特売チラシを週3回から2回に減らし、対象も2割絞った。販売管理費を減らす一環だった。

「お値打ち価格」で勝負する庶民派スーパーにとっただお客さんの反応は心配だ

消費者物価指数と身近なものの値動きは違う



総務省・東大日次物価指数プロジェクトなどの資料から

た。だが、ふたを開ければ、「売り上げは落ちなかった」(福谷耕治社長)。

神戸市東灘区の店を使う西沢登美子さん(81)は最

日用品焦点 新指標も

それでもなぜCPIはゼロやマイナスになるのか。総務省が毎月発表するCPIは食料品や日用品のほか家賃や電気、電話、診療

代など588品目を集計。サービスも含めた世の中の値段全体という「物価」水準を表す。4月の生鮮食品と消費税の影響を除いた

同指数の4月の月次指数では食用油が前年比2.8%、牛乳が同3.0%、ヨーグルトが同1.9%。特売の対象になりやすい商品

の値上がりが目立った。渡辺教授は「今は少ない品目が引張って指数を上げているが、夏のボーナスが出る頃になれば値上がり品目の幅が広がっていきそうだ」と予想する。ただ、こうした動きが、そのまま消費者物価指数に影響するかどうかについては「原油価格の下落による影響と綱引きになるだろう」と述べ、慎重な見方を示した。

5月末には一橋大経済研究所などが開発した「SR I一橋大学消費者購買単価指数」が公表を開始。全国4千店舗のPOS情報を週次集計し、スーパーの指標はこのところ前年比1.3%程度の上昇が続く。

(福田直之)

近、卵など必需品は特売でなくても買うようになった。「景気がよくなった、という話を聞くからかしら」

特売価格そのものも上がっている。全国のスーパーなどの特売チラシを分析するチラシレポート(東京)によると、UCC上島珈琲の「ゴールドスペシャル」など4商品は、4月の掲載価格が1年前より13〜28%上がっていた。

(田幸香純)

だが最近、スーパーやドラッグストアで毎日買うものの値動きに焦点を当てた指標が相次いでいる。東大大学院の渡辺努教授らが開発した「東大日次物価指数」は、全国約300のスーパーで販売管理情報システム(POS)に入る商品の価格情報を日々集計する。

直近7日間を平均した日次指数は4月から安定して前年比プラスに転じている。