

## ◎ [金利レーダー] 値上げ続く食料品、消費持続が焦点に＝マインド転換、日銀も注視

食料品や日用品などの値上げが続いている。全国のスーパーマーケットで販売されている商品の日々の値動きを示す「日経・東大日次物価指数」は、17日に前年比1%を突破。食料品を中心とした価格上昇の動きを裏付けている。円安の進行に伴うコストの増加を価格転嫁する動きが広がっているのが背景とみられ、日銀も企業の強気な価格設定行動を注視している。ただ、インフレマインドへの転換には、消費者が値上げを受け入れる必要がある。雇用・所得環境の改善を追い風に、今後も消費の底堅さが維持できるかが焦点となる。

日銀は、今春の価格改定での値上げの動きを総じて前向きに受け止めている。6月の金融政策決定会合では、何人かの委員が、4月以降の日用品や食料品の値上げに言及。「外食や耐久消費財でも、円安や人件費の上昇によるコスト増加分を転嫁する動きが見られる」との声が複数から上がった。さらに、「企業で、付加価値を高めつつ販売価格を引き上げる動きが広がっている」と価格設定行動の変化を前向きに評価する意見も出された。

従来、コストの増加は人件費削減などで対応する場面も多かったが、需要の回復を背景に、価格転嫁による値上げを選択しやすくなった面があるのは間違いない。また、中央銀行がインフレ進行を容認していることで、人々の心理に何らかの影響を与えている可能性もある。生鮮食品を除く消費者物価の伸び率は、原油安の影響を受け0%程度で低迷しているが、日銀が金融経済月報で新たに公表を始めた生鮮食品とエネルギーを除く指数は、5月分で前年同月比0.7%上昇と、3カ月連続で上昇幅を拡大。物価の基調はじわりと上昇方向をたどっている。

もっとも、こうしたコストプッシュ型の物価上昇にはリスクもつきまとう。6月の会合でも、複数の委員が「このところの食料品や日用品の価格上昇が消費者マインドに悪影響を及ぼす可能性に注意が必要だ」と警鐘を鳴らしている。

実際、足元の消費関連統計は天候不順の影響もあるが、今ひとつさえない。日本チェーンストア協会が22日発表した6月のスーパー売上高は、既存店ベースで前年同月比0.3%増と伸びが鈍化した。BNPパリバ証券の加藤あずさシニアエコノミストは「天候

不順による生鮮食品の価格上昇や、円安によるコスト増で加工食品の値上げが相次いでいることが背景にあり、食品を中心とした値上げは消費全般を抑制している」と指摘する。

昨年度は消費税増税による負担増の影響を軽視し、消費の足取りを見誤った日銀だが、果たして今回はどうか。大企業を中心としたベースアップやボーナス増加など所得環境は着実に改善していることから、日銀内には「国内要因で、消費が大きく落ち込む理由は見当たらない」（幹部）などと、強気のスタンスを変えるムードはない。黒田東彦総裁も21日のタイ・バンコクでの講演後の質疑応答で、先行き物価上昇率が大幅加速し、来年度前半ごろの2%の物価目標達成に改めて自信を示している。

速報性のある日経・東大日次物価指数の上昇は、日銀の物価シナリオを先取りしている動きにも見える。ただ、同指数の開発に携わった渡辺努東大教授は、「4月以降の指数上昇は、日銀の物価目標達成が一步近づいたことを意味するが、このまま一直線に2%を実現できるとは思わない」と強調する。その理由について、渡辺教授は「値上がりしている品目はまだ限定されており、全面的な上昇にはなっていない」と説明。当面は、食料品の上昇と原油関連の下落の綱引きになると見込んでいる。

価格を引き上げた商品の需要が落ち込まなければ、企業が自信を深め、再値上げに動く循環が起きやすくなる。逆に売り上げが伸び悩めば、企業はさらなる価格引き上げを躊躇（ちゅうちょ）せざるを得ない。価格の変化に敏感な主婦の日々の買い物が、実は2%物価目標の実現のカギを握っている。（経済部・宇山謙一郎）

[\[本記事に対するご意見などを下記のアドレス宛て電子メールでお送りください。時事通信社\]](#) メールアドレス **【station@grp.jiji.co.jp】**