

日用品 広がる値上げ

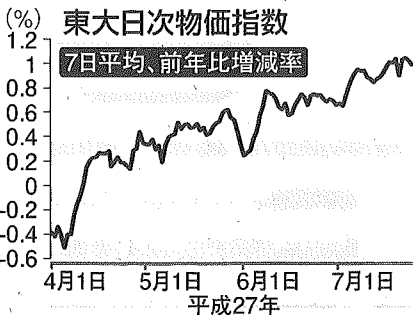
食品や雑貨など日用品に値上げの動きが広がってきた。原油安の影響で消費者物価指数（生鮮食品を除く）は前年比横ばい

が続く中、日用品の値上げは日銀の目指す「2%」の物価目標到達の「追い風」となるか。 (藤原章裕)

3カ月上昇中物価目標達成へ追い風？

消費者も受け入れ

消費者の実感に近い商品の値上がりを反映するのが、スーパーの店頭データから算出する「東大日次物価指数」の上昇だ。指数の前年比（税抜き、7日平均）は4月11日から今月24日まで3カ月余りも上昇し続けている。7月中・下旬



には約4年ぶりに1%を越える日がみられた。

景気が緩やかに回復する中、メーカーや小売店が、昨年来の円安に伴う輸入原材料の高騰をようやく商品価格に転嫁しやすくなったようだ。指数を算出する東大の渡辺努教授は「値上げしても販売がそれほど落ちないと考えるメーカーや小売店も増えている」と分析する。

今春の値上げ商品はバターなど一部にとどまっていたが、最近はカレーやシチュー、即席麺などに広がっている。日銀の中曽宏副総裁は27日、熊本市での講演で「価格改定の動きが広がっていることは、近年になかった特徴」と胸を張った。

昨春の消費税増税から1年以上経過したため、「便乗値上げ」との批判もかわしやすくなった。三菱UFJモルガン・スタンレー証券景気循環研究所の宮崎浩シニアエコノミストは「消費者も値上げを受け入れやすくなっている」と指摘する。

ハードル依然高く

一方、生鮮食品を除く消費者物価指数の伸び率は横ばいが続く。原油安によるガソリン価格下落などの影響が夏をピークに和らぐため、日銀は「秋以降、物価上昇が加速する」（幹部）とみる。

ただ、ニューヨーク原油先物相場は27日、世界経済の成長鈍化に伴う供給過剰を懸念し、指標となる米国内産標準油種（WTI）9月渡しは一時、中心限月とし

て約4カ月ぶりの安値となる1バレル47ドル台前半まで下落した。2%達成のハードルは依然高く、黒田東彦総裁がやきもきする日は続きそうだ。