

5/21 朝日

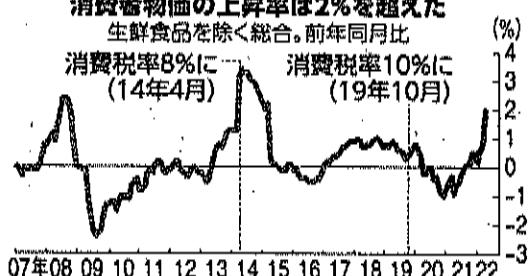
消費者物価2.1%上昇

消費増税時除き13年半ぶり

4月



野菜売り場で買い物する人たち=20日午後、東京都練馬区「アキダイ関町本店」、竹花徹朗撮影



総務省が20日、発表した。値上がりした品目数は全体の約7割に達し、なかでも電気代21・0%、ガス代17・5%、ガソリン15・7%とエネルギー関連の項目が目立った。生鮮食品をのぞく食料品は2・6%上がった。

消費者の生活実感に近い

野菜売り場で買い物する人たち=20日午後、東京都練馬区「アキダイ関町本店」、竹花徹朗撮影

4月の消費者物価指数（2020年=100）は、値動きの大きい生鮮食品をのぞいた総合指数が101・4で、前年同月より2・1%上がった。上昇は8カ月連続で、2%を超えるのは15年3月以来、約7年ぶりだ。働く人の賃金があつた期間を除くと08年9月以来、約13年半ぶりだ。働く人の賃金を引き上げる動きは鈍いままでの見方もある。▼2面=日銀目標達成したが、7面=「いつの「疾患」

とされる生鮮食品も含めた総合指数は、2・5%上昇。魚介類や野菜が幅広く値上がりし、産地のノルウェーからロシアの領空を避け空輸しているサケは輸送費の高騰もあって13・0%上昇した。

物価上昇率が3月の0・8%から大きく伸びた最大の要因は、通信費の影響だ。昨春に大手携帯電話会社が相次いで格安プランを導入したこと、3月は携帯電話代が前年同月比で5割超下落していた。これが他の物価上昇を打ち消していったが、この効果が4月以降は薄れるためだ。

米国やヨーロッパの消費者物価指数は前年同月比7・8%台で日本の上昇率を大きく上回るが、高い数字は人々の旺盛な消費意欲が背

景にある。田舎や資源高が主因となっている日本の足元の物価高とは異なる側面もある。

今後、2%超の物価上昇が日本で当面続くという見方は専門家の間でも少なくない。企業間で取引されるモノの価格水準を示す企業物価指数は4月に前年同月比10・0%上昇し、比較できる1981年以降で過去最大の伸びだった。こうした仕入れ費用の急上昇はまだ十分に商品やサービスの価格に転嫁されていない。

一方、物価変動を踏まえ3月の賃貸賃金は3カ月ぶりに低下。物価高の勢いに賃上げが追いついておらず、コロナ禍からの回復途上にある個人消費が冷え込む恐れがある。

(北川穂一)

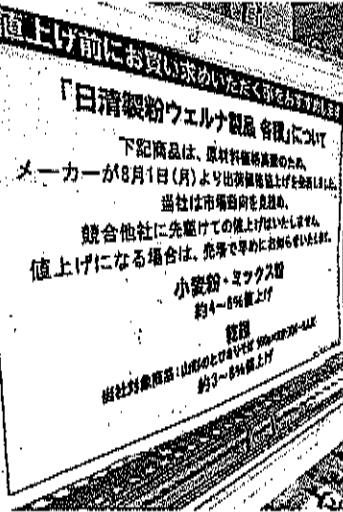
値上げの波高幅広く

支出増、1世帯で年6万円試算も

生鮮食品を除いた消費者物価指数の前年からの上昇率が2%を超える。小売りの現場では近年にない高い賃料が相場として掲げてきた水準だが、経済の状況は悪化していく様子が見えていた。

▼1面参照

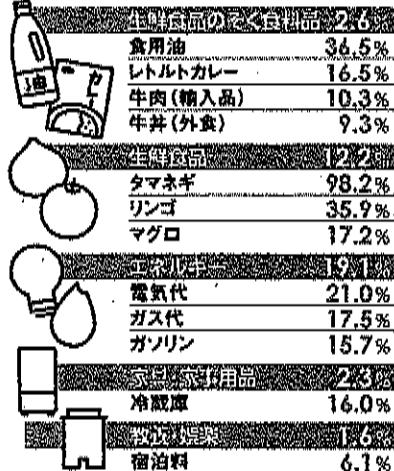
時刻



直上り前にお買い求めください。
「日清製粉 ウエルナ製粉 各種」について
下記商品は、原材料価格高騰のため、
メーカーが8月1日(月)より出荷価格を引き上げます。
当社は市場向うに並んで競合他社に先駆けての値上げを行ないます。
値上げになる場合は、売場で手元にお問い合わせください。
小麦粉・ヨククス粉 約4~6%値上げ
茶葉 約3~4%値上げ

直上り前にお買い求めください。
「日清製粉 ウエルナ製粉 各種」について
下記商品は、原材料価格高騰のため、
メーカーが8月1日(月)より出荷価格を引き上げます。
当社は市場向うに並んで競合他社に先駆けての値上げを行ないます。
値上げになる場合は、売場で手元にお問い合わせください。
小麦粉・ヨククス粉 約4~6%値上げ
茶葉 約3~4%値上げ

直上り前にお買い求めください。



「直上り前にお買い求めください」と書かれた紙を握りながら、店舗を訪れる人。棚に並ぶ商品が値上がりしているのが見て取れる。貼り紙には、「日清ウエルナの商品で今更、メーカー出荷価格が小さくなれば、お客様も安心し」と記載されている。

「直上り前にお買い求めください」と書かれた紙を握りながら、店舗を訪れる人。棚に並ぶ商品が値上がりしているのが見て取れる。貼り紙には、「日清ウエルナの商品で今更、メーカー出荷価格が小さくなれば、お客様も安心し」と記載されている。

米粉で約4~6%、「山形の乾麺」などの乾麺で約3~4%以上かるといふ見通し。顧客は早く買つねぐ方が「お得」だと促すのだ。別に棚にある「かんぱん麺」の貼り紙にも値上がりするよとを知りせる人がいる。また、年明けから値上げする商品が増えているらしい。

二郎流太郎社長はメーカーの側

一例の値上げの動きについて、「数も多く、範囲が広い」と指摘。メーカーの判断で価格は示しつづけ(直ぐなれば)お客様も安心する大規模化した流通企業の購買力に押され、メーカー側はこれまで、「コストアリーブを価格に転嫁するのに苦労してきました。ただ、足元の大変な原材料高を背景に、そうした状況にも変化が出ているようだ。3年ぶりに主力の「カツ丼」などを値上げする日清食品ホールディングスの矢野勝、執行役員は「前回の値上げ時に比べると、流通側の反応はいい。原材料が軒並み上がる」と、こういふ世の中で仕方ないといふ立場になってしまって

10日の決算発表では、「商品数にしても「け離して」では値上げをするを得ない商品があり、「価格を維持すると当然利幅が減る」と同じ状況を語った。

10日の決算発表では、「商品数にしても「け離して」では値上げをするを得ない商品があり、「価格を維持すると当然利幅が減る」と同じ状況を語った。

物価の上昇は設計にはどの程度伸びるのか。第一生命

経済研究所の小池理人・主任エコノミストは、「全体で

2%程度の物価上昇が続い

てお買ひ物できな。何ん

な形で工夫しながら、少しでもお買ひ得な商品を提供

したい」と話す。

関東を中心とした約180店のスーパーを構える「ヤオ

コ」の川野尊人社長も、「相次ぐメーカーの値上げに驚きを感じた。

10日の決算発表では、「商

品数にしても「け離して」では値上げをするを得ない

商品があり、「価格を維持しても、今まで全く違う状況

だ」と述べた。実際の店頭

では値上げをする商品があ

り、競合店を意識して

商品があり、「価格を維持

すると当然利幅が減る」と

同じ状況を語った。

大規模化した流通企業の

購買力に押され、メーカー

側はこれまで、「コストア

リーブを価格に転嫁するのに苦

労してきました。ただ、足元の

大変な原材料高を背景に、そ

うした状況にも変化が出

ているようだ。3年ぶりに主力の「カツ

丼」などを値上げする日清

食品ホールディングスの矢野

勝、執行役員は「前回の値

上げ時に比べると、流通側の反応はいい。

原材料が軒並み上がる」と、

こういふ世の中で仕方な

いといふ立場になってしま

って、価格は直ぐに上が

る」と語る。

値上げの波は今後も続く

のか。コーヒーやチーズを

値上げしてきた森永乳業の

大賀陽一社長は、「追加の値

上げの選択肢について「可

能性ひとつある」と話す

。一方、マーカリン類の

「ホオント」系列の価格

を引き上げた富士メタル

総務の塩崎謙吉によると

、「2021年の2人以上

の値上げで「かなり冷え込

んだ消費がさらに冷える」と

「一番懸念している」と

話す。

「山形の乾麺」の乾麺

で約4~6%、「山形の乾

麺」の乾麺で約3~4%上昇する

見通し。顧客は早く買つねぐ方が「お得」だと促すのだ。別に棚にある「かんぱん麺」の貼り紙

にも値上がりするよとを知り

せる人がいる。また、年明けに

から値上げする商品が増え

ているようだ。

二郎流太郎社長はメーカーの

一例の値上げの動きについて、「数も多く、範囲が広

い」と指摘。メーカーの判断

で価格は示しつづけ(直ぐなれば)お客様も安心し

る」と語る。

値上げの波は今後も続く

のか。コーヒーやチーズを

値上げしてきた森永乳業の

大賀陽一社長は、「追加の値

上げの選択肢について「可

能性ひとつある」と話す

。一方、マーカリン類の

「ホオント」系列の価格

を引き上げた富士メタル

総務の塩崎謙吉によると

、「2021年の2人以上

の値上げで「かなり冷え込

んだ消費がさらに冷える」と

「一番懸念している」と

話す。

「山形の乾麺」の乾麺

で約4~6%、「山形の乾

麺」の乾麺で約3~4%上昇する

見通し。顧客は早く買つねぐ方が「お得」だと促すのだ。別に棚にある「かんぱん麺」の貼り紙

にも値上がりするよとを知り

せる人がいる。また、年明けに

から値上げする商品が増え

ているようだ。

二郎流太郎社長はメーカーの

一例の値上げの動きについて、「数も多く、範囲が広

い」と指摘。メーカーの判断

で価格は示しつづけ(直ぐなれば)お客様も安心し

る」と語る。

値上げの波は今後も続く

のか。コーヒーやチーズを

値上げしてきた森永乳業の

大賀陽一社長は、「追加の値

上げの選択肢について「可

能性ひとつある」と話す

。一方、マーカリン類の

「ホオント」系列の価格

を引き上げた富士メタル

総務の塩崎謙吉によると

、「2021年の2人以上

の値上げで「かなり冷え込

んだ消費がさらに冷える」と

「一番懸念している」と

話す。

「山形の乾麺」の乾麺

で約4~6%、「山形の乾

麺」の乾麺で約3~4%上昇する

見通し。顧客は早く買つねぐ方が「お得」だと促すのだ。別に棚にある「かんぱん麺」の貼り紙

にも値上がりするよとを知り

せる人がいる。また、年明けに

から値上げする商品が増え

ているようだ。

二郎流太郎社長はメーカーの

一例の値上げの動きについて、「数も多く、範囲が広

い」と指摘。メーカーの判断

で価格は示しつづけ(直ぐなれば)お客様も安心し

る」と語る。

値上げの波は今後も続く

のか。コーヒーやチーズを

値上げしてきた森永乳業の

大賀陽一社長は、「追加の値

上げの選択肢について「可

能性ひとつある」と話す

。一方、マーカリン類の

「ホオント」系列の価格

を引き上げた富士メタル

総務の塩崎謙吉によると

、「2021年の2人以上

の値上げで「かなり冷え込

んだ消費がさらに冷える」と

「一番懸念している」と

話す。

「山形の乾麺」の乾麺

で約4~6%、「山形の乾

麺」の乾麺で約3~4%上昇する

見通し。顧客は早く買つねぐ方が「お得」だと促すのだ。別に棚にある「かんぱん麺」の貼り紙

にも値上がりするよとを知り

せる人がいる。また、年明けに

から値上げする商品が増え

ているようだ。

二郎流太郎社長はメーカーの

一例の値上げの動きについて、「数も多く、範囲が広

い」と指摘。メーカーの判断

で価格は示しつづけ(直ぐなれば)お客様も安心し

る」と語る。

値上げの波は今後も続く

のか。コーヒーやチーズを

値上げしてきた森永乳業の

大賀陽一社長は、「追加の値

上げの選択肢について「可

能性ひとつある」と話す

。一方、マーカリン類の

「ホオント」系列の価格

を引き上げた富士メタル

総務の塩崎謙吉によると

、「2021年の2人以上

の値上げで「かなり冷え込

んだ消費がさらに冷える」と

「一番懸念している」と

話す。

「山形の乾麺」の乾麺

で約4~6%、「山形の乾

麺」の乾麺で約3~4%上昇する

見通し。顧客は早く買つねぐ方が「お得」だと促すのだ。別に棚にある「かんぱん麺」の貼り紙

にも値上がりするよとを知り

せる人がいる。また、年明けに

から値上げする商品が増え

ているようだ。

二郎流太郎社長はメーカーの

一例の値上げの動きについて、「数も多く、範囲が広

い」と指摘。メーカーの判断

で価格は示しつづけ(直ぐなれば)お客様も安心し

る」と語る。

値上げの波は今後も続く

のか。コーヒーやチーズを

値上げしてきた森永乳業の

大賀陽一社長は、「追加の値

上げの選択肢について「可

能性ひとつある」と話す

。一方、マーカリン類の

「ホオント」系列の価格

を引き上げた富士メタル

総務の塩崎謙吉によると

、「2021年の2人以上

の値上げで「かなり冷え込

んだ消費がさらに冷える」と

「一番懸念している」と

話す。

「山形の乾麺」の乾麺

で約4~6%、「山形の乾

麺」の乾麺で約3~4%上昇する