

止まぬ値上げの波

5月以降

食品、ビール、光熱費…

総務省が20日発表した4月の生鮮食品を除く全国消費者物価指数が前年同月比2・1%上昇し、消費税増税の影響を除けば約13年半ぶりの伸び率となった。ウクライナ有事などを受けて原油や小麦、油脂類の価格が高騰し、円安が輸入品の価格をさらに押し上げる。企業が原材料費や物流費の上昇分を価格転嫁する動きが広がり、食料品や外食、ビル、光熱費など5月以降の値上げが続々と決まった。消費者は生活防衛意識を一段と強めていく。

安い粗う消費者も

5月以降の主な値上げ

| | | 5月1日 納品分から |
|----------------|--|--------------|
| 調味料 | キッコーマンが「デルモンテ」のケチャップなどを最大10%値上げ | |
| レトルトカレー | 明治が「銀座カリー中辛」の希望小売価格を280円から302円に | 5月1日 出荷分から |
| パン | フジパン、敷島製パンが食パンなどを最大9%値上げ | 7月1日 納品分から |
| 飲料 | サンタリー食品インターナショナルがミネラルウォーターやコーヒーなどを6~20%値上げ | 10月1日 出荷分から |
| 酒類 | アサヒビールが14年ぶりに「スーパードライ」値上げ | |
| ベッバーランチ | メニューの半数に当たる17品を10~210円値上げ | 6月9日から |
| ケンタッキー フライドチキン | 主力の「オリジナルチキン」が1個250円から260円に | 7月6日から |
| 回転すし | 「スシロー」が1皿税抜き100円のすしを値上げ | 10月1日から |
| 電気 | 大手10社がいずれも値上げ | |
| ガス | 大手4社がいずれも値上げ | 5月分 |
| 洗剤 | 花王が「アタック ZERO」の容量を約5%減少 | 5月14日の改良発売から |
| 家具・家電 | アイリスオーヤマが約8000品目を10%以上値上げ | 6月1日 出荷分から順次 |

「特に加工食品が高くなつた。安い粗うで買いためしている」。19日、東京都練馬区のスーパーで買い物を終えた主婦瀧口和子さん(79)はため息をついた。キッコーマンは5月、「デルモンテ」のトマトケチャップを約7年ぶりに値上げした。食品メーカーによるレトルトカレーも食パンなど

外食産業もコスト増を吸収しえない。「ケンタッキーフライドチキン」では主力の「オリジナルチキン」を1個250円から260円にする。回転すし「スシロー」では1984年の創業以来維持する1皿税抜き100円のすしを10月から値上げする。

ステーキチェーン「ペッパーランチ」は17品を値上げするが、生ビールなどは値下げする。企業が値上げをためらう背景には、デフレに慣れたために値上げを受け入れない消費者心理がある。それ、食品メーカーは「日本ほど値上げしない国はない」と語る。ただ、消費者心理には変化の兆しあるといつだ。都内

の価格引き上げも相次ぐ。影響は酒類や家電にも及ぶ。アサヒビールは主力のビール「スーパードライ」などを値上げする。アイリスオーヤマ(仙台市)は6月から順次、家電や家具などの価格を引き上げる。大手電力10社と大手都市ガス4社は5月の家庭向け電気・ガス料金を上げる。

のスーパーを訪れた練馬区の会社員、俄一朗さん(64)は「日本の物価は安すぎた。賃金が上がる値上げなら歓迎だ」と理解を示した。