

超人気FP!

— ABC ネットニュース —

深野康彦の 先取り経済NEWS!!

編集・発行 株式会社 アサヒ・ビジネスセンター 2015年5月11日

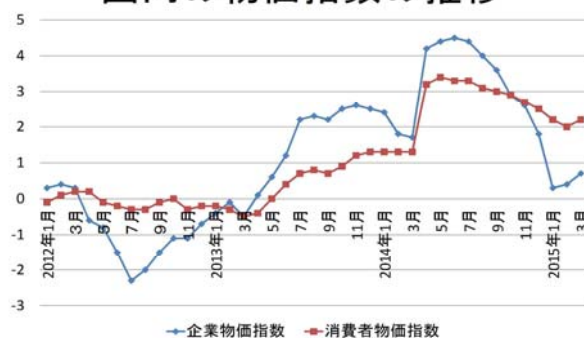
今月のトピックス 「物価の上昇率は低下しているのに財布の紐は緩まない」

昨年の消費税引き上げ後、大幅に引き締められた財布の紐はなかなか緩まないようです。2015年3月の2人以上世帯の実質消費支出は、対前年比10.6%減と東日本大震災のあった2011年3月をも上回る減少となりました。2014年3月は消費税引き上げ前の駆け込み消費があった影響による一過性のことと思われそうですが、個人消費の回復は緩慢であることに変わりありません。その背景を探ると、公表される消費者物価指数と私たちの生活実感による物価上昇との間に大きな乖離があることに要因があるように思えてなりません。

2015年3月の消費者物価指数（生鮮食料品を除いたコアCPI）の上昇率は2.2%ですが、昨年の消費税引き上げ分を除くと実質0.2%の上昇に過ぎないのです。昨年5月、同指数の上昇率は3.4%（実質1.4%）に達し、日本銀行が目標とする2.0%の上昇は2015年度中にもクリアできるのではないかと予測も出ていましたが、昨秋以降から同指数は図のように急低下しています。原油価格が今年のピーク時から半値以下に急落したことがその要因と言われていますが、人々の物価の実感は統計データとは逆にじわじわ上昇に転じているのです。日本銀行が2015年4月2日に公表した四半期に1度の「生活意識に関するアンケート調査」によると、1年前に比べ物価は何%程度変化したかについての具体的な数値による回答を求めたところ、平均値は+5.6%（前回2014年12月調査では+5.3%）、中央値は+5.0%（前回と変わらず）となったのです。また、1年後の物価は現在と比べ何%程度変化すると思うかについての回答も、平均値+4.8%、中央値+3.0%（共に前回と変わらず）となっています。日本銀行が4月30日に公表した「経済物価情勢の展望レポート」の政策委員の大勢見通しが、2015年度の物価上昇率+0.8%、2016年+2.0%（共に中央値）であることと比較すれば、人々の物価上昇の実感と消費者物価指数の上昇率（統計データ）、日銀政策委員の大勢見通しに大きな乖離があると言わざるを得ないのです。

どちらの物価上昇見通しが正しいのかは不問としますが、なぜ大きな乖離が生じてしまうのでしょうか。その鍵は既存商品の値上げではなく、新しい商品に入れ替えて量を減らしたことが原因と考えられるのです。値上げというと100グラム500円のコーヒーが550円、あるいは600円に改定されることが真っ先に思い浮かびますが、500円と値段を変えずに量を90グラム、80グラムと減らす値上げがあることを忘れてはなりません。ここ数年の値上げは既存の商品の値上げではなく、新しい商品に入れ替えて、量を減らす値上げが横行しているのがその原因と考えられるのです。事実、株式会社インテージ、一橋大学経済研究所、新日本スーパーマーケット協会が共同で開発している「SRI 一橋単価指数」によれば、増税後も物価の上昇率は1.0~1.5%で推移しているのです。同指数は全国のスーパー約4000店舗を対象にPOSデータを集計。新商品は品目を細かく分類し、ミリリットル、グラムといった単位に直して1年前と比較していることに特徴があるのです。この指数によれば、平均的な小売店では半数近い商品が1年前に販売されていない新商品となっていますが、統計データによる消費者物価指数では次々に現れる新商品の情報はほとんど含まれていないのです。統計データ上は物価の上昇が沈静化しているように見えるものの、生活実感では物価の上昇は依然として続いていると思っているのです。2年連続ベースアップがあり給与が増えるとの予測も増えていますが、値上げが続いている生活実感が低下しない限り家計防衛の意識は相変わらず強いまま。言い換えれば、家計の負担感が引き続き強いと意識している以上、家計消費がさえない状況はまだまだ続くと考えられるべきなのでしょう。

国内の物価指数の推移



※出所:企業物価指数=日本銀行HP、消費者物価指数=総務省HP、単位=%