

〈研究ノート〉

食料品の価格高騰と消費動向の変化 ～データで見る物価上昇～

中 塩 聖 司

はじめに

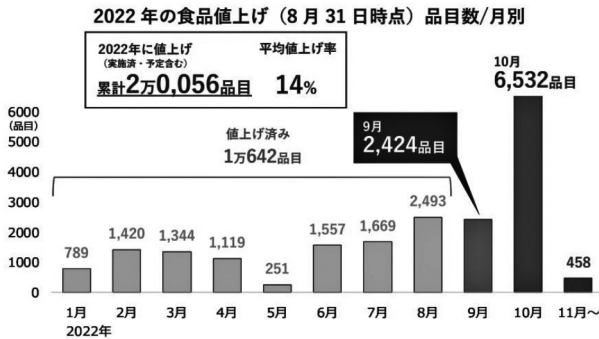
物価高が家計を直撃している。2022年9月9日、政府は4回目の「物価・賃金・生活総合対策本部」を開き、政府が輸入小麦を製粉業者に売り渡す価格を10月以降も据え置くよう指示した。またガソリン価格の抑制策も延長する方向で検討するとした。首相は「日常生活に欠かせないパンや麺類の価格高騰は切実だ」と家計負担の緩和の必要性を強調した。また石油元売りへの補助金支給の延長を検討し、企業と消費者の負担感の軽減に対処するとした。その一方で急速に進む円安によって、輸入物価指数はこの1年で1.5倍に上昇し、食料品、ガソリン、電気・ガス、自動車及び部品、紙製品、家具等、何もかもが値上げラッシュである。エネルギー価格は昨年比16.2%、電気代は19.6%、都市ガスは24.3%それぞれ上昇。これは2月末からのウクライナ戦争によるエネルギー価格高の影響もあろう。こうした物価の高騰は、長期におよぶ所得の低迷と二度にわたる消費税率の引き上げによって疲弊する国民各層とりわけ生活弱者や中小零細企業に与える打撃は大きく、事業者にとっては死活的な影響が懸念される業種もある。また一斉値上げによる影響は、各階層により一様ではないし、またその波及までにはタイムラグがある。

小稿では、現下で進む価格高騰の現状を家計支出の26%（総務省家

計調査)を占める食料品の値上げを中心にみて、各分野、各階層別の影響とその背景にある要因を整理、検討しておきたい。

1. 食品値上げ、年2万品目超

主要食品メーカーの値上げ動向をまとめた帝国データバンクの調査(9月1日発表)によれば、2022年9月～11月に実施予定の値上げは



計1万品目を超え、年初からの累計で2万品目を突破するという。原材料価格などの高騰を背景とした食品の小売価格の

上昇が鮮明になっており、パンや冷凍食品など主要60品目のスーパーでの店頭価格は6割の品目で1年前より上昇している。値上げ幅は6月以前が平均10%程度だったのに対し、7月以降は平均15～20%となっており、来年度以降もこの傾向は続く見通しだ。その一方で値上がり品目の半分で販売額が減った。相次ぐ値上げが消費者マインドを悪化させ、買い控えや割安な商品へのシフトを招いており、賃金が伸び悩む状況での価格転嫁の難しさが浮き彫りになっている。

主な食品分野 価格改定の動向

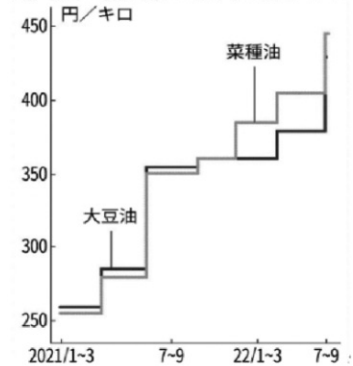
	加工食品	調味料	酒類・飲料	菓子	乳製品
品目数 (内は10月以降)	8,530 (1,941)	4,651 (2,101)	3,814 (2,835)	1,295 (57)	700 (48)
値上げ率 平均	16%	15%↑	15%	13%	12%
原因	水産品・食肉 物流・包装資材 円安	水産品・砂糖 包装資材 円安	小麦価格 PETボトルなど 容器価格の上昇	円安 ジャガイモ・砂糖 包装資材	円安 海外生産地の 生乳価格高騰
主な品目	水産缶詰 ハム・ソーセージ 冷凍食品 など	マヨネーズ だし製品 焼肉のたれ など	甲類焼酎・チューハイ ビール・発泡酒 炭酸飲料 など	キャンディ類 スナック菓子 せんべいなど米菓類	溶けるチーズ類 プロセスチーズ類

今回の調査によれば、「2022年5月頃までは小麦など原材料価格の高騰が値上げの理由だったが、秋以降は原油高による輸入・物流コストの上昇、さらに急激な円安にともなう輸入コストの上昇へと変化している。特に、年初に値上げを実施した食品類を中心として円安を理由とした再値上げ・再再値上げが秋以降に集中しており、全体の値上げ品目数を大幅に押し上げる要因」だとする。

総務省が8月19日に発表した7月の全国消費者物価指数（2020年＝100）は、生鮮食品を除くコアCPIが102.2と前年同月比2.4%上昇した。11カ月連続の上昇で、資源・原材料価格の上昇と円安による食料品・電気・ガス代の値上がりが主因である。項目別では生鮮食品以外の食料が3.7%上昇と7年ぶりの高い伸びで、輸入穀物価格の高騰で食パン（12.6%）や食用油脂（40.3%）などの値上げが目立つ。

食用油の値上げは大きく、マーガリンなど加工食品に使う大豆油の価格が2四半期連続で上昇した。大豆の生産地域である南米の干ばつでの減産の影響もあるが、円安の進行も調達コストの増加要因である。大豆の輸入価格は貿易統計によると5月に1トンあたり9万6000円台と昨年同月比で4割高い。日本の植物油生産量は、大豆油と菜種油が大半を占める。値上がりは幅広い食品の上昇圧力となり、円安による先高感が続

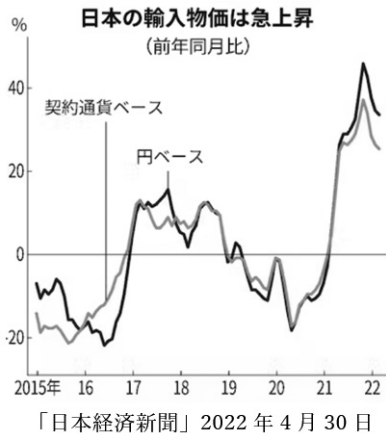
大豆油と菜種油の値差は縮まった



日本経済新聞 2022年9月6日

けば消費者のみならず零細業者、外食産業への負担感もさらに高まる。帝国データバンク「豆腐業界動向調査」によれば、1キロあたりの外国産大豆価格は22年に15年比で75%上昇し、昨21年度、豆腐製造・販売業者のうち43%が赤字で、また豆腐一丁の販売価格に占める大豆コストは22年には2年前のほぼ倍の12%に達すると見ている。

21年度の日本のカロリーベースでの食料自給率は38%、食料のほぼ



6割を海外に依存する実態を踏まえるならば為替の急激な円安に揺さぶられる脆弱な農業基盤に起因する輸入食品の高騰は構造的なものである。世界は今、温暖化等による異常気象、コロナ感染拡大、ロシアのウクライナ侵攻などにより「戦後最大の食糧危機」(国連の食糧計画)に直面している。貧困国で飢餓が懸念される一方で新興国や中国等の旺盛な食料需要の増加により、世界穀物相場は過去最高水準に達している。輸入に依存する日本の食料供給体制は円安により世界食料争奪戦の中で「買い負けリスク」に晒されている。さらに食料の国内生産に欠かせない飼料の75%、化学肥料のほぼ100%は海外依存である。野菜の種苗、鶏のひなの大半も海外頼みで、それらの国内価格も過去最高を更新している。食料・エネルギーなどを輸入に頼る日本のような国の場合、資源高を背景にした輸入インフレは国内の所得が海外に流出すること意味する。自国通貨が下落し円安が進むと輸入インフレは加速する。外貨建て取引価格の上昇分に加えて、自国通貨が外貨に対して下げた分だけ自国通貨に換算した輸入額が膨らむからだ。今の日本はかつての円高、輸出大国の状況とは全く真逆の状況に置かれているのである。

秋の食卓に馴染みのあるサンマ、最近はお目にかかっていないという人も多い。温暖化による潮流の変化や近隣諸国の乱獲による漁獲量減少もあるが、この10年でサンマ、イカの価格は約2倍に、タコ、サケは約1.5倍に値上がっている。今世紀に入って所得が2倍ほどに増加している欧米や中国等と比べ賃金が微減し、デフレマインドを長期化させ購買力を低下させている日本が世界市場で購買力を発揮するのは難しい。所得が増えず、そもそも魚は安いものというイメージが強い日本人がコスト増

分の価格転嫁を受容するにはかなりハードルが高い。さらにここに来てコロナ禍とウクライナ戦争の影響が出てきている。一つは物流費の高騰である。海上コンテナ船の逼迫により海上輸送コストは高止まりになっている。急速な円安ももちろん頭痛の種であるが、事態を複雑で長期化させるかもしれないもう一つの要因がロシアによるウクライナ侵攻である。日本も加わるロシア包囲網であるが、そのロシアからの水産物輸入量の構成比はカニ 56%、サケ 79%、タラコ 56%、ウニ 47%と意外なほど同国への依存が進んでいる。今後の日露関係の推移によっては国民の日々の食生活に密着する水産物のサプライチェーンに混乱をもたらす可能性がある。

食品価格動向調査（魚介類） 農林水産省

（単位：円/100g）

品目		まぐろ	えび	ぶり	さけ
令和4年8月 (8/1~8/3)	価格	489	322	286	292
	前月比	102%	101%	98%	105%
	平年比	119%	105%	109%	121%

令和4年8月【8月1日~8月3日】の調査結果（全国平均）

サンマの月別平均卸売価格

〔単位：円/100g、順位〕

都市名	2019年	2020年	2021年
宇都宮市	112	143	152
東京都区部	100	118	145

総務省 消費者物価指数（CPI）より

2. 企業物価上昇とサプライチェーンの混乱

多くの商品やサービスに値上げの波が押し寄せているが、この間のコロナ禍において体力を消耗している企業ではコスト上昇分を十分に価格転嫁できていない現状がある。2022年6月に帝国データバンクは、価格転嫁に関するアンケートを行った（有効回答企業数は1,635社、インターネット調査）。自社の主な商品・サービスにおいて、仕入れコストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているか尋ねたところ、「多少なりとも価格転嫁できている」企業は73.3%ある一方で、

「全く価格転嫁できていない」企業は15.3%となった。総じてみると、価格転嫁をしたいと考えている企業で、コスト上昇分の販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は44.3%と半分以下にとどまった。これは報告書のタイトルそのもの「100円のコストアップで、売価への反映44円にとどまる」とメディア等でも話題にされた状況である。

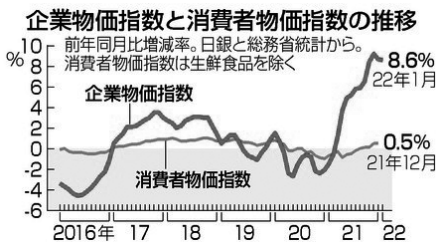
価格転嫁率（主な業種）

業種	価格転嫁率 (%)
価格転嫁率が比較的高い業種	
建材・家具、窯業・土石製品卸売	64.5
機械・器具卸売	55.4
飲食品卸売	51.6
価格転嫁率が比較的低い業種	
電気機械製造	38.1
飲食品・飼料製造	33.6
運輸・倉庫（一般貨物自動車運送など）	19.9
全体	44.3

新型コロナやウクライナ戦争などを背景とした原材料費の高騰に加え、急速な円安の進行などさまざまな要因で仕入れコストが上昇しても販売価格に転嫁できないという収益確保の難しさを示している。

消費者にとって店頭価格の維持は歓迎すべき事態と映るが、経営を圧迫するコスト上昇は従業員の賃金低下や企業のサプライチェーンに負の波及効果をもたらし、全体として消費不況を長引かせる。それでも価格転嫁できない理由は2つある。一つはデフレ下での消費者のデフレマインドにあり、所得低迷のなかでの二度の消費税率アップなど、国民の中に生活防衛への強固な構えが出来上がっている点である。もう一つは、大企業と中小零細企業との力関係を背景としたサプライチェーンがあり、さらにそのチェーンの下流の下請け、中小企業間で厳しい価格競争が切り広げられている点である。

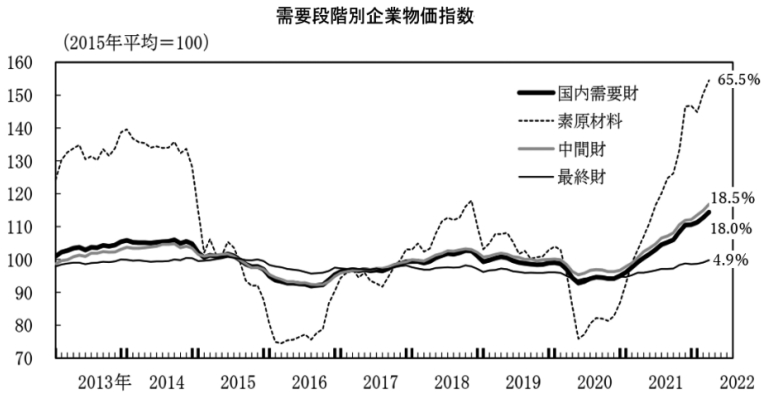
日銀の発表によれば22年当初の国内企業物価指数値（2015年平均＝



100)は109.5と、1985年9月(110.0)以来、36年4カ月ぶりの高さとなった。同指数は、企業間での取引価格を示し、企業は販売価格にその上昇を転嫁できなければ収益率が下がり経営が

圧迫される。民間調査では、下請け中心に3社に1社から「価格転嫁は全くできていない」との悲鳴が上がっている(jiji.com.22年02月10日)。企業物価指数と消費者物価指数の乖離は、コロナ禍での需要収縮期において市場支配力のない中小・零細企業の苦境を示している。

日銀は22年4月(5月以降はなぜか発表停止)まで、需要段階別企業物価指数を発表していた。最後に集計された4月分でさらに具体的に企業物価の推移を見ておくと、コロナ感染症の世界的蔓延を契機に、企業物価が歴史的な水準で上昇し、値上げに踏み切る企業と価格に転嫁できない企業との差が目立ち始めている。4月の国内企業物価指数は前年同月比10.0%上昇した。製品の完成段階である最終財、中間財、素原材料

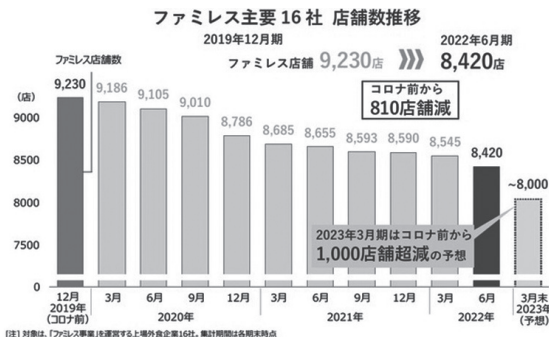


本指数は、企業物価指数を需要段階(素原材料、最終財等)や用途(資本財、消費財等)に着目した分類に組替え、作成したもの。2022年5月16日 日本銀行調査統計局発表より作成

料の3つで指数を比較すると、素原材料は前年同月比65.5%増、中間財が18.0%増、最終財が4.9%増だった。製造過程の上流から下流へと下るにつれ、値上げが難しくなっている。資源高や円安を背景に素材が6割超上がったのに対し、消費者が使う最終製品は5%弱の上昇にとどまる。ウクライナ戦争や円相場の先行きが不透明のなか、企業毎の交渉力を背景として価格転嫁を巡る大手と中小の格差が広まる懸念もある、とみている。

こうした中、物価高による倒産が急増している。帝国データバンクの調べによると、負債一千万円以上の「物価高倒産」は調査を開始した2018年1月から2022年7月までで累計558件。2022年上期（1～7月）は116件と例年を上回るハイペースで進んでいる。1ドル=145円前後（9月上旬）ともなる急激な円安が原油や燃料、原材料などの仕入れ価格上昇を引き起こし企業収益の悪化を加速させている。業種別では、燃料高に直撃されている「運輸業」33件がトップで、全体の約3割を占める。工事・建設関係や飲食関係も多い。規模別では、約8割が負債5億円未満の中小企業が占める。食料品・生活必需品の値上げが相次いでいるが、実際には燃料費・原材料費の高騰を転嫁しきれず、値上げ幅を最小限に抑える企業が少なくない。帝国データバンクでは、今後、卸売や小売などで物価高倒産がさらに増加するおそれもあるとしている。さらに6月から、コロナ禍で業績が悪化した事業者を対象とするゼロゼロ融資（実質無利子・無担保で行われる制度融資。民間金融機関では2020年5月から翌3月まで実施。条件を満たせば、日本政策金融公庫の場合は零細企業や個人事業主であれば最大6000万円、中小企業であれば最大3億円を借り入れ可能。融資を行った金融機関に対しては、県や市町村などの自治体から14～15%の利子が補給される）の返済が始まっている企業も多数あり、返済局面に入ったところで物価高に見舞われている。

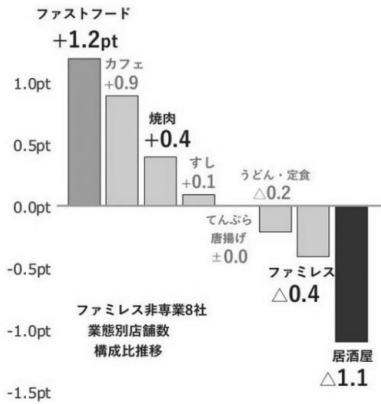
苦境にある外食業界では、豊富なメニューと全国展開の店舗網で成長



してきた、「総合外食」としての従来型ファミレスビジネスでは持続困難となるリスクが増してきている。人口増加と都市から地方への進

出、グローバル化を背景に、巨大な交渉力を背景に大量に仕入れ、セントラルキッチンでの運営体制を強化するなどし、多様なメニューを提供して事業運営の効率性向上に取り組んできたビジネスモデルが曲がり角にきている。人口の減少、地方の衰退化、米中対立・ウクライナ戦争等によるグローバル化の逆流現象など外食産業の発展を支えてきた基盤が大きく揺らいでいる。大量一括に仕入れて大量に加工・調理し、大規模に出店し、多くの消費者に提供するという効率的なモデルは、どこかが滞ると、これまでのサプライチェーンのメリットが一挙に崩れ去るリスクを抱えている。円安、食材など原材料高に加え、アルバイトの確保難による働き手の不足など、新たなリスクがこのモデルの持続性を危うくしている。経営環境が厳しくなりつつあるなかで、これまで多く出店してきた都心店などを中心に、不採算店舗の閉鎖ペースは今後早まるものとみられる。帝国データバンクの「苦境ファミレス、＜閉店＞ペース再加速 コロナ前比で累計1000店が減少へ」（8月18日配信）によれば、上場する主要外食チェーン16社が展開するファミレス業態調査で23年3月の年度末までにコロナ蔓延前からの累計で1000店舗閉店する可能性があることがわかった。コロナ禍前の19年12月の9230店舗から22年6月までに810店舗減り、8420店舗となっている。コロナ感染防止措置として在宅勤務が普及し、行動自粛等も相まって都市部や繁華街を中心に利用客が減少し、食材等の高騰をなかなか吸収できず業績回復の足かせとなっている。各社、専門性の高いブランドへのリブランド（業態転換）を進めるほか、テイクアウトやデリバリーサービスの拡充、タブレットなどIT投資による人件費の削減、不採算店の大量閉鎖など、これまでにない大規模な改革を進めている。こうした中、進むリブランディングの動きを見ると、「ファミレス運営16社のうち、ファミレス非専業8社の店舗数合計から変化をみたところ、構成比で最も増加したのは牛丼やハンバーガー、ホットスナックなどの「ファストフード」で、2019年12月期から1.2pt上昇した。次いで「カフェ」(+0.9pt)、「焼肉」(+0.4pt)、「すし」(0.1pt)などが続いた。特に焼肉業態では、居酒屋大手のワタミなど外食各社のリブランド先業態として注目を集めており、

ファミレス業態でも焼肉業態の導入といった動きがみられる。一方、最も

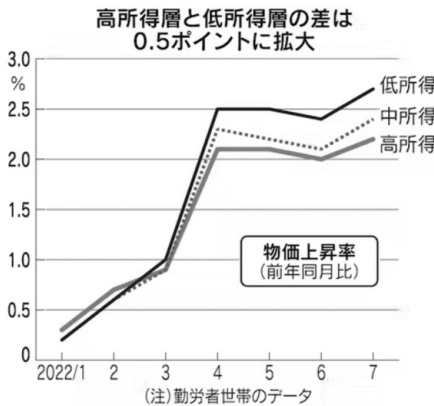


[注] 業態別構成比 = 非専業8社の各業態店舗数合計 / 同全店舗数合計

も構成比で落ち込んだのは「居酒屋」で、同12月期から1.1pt低下した。コロナ禍で居酒屋需要が大きく落ち込むなか、ファミレス同様に不採算店舗を閉鎖するケースが目立つ。だが、こうした食品、飲食業界の業績不振による休業、雇い止め、就業時間の短縮等による雇用の低迷は、次に見る消費動向に大きな影響を与える。

3. 物価上昇と消費動向の変化

総務省（8月19日）が発表した7月の消費者物価上昇率は総合で2.6%と、消費増税後の2014年10月（2.9%）以来7年9カ月ぶりの水準だ。



変動の激しい生鮮食品を除くコアCPIの上昇率は2.4%だった。

だが実際に消費者が感じる物価上昇の度合いは世帯収入によって温度差がある。総務省が勤労者世帯の収入階層別に5段階で分析したデータによると、総合の物価上昇率は所得が最も低い層（年収463万円未満）

は2.7%と、前月の2.4%からさらに高まった。消費者物価指数は世帯が購入する商品およびサービス価格の平均的な変動を示している。電気代

や食料、医薬品など必要性の高い「基礎的支出項目」が4.4%上がった一方、外食や外国パック旅行といった世帯の嗜好による「選択的支出項目」は0.2%の上昇にとどまった。家計に占める生活必需品の支出が大きい中低所得層ほど値上がりの負担が大きい構図となっている。所得が高い層ほど、物価上昇の体感度は低い。年収が中程度の606万～751万円の世帯は2.4%、最も高い962万円以上の層は2.2%だった。「家計の負担も体感物価に応じて増す。低所得層は貯蓄も少ない傾向があり、生活必需品の支出が増えれば不要不急の消費を削る必要に迫られる。生活防衛色が強くなると、景気の下振れ圧力」になると懸念される「日本経済新聞」2022年8月20日付。



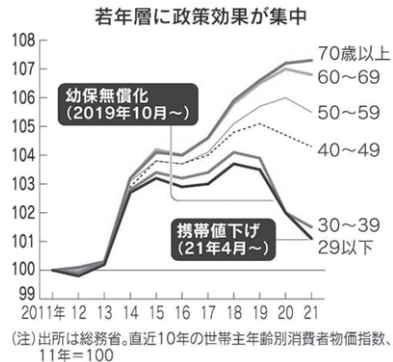
経済産業省 HP「消費動向に見る、with コロナのトレンド」より

総務省による7月の2人以上世帯の家計調査（9月6日発表）によると、消費支出は月額28万5313円と昨年同月比3.4%増加した。コロナ禍での行動制限下での昨年と比べ、旅行、宿泊等を含む「教養・娯楽」が11.2%増え、久しぶりの帰省や里帰り等による「交通・通信」が7.0%増えたことが消費支出全体を押し上げた。しかし、「食料」は物価高を反映して1.3%減少し、円安等によるエネルギー価格上昇から「光熱・水道」が名目で12.3%増えたのは喜ばない。この7月の消費支出は、コロナ禍に見舞われた2020年平均の27万7926円、これは2000年以降の

調査において最も低い数字で、2000年の平均消費支出額31万7328円と比べると4万円もの減少でこの落ち込みは激しい。とは言え、日本の消費支出はコロナ不況や円安による物価上昇に見舞われるずっと以前からかなりの低迷が続いていたのである。特にこの10年間の消費支出の減少は、二度にわたる消費税率の切り上げとアベノミックスによる所得の低迷の影響が大きい。

上記の物価高騰の勤労者世帯の収入階層別の影響度に加えて年齢別の影響度も見ておこう。消費者物価の10年間の上昇率を世帯主の年齢別にみると、70歳以上は7.3%と29歳以下の1.1%を6ポイントあまり上回る。現役世代が保育の無償化などの恩恵を受けるのに対し、高齢者は物価上昇の重みを負いやすい。インフレ率の世代差が広がっている。

日本経済新聞は総務省の「家計調査」の消費データをもとに重みづけした世代別の物価上昇率の差を検証した「インフレ、高齢者ほど負担「貯蓄から投資」遅れも影響、物価上昇率、70歳以上は10年で7.3%」（2022年5月3日付）。総務省が公表する消費者物価指数（CPI）は約600品目のモノやサービスの価格を平均的な世帯の支出傾向で加重値をつけて算出している。実際は若い人と高齢者で必要なモノやお金の使い方は違うからだ。「2021年まで10年間の伸び率が最も小さかったのが29歳以下の1.1%だった。次いで30歳代が1.5%、40歳代が4.3%、50歳代が5.5%だった。退職世代が徐々に増える60歳代は6.8%に達し、リタイアした人がほとんどとなる70歳以上は7%を超えた。高齢になるほどインフレ率も高まる傾向が明確だ。この世代間格差は10年代半ばまでは0.1～0.5ポイントにとどまっていた。19年に1.0ポイント、20年に2.3ポイントと急拡大した。19年10月の消費増税に伴って幼児教育・保育を無償化した結果、現役世



帯の支出傾向で加重値をつけて算出している。実際は若い人と高齢者で必要なモノやお金の使い方は違うからだ。「2021年まで10年間の伸び率が最も小さかったのが29歳以下の1.1%だった。次いで30歳代が1.5%、40歳代が4.3%、50歳代が5.5%だった。退職世代が徐々に増える60歳代は6.8%に達し、リタイアした人がほとんどとなる70歳以上は7%を超えた。高齢になるほどインフレ率も高まる傾向が明確だ。この世代間格差は10年代半ばまでは0.1～0.5ポイントにとどまっていた。19年に1.0ポイント、20年に2.3ポイントと急拡大した。19年10月の消費増税に伴って幼児教育・保育を無償化した結果、現役世

代の負担が和らいだのが大きな要因だ」とする。30歳代に限ると前年比1.8%下がり、29歳以下も1.4%低下した。菅前政権の携帯電話料金の引き下げも、携帯を頻繁に使う若年層への恩恵が大きかった。携帯料金を含む「交通・通信」は21年、29歳以下で6.6%低下した。70歳以上は4.1%の低下にとどまった。高齢世帯は食品や電気代などの負担も重い。70歳以上の食料の加重値は全体に比べ9.8%高い。光熱・水道も15.4%高い。年金と貯蓄で生活する高齢世代はインフレへの備えが十分ではなく、食料の高騰や電気代・ガス代の値上げが現役世代より重くのしかかる。

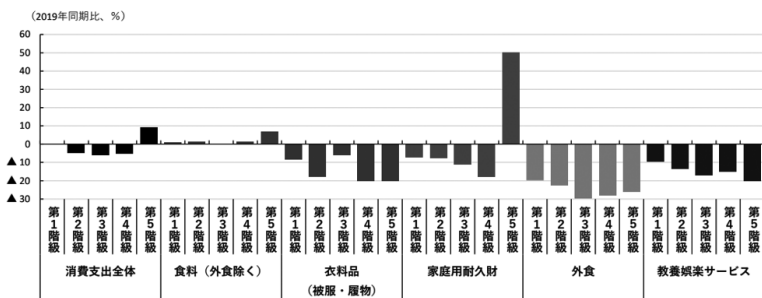
日経の「家計調査」をベースにした世代別の物価上昇率の体感差の検証は、ここから「長寿命化やインフレのリスクを考慮すれば、資産形成の軸足を貯蓄から投資に移すことが一段と重要になる」と結論づける。だが、すでにみた月平均の消費支出の縮小傾向を勘案するならば、投資の前に資産形成の条件整備が優先されるべきであるし、消費を冷え込ませ資産形成の阻害要因でもある、この間の消費税率の連続の引き上げは重く受け止めるべきであろう。ここまでの物価高騰の収入階層別・年齢層別の影響度から、今回の物価高騰の影響は、低所得層と高齢者層にその影響が強く出ていることが見てとれる。さらに、金融資産無し世帯が25%を超えるという現実を踏まえるならば、「貯蓄から投資へ」と資産ポートフォリオを転換できる高齢者世帯とそうではない世帯の格差は、この物価高騰の影響を受けてさらに拡大するであろう。

コロナ禍における消費は、言うまでもなくサービス・財ともに回復ペースが鈍い。ここでは、世帯の所得水準による消費行動の違いに着目し、消費の弱さの要因について、「みずほリサーチ&テクノロジー」（2022年6月28日）レポート「日本の消費回復はなぜ弱いのか」から深掘りしてみよう。

同レポートでは世帯を年収別に5つのグループ（階級）に分け、2022年の3～4月の消費支出（物価変動の影響を除いた実質ベースの値）をコロナ禍前の2019年3～4月と比較している。なお、階級は年収の低い方が第1階級、高い方が第5階級であり、各階級に含まれる世帯の数

は同じ（5分の1ずつ）である。支出項目別にみると、食料費（外食除く）は全階級で小幅増となっている。このように生活必需的な項目は物

2022年3～4月の年収階級別支出（2019年同月比）



(注)実質値ベース。二人以上勤労者世帯。食料費は外食を除く

(出所)総務省「家計調査」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

価高騰が続く中でも削減余地が小さく、コロナ前と同等程度の水準を維持せざるを得ないものと考えられる。もちろん報道等によれば主婦層の購買行動はより厳選されたものとなり購入品の内容は変化しているであろう。一方、外食や教養娯楽サービスといった対人接触型サービス、衣料品（被服・履物）は、全階級で2019年同月を下回っている。これらの支出は外食との結びつきが強く、コロナ禍の影響を大きく受けている面が大きいだろう。2022年3～4月は、新規感染者数が減少していた時期にあたるが、物価高を受けて家計はこうした不要不急の支出を削っているとみられる。特徴的なのは、第5階級では2019年同月を大幅に上回った。高所得層では、家事用耐久財や冷暖房器具への支出が大幅に増加しており、リモートワークの定着に伴う家具の買い増し・買い替え需要が依然として強い可能性が示唆される。「これらを踏まえて消費支出全体の動きについて見ると、最も年収が低い第1階級では2019年同月対比でほとんど変化がない。一方、最も年収が高い第5階級では、対人接触型サービスや衣料品の支出減少を財（とりわけ家庭用耐久財）の支出増加が上回り、支出全体ではむしろ2019年同月より強い結果になっている。それ以外の第2～第4階級が、2019年同月対比で消費支出が

減少した世帯である。足元の消費回復が弱いのは、こうした中間層（第2～第4階級の世帯。全世帯数の60%に相当）の消費、とりわけ対人接触型サービスを中心とする選択的支出が十分に戻っていないことが要因として考えられる」と報告している。こうした項目別に見た年収階級別支出から、今後とも中・低所得層では食料品への支出額の削減余地は少なく購買量を調整して値上げに対応する一方、その他、不要不急の支出を減らしながら食材の値上げを徐々に価格に転嫁する外食への支出を抑制していくという消費行動が浮かび上がってくるのである。

最も苦しい生活を強いられている世帯を見ておこう。一般社団法人「ひとり親支援協会」（大阪市）が低所得の子育て世帯（663世帯）を対象にした調査で、9割以上が物価騰貴による生活苦を感じていることが8月末までに分かった。調査は22年6月で、「物価騰貴の影響はあるか」との質問に68.2%が「生活が苦しくなった」、24.1%が「少し苦しくなった」と答えた。「何の物価が上がったと感じるか」との間に95.3%が「食費」、次いで78.2%が「水道光熱費」と回答した。国は6月から低所得の子育て世帯を対象に5万円の給付金を支給しているが、秋以降の連続的な食品値上げを見通すならば早急に追加対策が必要である。

4. 円安と政府の物価高対策

政府は9月9日、「物価・賃金・生活総合対策本部（4回目）」を開催し、現下の物価高への対応について、追加策の取りまとめを行った。ポイントは、①まず、食料品について。輸入小麦の政府売渡価格を10月以降も据え置き、さらに、配合飼料の価格についても、畜産農家が支払う飼料代負担を、10月からの第3四半期も、現在と同程度の水準に据え置くよう

農畜産物上昇への対策

支援を拡充し、卵、牛肉、また豚肉、こうした価格への影響を軽減す

支援対象	内容
飼料	10月～12月期の価格上昇分を補填
肥料	条件付きでコスト上昇分の7割補填
燃料油	元売りへの補助金交付による価格抑制策を年末まで延長
輸入小麦	10月期の売渡価格を据え置き

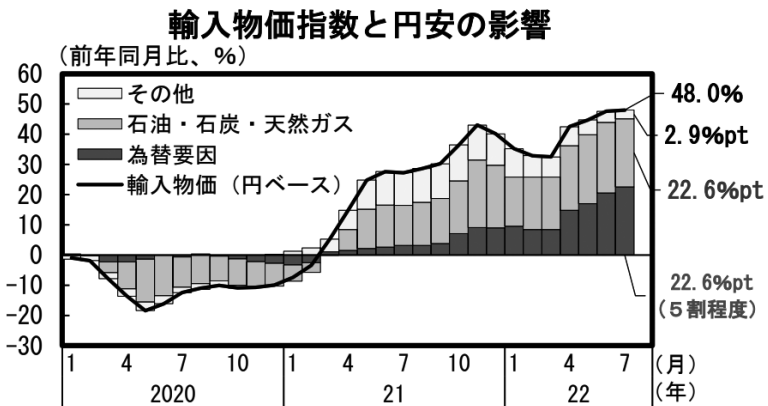
る。②エネルギーについて。ガソリン価格については毎月 3,000 億円余りを投入して、ガソリン価格を 170 円程度に抑制し本年末までガソリン価格等の抑制を継続する。③地方創生臨時交付金 6,000 億円を活用して、エネルギーや食料品等の価格高騰への支援を重点的に進める。④低所得世帯向けに、電力・ガス・食料品等価格高騰緊急支援給付金を創設して、住民税非課税世帯に対し、当面の電力・ガス料金、食料品価格等の高騰に伴う影響額を考慮して、1 世帯当たり 5 万円を給付する。新型コロナ対策などとあわせて 3 兆円規模のコロナ・物価予備費を措置する。10 月以降には、それらを踏まえた上で、総合経済対策を策定する予定である。

輸入小麦の政府売渡価格や畜産農家の飼料代負担への支援の据え置き、ガソリン価格抑制のための補填の年末までの延長など、現行措置の延長と年末までの直近の追加策が特徴である。5 万円給付がなぜ住民税非課税世帯に限定されるのか、また 20 年度支給の 10 万円コロナ対策支援金の半分である根拠など、国会を開かず国民的議論を経たものではない点は国会が予算を決める財政民主主義の観点から憂慮されることである。さらに 3 兆円程度の対策費も欧米の支援策に比べてあまりに少ない。ドイツの連立与党は 9 月 4 日にロシアのウクライナ侵攻による光熱費・物価高騰を受け、総額 650 億ユーロ（約 9 兆円）の家計支援策を実施すると発表した。財源は、ガス価格の高騰に乗じて超過利潤を得ている会社への課税を当てるとする。また英政府トラス首相は、9 月 8 日、総額で 1500 億ポンド（約 25 兆円）もの規模に達する家計支援を中心とする物価急騰対策を発表した。こうした欧米と比べて貧弱な政府の物価対策の穴埋めとしてなのか各自治体で様々な支援策が講じられている。新潟市は住民税非課税世帯 8 万 2 千世帯を対象に、物価高騰対策として 1 世帯 1 万 5,000 円を支給する。また多くの自治体で学校給食費への補助等を通じて食料品高騰に対処する取り組みがある。

こうした物価対策を施したとしても、この先の消費者物価の伸びはさらに高まる見通しである。これは仕入れ価格が想定以上のテンポで上昇するに連れて、上記で見てきたような価格転嫁を控えてきた企業が耐え

きれず値上げ・再値上げに踏み切らざるを得なくなったからである。特にエネルギーの89%、食料の63%、とりわけ飼料の75%、化学肥料のほぼ100%を輸入に頼る我が国において、昨今の急速に進む円安（本稿執筆時9月中旬で145円前後）は大きな懸念材料である。アメリカではインフレ率8～9%を受けてFRB（連邦準備制度理事会）が22年中にもう一段の4%を超える利上げを予定している。片や日銀は量的金融緩和路線に執着し、長期金利を目標値0.25%以下に抑え込むために長期国債を0.25%の指し値オペで無制限に買いまくっている。日米の金利差は3%超に拡大する恐れすらあり、円安基調の流れは止まらない。円安が日本経済を活性化する時代は企業のグローバル化とともに去り、財務省の貿易統計によると13カ月連続貿易赤字で日本は貿易赤字国に転落している。円安は、原油・ガス・原材料・食料等を海外に過度に依存する日本の輸入物価を高騰させ、この高騰した輸入物価が企業物価を押し上げ、それは消費者物価に転嫁され、国民生活を苦しめることになる。

内閣府の「物価・賃金・生活総合対策本部（4回目開催時）」の際の資料（下図）によると、22年7月までの輸入物価推移をみると国内では如何ともし難い石油・石炭・ガス価格が21年から急騰している。円安による為替要因はここ1年で急速に大きな割合を占めてきたことを示



内閣府「物価の動向について」2022年9月9日

している。輸入物価上昇の要因のうち5割程度（48%）が円安によるものだと分析である。エネルギーの国際価格形成に関与することは我が国において困難であるが、為替レート変動に関しては、政府・日銀が介入する余地は大きい。7月の輸入物価指数の対前年同月比をみると、契約通貨ベースでは25.4%だが、円ベースでは48.0%になっている。つまり、もし円安がなければ、輸入物価上昇率は48%ではなく、その約半分の25.4%に収まっていたことになる。為替要因すなわち円安の顕著な進行が企業物価上昇の責任の半分を負っているのである。日本銀行がアベノミクスの呪縛、国債金利の低位固定化による財政破綻の先延ばしと異次元金融緩和による国債・株式等の金融資産バブル継続の道を断ち切ること。その上で日本銀行が金融政策を転換して金利上昇を認めれば、円安の進行は食い止められ、物価高騰や実質賃金低下も半分程度に食い止められたはずだ。毎月勤労統計調査で、実質賃金の推移を見ると、2022年4、5、6月の対前年同月比は、-1.7%、-1.8%、-0.6%と下落が続いている。これでは消費不況からの脱却は心許ない。

日本銀行は2%の物価上昇を目指して異次元の量的金融緩和を行ってきた。だが、現在の消費者物価上昇率2.7%は国民の生活を圧迫し、し

GDPギャップの推計（内閣府）2022年6月6日

	2006	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
GDP ギャップ	0.5	1.5	▲1.8	▲4.1	▲1.1	▲1.1	▲1.2	0.5	▲0.8	0.1	0.0	1.2	0.9	▲0.3	▲5.3	▲3.6	I	II	III	IV	
																	▲3.7				

かも日銀の金融政策の成果とは無縁で、殆どが海外からの原材料費の値上げと円安に起因するものである。日銀は、「経済低迷の原因はデフレなので大胆な金融緩和を採用して物価を上げれば経済は成長する」という誤った理論に縛られている。しかし異次元緩和を9年間続けても、輸入物価が上がるまで消費者物価は上がらず日本経済は低成長から脱することができなかった。それは、白川方明前日銀総裁に言わせれば「デフレは低成長の原因ではなく、結果」（『日本銀行』）だからである。当の日銀は内閣府とともに、日本経済の需要と潜在的な供給力の差を示す「需給ギャップ」についての試算を発表している。これによると、2006

年以降、小幅なプラスはあるが基本はマイナスで2019年以降はマイナス幅が大きい。内閣府の試算で直近では17～20兆円ほどの国内需要不足が続いている。マイナスの「需給ギャップ」は消費者物価の下押し圧力となる。「需要」は個人消費や設備投資などを積み上げる国内総生産（GDP）である。この「需給ギャップ」が今現在もマイナス状態であるのに物価が上がる。とりわけ企業物価が高騰している理由は、すでに見たように円安による輸入物価に起因する要素が大きい。つまり日銀は、白川前総裁が言うように原因と結果を取り違えており、自らの誤った金融緩和政策の結果として悪い物価騰貴をもたらし、更にデフレを加速させているのである。足元で進む物価騰貴要因のおおよそ半分を占める円安による輸入物価高騰を止めるために、日銀の金融政策の転換が強く求められるのである。

政府は10月を目途に「総合経済対策」を策定する予定である。そこでは抜本的で大規模で「需給ギャップ」を解消するような所得政策が求められよう。これには従来の小粒な物価高対策では先行きの消費者物価上昇を止められないとする「みずほリサーチ&テクノロジー」（2022年9月12日、「政府は物価対策を策定も円安が懸念材料」）の分析もあり、これを参考にその根拠を探ってみる。

すでに検討したように、足元で進む企業物価上昇の懸念要因は円安である。市場では円安のあまりの早さに一気に150円を狙うのではないかと警戒が高まっている。円安でメリットが有る業種もあるが、消費者のサイドからは円安は食料品価格高騰の要因であり、輸入物価の高まりは消費者物価の上昇をもたらし、実質所得を目減りさせ「需給ギャップ」を拡大させる。同レポートは、仮に2022年9月以降年末まで為替が1ドル＝145円で推移した場合の家計負担（食料品、エネルギー、家具・家事用品の価格上昇に伴う支出負担）を試算している。その際、政府の物価対策（4月と9月の物価対策）が実施されない場合、1世帯当たり前年度比で10万3,486円もの負担が増すとの結果になった。内訳は食料品が約4万2,000円、エネルギーが約5万3千円弱、家具・家事用品が約0.9万円増加するとした。他方、政府の物価高対策を考慮した場合

食料・エネルギー・家具家事用品の価格上昇に伴う年収階級別の負担増(2022年度)
※9月以降、145円の円安が続いた場合^①

年間収入	2022年度の負担増額(円)							
	物価高対策あり				物価高対策なし			
	食料	エネルギー	家具・家事用品	合計	食料	エネルギー	家具・家事用品	合計
300万円未満	29,180	27,569	6,016	62,765	32,270	42,732	6,016	81,018
300～400万円	33,696	30,796	7,313	71,805	36,916	47,966	7,313	92,195
400～500万円	36,761	32,971	8,319	78,051	39,930	51,228	8,319	99,478
500～600万円	37,459	34,915	8,148	80,521	40,569	54,954	8,148	103,671
600～700万円	40,172	35,316	9,295	84,783	43,303	56,223	9,295	108,821
700～800万円	42,587	35,148	9,437	87,173	45,704	55,352	9,437	110,493
800～900万円	43,277	37,803	10,245	91,324	46,423	58,423	10,245	115,091
900～1,000万円	46,752	38,393	11,152	96,296	49,939	59,930	11,152	121,020
1,000万円以上	53,627	39,823	12,376	105,826	56,969	58,844	12,376	128,190
全体平均	39,030	33,893	8,751	81,674 ^②	42,202	52,533	8,751	103,486

(注) 2022年度の2021年度に対する負担増額を試算。二人以上世帯(世帯人員の平均は2.95人)を想定。「物価高対策なし」は、輸入小麦の政府売渡価格の抑制(2022年10月～)及び、燃料油価格の激変緩和措置(2023年1月以降も延長を想定)、節電ポイント、肥料支援の影響を除いた試算。負担増額は食料、エネルギー、家具・家事用品の負担増額の合計。負担率は年間収入に対する負担額の比率

(出所) 総務省「家計調査」等より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

でも家計負担は、1世帯当たり8万1,674円増加するとした。特に低所得世帯(年収300万円未満)の収入費でみた負担増は消費税率3%引き上げによるインパクトを上回るものとする試算を出している。政府の「総合経済対策」の概要はまだ不明であるが、これまでの小出し小粒な物価対策では済まされないような負担増加である。今回の物価対策の低所得世帯(住民税非課税世帯)を対象とする5万円給付は一時的な負担軽減にはなるが、賃上げ等による所得上昇が実施されない中で、来年以降も円安基調で、この推計にある負担増がさらに続くとなると事は重大である。消費税率3%を超える負担が来年も家計を襲うとするならば、先の参院選で争点になった消費税率の5%への引き下げ(時限的か否かは別として)が、さらには賃上げを含む所得政策が本気で検討される事態にまで至っていることは間違いないであろう。大多数が納得する2%の消費者物価上昇が議論の俎上に載るのはそれからである。

(2022年9月19日脱稿)

追記：総務省が10月21日発表した9月の消費者物価指数（CPI）は前年同月比で3.0%上昇した。上昇率は31年1ヵ月ぶりの高さとなった。生鮮を除く食料は4.6%、エネルギーは16.9%、家庭用耐久財は11.3%上昇した。また、10月21日の外国為替市場の円相場は一時1ドル＝150円台後半に下落した。（2022年10月22日）