

物価上昇の許容度

日本銀行の黒田総裁の講演が大きな波紋を生んだ。

「企業の価格設定スタンスが積極化している中で、日本の家計の値上げ許容度も高まっている」という部分だ。この発言の根拠として東大の渡辺努研究室のアンケート調査を引用している。「なじみの店で商品の価格が10%上がったときどうするか」という質問に対して、「値上げを受け入れてその店でそのまま買う」と答えた人が欧米のように半分以上となっているという調査結果だ。

この発言に多くの批判の声が殺到し、黒田総裁は発



伊藤元重の

エコノウオッチ

言を撤回した。「上級国民の黒田総裁には値上げで苦しむ庶民の気持ちは分からない」というような敵しい批判がテレビで紹介されていた。

物価上昇は国民の生活を直撃するものであり、国民の不安は大きい。だからその不満を誰かにぶつけたい。政府が巨額の補助金をガソリンに投じているのは、そつした国民の不満が政府に向かうことを恐れているという面もある。物価の番人でもある日本銀行に不満の矛先が向かうこともある。そういう意味では、その真意はさておき、「家

「強制貯蓄」の行方がカギ

計の値上げ許容度」という表現を安易に使ったことは、日銀総裁としては不適切な発言だった。

ただ、ビジネスの流れという点で見れば、許容度に関するこの発言は重要なポイントをついている。なじみの店で価格が10%上がった他の店に行かないのは、他の店でも値段が上がっていると考えられるからだ。

食料品やアパレルなど多くの消費財での値上げを目にして、人々はインフレということを嫌々ながらも受け入れようとしている。30年以上も経験のないインフレであるので戸惑いも多いが、世界中でインフレの波が広がる中で、日本だけがいつまでも例外であると

も考えにくいのだ。

企業物価や輸入物価が大幅に上がっている中で、消費者物価や賃金が上がらないところに、日本が抱える

大きな構造問題がある。エネルギーや食料の国際価格が下がる見通しはあまりない。それでも商品の値上げをしなければ、企業の利益はさらに削られる。多くの消費財メーカーが大幅な価格引き上げを発表しているのは、そうした状況から抜け出すことが必要と考えているからだ。

より多くの企業が価格を引き上げるようになれば、消費者物価全体も上昇していく。価格が上がることはうれしいことではないが、エネルギーや食料の価格だけが突出して上昇している現状が好ましいとも思われ

ない。

日銀総裁の講演の中に、現状を理解するための重要なキーワードがもう一つあった。人々がコロナ禍の中で多くの「強制貯蓄」を抱えているということだ。使いたくても使えないお金が人々のポケットに多く残っている。

米国では旅行や外食などでリベンジ消費と呼ばれる需要の回復が著しい。これが物価高騰の背後にある景気の強さの一因でもある。日本にも消費者の懐に強制貯蓄が多くなっている。この行方も企業の価格戦略に大きな影響を及ぼすだろう。(東京大学名誉教授)