

ショートコメント vol.414 (2026 年 9 月 4 日)

テーマ：今後の景気を占う 9 月の消費者物価の動き

～急上昇してもしなくても、景気には悪影響が広がる～

●中東情勢によるコストの上昇

中東情勢による企業活動への影響については、当初の原油や関連製品の枯渇懸念から、コスト増への対応へと移りつつある。直接的な原材料価格の上昇だけでなく、包材コストや輸送コストの上昇なども加わり、幅広い業種に影響が広がっている。

実際に7月の企業物価は前年比で7.2%の上昇と、6月の7.3%はやや下回ったものの、上昇率としては非常に高い(図表1)。この水準は、ロシアのウクライナ侵攻による影響が続いていた、23年6月以来の高さであり、企業経営への打撃が懸念される。

●9月以降の値上げラッシュ

こうした中で注目されるのは、消費者物価への転嫁のタイミングであろう。企業間での価格転嫁を経て、いずれ店頭価格の上昇につながることは避けられない。ロシアのウクライナ侵攻時のインフレは、最終的に4%を超える水準にまで進行しただけに、今回の動きが注目される。

そうした中、帝国データバンクが食品会社に対して行った調査(『食品主要195社』価格改定動向調査-2026年9月)では、9月の飲食料品の値上げが4923品目と、8月の2311品目の2倍強、前年比でも約3倍の多さとなっている。

消費者物価の動きをみると、食料品の変動が全体を左右する傾向にあることは明らかなため、仮に9月以降、食料品の価格が大きく上がるとすれば、このタイミングで消費者物価の上昇も加速することになる(図表2)。

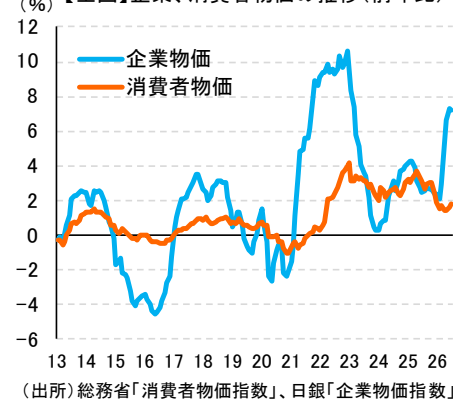
●インフレ加速による消費の悪化懸念

一方、消費動向については、すでに足元で節約志向がかなり強まっており、スーパーや衣料品、外食といった業種を中心に、需要の減退が否めない。スーパーの実質売上(名目売上から物価の上昇分を除いた推計値)で前年割れが続いている点からも、その傾向がうかがえる(図表3)。

ここからさらに物価が上がるとすれば、さらなる需要の下押しを経て、消費全体の不振につながる可能性もある。これに伴い、景気全体の悪化にもつながりかねないだけに、まずは9月の物価動向と、それに対する消費者の反応が大きな注目点とい

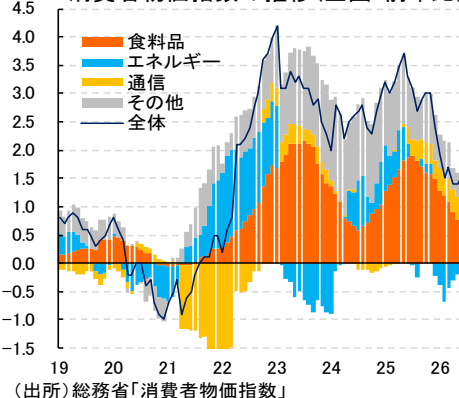
【図表1】

【全国】企業、消費者物価の推移(前年比)



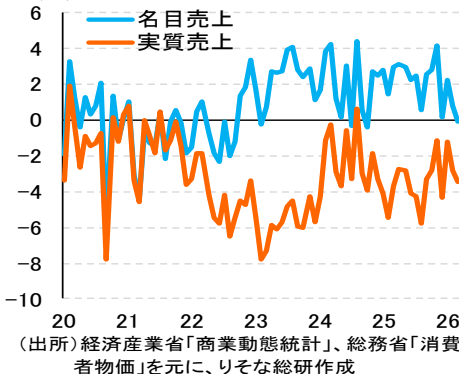
【図表2】

消費者物価指数の推移(全国・前年比)



【図表3】

(関西)スーパーの名目・実質売上



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

えよう。

●価格転嫁の不調による企業収益の悪化

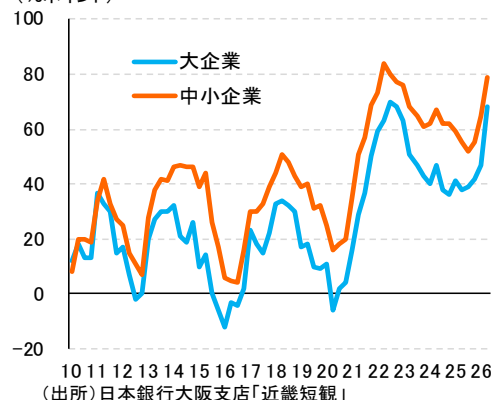
一方、仮に9月の物価上昇が落ち着いたものにも関わらずとしても楽観はできない。

店頭価格があまり上がらないのは、企業間の価格転嫁がうまく進んでいないことを意味するからである。今回の中東情勢の混乱が始まる前から、企業は様々なコストの上昇にさらされてきた。その上昇分すら、スムーズに価格転嫁が進んでいない中、さらなるコスト上昇分の転嫁が簡単に進むとも思えない。

特に、中小企業にとって値上げ交渉は困難を伴うものであり、今回の価格転嫁の動きは楽観できない。図表4は日銀短観における仕入価格判断の推移であるが、中小企業は大企業以上に高い上昇圧力にさらされている様子が分かる。

これらをふまえれば、仮に9月以降の消費者物価の上昇が限定的な場合、消費の落ち込みは免れるとしても、中小企業を中心とした収益悪化が避けられない。それに伴う今後の賃上げ動向などへの悪影響のほか、倒産の増加にも警戒が必要とみられる。

【図表4】 仕入価格判断の推移(関西・製造業)
(%ポイント)



本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL: 06-7668-8805 mail: hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。