ショートコメント vol.421（2026 年 11 月 13 日）

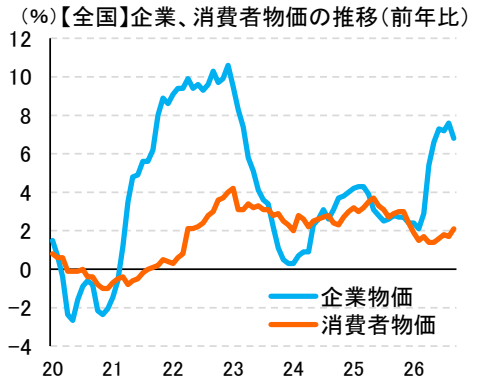
テーマ：中東情勢の影響によるインフレの加速は回避か
～消費の悪化は免れるものの、景気にプラスとは言い切れず～

●企業物価の上昇

中東情勢の影響により、企業間での取引価格の上昇が続いている。

企業物価指数の動きをみると、直近の９月（全国）は前年比で 6.8%の上昇となった。伸び率は前月をやや下回ったとはいえ、依然として高い水準にあることは間違いない（図表 1）。

中東情勢の影響による原油相場の上昇に端を発し、原材料コストや輸送コストなどが上昇、幅広い品目での価格上昇につながっている。特に今回は、包材コストの上昇などが指摘されている点も特徴といえよう。

【図表 1】


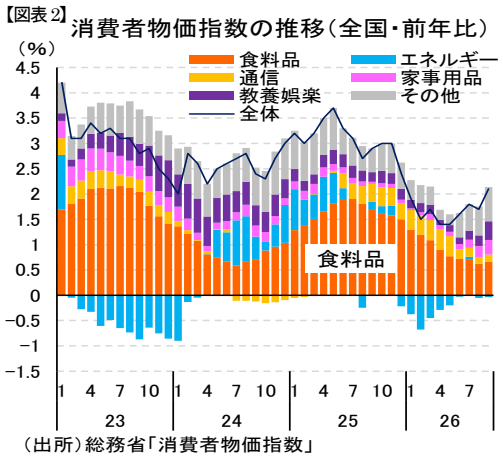
（出所）総務省「消費者物価指数」、日銀「企業物価指数」

●消費者物価への転嫁

こうした企業物価の上昇がこれから価格転嫁されることで、いずれは消費者物価の上昇につながるとの見方が一般的である。帝国データバンクの調査（「食品主要 195 社」価格改定動向調査）によれば、食品メーカーの値上げが 9 月に集中していることから、10 月前後を中心にインフレが加速するとの見方が根強い。

実際に、すでに発表された全国の 9 月の物価上昇率（2.1%）は、久しぶりに 2%を突破したとはいえ、前月（1.7%）からの加速は限定的である（図表 2）。

さらに、食料品価格の上昇が加速する傾向もみられない中、先に挙げた食品メーカーの動きを元にすれば、10 月以降は物価の上昇が加速するとの予想が成り立つ。

【図表 2】


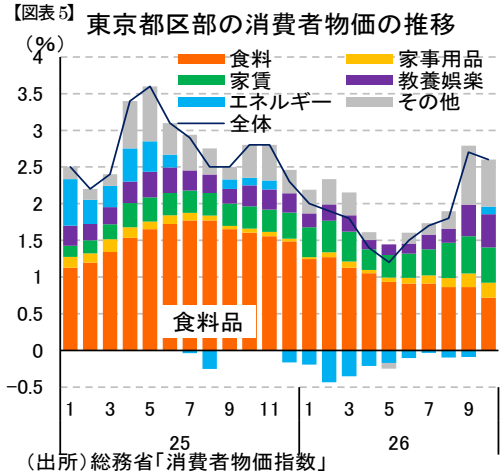
（出所）総務省「消費者物価指数」

●インフレの加速が回避される可能性

ただ、ここへきてその予想に反する動きがみられる。10 月の東京の物価動向である。

全国に先行して発表される東京の10月の上昇率は、2.6%と9月（2.7%）を若干下回る水準となった。9月よりもインフレが加速するとの見通しが外れたほか、注目された食料品価格の動きも、むしろ前月よりも失速する形となった（図表 3）。

食品メーカーが値上げを行ったにもかかわらず、消費者物価への反映が限定的ということは、小売段階での値上げがスムーズに進んでいないことを意味する。

【図表 5】


（出所）総務省「消費者物価指数」

※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。

消費者の間で節約志向が強まる中、さらなる値上げは客足の減少につながることから、小売店を中心として値上げに二の足を踏んでいる可能性が高い。

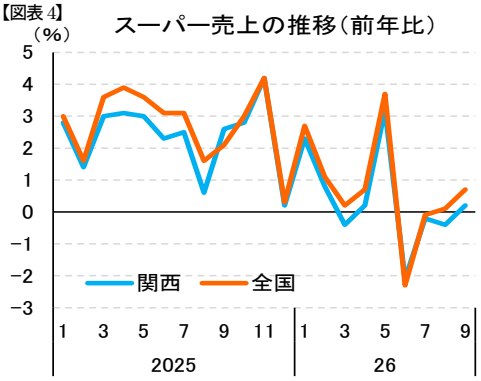
●消費者の節約志向

消費者の節約志向については、足元のスーパー売上に色濃く表れている（図表 4)。直近の数か月は非常に低調な推移となっており、前年割れとなる月も出てきた。

こうした消費者の低調な動きを背景に、企業の価格転嫁に目詰まりが生じる形となれば、今後の企業収益は悪化せざるを得ない。その際、特に中小企業の収益への影響が懸念される。

こうしてみると、インフレの加速が回避されたとしても、手放しには喜べない。消費の落ち込みは避けられるものの、企業収益の悪化はいずれ賃上げの失速などの雇用環境の悪化を招くことで、消費者にも影響が及ぶ。

【図表 4】



（出所）経済産業省「大型小売店販売状況」

結局のところ、インフレが加速した場合も、それが回避された場合も、景気には下押し圧力がかからざるを得ない。

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。