

ショートコメント vol.354 (2025年3月6日)

テーマ：インフレの加速でスーパーの実質売上は悪化
～野菜や米価格の高騰で体感物価は急上昇～

●加速するインフレ

25年1月の消費者物価は、生鮮品を除く総合で前年比3.2%の上昇となった。上昇率の拡大は3か月連続で、23年6月以来の高さとなっている。

一方、注目されたのは（生鮮品を含む）総合指数の動きであり、前年比で4.0%となった（図表1）。上昇率が4%台となるのは2年ぶりである。

その主因は食料品価格の上昇で、野菜などの生鮮品価格の高騰に加えて、米価格の高騰なども全体の押し上げにつながった（図表2）。

食料品以外にも、エネルギー関連の上昇が全体を押し上げる形となっている。電気代・ガス代の補助縮小に加え、ガソリン価格への政府補助の縮小が響いた。

●スーパーの実質売上は悪化

実質賃金の動きがまだ芳しくない中、インフレの加速は消費への悪影響が大きい。特に、食料品といった生活に近い部分での物価上昇の加速は、いわゆる体感物価の上昇につながるため、警戒が必要といえよう。

実際に消費の動きをみても、スーパーの1月の売上は前年比で2.0%の増加となったが、同じタイミングで食料品の価格が8%弱上昇している点をみると、値上げ幅ほどは売上が伸びていない。

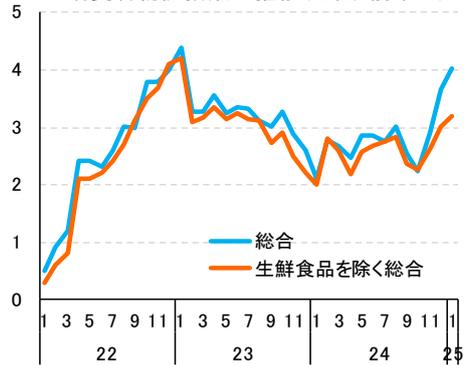
こうした動きから、いかに消費者が節約の動きを強めているかが分かる。当社の試算によると、スーパーの1月の実質売上はマイナス5.0%という厳しい動きになっている（図表3）。

●スーパーの実質売上の重要性

スーパーの売上については、公表されている名目売上もさることながら、物価の変動を加味した実質売上が重要とみられる。所得の増加が進んでいけば、食料品などの値上げの下でも購入量は変化を受けにくい一方、所得の増加が十分でなければ、節約意識が働いて購入が減少する結果、実質売上も減少する形となる。

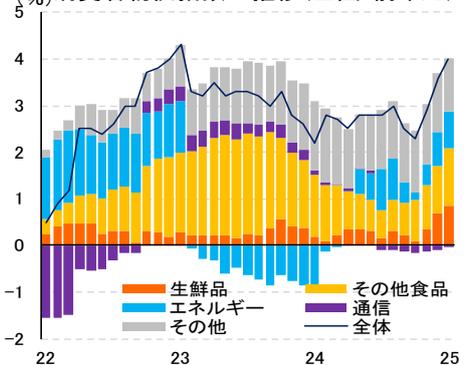
24年の夏ごろにかけて、実質売上は一時プラスに近づいたが、ここへきて再び前年割れの動きが強まっている。これは主

【図表1】
(%) 消費者物価指数の推移(全国・前年比)



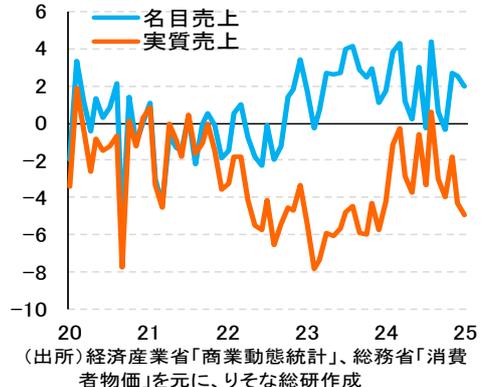
(出所)総務省「消費者物価指数」

【図表2】
(%) 消費者物価指数の推移(全国・前年比)



(出所)総務省「消費者物価指数」

【図表3】
(%) (関西)スーパーの名目・実質売上



(出所)経済産業省「商業動態統計」、総務省「消費者物価」を元に、リそな総研作成

※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。

に食料品価格の上昇と連動しており、消費者が節約意識を強めている様子が表れている。スーパー各社にとっては、店頭商品の値上げをすれば客が逃げるといった関係が示された形といえよう。

ここへきて物価上昇対策の必要性が指摘される一方、春の賃上げへの期待感から、実質賃金のプラス転換を期待する声も高まっている。実質賃金がプラスとなれば、インフレへの耐性も一気に強まるという見方である。ただし、足元でインフレが加速すればするほど、実質賃金のプラス転換が難しくなることを忘れてはならない。

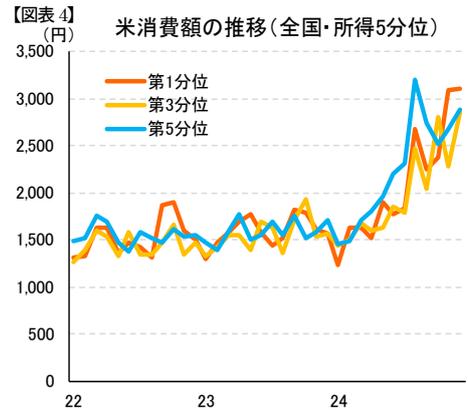
●米価格の上昇による悪影響

一方、足元で進んでいる米価格の上昇については、特に低所得者層への打撃が大きい点が見逃ごせない。

総務省の家計調査によると、家計の米の消費量は所得階級別にみても大きな差はない(図表4)。その結果として、米価格の上昇による影響は低所得層で深刻化しやすいことを意味している。

実際に24年12月の動きでは、米の消費額が前年比で倍増しているが、これが消費全体の増加率を押し上げる寄与度をみると、もっとも年収5分位のうち最も低い第1分位で0.6ポイントに達する一方、最も年収の多い第5分位では0.3ポイントと、第1分位の半分にとどまる。

こうした動きをふまえると、米価格の高騰への対応は不可欠となる中、まずは政府による備蓄米の放出による影響に注目したい。



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