

2013年春から開始されていた日経・東大日次物価指数。スーパーマーケットのPOSシステム（スーパーのレジで商品の販売実績を記録するシステム）を通じて、日本全国の約300店舗で販売される商品、食品や日用雑貨など、商品数20万点超について、各店における日々の価格、日々の販売数量から収集され、その物価指数が作成・公開されてきた、2016年1月からこの「日経・東大日次物価指数」データは、調査対象の店舗数を2倍以上の800店に増やし、「日経ナウキャスト日次物価指数（商品名・日経CPINow）」として、東大発ベンチャーの「株式会社ナウキャスト」（東京・文京区）の有料提供情報に引き継がれている。同指数は、消費者物価指数（CPI）の調査品目や集計方法にならって算出するが、CPIが翌月末ごろに発表されるのに比べ、同じ月の下旬ごろに発表されるため速報性が高い。

4月14日の日経WEB版記事によると、「日経ナウキャスト日次物価指数」（7日移動平均）は4月11日時点で前年同日比の上昇率が0.78%となり、昨年8月以来、8カ月ぶりに1%を下回った。昨年4月の消費税増税の影響の剥落に加え、円高や原油安により生産コストが下がっているほか、個人消費の鈍化を背景に値上げに慎重な動きが出始めているためとみられる。



（注）日経WEB版（4月14日）による。

一方、4月18日に経団連がまとめた、2016年の春闘の月例賃金に関する第1次集計によると、2016年の春闘の大手企業の賃上げ率は、3年連続で2%を超えてとなっていて、大手企業の賃上げ回答額は7,174円、賃上げ率は2.19%だった（2015年の1次集計の8,502円、2.59%に比べて減少）。経団連では「賃上げの流れは継続している」としている。

中小企業を含めた賃上げの動向はどうか。これは必ずしもデータの的には検証できていない。しかし、最近コンビニ等の求人広告で見られる提示時給額は、2%に留まらない高い上昇を示しているように見受けられる。コンビニ店舗等に限らず、正規・非正規の区分を超えて、また、派遣労働や単純・定型業

務を含めて、多くの業種において、有効求人倍率が極めて高い水準にある現状の下で、生産年齢人口が長期的な減少局面に入っていることもあり、人手不足の構造的な深刻化から、短期的な賃金率（時間当たり賃金）の上昇は当分の間、基調的に強いように感じられる。

このことが、今後早期に期待される質の高いインフラ投資等の財政政策の拡大効果と合わせて、それほど長い時間を要せずに、既に始まっている賃金上昇が消費者物価上昇へと波及し、これまで効果の出にくかった金融緩和（マイナス金利）＋財政拡大による期待物価の上昇⇒消費・投資行動の活発化⇒企業収益の拡大⇒賃金の上昇というアベノミクスの想定するルートとは別経路で、消費者物価上昇率目標の実現に寄与するのではないか。先月の竹田陽介上智大学教授の本メルマガ巻頭言（今月の窓）での指摘に沿って言い換えれば、デマンド・プル型のAD曲線の右上方シフトとともに、コスト・プッシュ型のAS曲線の左上方シフトが主因となって、短期的にはあまり変化しないであろう労働生産性の変化を捨象すると、現在進行中の賃金上昇が、日本銀行が願ってやまない、相応の消費者物価上昇率をもたらすことになるのではないかと期待を込めて考えるものである。

当面、低迷の動きを示している「日経ナウキャスト日次物価指数」は、消費者物価の動きをいち早く反映する速報性が高い貴重なデータである。日本経済のデフレからの脱却や人々の資産選択行動の変化を占う上で、この指標の今後の動きに注目することが重要だと思う。

（荒井 俊行）