

# 週目点

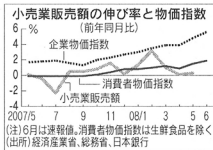


早稲田大学教授  
川本 裕子

経済産業省は二十九日、六月の商業販売統計（速報）を発表する。五月の小売業販売額は前年同月比〇・三％増え、十カ月連続で前年の水準を上回ってきた。燃料・食料価格の上昇の家計消費への影響が注目される。

六月の消費者物価指数（生鮮食品を除く）は前年同月比一・九％の伸びを示した。一方、同月の企業物価指数は同五・六％とさらに高い伸び率だ。企業がコスト上昇分を製品価格に転嫁できていないことを意味しており、今後も値上げが続く可能性がある。

長年デフレによる停滞に悩



## ▶ 6月の商業販売統計 (29日)

# 物価上昇の影響に注目

んできた日本経済。コスト高主導の「デフレ脱却」が日本経済にとって福音なのか、議論は分かれるところだ。

物価上昇の中で賃金が抑制されれば家計の実質所得が減り、消費も伸び悩む。日本にとって輸入品の価格上昇は原料輸出国への大幅な所得移転を意味し、経済成長の押し下げ要因となる。他方、インフレ予想が強まれば株式や不動産など実物資産への選好が進み、資産市場が活性化する可能性もある。また、産油国などの経済水準が向上すれば、投資・消費が高度化し、高付加価値品に強い日本の輸出産業にはプラスに働く。

米経済の先行き不透明感が強まるなか、世界の投資家は有力な投資先を求め、最近では日本企業を見るまなざしにも期待がにじむと聞く。投資先としての魅力をアピールするため、企業の投資家向け広報（IR）活動はますます大事になっていく。物価上昇を一つの契機とし、好機到来ととらえる積極性も必要だ。