理工学書・専門書は…
Nikkan BookStore
日刊工業　本　検索
日刊工業新聞社出版局のホームページ
http://pub.nikkan.co.jp/

2022年（令和4年）
7月1日
金曜日

日刊工業新聞

購読お申し込みはフリーダイヤル
東京:0120-412346
大阪:0120-597117
名古屋:0120-462346
福岡:0120-817120
ものあす! monoasu.jp

本社（TEL）03-5644-7000東京都中央区日本橋小網町14-1／西日本支社（TEL）06-6946-3321大阪市中央区北浜東2-16／名古屋支社（TEL）052-931-6151名古屋市東区泉2-21-28／西部支社（TEL）092-271-5711福岡市博多区古門戸町1-1

記事コピー・転載のお問い合わせは
日刊工業新聞社 デジタルメディア局
TEL 03-5644-7090
https://corp.nikkan.co.jp/p/service/index
日刊工業　検索

食品価格高騰

穀物や資源などの世界的な高騰を受け、食品の値上げが続いている。足元の円安が拍車をかけ、食用油や小麦に加え加工食品や飲料にまで値上げの波が押し寄せる。だが、穀物や資源などの輸入品の価格上昇に比べると消費者物価の上昇はごくわずか。メーカーや小売りは、価格転嫁に踏み込みきれないのが実態だ。（高屋優理）

原材料調達コスト
大幅増 避けられず

食品価格高騰の中心である食用油と小麦粉。2020年頃から続く穀物や原油などの相場上昇に、急激な円安やロシアによるウクライナ侵攻が拍車をかけている。原材料の調達コストの大幅増が避けられず、食用油では日清オイリオグループ、J－オイルミルズ、昭和産業の大手3社が21年4月納品分以降、計5回の価格改定を実施。店頭価格で21年比で1・5倍程度に上がっている製品もあり、家計を直撃している。

日清オイリオは今後の見通しについて、「（原材料高につながる要因として）ウクライナ危機やバイオ燃料需要など未経験のことも多く、製油事業のコスト環境は不透明な状況が続く」とする。

小麦粉では日清製粉グループ本社、ニップン、昭和産業の製粉大手3社が、4月に政府売り渡し価格が17・3％と大幅に引き上げられたことに伴い、業務用小麦粉の価格を6月20日納品分から引き上げた。家庭用小麦粉についても7月納品分から値上げする。21年10月にも政府売り渡し価格が19％引き上げられており、大幅な値上げが2期続いている。

食用油や小麦粉など食品の原料の大幅な値上げが引き金となり22年に入り、冷凍食品などの加工食品やパン、菓子類などに値上げが波及している。

10月から値上げに踏み切るのが、ビール大手だ。ビール類（ビール、発泡酒、第三のビール）を4社すべてが足並みをそろえて値上げする。サントリーホールディングス（HD）は原材料価格について、コロナ禍前の19年の平均価格と3月の価格を比較し、アルミニウムが約1・9倍、麦芽は約2・1倍、原油価格は約1・6倍上昇していると分析。22年12月期の原材料価格の高騰による減益要因は200億円程度とみている。

アサヒグループホールディングス（GHD）は当初、22年12月期の原材料高による減益要因を400億円程度と見込んでいた。だが原材料高が続いていることから、さらに200億円程度悪化すると見込み、10月の値上げに踏み切った。

穀物の価格高騰で値上げが続く食用油

値上げされる主な食品

食用油（7月から）
- 昭和産業
  汎用油など：1㌔㌘当たり60円以上
- Jオイルミルズ
  菜種油製品、大豆油製品など：同60円以上
  オリーブオイル製品、ごま油製品：同120円以上
- 日清オイリオグループ
  オリーブオイル、ごま油、こめ油などの食用油：5－30%

小麦粉（7月から）
- 日清製粉ウェルナ
  小麦粉、ミックス製品：3－6%
- 昭和産業
  家庭用小麦粉：2－7%
- ニップン
  家庭用小麦粉など：約3.5－11%
  家庭用食品類：約3－13%

パン（7月から）
- 山崎製パン
  食パンや菓子パンなど：4－9%（平均7.1%）
- 敷島製パン
  一部のパン：約2－約9%（平均5.4%）
- フジパン
  本仕込食パンなど：平均3－8%

即席麺（6月から）
- 日清食品
  「カップヌードル」など：5－12%
- 東洋水産
  「赤いきつねうどん」など：9－12%

飲料（10月から）
- 伊藤園
  ペットボトル製品とボトル缶製品など：4－22%
- サントリー食品インターナショナル
  ペットボトルおよびボトル缶商品：6－20%
- アサヒ飲料
  ペットボトル飲料・ボトル缶飲料：約6－16%
- キリンビバレッジ
  ペットボトル飲料・ボトル缶飲料：約6－25%
- コカ・コーラボトラーズジャパン
  ペットボトル飲料・ボトル缶飲料：6－18%

酒類（10月から）
- アサヒビール
  ビール、ノンアルコール飲料、ウイスキーなど162品目：6－10%
- キリンビール
  ビール、ノンアルコール飲料、ウイスキーなど278品：6－13%
- サントリービール、サントリースピリッツ
  ビール、ノンアルコール飲料156品目：2－10%
- サッポロビール
  ビール、ノンアルコール飲料など121品目：4－12%

賃金低迷で消費マインド低く
各社、価格転嫁に壁

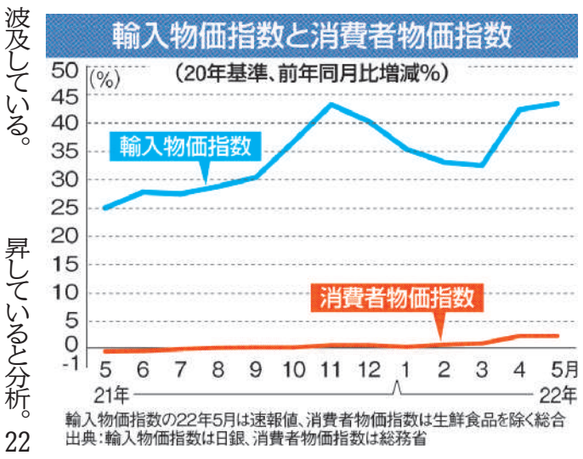
値上げは幅広い品目に広がる（イメージ）

1万789品目で値上げ

帝国データバンクの調査（6月1日時点）によると、主要食品メーカー105社が、5月末までに累計1万789品目で値上げを計画しており、このうち約6割に当たる6285品目が6月までに値上げされる計画。品目別では加工食品が4288品目と最も多く、このうちの6割以上が6月までに値上げされる計画。

主要食品メーカー105社
帝国データ調べ

前回調査（5月19日時点）では、値上げ計画は8385品目（実施済みを含む）であり、今回の調査で品目数が大幅に増えた。また各品目の最大値をとった価格改定率は、今回調査では平均13%と前回と比べ1㌽伸びた。値上げ幅も広がっている。



輸入物価指数の22年5月は速報値、消費者物価指数は生鮮食品を除く総合
出典：輸入物価指数は日銀、消費者物価指数は総務省

単純な値上げ難しく
消費者、拒否反応強く

深層断面 SPECIAL EDITION

イオンはプライベートブランド（PB）「トップバリュ」に関し、「知恵と工夫の限界」（グループのイオントップバリュの土谷美津子社長）として4日から値上げを実施する。ただ値上げは、5000品目のうちマヨネーズ、即席麺、ティッシュペーパーの三つにとどまる。

価格優位性を前面に押し出すPBにおける値上げの難しさを示す事例といえ、小売りの苦しい立場も示している。

10月から値上げに踏み切るビール業界でも、アサヒGHDの勝木敦志社長は2月の決算会見で「単純な値上げは難しい」と述べ、買い控えへの強い懸念を示していた。

買い控えへの懸念は業界共通の認識でメーカーや小売りは、仕入れ価格の上昇分をまだ十分に価格に転嫁できていない。4、5月の輸入物価指数はそれぞれ前年同月比で42・2％増、43・3％増となったのに対し、消費者物価指数はいずれの月も同2・1％の伸びにとどまり、ギャップは大きい。

日本人の賃金は20年以上、同水準で推移している。消費者の購買力は高まっておらず、値上げに対して拒否反応は強い。始まった食品値上げラッシュが、こうした日本人のデフレマインドに変化をもたらすのかも注目される。

私はこう見る
賃上げ急務、購買意欲向上を

みずほリサーチ＆テクノロジーズ上席主任エコノミスト　酒井 才介氏

資源高や食料品の高騰などで、4、5月の輸入物価指数が前年同月比40％以上上昇しているにもかかわらず、消費者物価指数は同2％程度の上昇に止まっている。連日、食品値上げが伝えられるが、このデータから、企業が仕入れ価格を転嫁しきれず、収益の下押し要因となっていることがわかる。

背景には、日本は長らく賃金が上がっていないため消費者の購買意欲が低く、企業がなかなか商品価格を上げられないという構造的な問題がある。仕入れ価格が上がっているにもかかわらず、価格転嫁できなければ、企業は従業員に対して賃金を上げることができない。結局賃金が上がらず、購買意欲が上がらないという悪循環が起こっている。

今後は米国の景気次第だが、22年中は物価の高止まりが続くとみられる。日本が物価上昇の耐性を高めるためには賃上げが急務で、購買力が上がれば価格転嫁の余力も生まれるだろう。（談）

あなたの身近にいつも…アキレス
Achilles

足を守る。農作物を守る。安眠を守る。
半導体を守る。医療を守る。道路を守る。
古墳を守る。体を守る。空間を守る。
家を守る。ビルを守る。生命を守る。
美味しいを守る。美観を守る。DXを守る。
インフラを守る。健康を守る。環境を守る。
安心を守る。安全を守る。快適を守る。
私たちアキレスは、製品をつくるだけでなく、
さまざまな〝マモル〟を
新しい価値としてつないでいく。

そして、笑顔も守る、
社会も守る、未来も守る。
つなぐのは、アキレスです。

アキレス株式会社　本社：〒169-8885 東京都新宿区北新宿 2-21-1 新宿フロントタワー