

オフィスの



照屋正

この1年でモノやサービスの価格がじわりと上昇してきました。飲食料品や生活用品の値上がり。美容・美容料金の値上がり。サービス価格の上昇。値下がりの続いていたテレビやDV機器も一部で値上がりに転じています。

7月25日に発表された6月の消費者物価上昇率(全国)は、前年比3.3%の上昇でした。消費税率引き上げの影響を除いても1.3%の上昇とみられています。これで13

カ月連続の上昇です。

モノやサービスの価格が上がり始めたのはなぜでしょうか。

これは、デフレという悪い経済環境から抜け出すために、政府と日銀が緩やかで安定したインフレを目指して舵取りしているからです。物価が上昇し続けることをインフレといい、低下し続けることをデフレといいます。

日銀は昨年4月、「前年比上昇率2%程度の緩やかなイ

緩いインフレ 景気拡大

ンフレを目指す」と宣言、その手段として大規模な金融緩和と政策をスタートさせました。この政策が現在、見込み通りに効果を発揮しているのです。

デフレは経済活動に悪い影響を与えます。たとえば、私たちは物価が先行きも低下すると予想すれば「今買うよりも後で買った方が得」と考えるようになります。企業も「機械を今導入するよりも後で導入する」と判断するようになります。

つまりデフレのもとでは、国全体で支出活動の先送りが発生するのです。先送りはいつまでも続きます。そのためモノが売れなくなり、企業収益が悪化します。すると賃金の引き下げ、採用の抑制、失

業の増加など悪い影響が次々に現れます。デフレは経済活動の萎縮を招き、景気を悪化させてしまうのです。

一方、家計と企業の間で緩やかで安定したインフレが今後も続くことが予想されるようになると、「値上がりする前に買おう」と前倒しで支出活動を行うインセンティブが恒常的に働くようになります。結果、生産活動が刺激され、経済活動が活発になり、景気は拡大します。

このように景気がよくなるためには、緩やかで安定したインフレが続くことが必要です。その環境が整いつつあるのが、今なのです。

(りゅうぎん総合研究所常務取締役)

次回は福井康夫氏(メディアフラッグ代表取締役社長)です