

自己紹介

プロフィール



(株) マネネCEO／経済アナリスト (1985年生まれ/ 3児の父)

- ・証券会社や運用会社にてアナリスト、ストラテジストとして日本の中小型株式や新興国経済の研究業務に従事。
- ・インドネシアでの新規事業立ち上げ、台湾・マレーシアでの会社経営を経て、2018年6月に金融教育ベンチャーのマネネを創業。
- ・複数のベンチャー企業の経営に参画。日本証券アナリスト協会検定会員。
- ・文化放送「おはよう寺ちゃん」水曜日レギュラーコメンテーター

【Twitter】 [@KoheiMorinaga](https://twitter.com/KoheiMorinaga) 【YouTube】 森永康平のビズアップチャンネル



『スタグフレーションの時代』



『親子ゼニ問答』



『MMTが日本を救う』



『経済指標の読み方がわかる辞典』

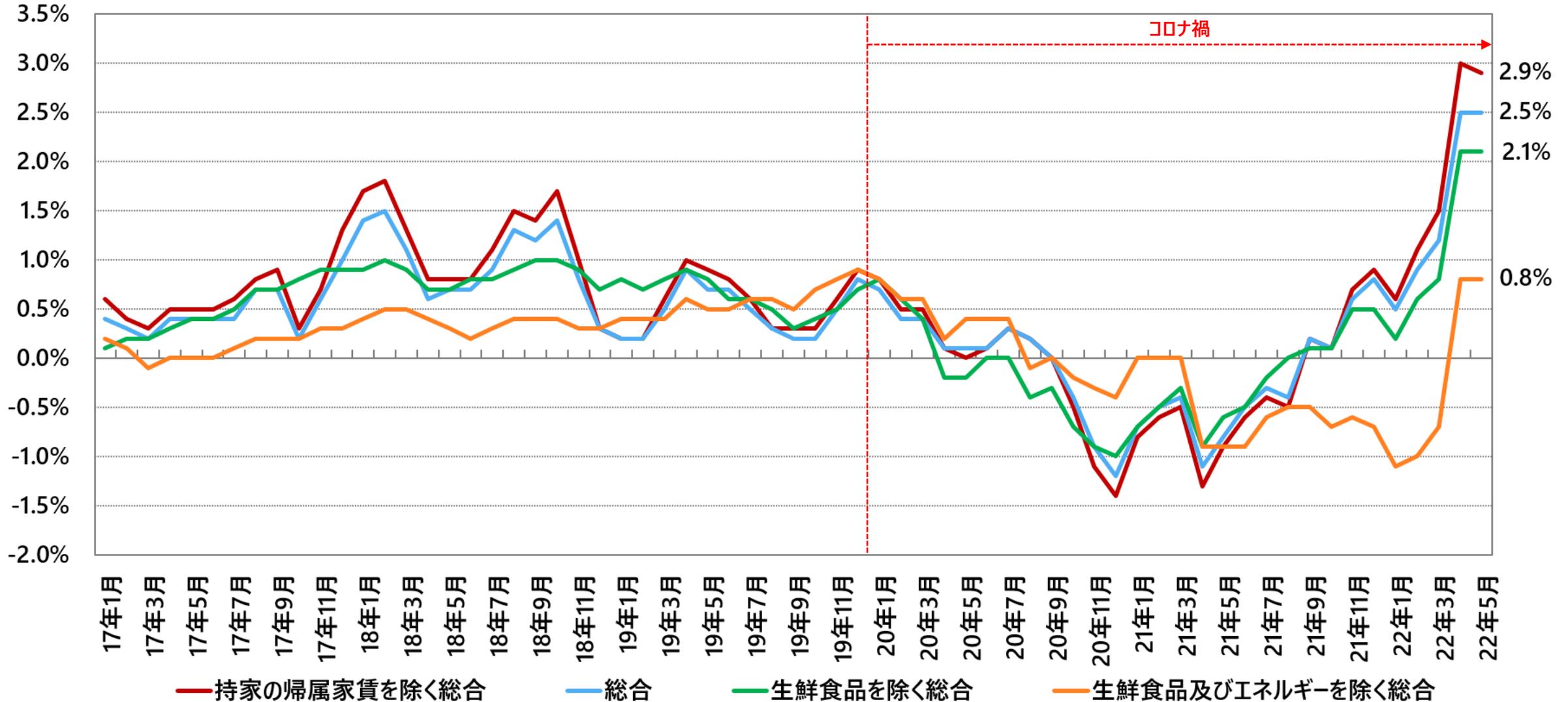


『誰も教えてくれない お金と経済のしくみ』

物価に見る日本の問題

特殊要因が剥落して物価上昇率は大きく上昇

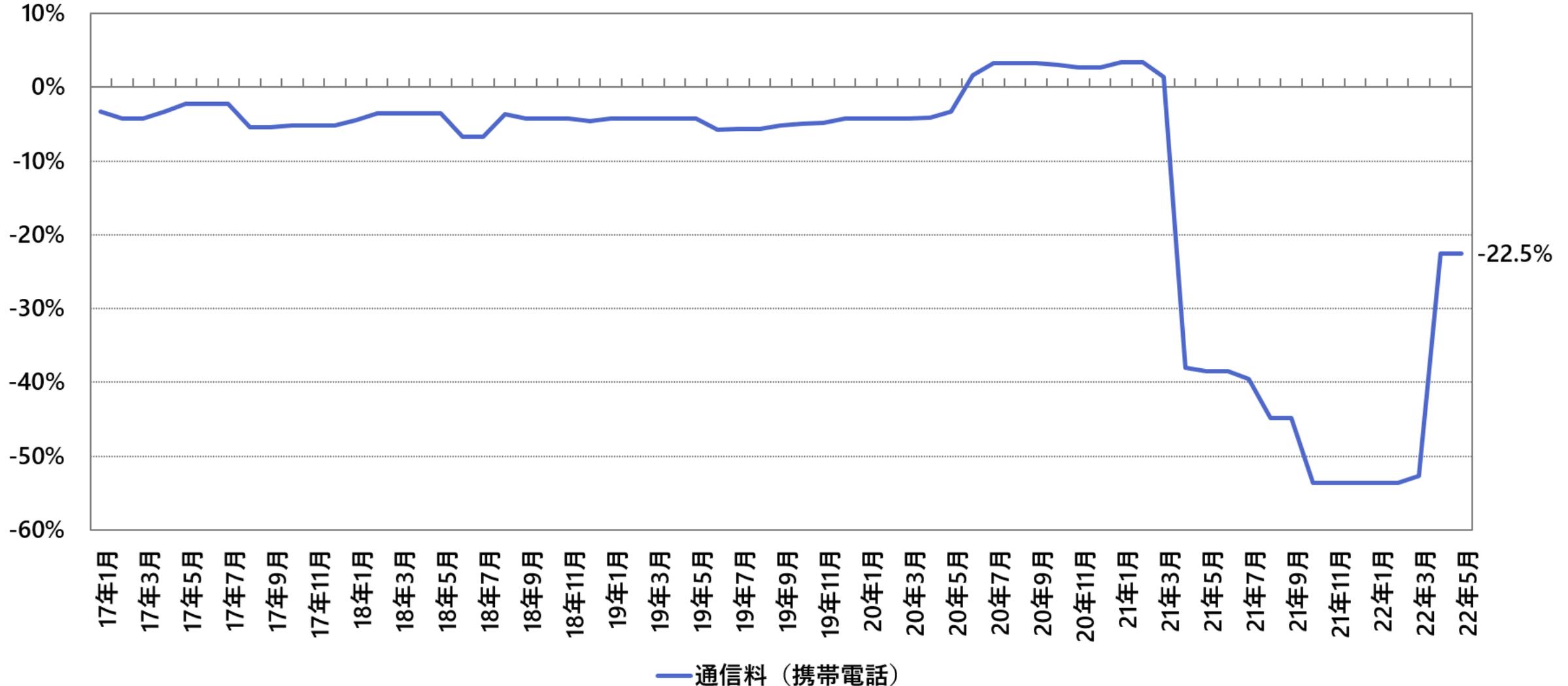
消費者物価指数の推移（前年同月比）



(出所) : 総務省「消費者物価指数」のデータをもとに株式会社マネネが作成。

消費者物価指数のノイズになっている携帯通信料の推移

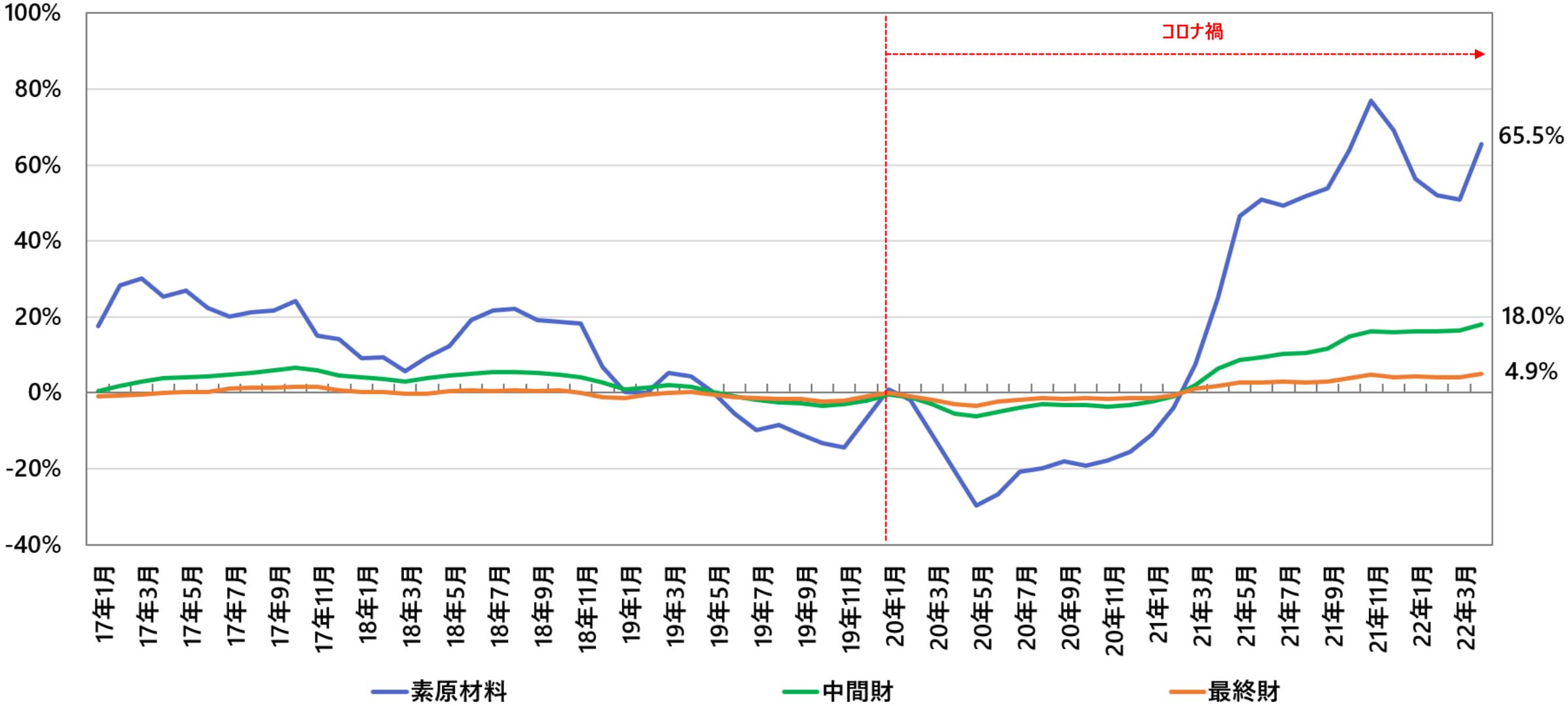
消費者物価指数の推移（前年同月比）



（出所）：総務省「消費者物価指数」のデータをもとに株式会社マネネが作成。

企業が価格転嫁が出来ていないという実情

企業物価指数の推移（前年同月比）



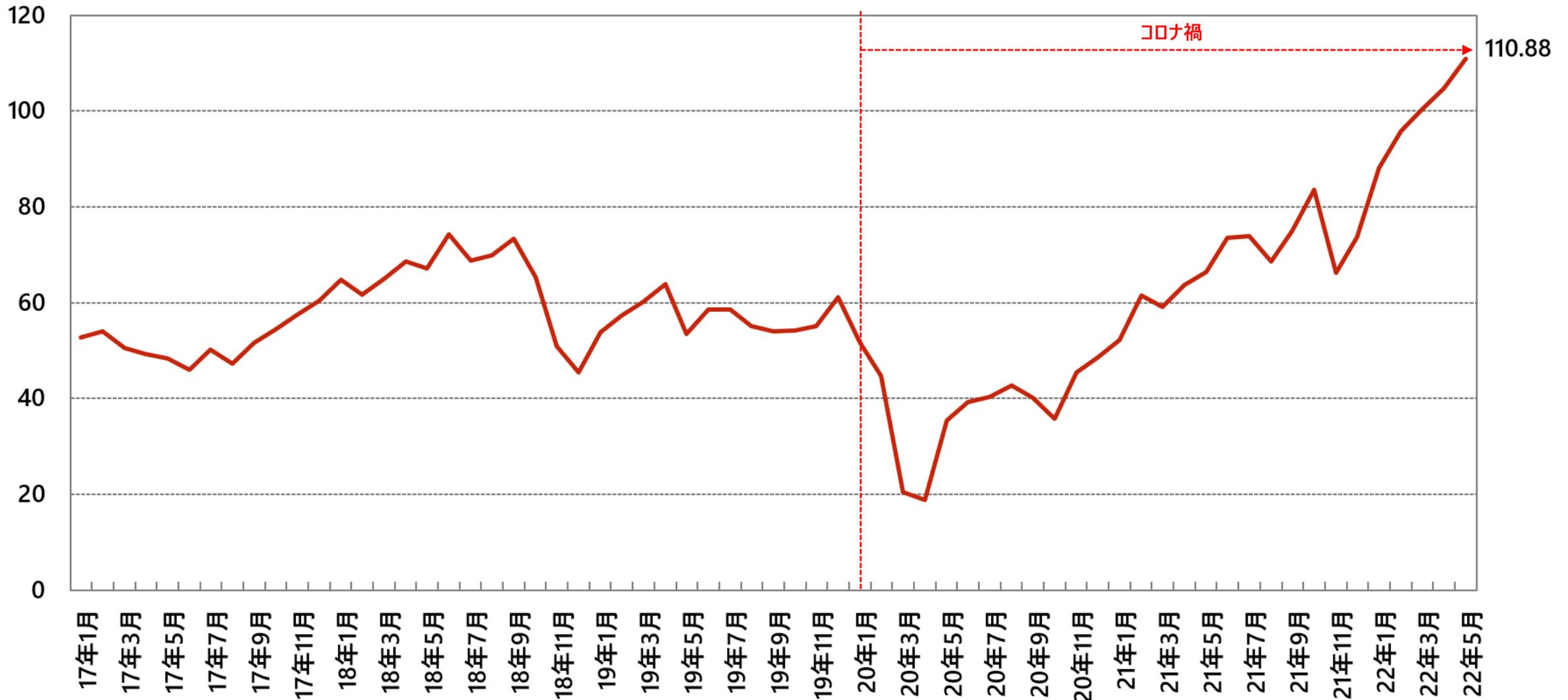
(出所) : 日本銀行「企業物価指数」のデータを基に株式会社マネネが作成。

現在の物価上昇の要因とは？

ロシア・ウクライナが長期化の様相で原油高とまらず

(ドル/バレル)

WTI原油先物価格の推移

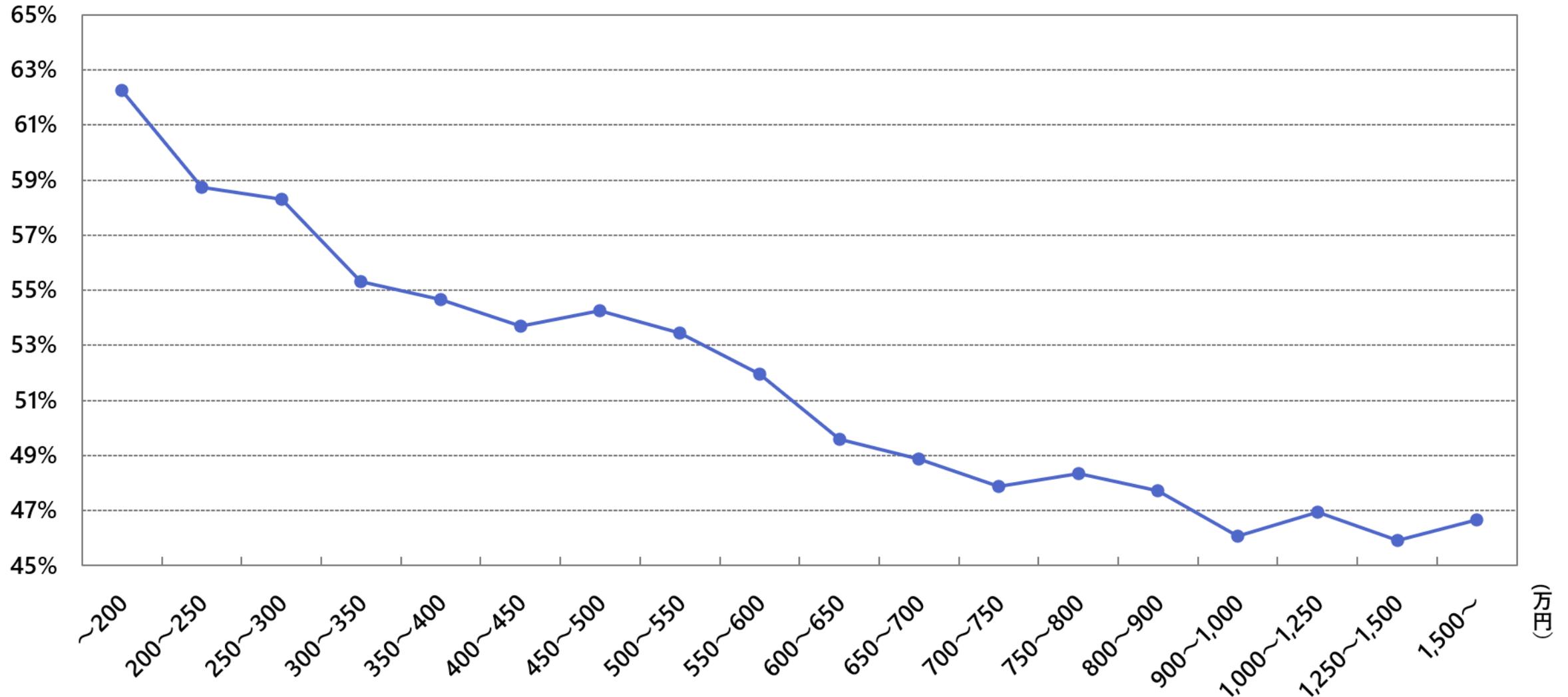


(出所) : WTIのデータをもとに株式会社マネネが作成。

物価高の影響を受ける人たち

足元のインフレの悪影響が大きいのは貧困層

消費支出に占める生活必需品の割合（年収別）

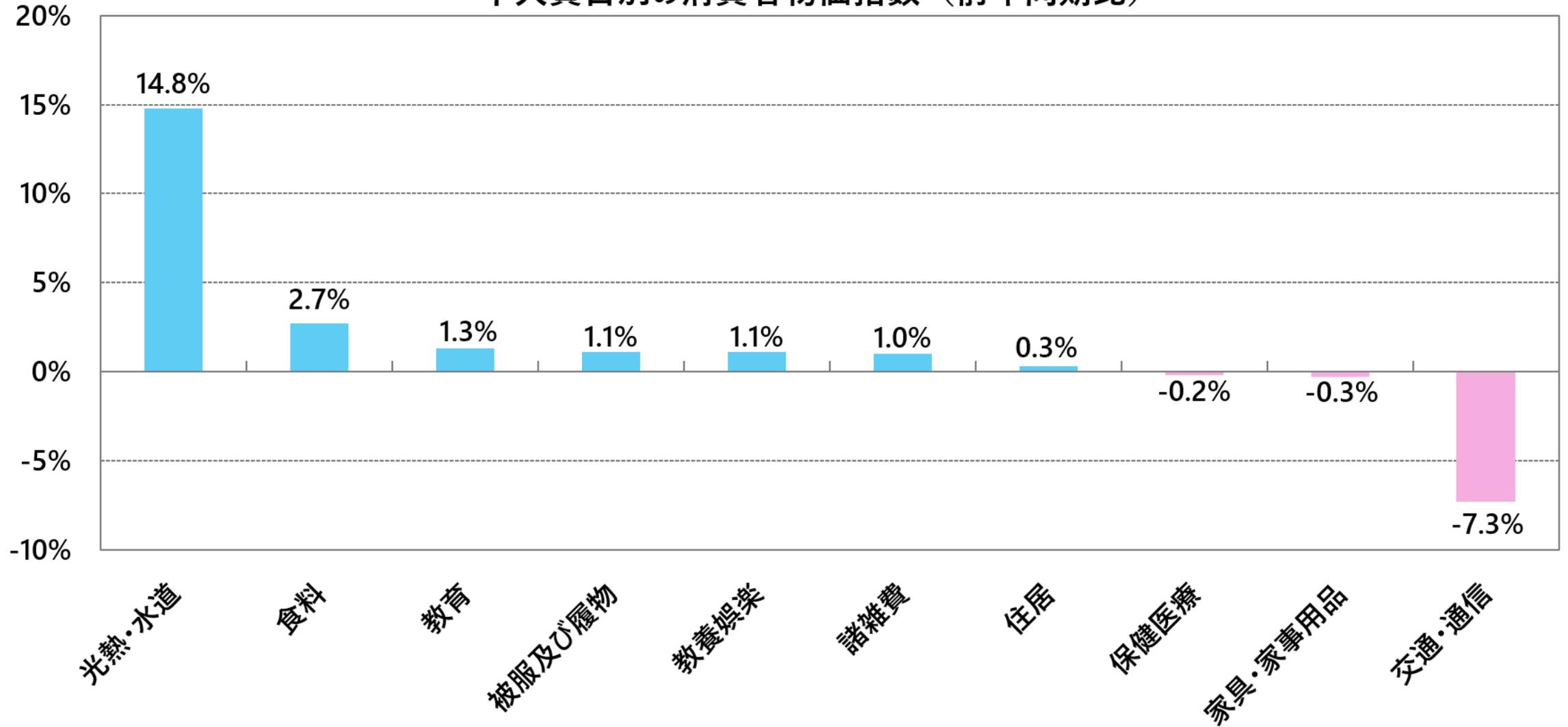


（出所）：総務省「家計調査」のデータを基に株式会社マネネが作成。

（注）：全国・2人以上の世帯。生活必需品は食料、住居、光熱・水道、被服及び履物、保健医療、交通・通信。

生活に直結する支出で物価上昇の影響が大きい

十大費目別の消費者物価指数（前年同期比）

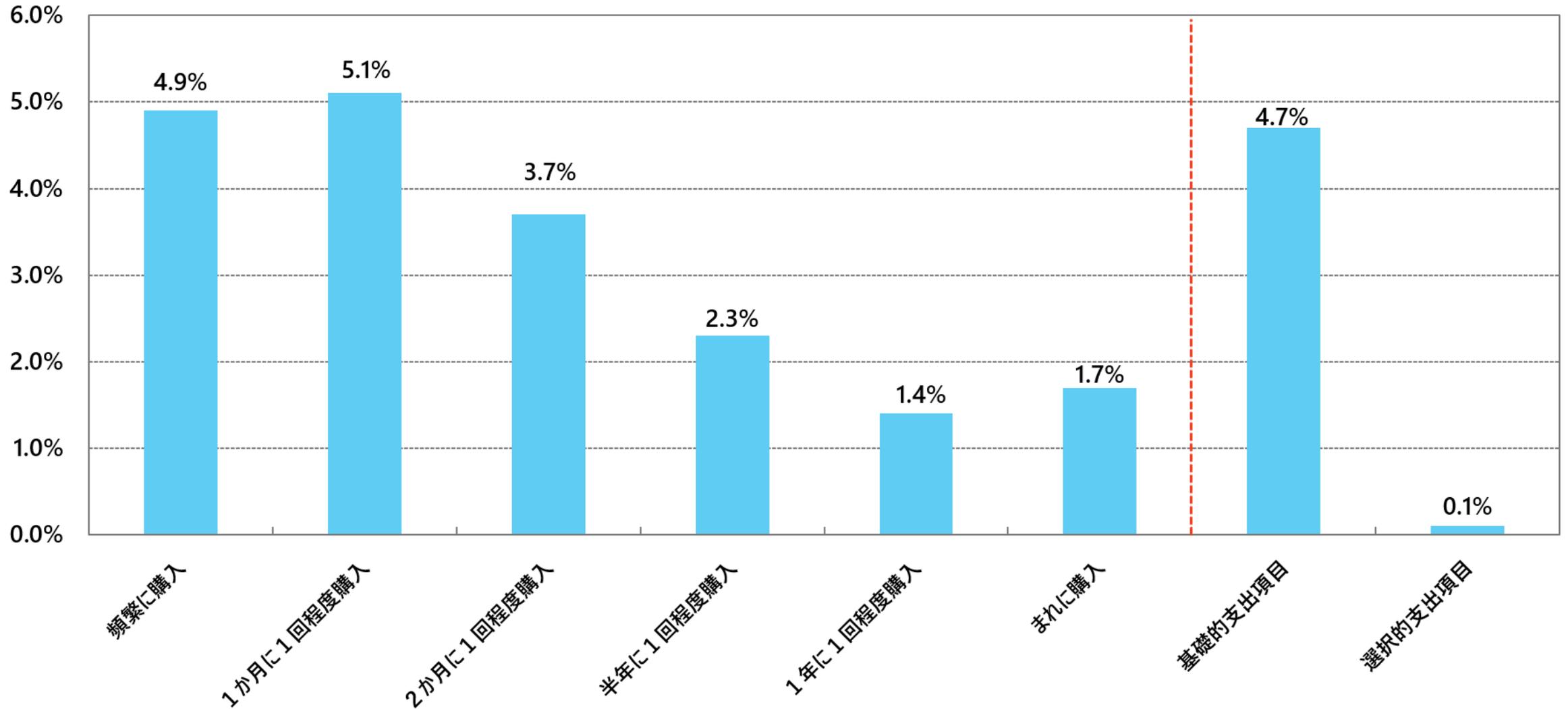


(出所) : 総務省「消費者物価指数」のデータをもとに株式会社マネネが作成。

(注) : 2022年1～3月期。

生活必需品の物価上昇が顕著

購入頻度別の消費者物価指数（前年同月比）

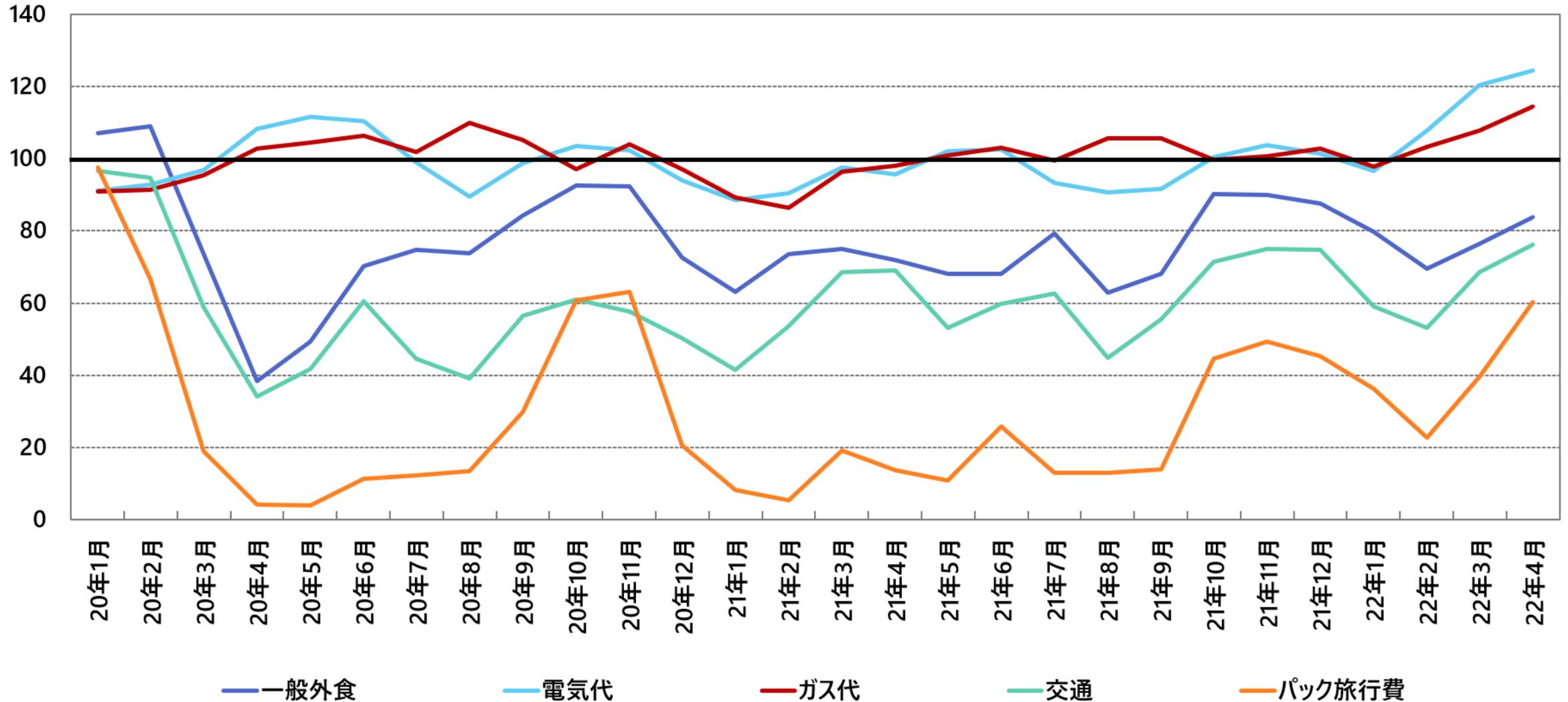


（出所）：総務省「消費者物価指数」のデータを基に株式会社マネネが作成。

（注）：2022年5月分。

依然として消費は正常化にほど遠いが、生活は逼迫。

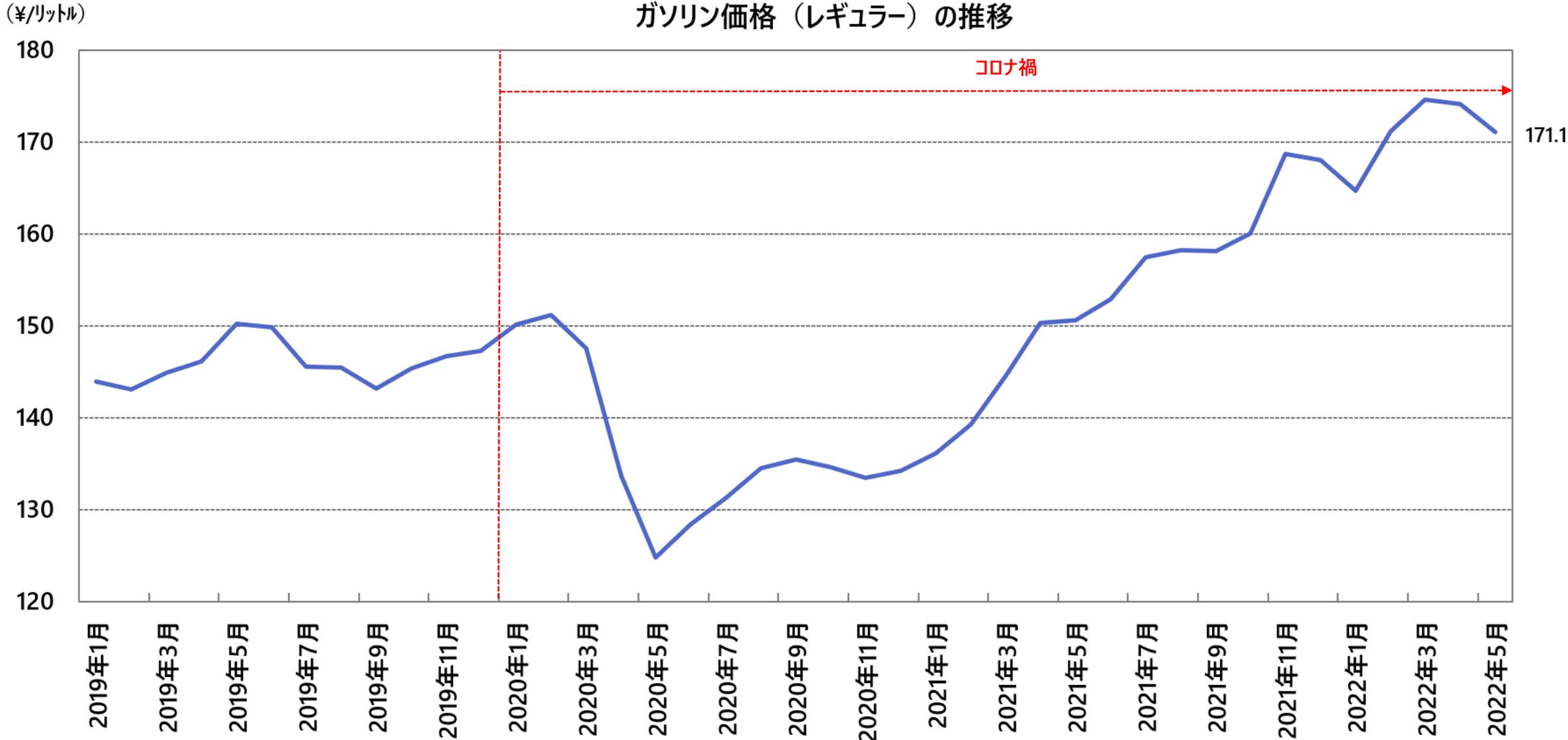
品目別消費の推移



(出所) : 総務省「家計調査」のデータを基に株式会社マネネが作成。

(注) : 二人以上の世帯。

補助金の効果が少しだけ表れるも依然として高止まり



(出所) : 資源エネルギー庁「石油製品価格調査」のデータを基に株式会社マネネが作成。

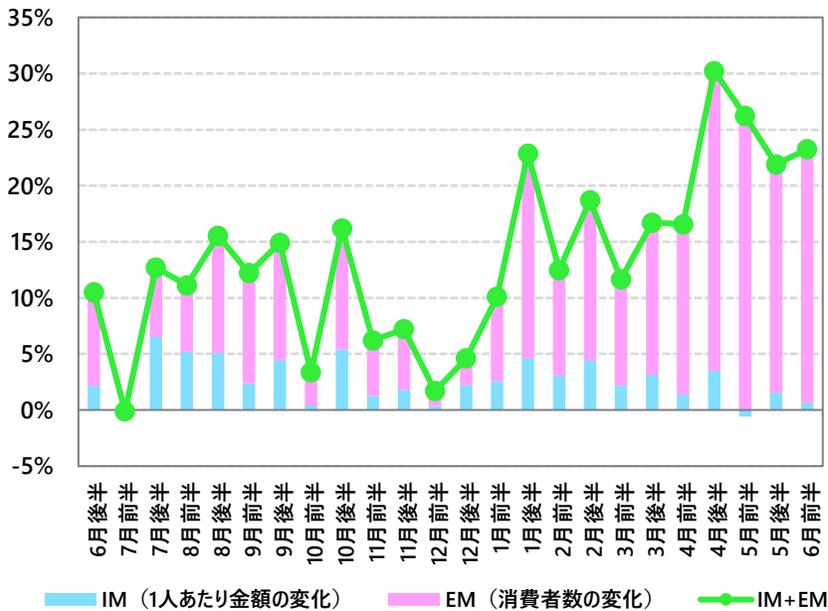
既に家計防衛の動きが見える

少しでも安いものを買う消費者

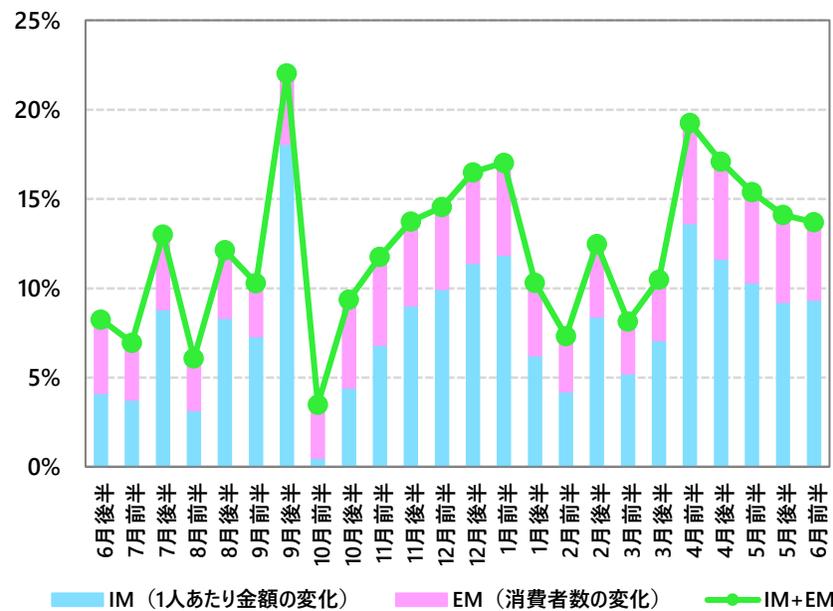
生活防衛意識が高まる中、6月末まで価格据え置きを延長したイオンのプライベートブランドであるトップバリュにおいては、キャノーラ油やマヨネーズ、スパゲッティ等の食品主要単品計の売上が前期比約5割増、食品主要カテゴリー計でも前期比約3割増と、お客さまから強いご支持を頂いています。

(出所)：イオン「月次連結営業概況」

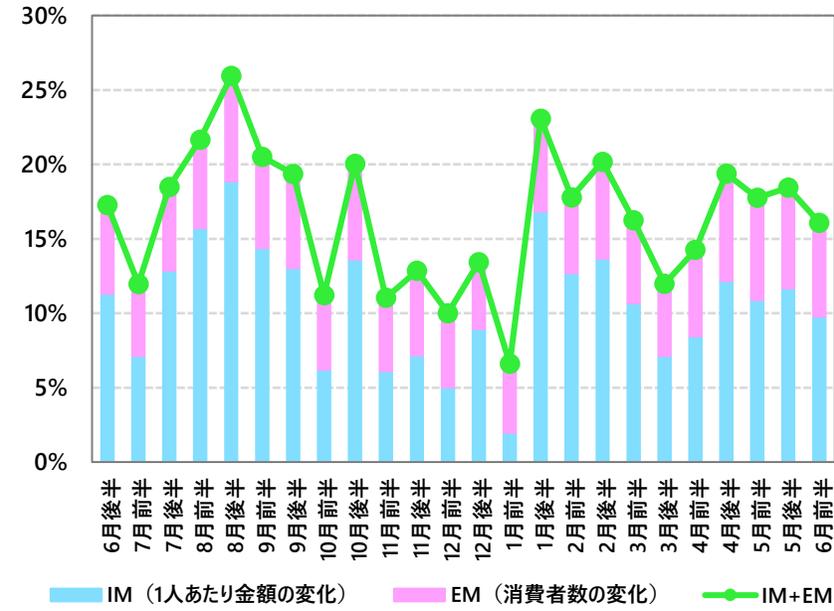
ディスカウントショップ



コンビニエンスストア



スーパー

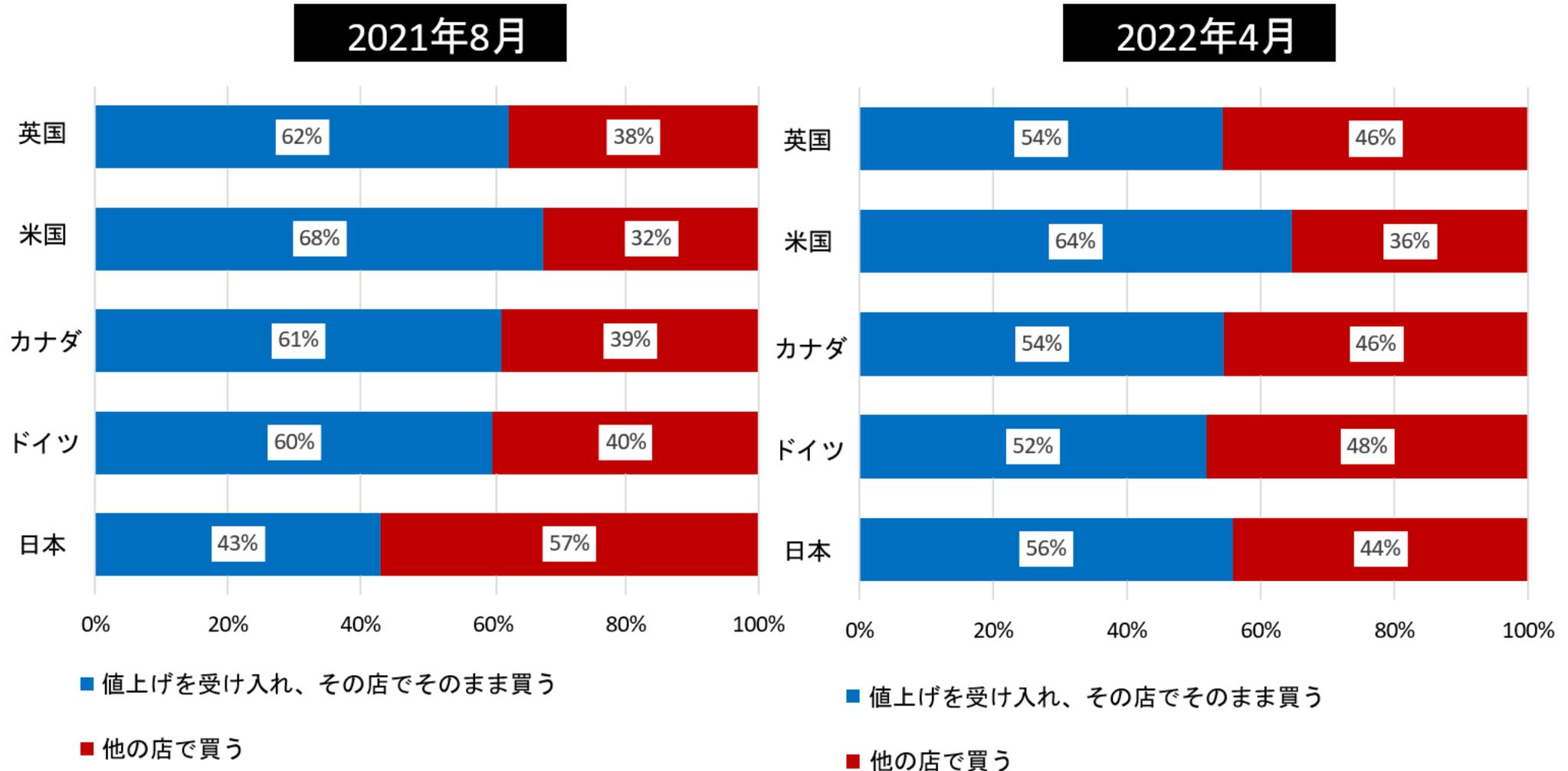


(出所)：ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」のデータを基に株式会社マネネが作成。

黒田発言の意味するところ

物価高を受け入れているという発言が炎上したが・・・

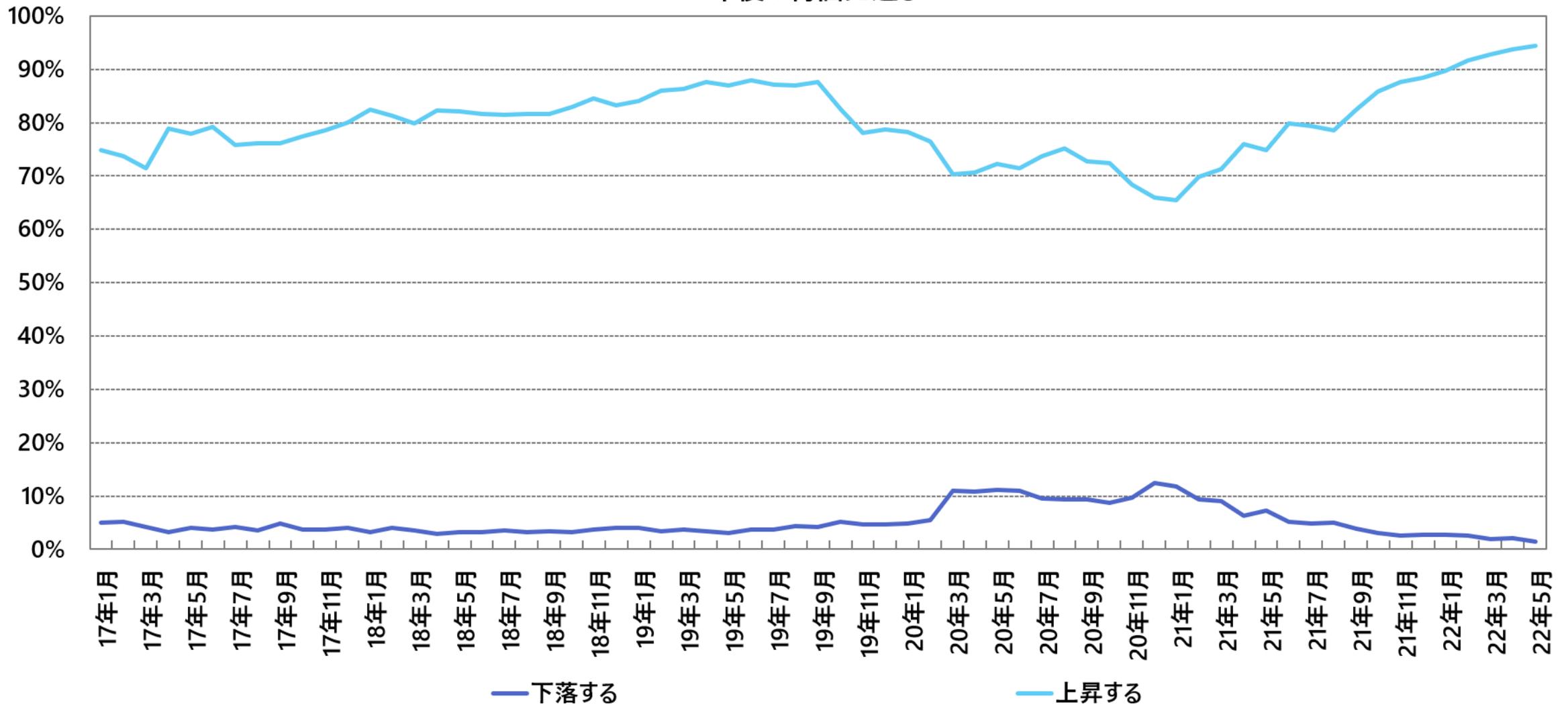
なじみの店でなじみの商品の値段が10%上がったときにどうするか



(出所) : 東京大学大学院経済学研究科「5か国の家計を対象としたインフレ予想調査」(2022年5月実施分)の結果 のデータを基に株式会社マネネが作成。

家計のインフレ期待は高まっている

1年後の物価見通し

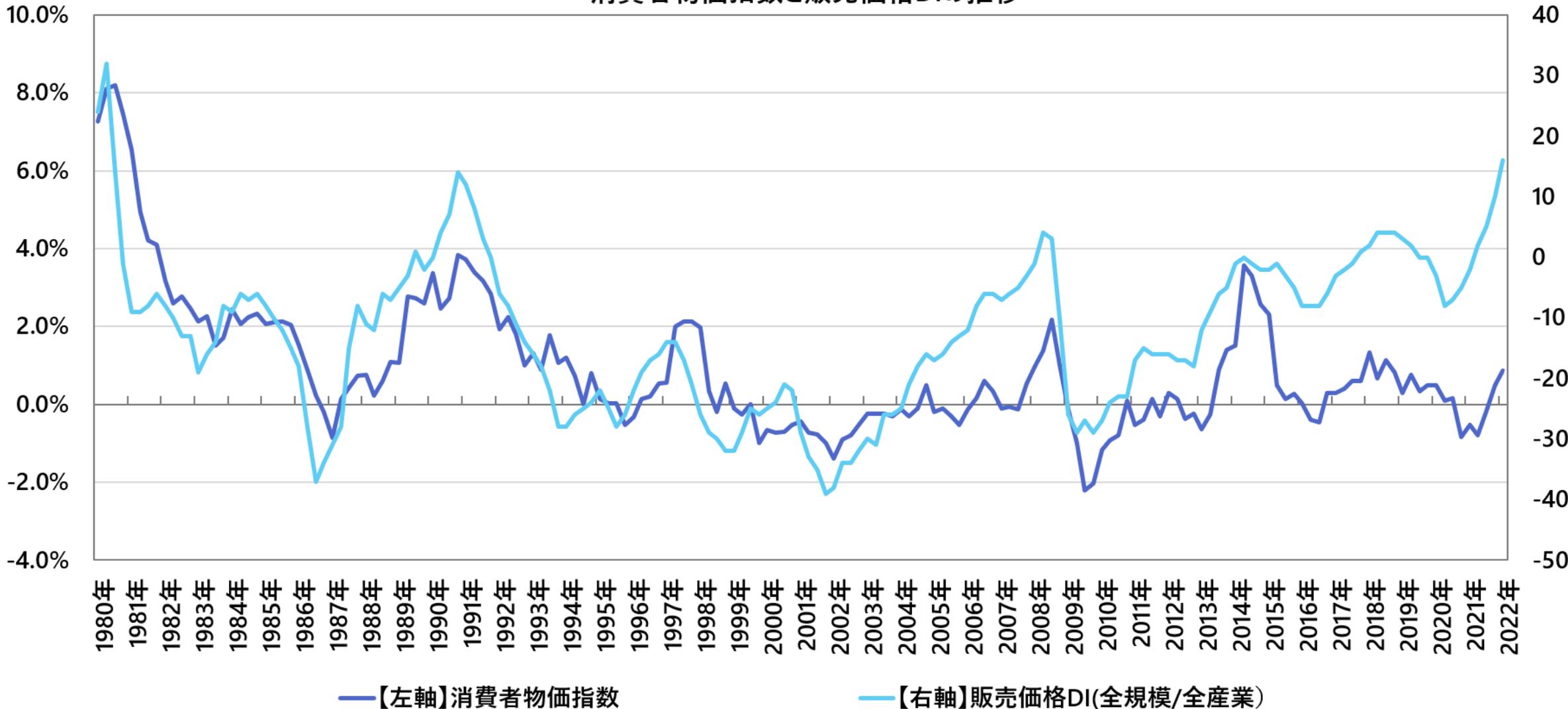


(出所) : 内閣府「消費動向調査」のデータを基に株式会社マネネが作成。

(注) : 二人以上の世帯。

企業の販売価格DIから見ても物価上昇圧力は強い

消費者物価指数と販売価格DIの推移



(出所) : 総務省「消費者物価指数」、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」のデータを基に株式会社マネネが作成。

(注) : 二人以上の世帯。

 ご清聴ありがとうございました



チャンネル登録お願いします！