ぼくのいえが大ピンチ

倉敷市・玉島小２年
平田　悠人

なんとぼくの大すきなれいとうしょくひんのチャーハンなどが、またまたねあがりするらしいです。これは夏休みをむかえたぼくのいえにとって大ピンチです。ぼくのいえは五人かぞくなので、ちょっとのねあげでも大へんなことになります。いままでどおりれいとうチャーハンをたべるためには、もっとお金をかせぐか、お金をせつやくしないといけません。ぼくはかなしくなりました。

しかし、しんぶんを読んでみると、つくる人もいろいろ考えてくふうをして、なん十年もねあげをしないようにがんばっていたことが分かりました。なのでこんかいのねあげもしかたがないのかなと思います。みんなにもそれをしってもらいたいと思って書きました。

これからぼくも、おやつなど買いたいものをすこしがまんしようと思います。そして、そのお金でチャーハンを買います。なので、つくる人もねあげにまけず、がんばっておいしいものをつくりつづけてほしいです。

2022年8月1日付　山陽新聞

冷凍食品再値上げ続々

企業「苦渋の選択」

経費吸収しきれず転嫁

８月も家庭用食品の値上げが相次ぐ。原材料価格や物流費が高止まりし、冷凍食品などで再値上げの動きが目立つ。一方で、価格を10年以上据え置いてきたメーカーが「苦渋の選択」として転嫁に踏み切るケースも。消費者の買い控えを懸念しつつ、膨らみ続けるコストを吸収しきれなくなっている。

価格改定の波　収まらぬ８月

８月の主な家庭用食品の値上げ

冷凍食品など	マルハニチロの134品	1日から
	テーブルマークの全87品。パックご飯など常温商品35品も	
	味の素冷凍食品の47品	
すり身製品など	日本水産のちくわなどと冷凍食品計138品	29日から
	紀文食品・紀文西日本の魚肉練り製品や総菜、正月商品計946品	
レトルトカレーなど	ヤマモリのレトルトタイカレーなどタイ食品23品	1日から
調味料	ポッカサッポロフード&ビバレッジの「ポッカレモン100」など	

１日、マルハニチロが冷凍食品134品の出荷価格を最大約28％引き上げる。テーブルマークは冷凍食品全87品やパックご飯などを最大約19％、味の素冷凍食品は家庭用商品の大部分に当たる47品を最大約14％上げる。３社はいずれも２～３月に値上げしており、一部商品は再値上げとなる。

日本水産は、ちくわなどすり身製品と冷凍食品計138品の価格を改定。紀文食品と紀文西日本（大阪）は魚肉練り製品や総菜、正月商品のほぼ全てに当たる計946品を29日から上げる。ともに値上げ率は最大約20％で、一部は２月にも値上げしていた。

ヤマモリ（三重県桑名市）は１日、レトルトのタイカレーなど23品を上げる。５月の発表時、三林憲忠社長（当時）は「価格改定は苦渋の選択だった」とのコメントを出した。タイ食品の値上げは2007年以来約15年ぶりだ。

ポッカサッポロフード&ビバレッジ（名古屋市）は主力の調味料「ポッカレモン100」などを値上げする。ポッカレモンの値上げは約７年ぶりとなる。

電気料金は、大手電力10社のうち４社が値上げする。４社のうち最も値上げ幅が大きいのが東京電力で、標準的な家庭の料金は247円増え、9118円になると試算している。エアコンの使用が増える時期だけに、負担感が高まりそうだ。大手都市ガスは３社が値上げする。

キーワード

価格転嫁　企業が原材料高などのコスト上昇分を、商品やサービスの販売価格に上乗せすること。賃金の伸びが鈍い日本では消費者が値上げに敏感で、企業は競合他社に顧客を奪われることを恐れてコストの増加を十転嫁できないケースも多い。転嫁に踏み切る場合も、対象を一部商品に限ったり、内容量を減らして価格を据え置く「実質値上げ」を選択したりする企業が目立つ。

（C）山陽新聞社　無断複製・転載を禁じます。