

## 特集

## 問われる「物価高」の時代の支え合い

日本では1990年代から30年近く、長期にわたって物価が上昇しないデフレが続いてきました。2000年代初頭には、ハンバーガーが1個100円を切り、あるいは牛丼並盛1杯300円を切る価格だったことを覚えている方も多いと思います。

しかし、2020年代に入り徐々に物価上昇が始まると、現在までその傾向が続いています。こうした物価上昇の理由として、ウクライナ・ロシア戦争によって世界規模でエネルギーや食料価格が上昇したこと、日米の金利差拡大による円安で輸入物価が上昇したこと、さらには日本の少子化・高齢化による人手不足、コロナ禍による需給バランスの変動などが重なったと考えられます。いずれにせよ、私たちの暮らしは、おおよそ30年ぶりの「物価高」の時代を迎えつつあるようです。

物価が上昇を続ける一方で、賃金も徐々に上昇しつつあります。しかし、急速に進む物価上昇には追いつかず、実質賃金は減少・伸び悩みを続けているのが実情です。こうした情勢から、デフレの時代ともまた異なる暮らしむきの不安や苦労が顕在化しています。

生協の特長は、商品の安全・安心だと言われますが、歴史を振り返れば、それだけでなく「安定」や「安価」といった点も、生協の重要なミッションでした。

再び迎えた「物価高」の時代において、今、生協に求められていることは何か。あるいは、生協あるいは消費者としての組合員にできることや考えるべきことは何か。本特集はこうした問いを考えてみるのが目的です。

そのために、本特集では7つの論考を掲載しています。まず総論的な位置づけとして、日本における物価研究の第一人者である渡辺努氏（東京大学）にデフレからインフレへの変遷と、その中における日本の消費者や流通業についてのお考えを伺いました。その上で、ときに「安すぎる」と指摘される農産物価格について、コメともやしを対象に論考いただいています。さらに物価高の渦中におけるフェアトレードやフードバンクの現状について、現場からの声をもとに紹介しています。また、物価高の時代において、価格だけでないあり方で暮らしを支える店のあり方、昨年実施された組合員意識調査に基づいた組合員の消費や価格に対する意識の実態についての論考も寄せていただいています。

物価高の時代における生協の役割をぜひ読者一人ひとりが、複数の視点から考える機会となれば幸いです。

（本誌編集長 加賀美太記）