

住民こそ主人公・住民のための市政を

明日の相模湖

No. 882

2022年9月

発行：日本共産党相模湖支部

住所：相模原市緑区寸沢嵐794-3

宮崎あき子気付

電話：042(685)1046

mail: jcpsagamiko@gmail.com

値上げ加速の秋

対象拡大 食品8000品目

生活必需品の値上げが加速しています。帝国データバンクの調査によると、食品の値上げは8月に2431品目へのぼり、9月以降の値上げ予定は8043品目（うち9月16

61品目、10月6305品目）に達します。

値上げ幅も拡大しています。6月以前が平均10%程度だったのに対し、7月以降は平均15%、20%となっています。小麦・油脂・原油などの世界的な価格高騰に加え、円安を理由とする値上げが増えているためです。

9月から、雪印メグミルクは家庭用マーガリンなど13品目を約6%、14%、家庭用プロセスチーズ7品目を約4%、9%値上げします。

食品値上げは年内に2万品目を超え、平均値上げ率は14%となる見通しです。帝国データバンクは「年初に値上げを実施した食品類を中心として、円安を理由とした再値上げ・再々値上げが秋以降に集中しており、全体の値上げ品目数を大幅に押し上げる要因となっている」と指摘しています。

食品以外の商品も値上げラッシュが続きます。パナソニックはドライヤーなど一部家電製品の出荷価格を約2%、33%引き上げます。同社は8月から冷蔵庫など家電製品全般の値上げを始めています。ブリヂストンは4月に続いて今年2度目の値上げを行います。国内市販用タイヤやチューブを3%、8%値上げします。

生活必需品が全般的に値上げしているのに、岸田政権の対策はガソリン補助金などの部分的な内容にとどまっています。消費者と中小企業の双方にとって全般的な負担減となる消費税減税の実施が求められます。

（8月31日付「しんぶん赤旗」より抜粋）



年内に値上げされる主な食品分野

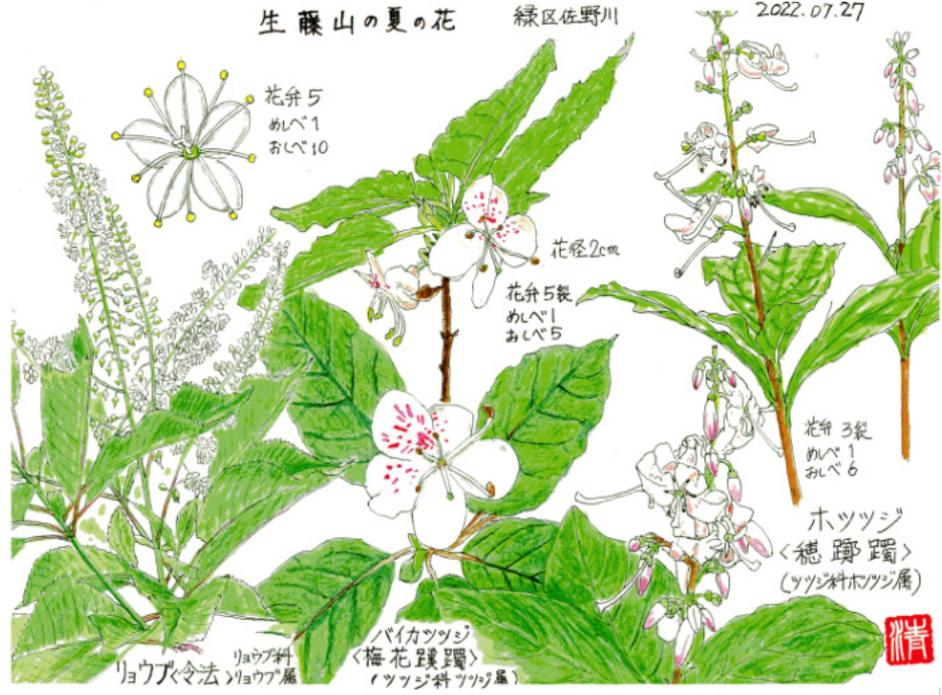
	加工食品	調味料	酒類・飲料	菓子
値上げ品目数	7794	4350	3732	1192
値上げ率平均	16%	14%	15%	13%
主な品目	ハム・ソーセージ・水産加工品・冷凍食品など	マヨネーズ・ドレッシング・だし製品など	炭酸飲料・ビール・発泡酒・チューハイなど	アイスクリーム・スナック菓子・チョコレートなど

(帝国データバンク「食品主要105社 価格改定動向調査」から作成)

このあたり小仏層の岩石が露出していて、けっこう険しい尖った尾根です。この岩場には夏はリヨウブの白い花や、ツツジの仲間のバイカツツジや、ホツツジ

Mです。三角点があるの、この山の代表的に呼ばれますが、すぐ東側の茅丸かやまるというピークが一〇一九Mで最高点です。

自然観察シリーズ
NO. 551
植物

生藤山は神奈川県最北端の山で標高九九〇

生藤山の夏のツツジ

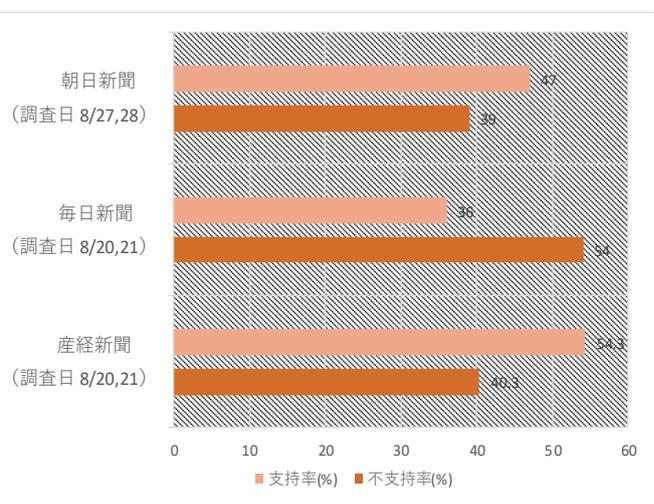
しょうとうさん

の小さい白い花が見られます。特にホツツジは、藤野地域では唯一の自生地かと思えます。又、山麓ではコナラ

の木が普通ですが、生藤山の山頂付近は、より冷涼な所に生えるミズナラの木にも見所です。



各社世論調査の内閣支持率



内閣支持率急落続く

内閣改造後も各社の世論調査で岸田内閣の支持率が急落しています。「朝日」では支持率が47%となり、7月の前回調査から10ポイント下落。「不支持」は前回比14ポイント増加して39%と内閣発足以来最高となりました。

統一協会と自民党との癒着が支持率低下に大きく影響したことがうかがえますが、さらに安倍元首相の国葬問題、物価高に対する対応など重大課題に説明や議論を尽くそうとしない岸田政権の姿勢に国民の怒りが吹き出している表れではないでしょうか。