

加工食品の物価及び生産・販売動向

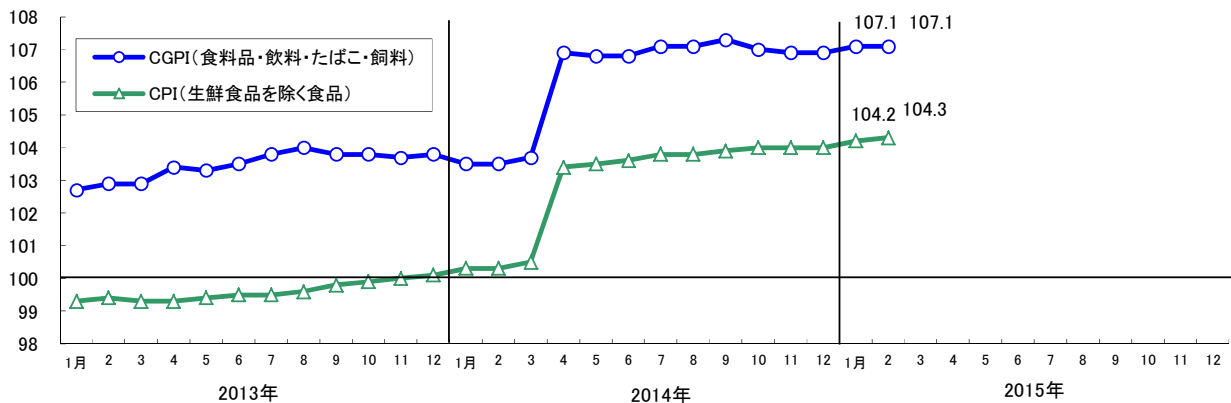
1 加工食品の企業物価及び消費者物価

企業物価及び消費者物価は上昇傾向

加工食品の企業物価指数は、2014年4月からの消費税引き上げにより上昇し、107.1と高水準で推移している。一方、消費者物価指数（生鮮食品を除く食品）は同104.3で、企業物価指数と同様に上昇基調となっている。

図1 加工食品の企業物価指数、消費者物価指数

2010年=100



資料：日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

2 食品製造業の生産動向

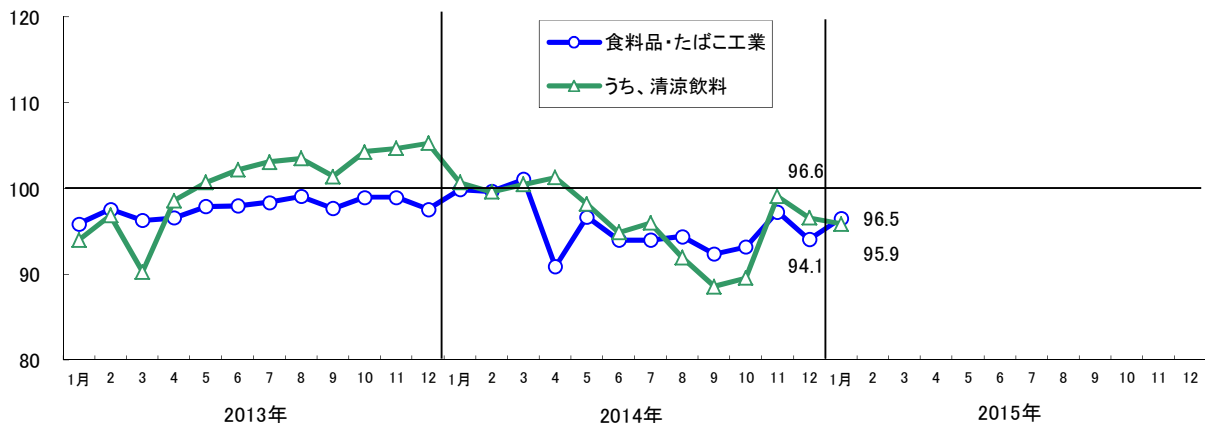
食料品・たばこは前月比でわずかに上昇、うち、清涼飲料は同横ばい

1月の食料品・たばこ工業の生産指数は、96.5で前月比2.6%とわずかに上昇した。

うち、清涼飲料は95.9で前月比▲0.7%と横ばいとなった。

図2 食料品・たばこ工業、清涼飲料の鉱工業生産指数の推移

2010年=100 季節調整済



資料：経済産業省「鉱工業生産指数」

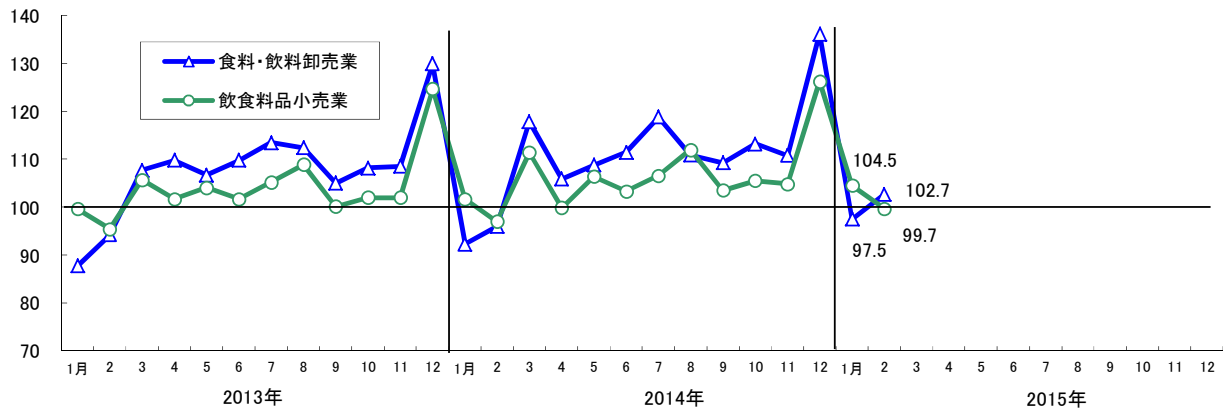
3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額は対前年同月比でかなりの程度増加、小売業販売額は同わずかに増加

2015年2月の食料・飲料卸売業の販売額指数は102.7で対前年同月比7.0%とかなりの程度増加した。

飲食料品小売業の販売額指数は99.7で同2.8%とわずかに増加した。

図3 食料・飲料卸売業と飲食料品小売業の販売動向



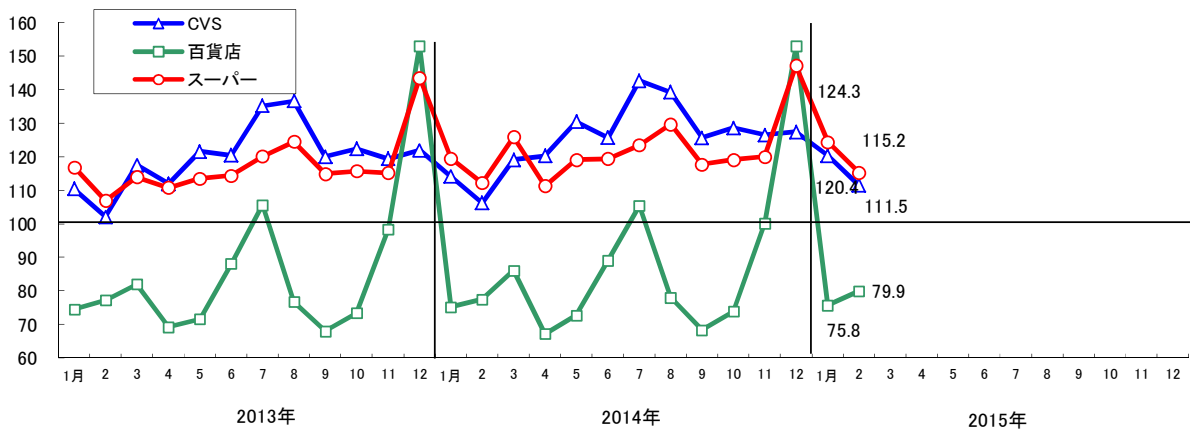
資料: 経済産業省「商業販売統計」

4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

CVS及び百貨店は対前年同月比でやや増加、スーパーは同わずかに増加

2015年2月のコンビニエンスストア、百貨店、スーパーにおける加工食品の販売動向についてみると、コンビニエンスストアは111.5で対前年同月比5.0%とやや増加、スーパーは115.2で前年同月比2.7%とわずかに増加、百貨店は79.9で前年同月比3.2%とやや増加で、概ね堅調に推移した。

図4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向



資料: 経済産業省「商業販売統計」

注: コンビニエンスストアはFFと加工食品の合計。百貨店及びスーパーは飲食料品。