

# 加工食品の物価及び生産・販売動向

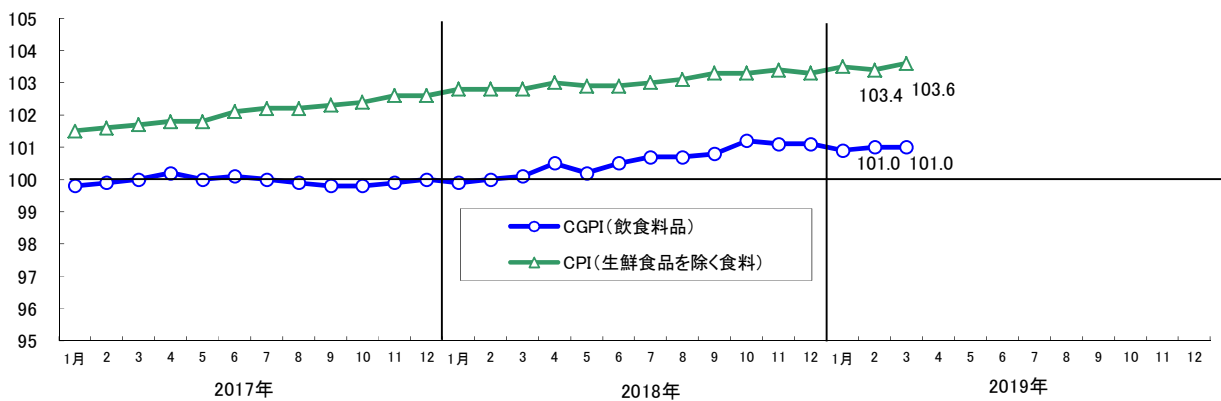
## 1 加工食品の企業物価及び消費者物価

企業物価は横ばいから上昇傾向、消費者物価は上昇傾向

加工食品の企業物価指数は、概ね横ばいで推移していたものの、2018年5月以降は上昇傾向にある。一方、消費者物価指数（生鮮食品を除く食料）は同103.6で、緩やかに上昇傾向となっている。

図1 加工食品の企業物価指数、消費者物価指数

2015年=100



資料:日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

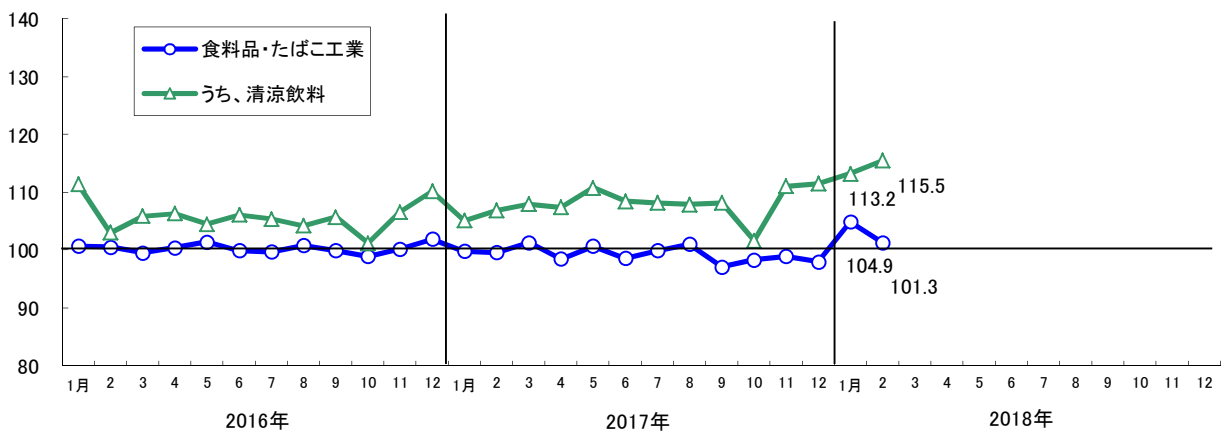
## 2 食品製造業の生産動向

食料品・たばこは前月比でやや低下、清涼飲料についてはわずかに上昇

2019年2月の食料品・たばこ工業の生産指数は、101.3で前月比▲3.4%とやや低下した。うち、清涼飲料は115.5で前月比2.0%とわずかに上昇した。

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

2015年=100 季節調整済



資料:経済産業省「鉱工業生産指数」

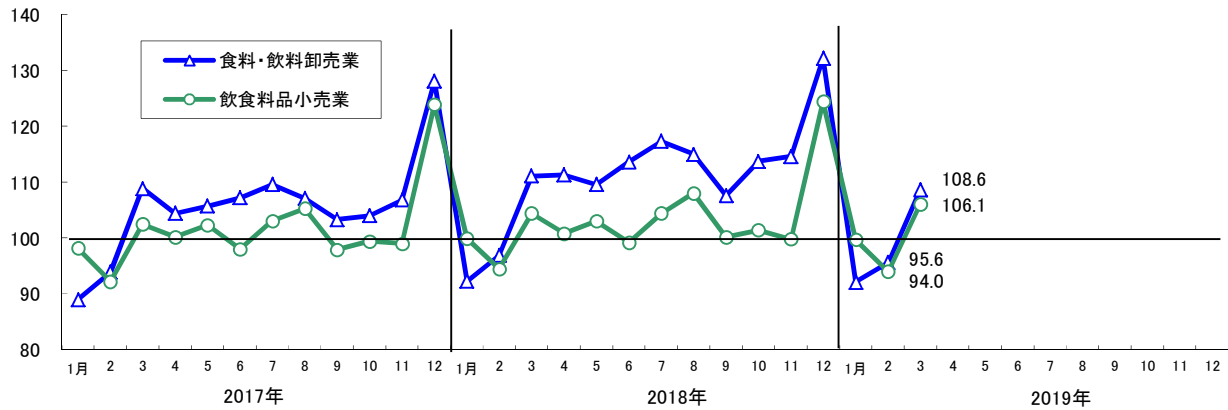
### 3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額は対前年同月比でわずかに低下、小売業販売額は同わずかに上昇

2019年3月の食料・飲料卸売業の販売額指数は108.6で対前年同月比▲2.3%とわずかに低下した。飲食料品小売業の販売額指数は106.1で同1.6%とわずかに上昇した。

図3 食料・飲料卸売業と飲食料品小売業の販売動向

2015年=100



資料:経済産業省「商業販売統計」

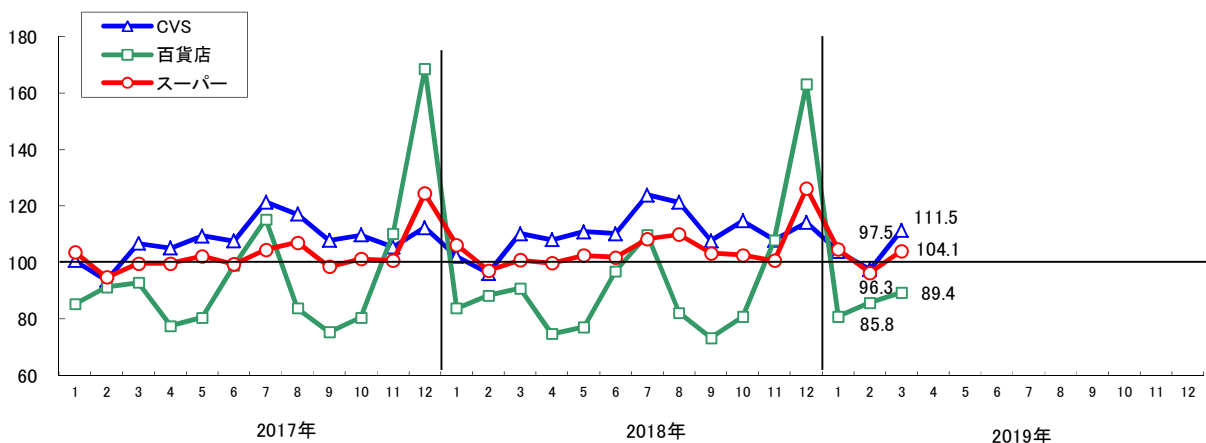
### 4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

スーパーは対前年同月比でやや上昇、CVSは同わずかに上昇、百貨店は同わずかに低下

2019年3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、スーパーは104.1で対前年同月比3.2%とやや上昇、コンビニエンスストアは111.5で同1.1%とわずかに上昇、百貨店は89.4で同▲1.6%とわずかに低下した。

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

2015年=100



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。