

加工食品の物価及び生産・販売動向

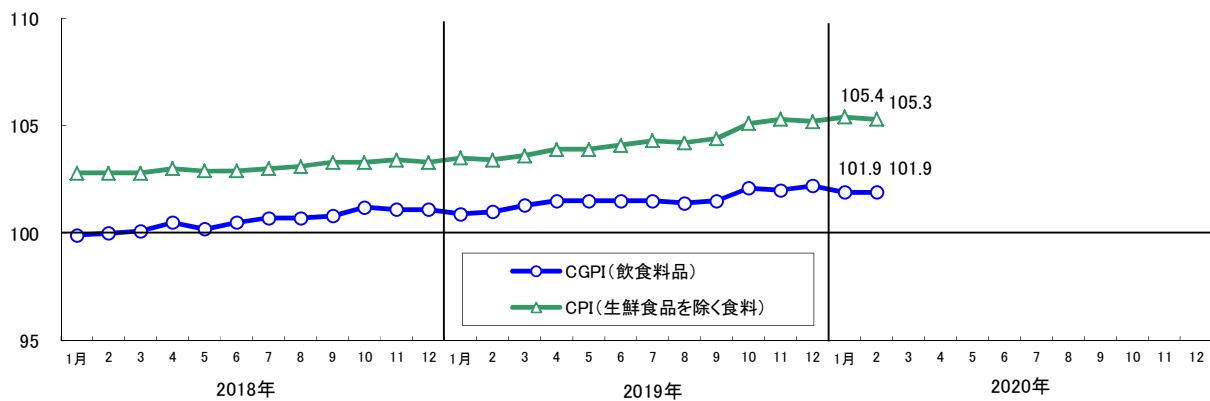
1 加工食品の企業物価及び消費者物価

企業物価および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105.3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」

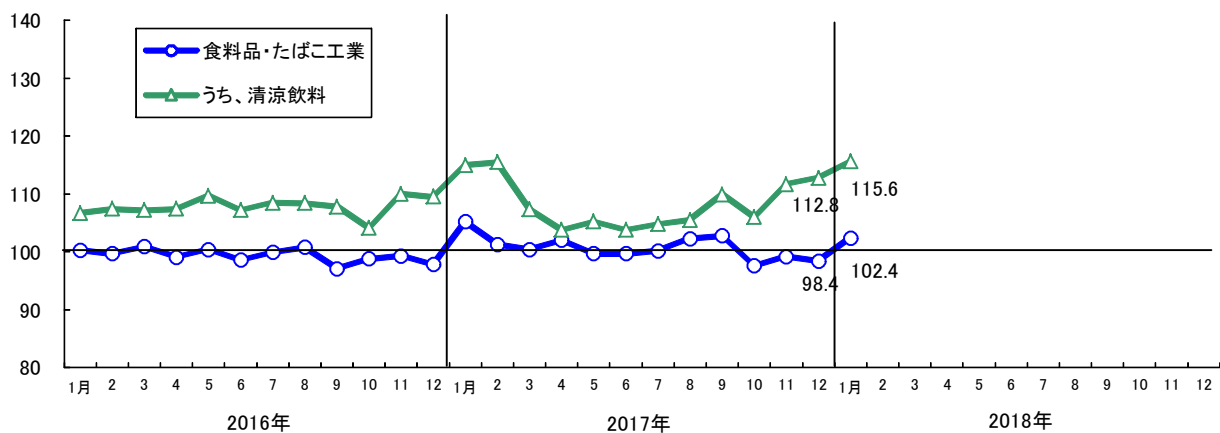
2 食品製造業の生産動向

食料品・たばこは前月比やや上昇、清涼飲料については同わずかに上昇

2020年1月の食料品・たばこ工業の生産指数は、102.4で前月比4.1%とやや上昇した。うち、清涼飲料は115.6で前月比2.5%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」

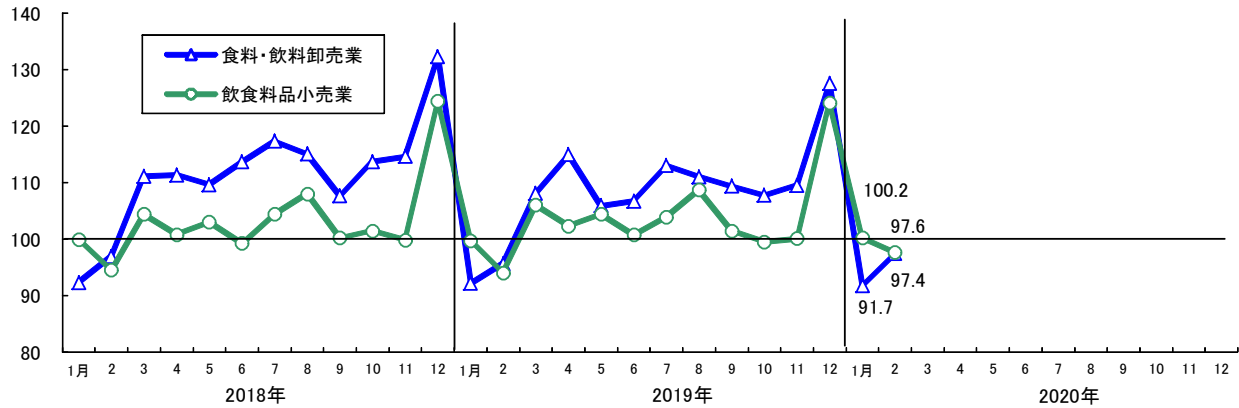
3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額は対前年同月比でわずかに上昇、小売業販売額は同やや上昇

2020年2月の食料・飲料卸売業の販売額指数は97.4で対前年同月比1.9%とわずかに上昇した。
 飲食料点小売業の販売額指数は97.6で同3.8%とやや上昇した。

図3 食料・飲料卸売業と飲食料点小売業の販売動向

2015年=100



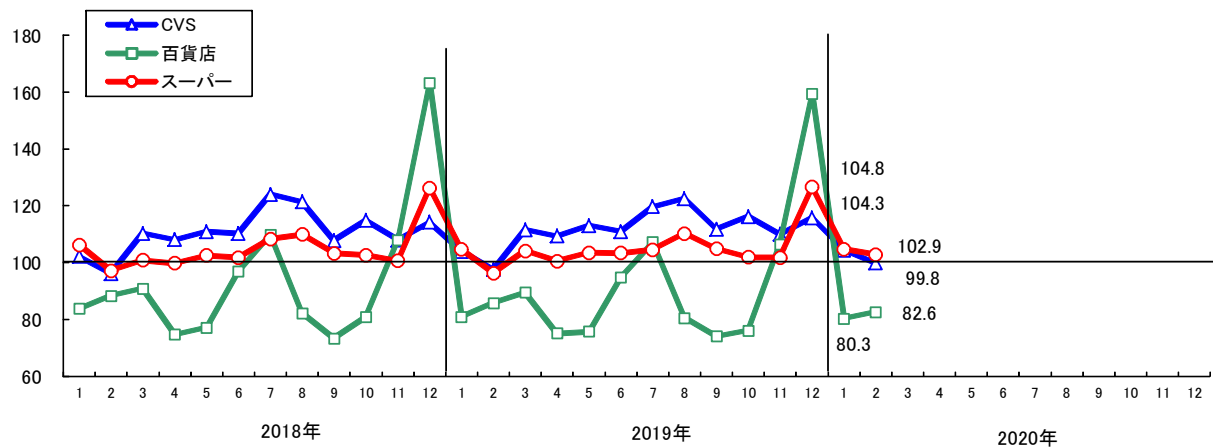
資料: 経済産業省「商業販売統計」

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かなり程度上昇、CVSは同わずかに上昇、百貨店は同やや低下

2020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、スーパーは102.9で対前年同月比6.8%とかなりの程度上昇、コンビニエンスストアは99.8で同2.4%とわずかに上昇、百貨店は82.6で同▲3.7%とやや低下した。

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。