

加工食品の物価及び生産・販売動向

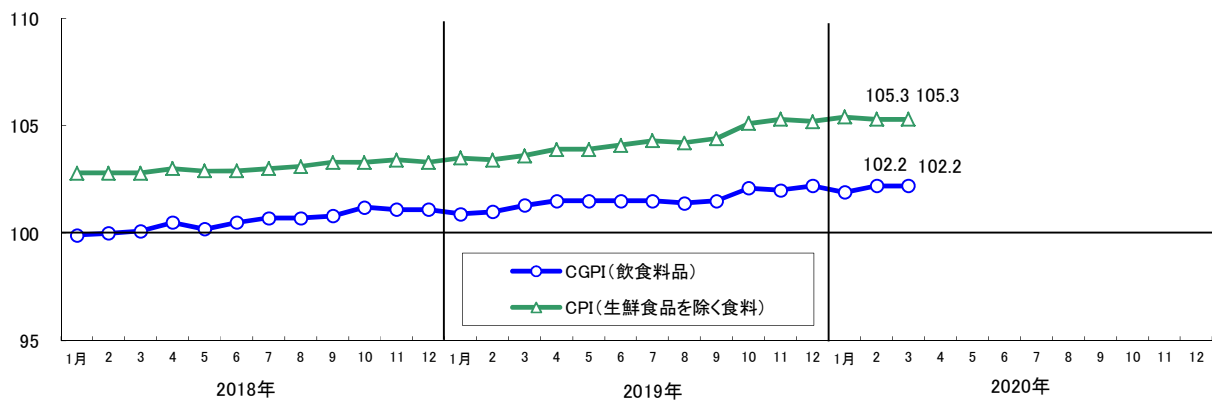
1 加工食品の企業物価及び消費者物価

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」

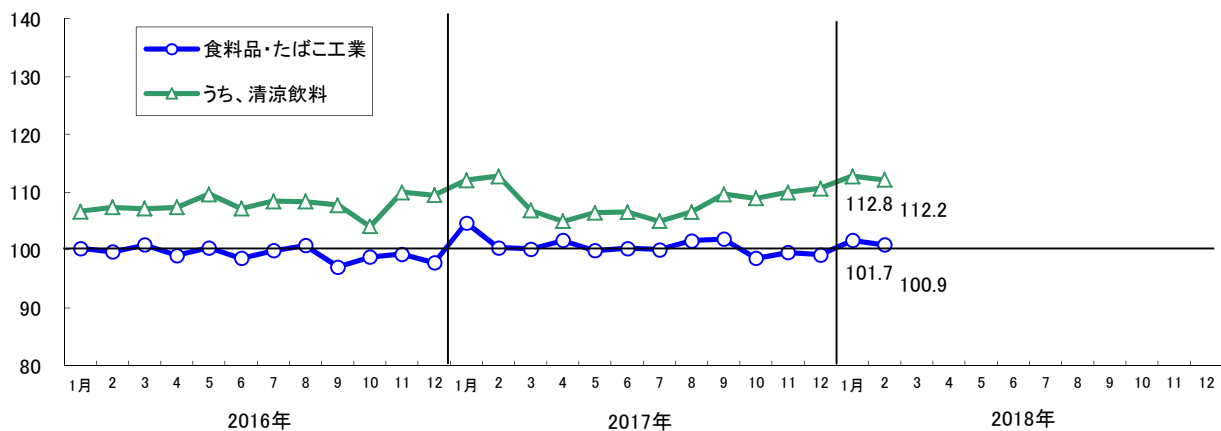
2 食品製造業の生産動向

食料品・たばこは前月並み、清涼飲料については前月並み

2020年2月の食料品・たばこ工業の生産指数は、100.9で前月比▲0.8%と前月並みとなった。うち、清涼飲料は112.2で前月比▲0.5%と前月並みとなった。

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

2015年=100 季節調整済



資料: 経済産業省「鉱工業生産指数」

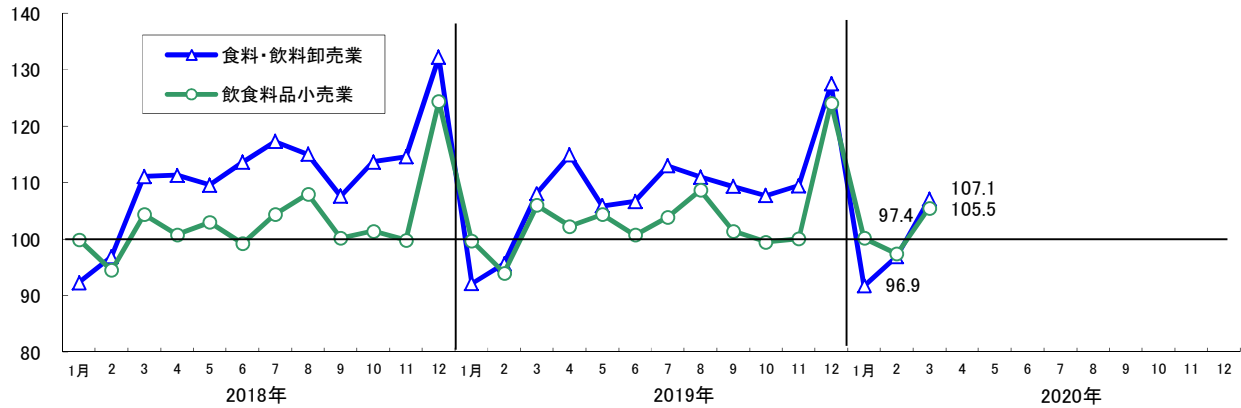
3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額及び小売業販売額は対前年同月比で横ばい

2020年3月の食料・飲料卸売業の販売額指数は107.1で対前年同月比▲0.9%と前年度並みとなった。飲食料品小売業の販売額指数は105.5で同▲0.5%と前年度並みとなった。

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」

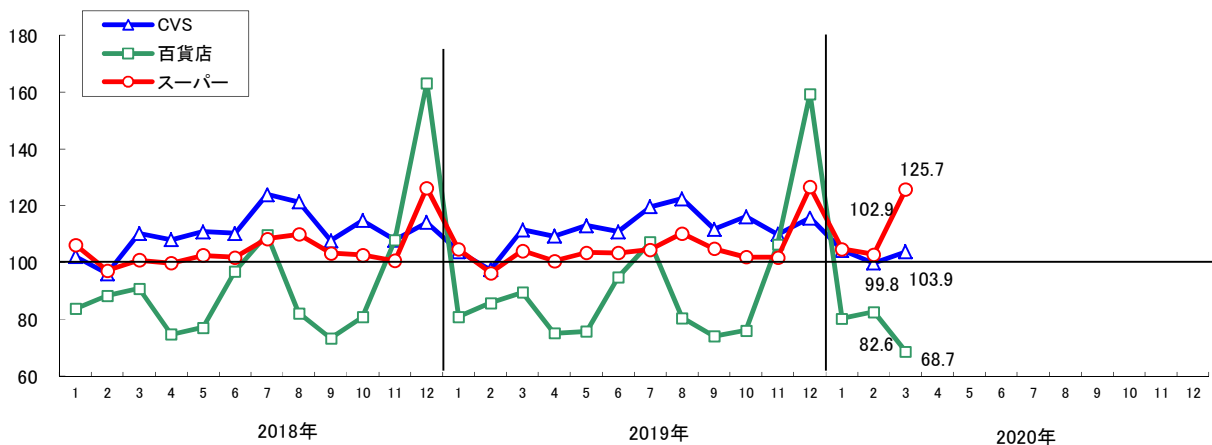
4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

スーパーは対前年同月比で大幅に上昇、CVSは同かなりの程度低下、百貨店は同大幅に低下

2020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125.7で対前年同月比20.8%と大幅に上昇、コンビニエンスストアは103.9で同▲6.8%とわずかに上昇、百貨店は68.7で同▲23.1%と大幅に低下した。

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。