

加工食品の物価及び生産・販売動向

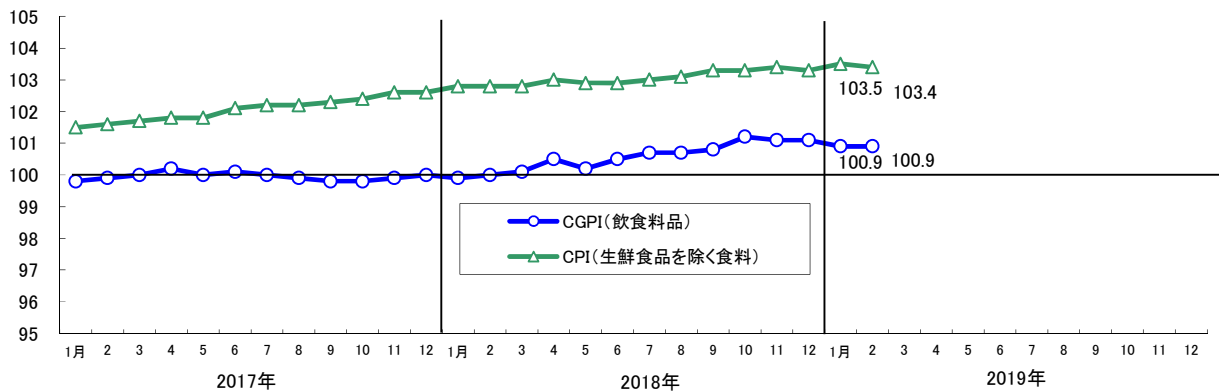
1 加工食品の企業物価及び消費者物価

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103.4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」

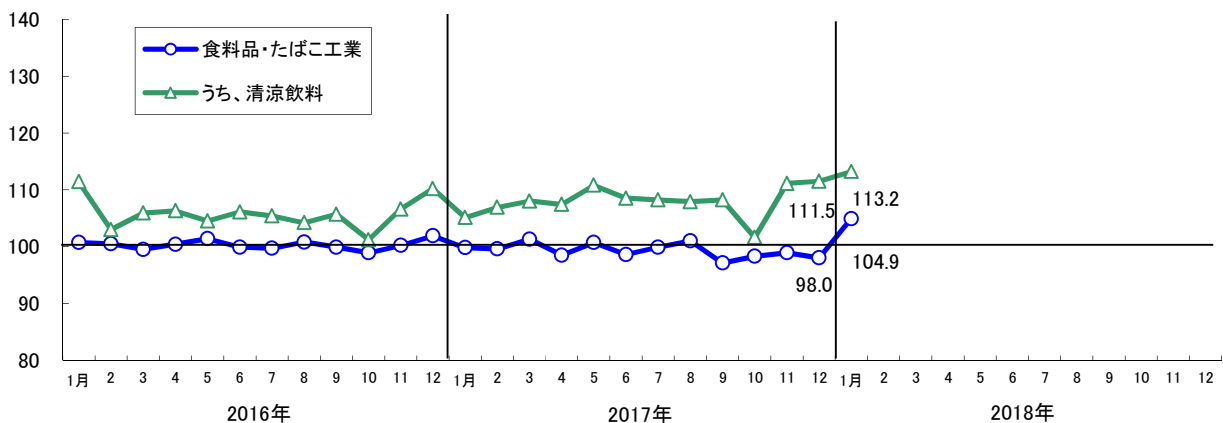
2 食品製造業の生産動向

食料品・たばこは前月比でかなりの程度上昇、清涼飲料についてはわずかに上昇

2019年1月の食料品・たばこ工業の生産指数は、104.9で前月比7.0%とかなりの程度上昇した。うち、清涼飲料は113.2で前月比1.5%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」

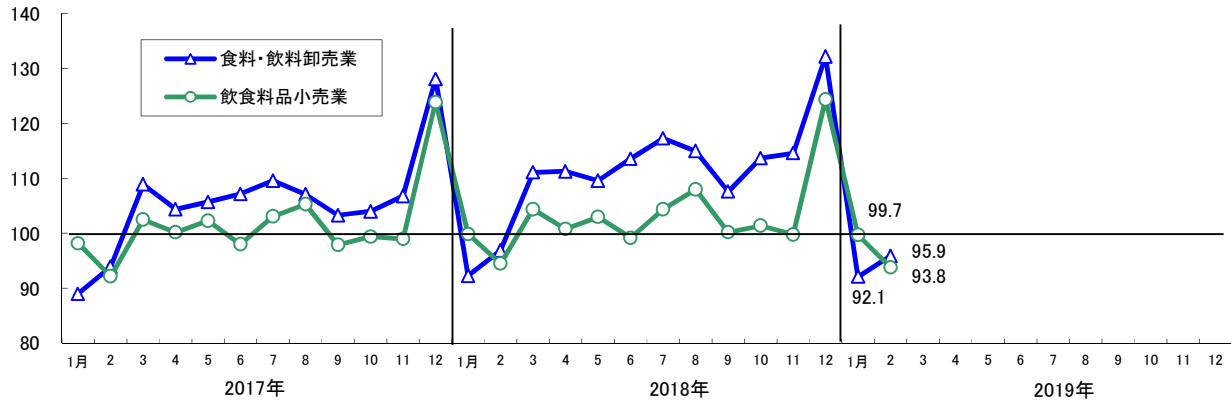
3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額は対前年同月比でわずかに低下、小売業販売額は同横ばい

2019年2月の食料・飲料卸売業の販売額指数は95.9で対前年同月比▲1.0%とわずかに低下した。飲食料品小売業の販売額指数は93.8で同▲0.7%と横ばいであった。

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」

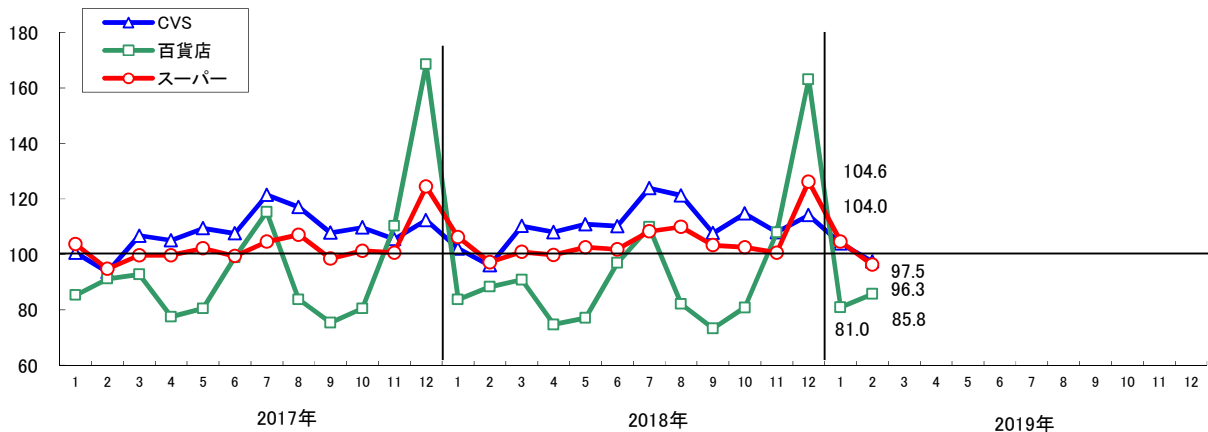
4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

CVSは対前年同月比でわずかに上昇、スーパーは同横ばい、百貨店は同わずかに低下

2019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97.5対前年同月比1.4%とわずかに上昇、スーパーは96.3で同▲0.9%と横ばい、百貨店は85.8で同▲2.9%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。