

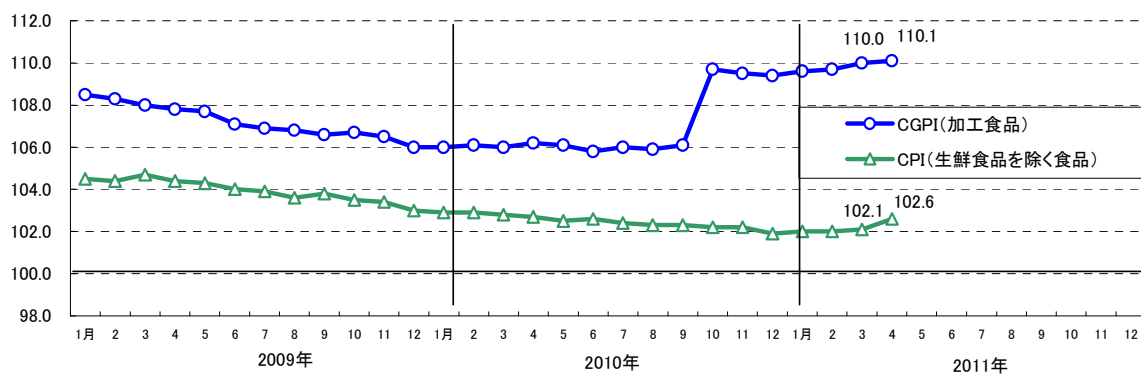
# 加工食品の物価及び生産・販売動向

## 1 加工食品の企業物価及び消費者物価の動向

### 消費者物価は低下から横ばい

加工食品の企業物価指数は、2010年10月から長期下落傾向が上昇に転じ、2011年4月は110.1で高水準を維持している。一方、消費者物価指数（生鮮食品を除く食品）は102.6で、長期下落傾向にあったが、歯止めがかかっている。

図1 加工食品の企業物価指数、消費者物価指数



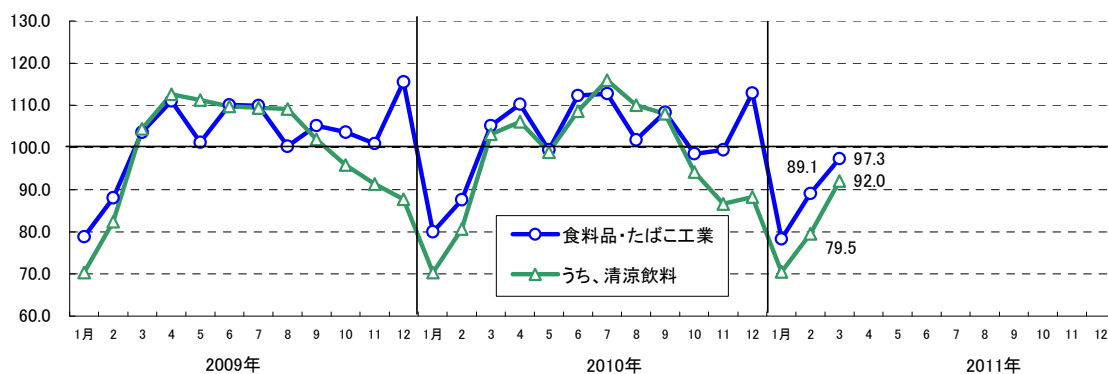
資料：日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

## 2 食品製造業の生産動向

### 食料品・たばこは対前年比で減少、うち、清涼飲料は減少

3月の食料品・たばこ工業の生産指数は、97.3で対前年同月比▲7.5%とかなりの程度減少した。うち、清涼飲料は92.0で対前年同月比▲10.8%とかなりの程度減少した。

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



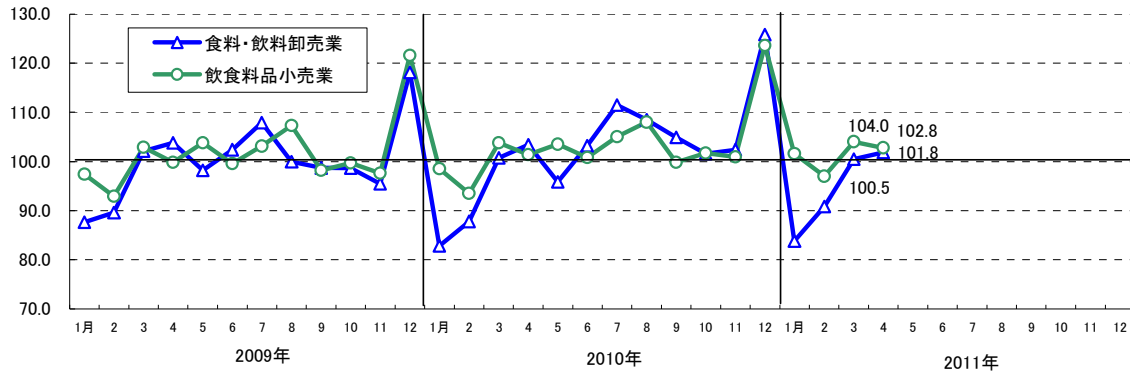
資料：経済産業省「鉱工業生産指数」

### 3 卸売業と小売業の販売動向

#### 卸売業の販売額は減少、小売業の販売額は増加

2011年4月の食料・飲料卸売業の販売額指数は101.8で対前年同月比▲1.5%とわずかに減少した。また、飲食料品小売業の販売額指数は102.8で1.4%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

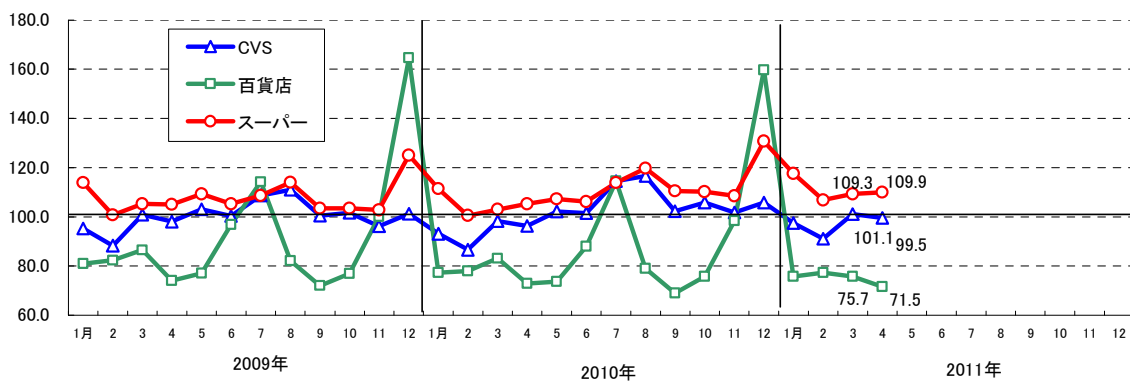


### 4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

#### CVS、スーパーは増加傾向、百貨店は減少傾向で推移

2011年4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99.5で対前年同月比3.4%とやや増加した。また、スーパーは109.9で同4.4%とやや増加したものの、百貨店は71.5で同▲1.9%とわずかに減少した。スーパーとコンビニエンスストアが増加したのとは対象的に百貨店が減少したのは、東日本大震災の影響等により営業時間の短縮や消費者の嗜好品に対する消費意欲が減退したこと等が考えられる。

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。