

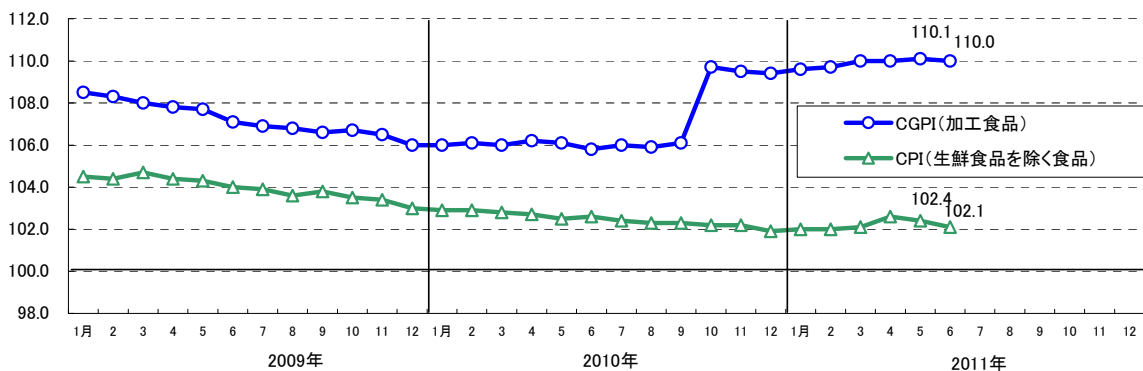
加工食品の物価及び生産・販売動向

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6月は110.0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102.1で、長期下落傾向にあったが、歯止めがかかりつつある。

図1 加工食品の企業物価指数、消費者物価指数



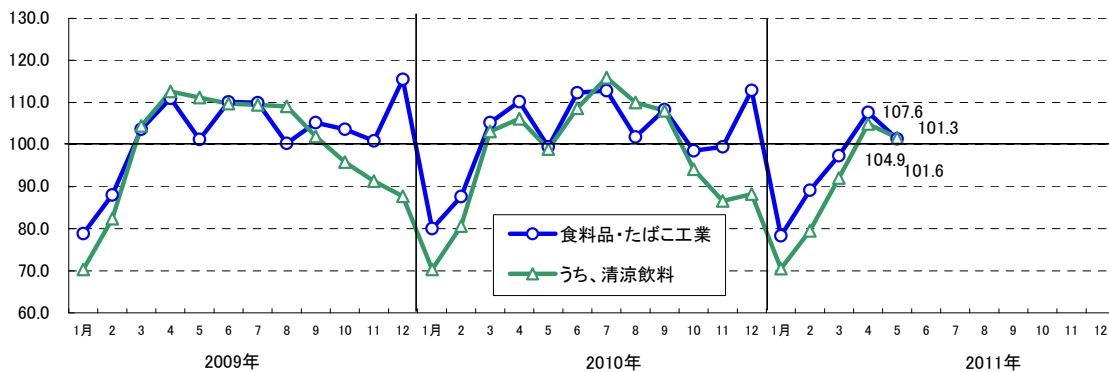
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

2 食品製造業の生産動向

食料品・たばこは対前年比で増加、うち、清涼飲料は増加

5月の食料品・たばこ工業の生産指数は、101.3で対前年同月比1.9%とわずかに増加した。うち、清涼飲料は101.6で対前年同月比2.7%とわずかに増加した。震災の影響等により食料品・たばこ工業の3月が▲7.5%、4月が▲2.4%、清涼飲料の3月が▲10.8%、4月が▲1.1%と減少していたものの、5月は増加に転じた。

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



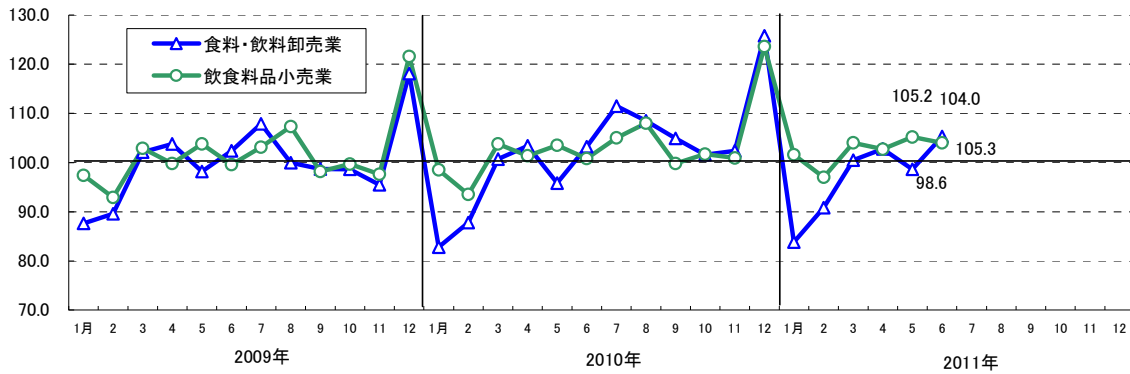
資料: 経済産業省「鉱工業生産指数」

3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業及び小売業の販売額はそれぞれ増加

2011年6月の食料・飲料卸売業の販売額指数は105.3で対前年同月比2.0%とわずかに増加した。また、飲食料品小売業の販売額指数は104.0で3.2%とやや増加した。

図3 食料・飲料卸売業と飲食料品小売業の販売動向



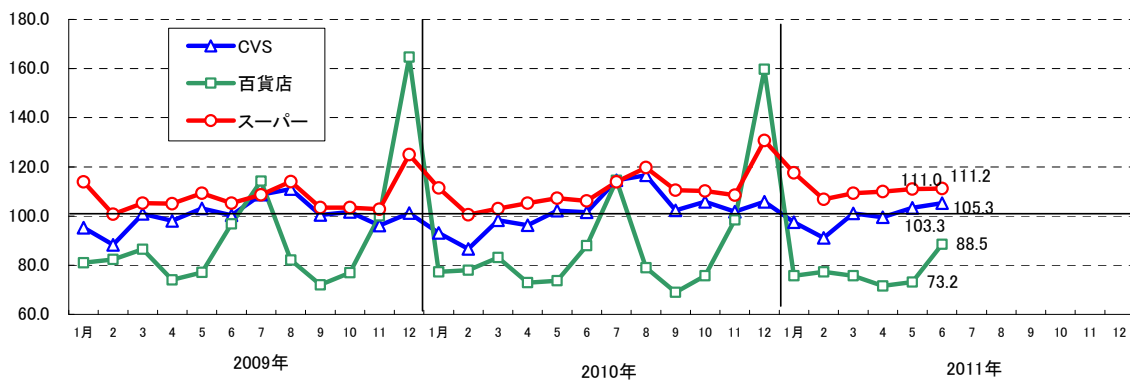
資料: 経済産業省「商業販売統計」

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、スーパーは増加、百貨店は前年並み

2011年6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105.3で対前年同月比3.6%とやや増加した。また、スーパーは111.2で同4.8%とやや増加したものの、百貨店は88.5で同0.6%と前年並みになった。百貨店は減少傾向で推移していたが、2010年7月以来(同0.2%)のプラス圏となっている。

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。