

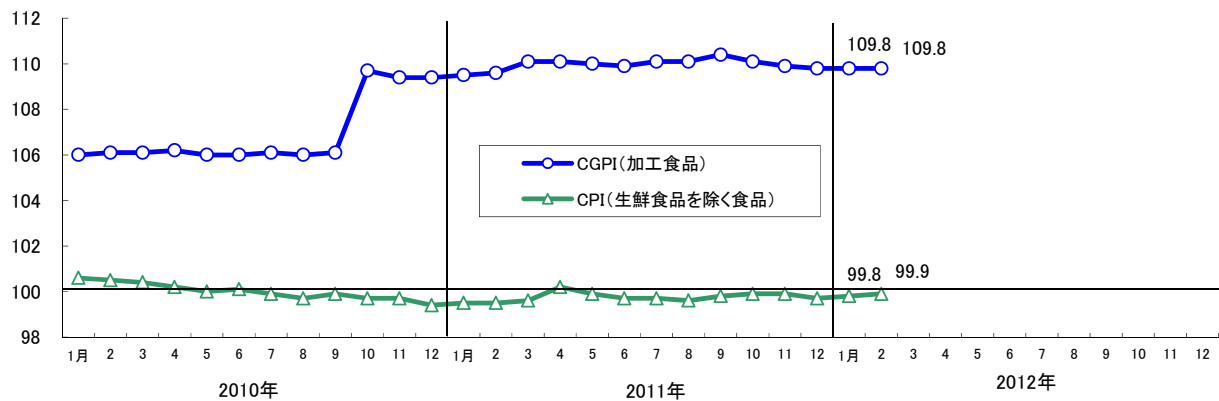
# 加工食品の物価及び生産・販売動向

## 1 加工食品の企業物価及び消費者物価

### 企業物価、消費者物価は、概ね横ばい傾向

加工食品の企業物価指数は、2010年10月から原材料の高騰を背景に上昇に転じ、2012年2月は109.8と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）は同99.9で、総じて横ばい傾向となっている。

図1 加工食品の企業物価指数、消費者物価指数



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

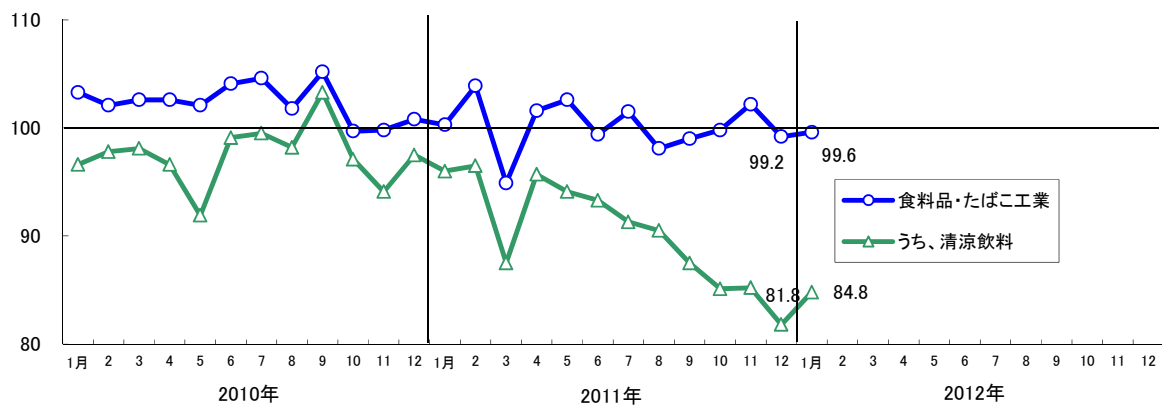
## 2 食品製造業の生産動向

### 食料品・たばこは、前月比で横ばい、うち、清涼飲料は同やや増加

1月の食料品・たばこ工業の生産指数は、99.6で前月比0.4%と横ばいであった。東日本震災の影響等により2011年3月は大幅に低下し、夏季以降は10,11月を除き、対前年同月比を下回り、低調に推移している。

うち、清涼飲料は84.8で前月比3.7%とやや増加している。

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 2005年=100 季節調整済



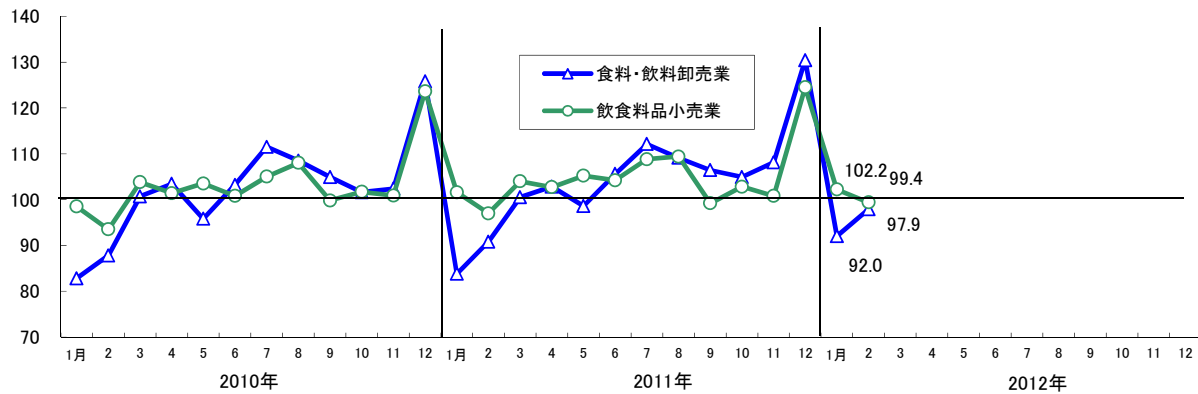
資料: 経済産業省「鉱工業生産指数」

### 3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額は対前年比でかなりの程度増加、小売業販売額は同わずかに増加

2012年2月の食料・飲料卸売業の販売額指数は97.9で対前年同月比7.8%とかなりの程度増加。飲食料品小売業の販売額指数は99.4で同2.5%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



資料: 経済産業省「商業販売統計」

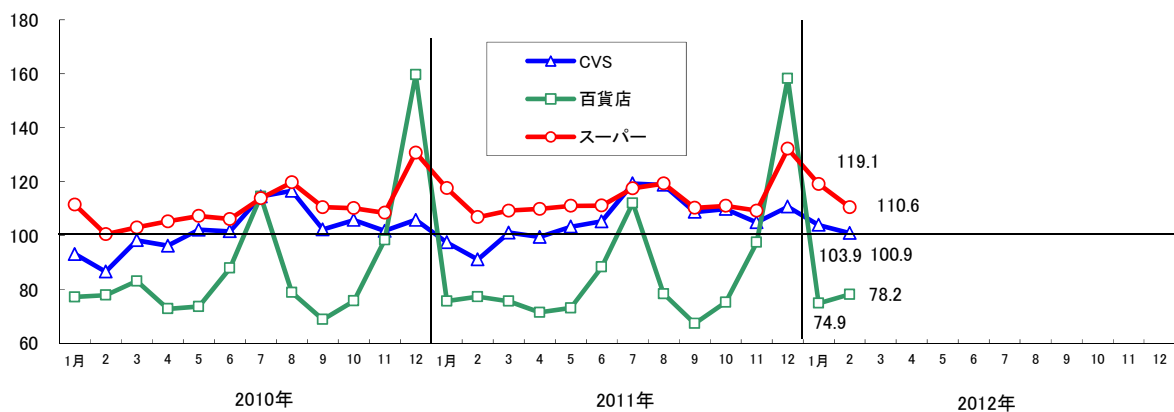
### 4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

CVSは対前年同月比でかなりの程度増加、スーパーは同やや増加、百貨店は同わずかに増加

2012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100.9で対前年同月比10.8%とかなりの程度増加した。スーパーは110.6で同3.5%とやや増加、百貨店は78.2で同1.1%とわずかに増加した。

コンビニエンスストアは引き続き好調を維持。スーパーでは概ね横ばいから増加傾向。一方、百貨店は減少傾向で推移していたが、2月は増加に転じた。

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



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。