

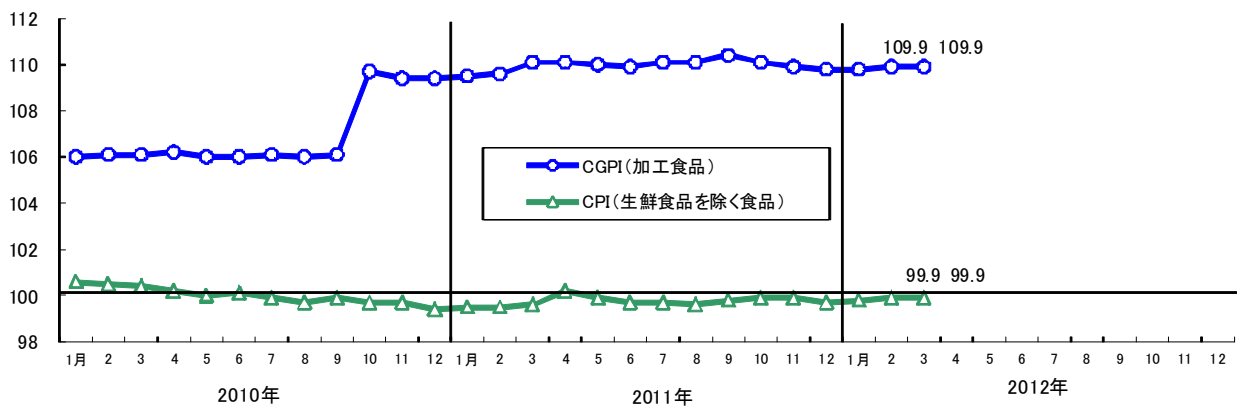
# 加工食品の物価及び生産・販売動向

## 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3月は109.9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

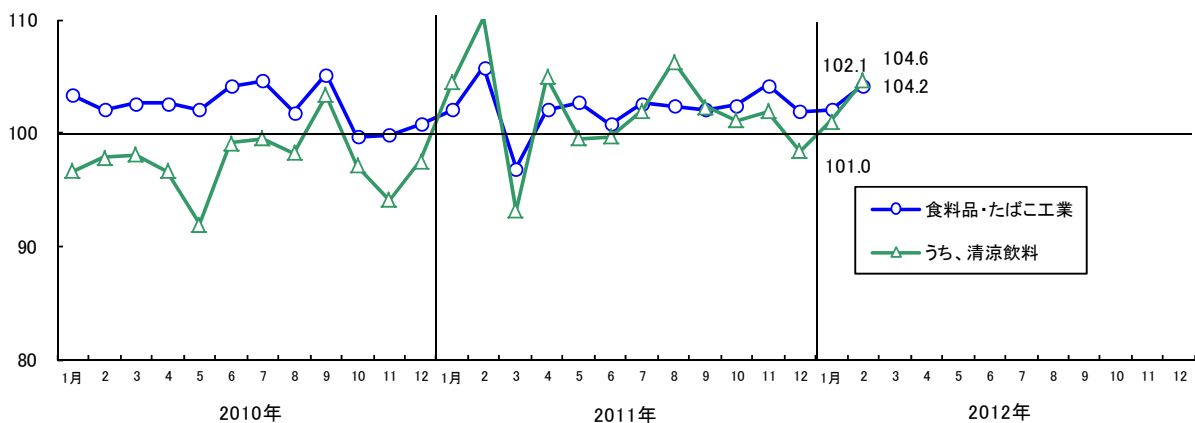
食料品・たばこは、前月比でわずかに増加、うち、清涼飲料は同やや増加

2月の食料品・たばこ工業の生産指数は、104.2で前月比2.1%とわずかに増加した。東日本震災の影響等により2011年3月は大幅に低下したものの、概して回復基調にある。

うち、清涼飲料は104.6で前月比3.6%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



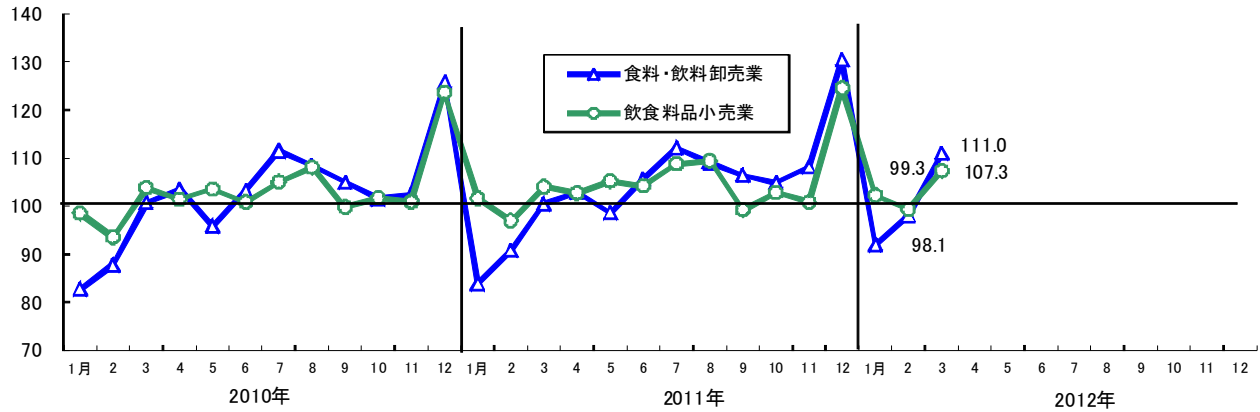
資料：経済産業省「鉱工業生産指数」

### 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、小売業販売額は同やや増加

2012年3月の食料・飲料卸売業の販売額指数は111.0で対前年同月比10.4%とかなりの程度増加。飲食料品小売業の販売額指数は107.3で同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」

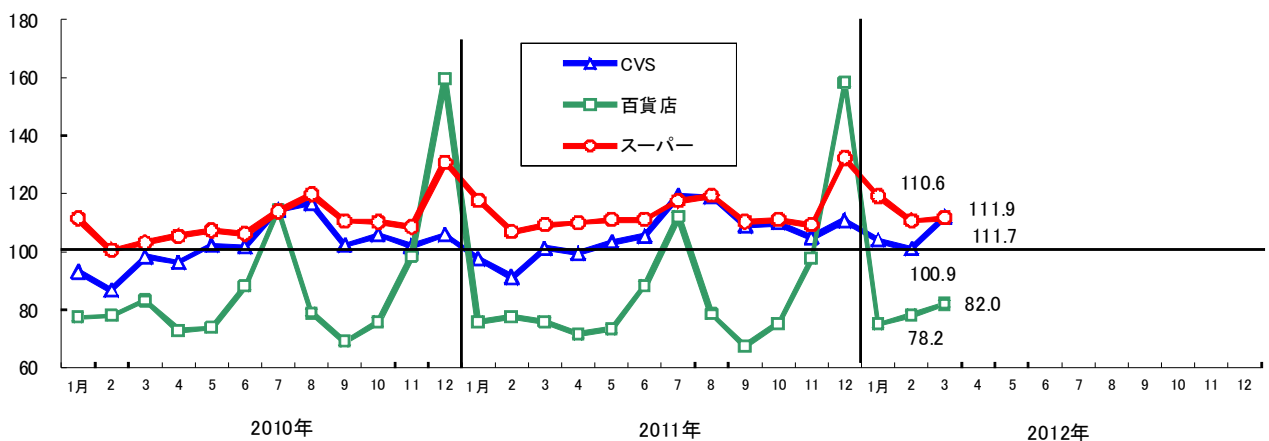
### 4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

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

2012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、コンビニエンスストアは111.9で対前年同月比10.7%とかなりの程度増加した。スーパーは111.7で同2.2%とわずかに増加、百貨店は82.0で同8.3%とかなりの程度増加した。

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月以降は増加に転じている。

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。