

加工食品の物価及び生産・販売動向

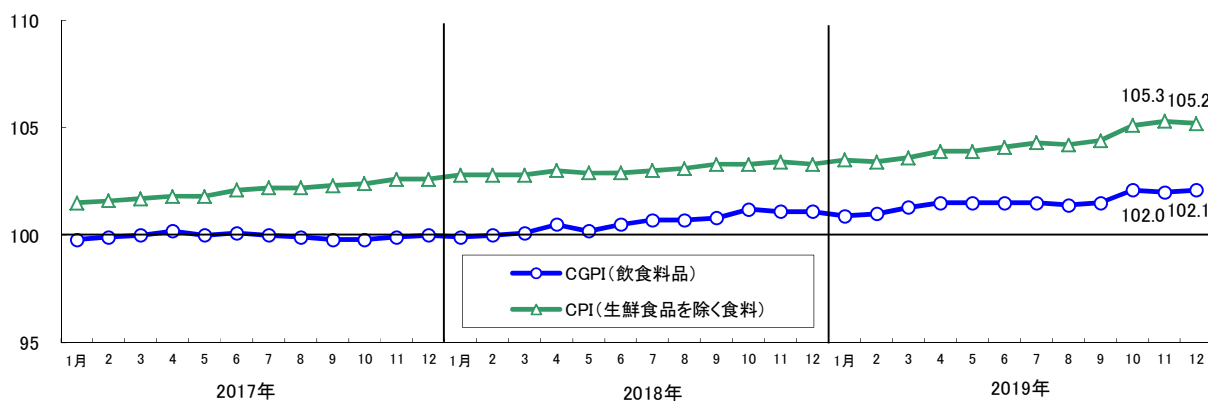
1 加工食品の企業物価及び消費者物価

企業物価および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105.2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」

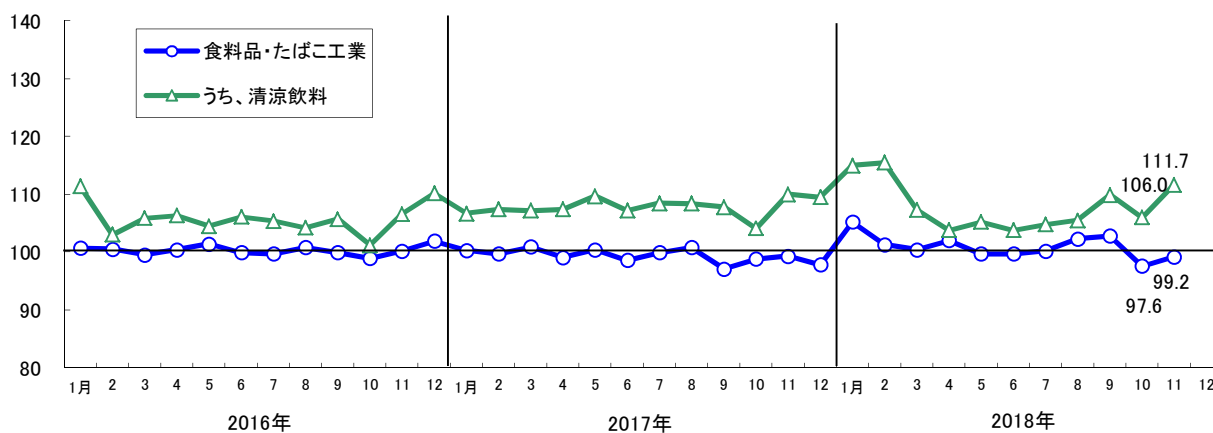
2 食品製造業の生産動向

食料品・たばこは前月比わずかに上昇、清涼飲料については同やや上昇

2019年11月の食料品・たばこ工業の生産指数は、99.2で前月比1.6%とわずかに上昇した。うち、清涼飲料は111.7で前月比5.4%とやや上昇した。

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」

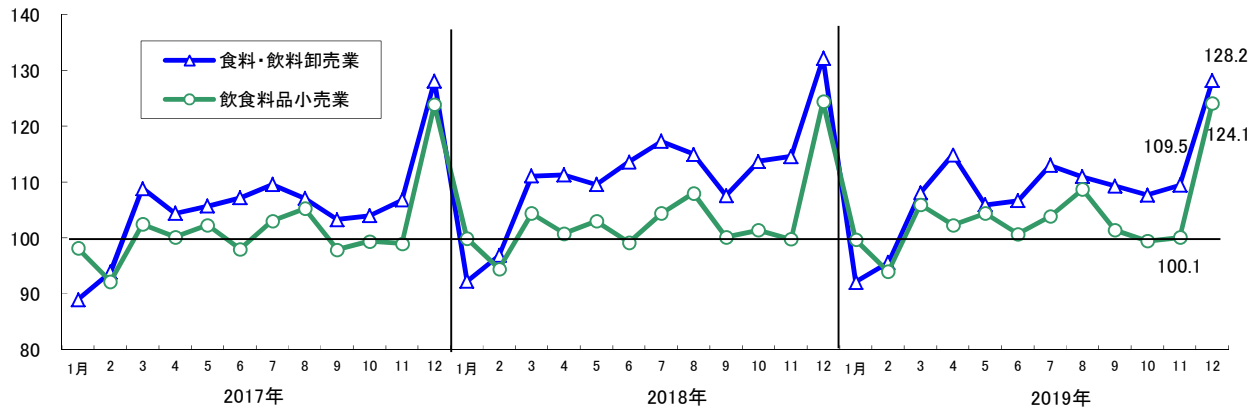
3 卸売業と小売業の販売動向

卸売業販売額は対前年同月比でやや低下、小売業販売額は同横ばい

2019年12月の食料・飲料卸売業の販売額指数は128.2で対前年同月比▲3.0%とやや低下した。飲食料品小売業の販売額指数は124.1で同0.2%と横ばいとなった。

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」

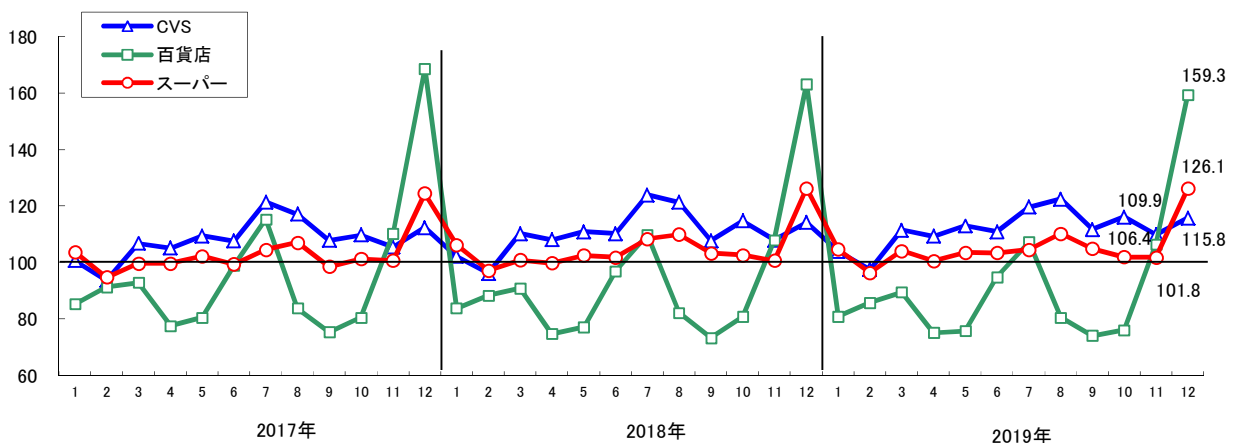
4 スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の加工食品の販売動向

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12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115.8で対前年同月比1.4%とわずかに上昇、スーパーは126.1で同▲0.1%と横ばい、百貨店は159.3で▲2.3%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。