

## 第1部 加工食品の物価動向からみたデフレの現状

- 1 マクロ経済動向からみたデフレの概況
- 2 食料品・加工食品の物価動向からみたデフレの検証
- 3 食品製造業における原材料価格変動の影響
- 4 品目別にみた加工食品の物価変動

## 1 マクロ経済動向からみたデフレの概況

### 緩やかなデフレ状況が続く

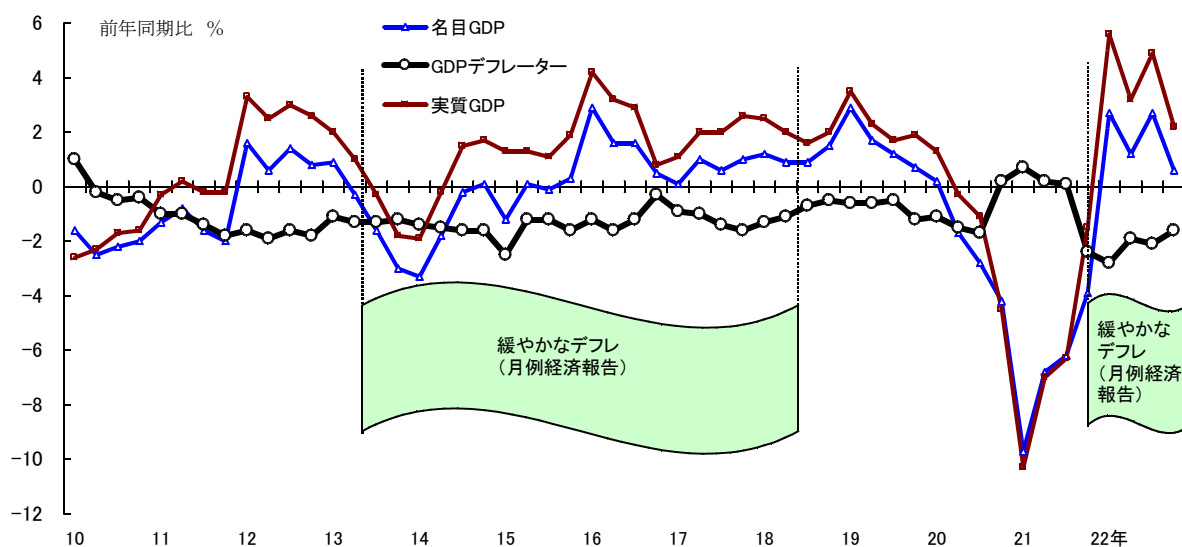
GDP デフレーターは、消費者物価だけでなく、公共投資・設備投資やサービスなどを含む総合的な物価を示す指標であり、名目 GDP（国内総生産）の物価変動を除去するときに使用される。GDP デフレーターが上昇すればインフレの兆候を示し、低下すればデフレの兆候を示すことになる。

この GDP デフレーターは、平成 10 年以降についてみると、平成 20,21 年の穀物やエネルギーの高騰期を除き、前年同月比ではマイナスで推移しており、長期間においてデフレの圧力が続いていることを示している。

なお、内閣府の月例経済報告では、持続的な物価の下落後にデフレ判断がなされるが、それによれば、平成 13 年 3 月から 18 年 6 月までの毎月、「緩やかなデフレ」と報告されている。平成 20 年後半から、穀物やエネルギー価格の高騰により、GDP デフレーターも上昇するものの、穀物やエネルギー価格が 21 年に入り下落し、また、円高が進行したことから、GDP デフレーターも下落に転じている。平成 21 年 11 月から現在まで毎月、「緩やかなデフレ」と報告されている（図 1-1、表 1-1）。

日本経済についてみると、平成 17 年以降、GDP は堅調な輸出に支えられ、前年を上回って推移していたものの、平成 19,20 年の原油、資源、穀物等の高騰からマイナスに転じている。平成 21 年は平成 20 年に発生した世界的な経済危機の影響から大きく落ち込んだものの、原油や穀物等の需給緩和により、さらに円高により価格が安定した。平成 22 年に入り、個人消費、輸出、生産に持ち直しの動きがみられるようになったが、本格的な自律回復にはいたっていない。一方で、個人消費が低迷するなか需要喚起から低価格競争が激化し、緩やかなデフレ状況に陥り、景気は足踏み状態が続いている。

図1-1 GDPデフレータの推移



資料：内閣府「国民経済計算」

表1-1 GDP（国内総生産）、GDPデフレーター、内閣府のデフレ判断の推移

	名目 GDP	GDPデフ レーター	実質 GDP	物価の動向（内閣府「経済月例報告」より）	
13年 第1四半期	0.9	▲ 1.1	2.0	3月	物価は緩やかなデフレ状況
第2四半期	▲ 0.3	▲ 1.3	1.0	：	”
第3四半期	▲ 1.6	▲ 1.3	▲ 0.3	：	”
第4四半期	▲ 3.0	▲ 1.2	▲ 1.8	：	”
14年 第1四半期	▲ 3.3	▲ 1.4	▲ 1.9	：	”
第2四半期	▲ 1.8	▲ 1.5	▲ 0.2	：	”
第3四半期	▲ 0.2	▲ 1.6	1.5	：	”
第4四半期	0.1	▲ 1.6	1.7	：	”
15年 第1四半期	▲ 1.2	▲ 2.5	1.3	：	”
第2四半期	0.1	▲ 1.2	1.3	：	”
第3四半期	▲ 0.1	▲ 1.2	1.1	7月	”
第4四半期	0.3	▲ 1.6	1.9	12月	”
16年 第1四半期	2.9	▲ 1.2	4.2	：	”
第2四半期	1.6	▲ 1.6	3.2	5月	”
第3四半期	1.6	▲ 1.2	2.9	：	”
第4四半期	0.5	▲ 0.3	0.8	：	”
17年 第1四半期	0.1	▲ 0.9	1.1	1月	”
第2四半期	1.0	▲ 1.0	2.0	4月	”
第3四半期	0.6	▲ 1.4	2.0	：	”
第4四半期	1.0	▲ 1.6	2.6	：	”
18年 第1四半期	1.2	▲ 1.3	2.5	：	”
第2四半期	0.9	▲ 1.1	2.0	：	”
第3四半期	0.9	▲ 0.7	1.6	7月	国内企業物価は上昇。消費者物価は横ばい
第4四半期	1.5	▲ 0.5	2.0	12月	国内企業物価、消費者物価は、ともに横ばい
19年 第1四半期	2.9	▲ 0.6	3.5	：	”
第2四半期	1.7	▲ 0.6	2.3	5月	国内企業物価は上昇。消費者物価は横ばい
第3四半期	1.2	▲ 0.5	1.7	：	”
第4四半期	0.7	▲ 1.2	1.9	：	”
20年 第1四半期	0.2	▲ 1.1	1.4	2月	国内企業物価は上昇。消費者物価はわずかながら上昇
第2四半期	▲ 1.7	▲ 1.5	▲ 0.3	：	”
第3四半期	▲ 2.8	▲ 1.7	▲ 1.1	7月	国内企業物価は上昇。消費者物価は緩やかに上昇
第4四半期	▲ 4.2	0.3	▲ 4.5	：	”
21年 第1四半期	▲ 9.7	0.7	▲ 10.3	1月	国内企業物価は緩やかに下落。消費者物価は横ばい
第2四半期	▲ 6.8	0.2	▲ 7.0	6月	国内企業物価は緩やかに下落。消費者物価は、緩やかに下落
第3四半期	▲ 6.2	0.1	▲ 6.3	9月	国内企業物価は横ばい。消費者物価は緩やかに下落
第4四半期	▲ 3.9	▲ 2.4	▲ 1.5	11月	物価は緩やかなデフレ状況
22年 第1四半期	2.7	▲ 2.8	5.6	：	”
第2四半期	1.2	▲ 1.9	3.2	：	”
第3四半期	2.7	▲ 2.1	4.9	：	”
第4四半期	0.6	▲ 1.6	2.2	：	”
23年 第1四半期				2月	物価は緩やかなデフレ状況

資料：内閣府「国民経済計算」、「経済月例報告」

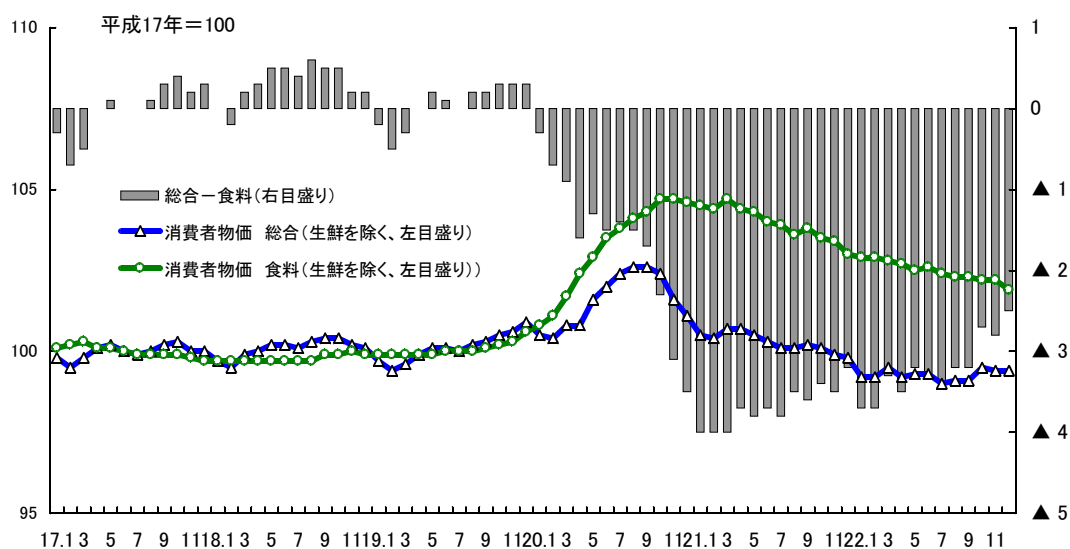
## 2 加工食品の物価変動からみたデフレの検証

### 消費者物価の総合及び食料についてみると平成20年末から22年末まで緩やかな下落で推移しており、デフレが顕著

消費者物価のうち、食料についてみると平成20年末から22年末まで緩やかな下落で推移しており、デフレが顕著となっている。

平成17年以降の消費者物価の総合指数は、平成20年後半に資源価格の高騰を背景に上昇するものの、その後は下落し、概ね安定的に推移しているのに対し、生鮮食品を除く食料指数は平成20年の穀物等の国際価格の上昇等を契機に大きく上昇し、その後は緩やかに低下している。食料指数は総合指数と比較して依然として高い水準を保っており、乖離がみられる（図1-2）。

図1-2 消費者物価指数の「総合」と「食料」の推移



資料:総務省「消費者物価指数」

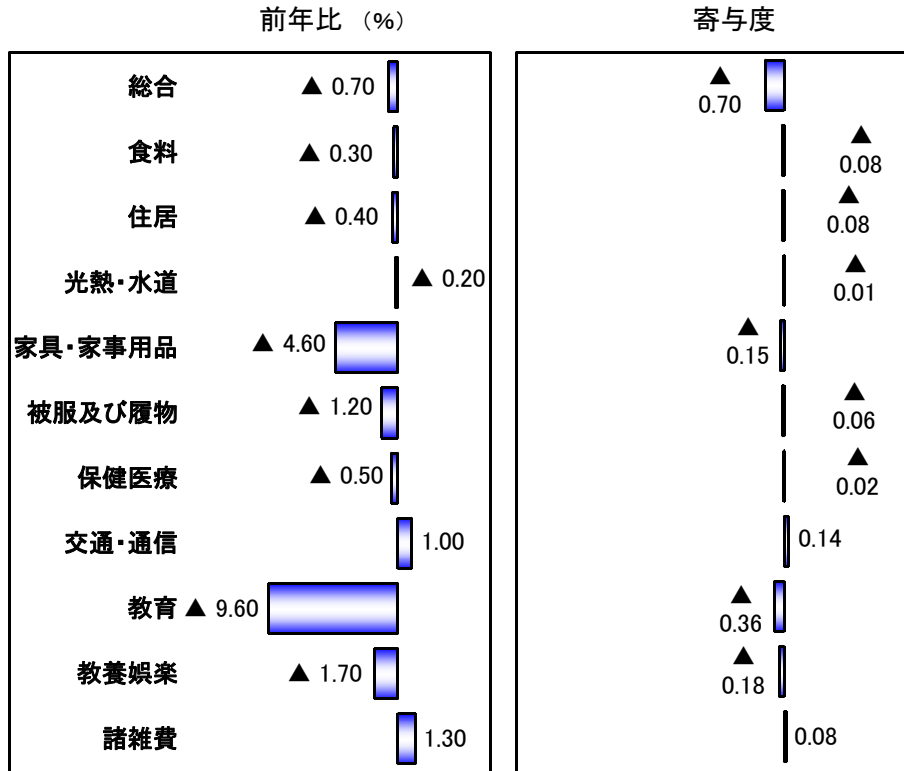
### 平成22年の消費者物価総合指数は対前年比▲0.7%で、低下の寄与度が高いのは教育費、家具・家事用品、教養娯楽、被服・履物等の順であり、食料は低下幅及び寄与度ともに低い。

平成22年の消費者物価総合指数の低下率に比べて、食料指数の低下率が小さく、乖離がみられる。10大費目の前年比についてみると、食料は対前年比▲0.3%（うち、生鮮を除く食料が同▲1.4%）に対して、教育が同▲9.6%、家具・家事用品が同▲4.6%、教養娯楽が同▲1.7%の順等となっており、特に上位3費目は下落における寄与度が高く、総合指数を押し下げている（図1-3）。

食料に対して、家具・家事用品（エアコン、冷蔵庫等）、教養娯楽（DVDレコーダー、カメラ、パソコン、薄型テレビ）などの耐久消費財は技術革新の進展が速く下落率が大きいことが特徴である（表1-2）。また、平成22年はサービスの下落率も大きくなっている。



図1-3 消費者物価指数の10大費目別前年比及び寄与度



資料：総務省「平成22年消費者物価指数年報」より作成

表1-2 消費者物価において前年比で下落幅が大きかった品目（財・サービス）

<下落幅が大きかった品目(財)>			<下落幅が大きかった品目(サービス)>		
	品目	前年比(%)		品目	前年比(%)
1位	DVDレコーダー	▲ 34.5	1位	公立高校授業料	▲ 73.8
2位	カメラ	▲ 34.1	2位	私立高校授業料	▲ 18.7
3位	パソコン(デスクトップ型)	▲ 31.8	3位	ビデオソフトレンタル料	▲ 17.0
4位	テレビ(薄型)	▲ 31.5	4位	牛どん	▲ 4.6
5位	パソコン(ノート型)	▲ 31.3	5位	航空運賃	▲ 4.1

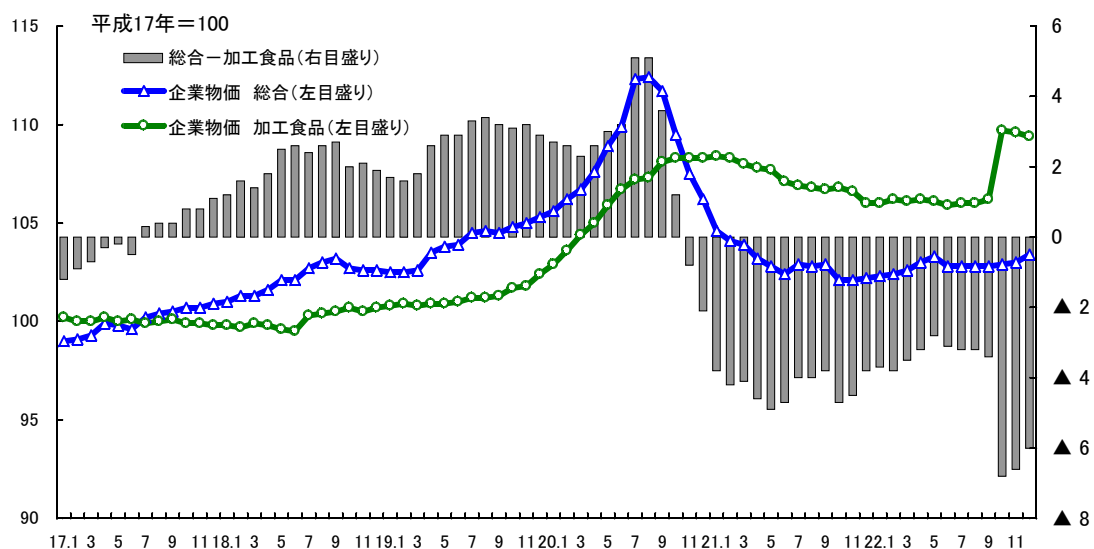
資料：総務省「平成22年消費者物価指数年報」

**企業物価全体は平成20年末から下落で推移しているが、うち、加工食品についてみると緩やかな低下で推移しており、全体と比べて低下幅が小さい傾向にある。**

企業物価は、製造業の製品卸売価格であり、代表的な銘柄の製品を継続的に調査し、ラスパイルス方式で算出したものである。平成 17 年以降の企業物価の総合指数は、平成 20 年後半に資源価格の高騰を背景に上昇するものの、その後は概ね横ばいで推移しているのに対し、加工食品指数は平成 20 年の穀物等の国際価格の上昇等を契機に大きく上昇し、その後は緩やかに低下している。これは食料の輸入物価の変動が要因となっている（図 1-5 参照）。

加工食品指数は総合指数と比較して依然として高い水準を保っていたが、平成 22 年末から高騰に転じており、総合指数とは異なった動向を示している（図 1-4）。

図1-4 企業物価指数の「総合」と「加工食品」の推移



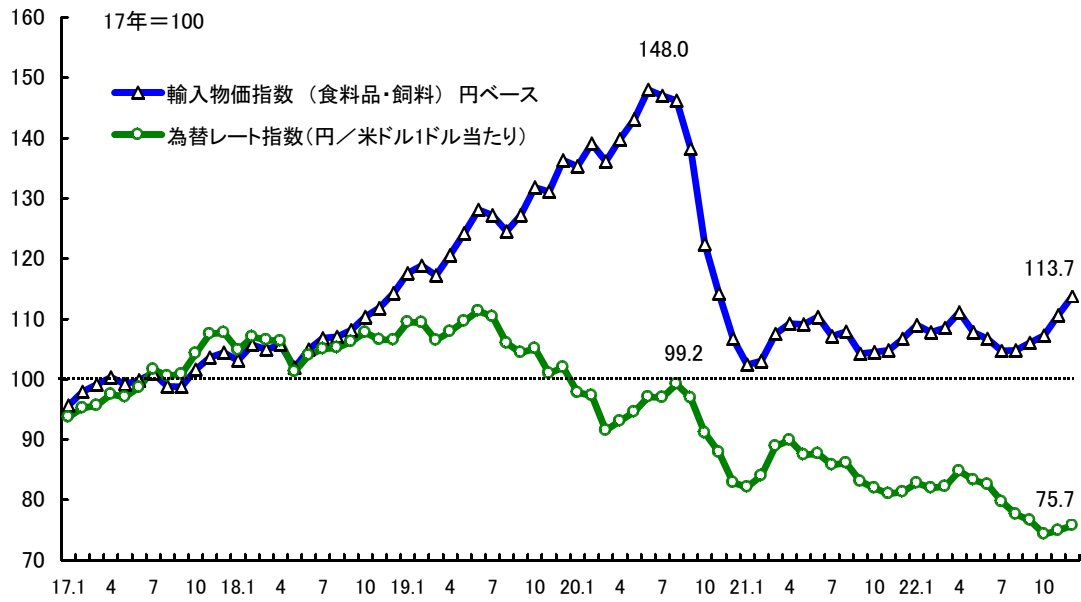
資料:総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

**食料の輸入物価は平成19年から高騰し、20年の後半にピークとなり、その後下落。米ドルは平成19年から低下で推移し、食料の輸入価格が低下。**

食料品（飼料含む）の輸入物価は平成 19 年から高騰し、20 年の後半にピーク後、下落に転じている。平成 21 年以降は緩やかな変動を繰り返し、平成 22 年後半から穀物の高騰を背景に上昇傾向となっている。米ドルは平成 19 年から平成 22 年末まで低下で推移している。

このように平成 21 年以降、食料の輸入価格は、米ドルの下落も相まって低下したが、平成 22 年後半から上昇している。

図1-5 加工食品の輸入物価指数と為替レートの推移

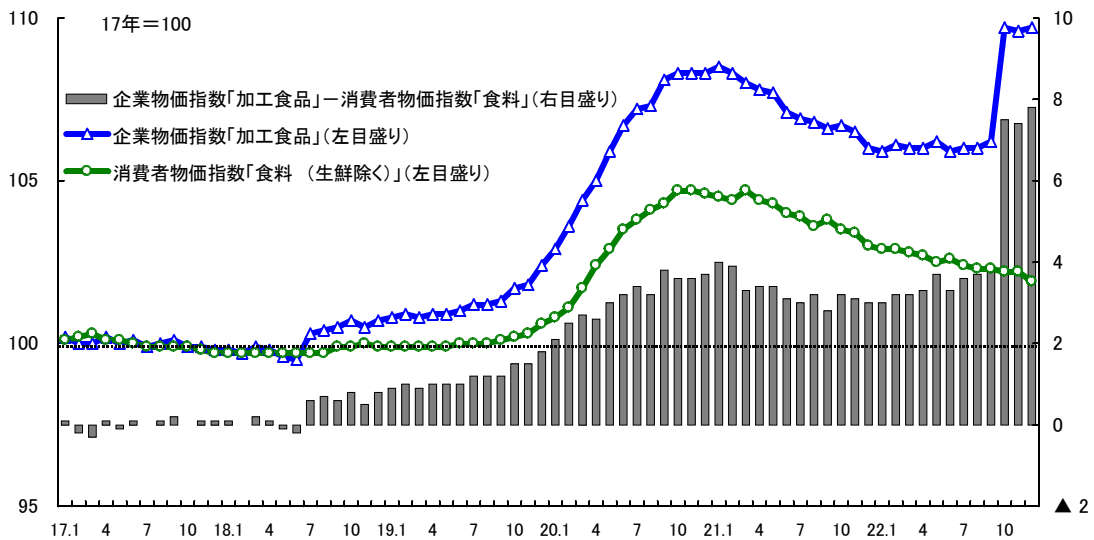


資料: 日本銀行「輸入物価指数」、為替レート(東京市場 中心相場 月中平均)

**食料品の企業物価指数は平成20年から高騰し、平成21年には下落と変動が大きい。一方、消費者物価は企業物価と連動しているものの、上昇幅・下落幅が小さく、やや硬直的。**

食料品の企業物価指数は平成 20 年から高騰し、平成 21 年には下落と変動が大きい (図 1-6)。一方、食料品の消費者物価は企業物価と連動しているものの、企業物価の変動に対し、消費者物価の変動は緩やかであり、硬直的となっている。平成 22 年末の企業物価は高騰しているが、消費者物価は緩やかに低下しており、乖離が顕著となっている。

図1-6 食料品(生鮮除く)の企業物価指数、消費者物価指数の推移



資料: 総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

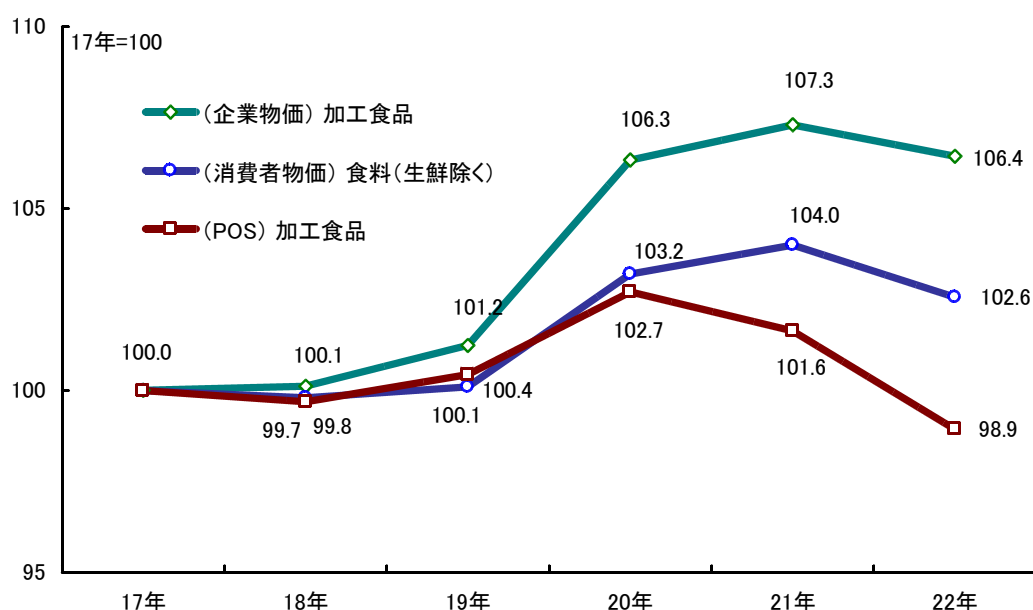
## 食料品の販売単価は、消費者物価指数より下落率が大きく、デフレの実感が強い

平成 21 年以降の食料品の消費者物価は、緩やかな持続的な下落となっているが、加工食品の販売単価は、スーパーの POS データによれば、下落幅がより大きくなっている（図 1-7）。

デフレ経済下においては、標準クラス商品やプレミアム商品の売れ行きが悪化し、低価格商品の売上規模が大きくなる傾向にある（図 1-8）。その結果、食料品の販売単価の下落をもたらす。

このようにデフレ経済下においては、消費者物価に比べて販売単価の下落率が大きくなり、食品製造業や小売業ではデフレの認知度が一層高まり、消費者の低価格商品へのシフトに対応している。

図1-7 食料品の物価と販売単価（スーパーのPOSデータ）の比較

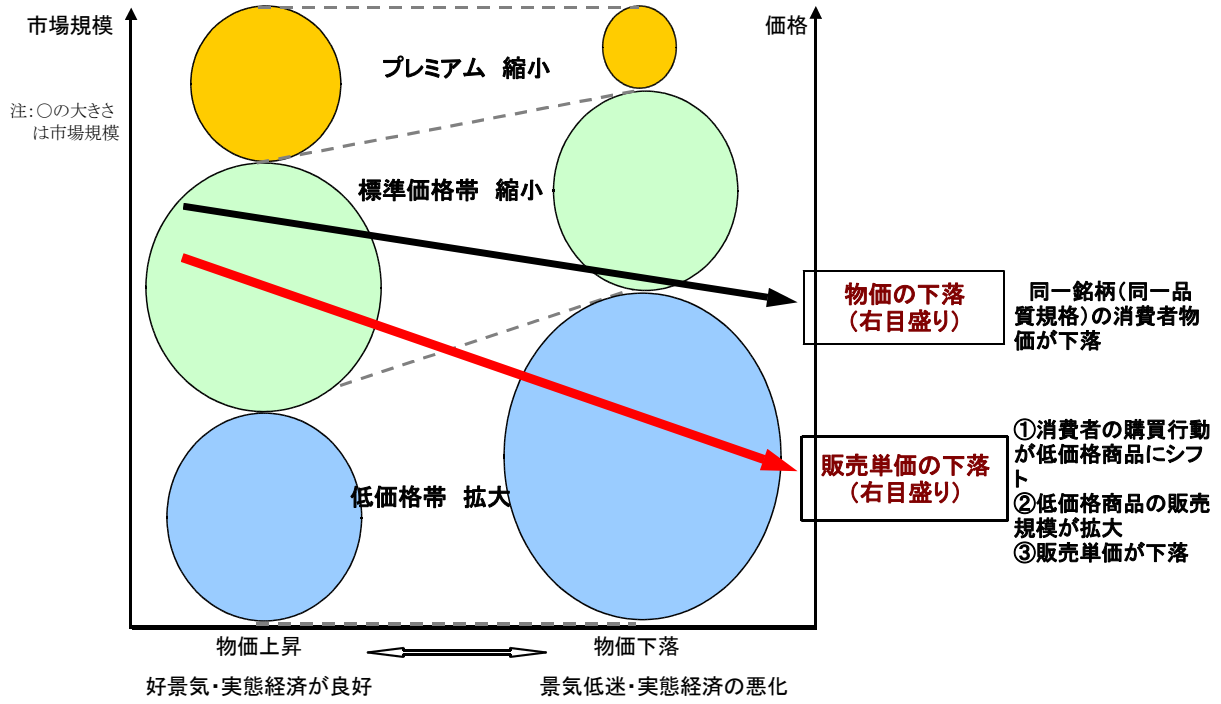


資料：日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

注1：スーパーにおける加工食品の販売単価は、低価格品から高級品まで多様なすべてのアイテムの加重平均値であり、デフレ時は消費者物価より下落率が大きい傾向にある。

注2：食料品の消費者物価は、特定の代表的な銘柄を対象として採用し、継続的に調査し、ラスパイレス方式で算出。近年ブームとなっているプライベートブランドは含まれていない。また、特売商品の多くも含まれていない可能性がある。

図1-8 デフレ下において食品の製品志向別市場規模の変化がもたらす販売単価の下落



### 3 食品製造業における原材料価格変動の影響

#### 食品製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年に原材料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下

食品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成 19、20 年に原材料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成 21 年の原材料使用額割合は対前年比で低下し、付加価値率も改善している。従業者 1 人当たり付加価値額は平成 21 年は対前年比でやや改善しているものの、平成 12 年対比では▲ 5.1 %と労働生産性の低下を示している。

図1-9 食品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

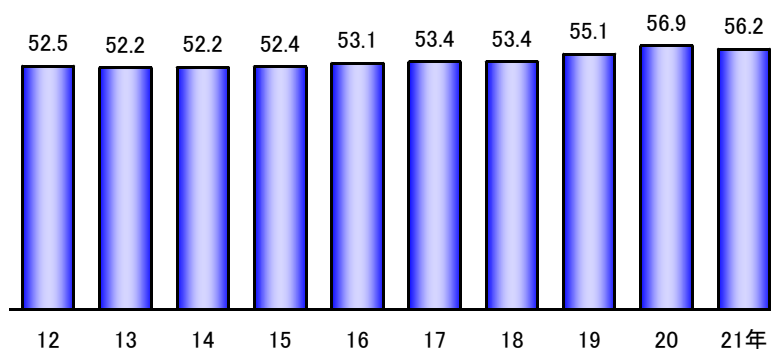


図1-10 食品製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

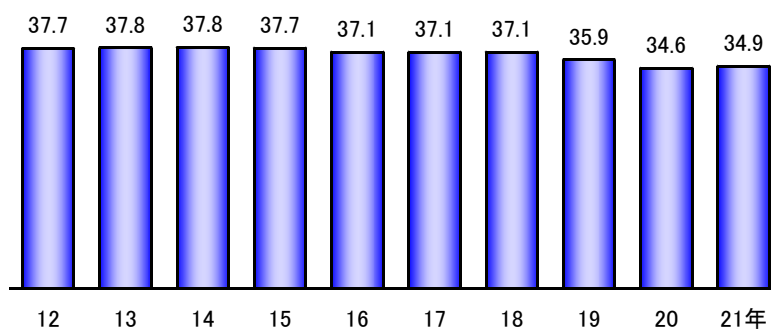
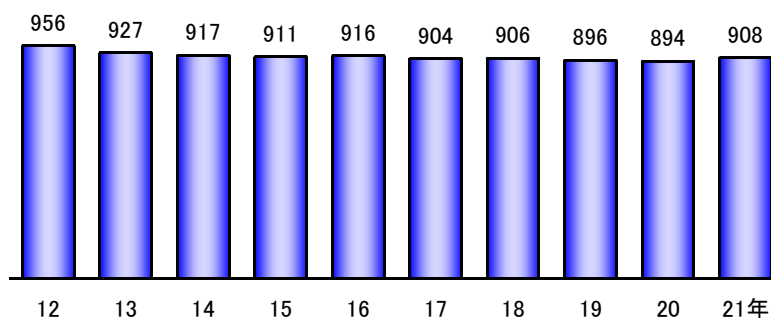


図1-11 食品製造業の従業者 1 人当たり付加価値額



資料：経済産業省  
「工業統計」

### 食品製造業「素材型」における原材料使用額割合は、平成19,20年に原材料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下

食品製造業「素材型」の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成19,20年に原材料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下しており、食品製造業全体に比べて低下率が高い。平成21年の原材料使用額割合は対前年比で低下したものの、付加価値率は悪化している。従業者1人当たり付加価値額は平成21年は対前年比で悪化しており、また、平成12年対比では▲9.6%と労働生産性の低下がみられる。

図1-12 食品製造業「素材型」の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

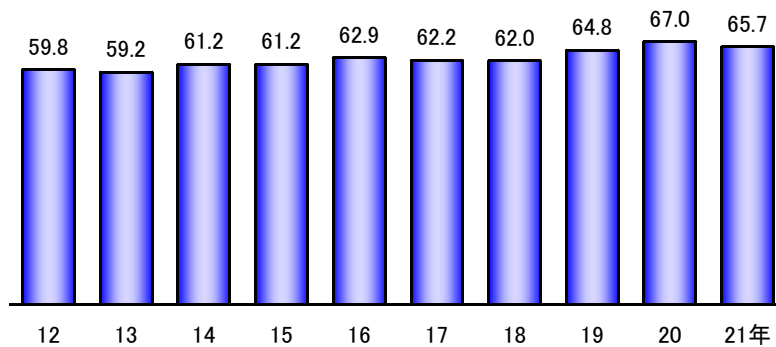


図1-13 食品製造業「素材型」の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

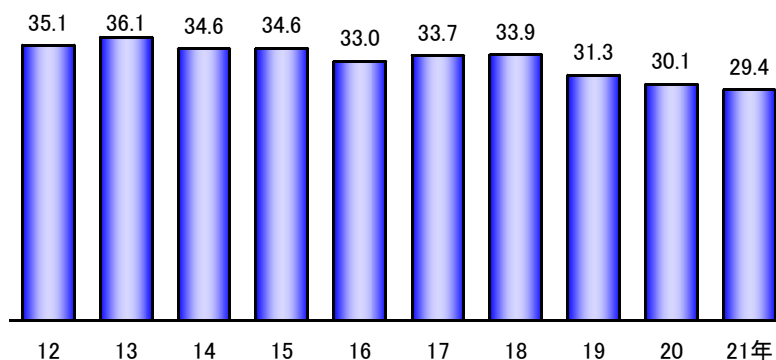
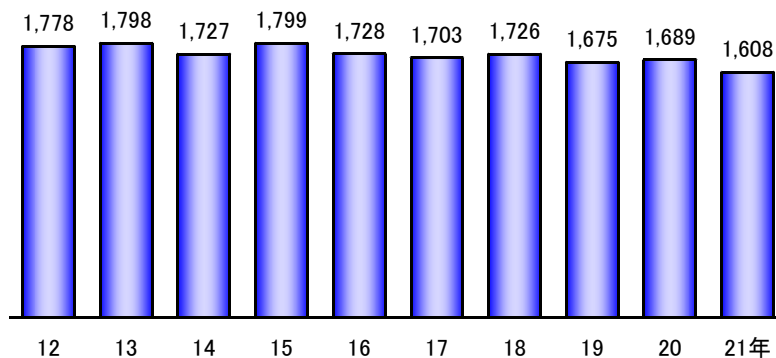


図1-14 食品製造業「素材型」の従業者1人当たり付加価値額



資料：経済産業省「工業統計」

## 食品製造業「加工型」における原材料使用額割合は、平成19、20年に原材料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下

食品製造業「加工型」の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成19、20年に原材料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下しており、食品製造業全体に比べて低下率が高い。平成21年の原材料使用額割合は対前年比で低下し、付加価値率は改善している。従業者1人当たり付加価値額は平成21年は対前年比で改善しているものの、平成12年対比では▲5.4%と労働生産性の低下がみられる。

図1-15 食品製造業「加工型」の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

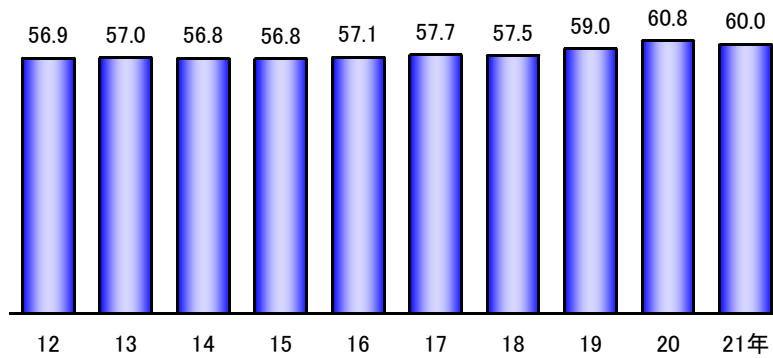


図1-16 食品製造業「加工型」の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

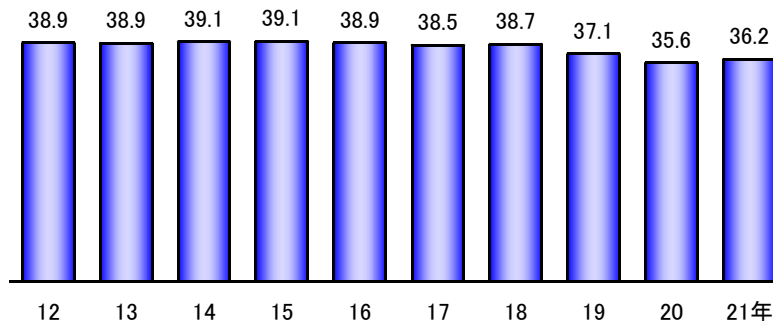
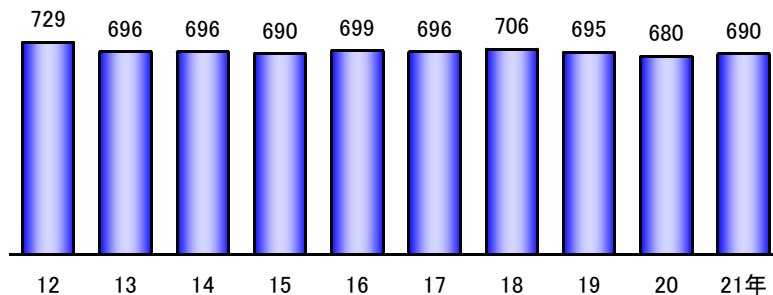


図1-17 食品製造業「加工型」の従業者1人当たり付加価値額



資料：経済産業省「工業統計」

注：飲料、酒類を除く



## 4 品目別にみた加工食品の物価変動

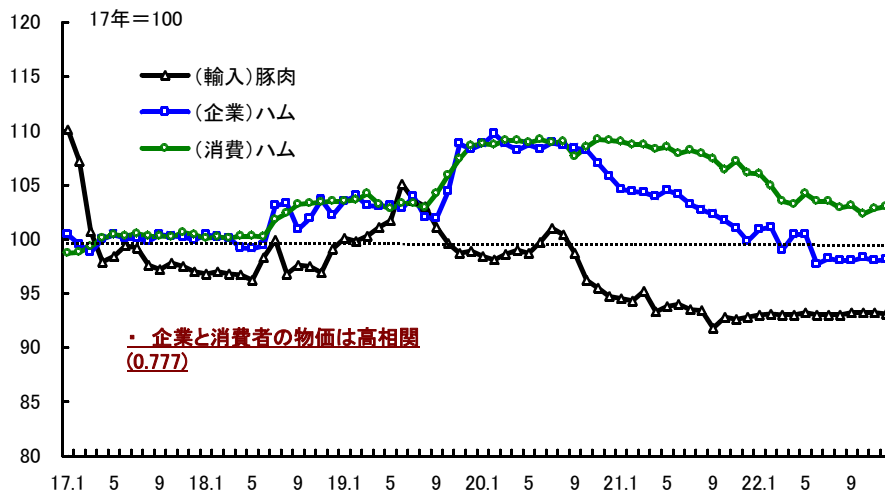
## (1) 畜産食料品

**ハムの消費者物価は平成21年から緩やかに持続的に低下、原料である豚肉の輸入物価は平成20年後半から下落し、企業物価も平成20年から持続的に下落**

ハムの原料である豚肉の平成22年度における輸入物価は対前年比▲0.5%と前年並みであったが、ハムの企業物価が同▲4.1%とやや低下、消費者物価も同▲4.0%とやや低下。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいとなっているが、企業物価と消費者物価は低下となっている。

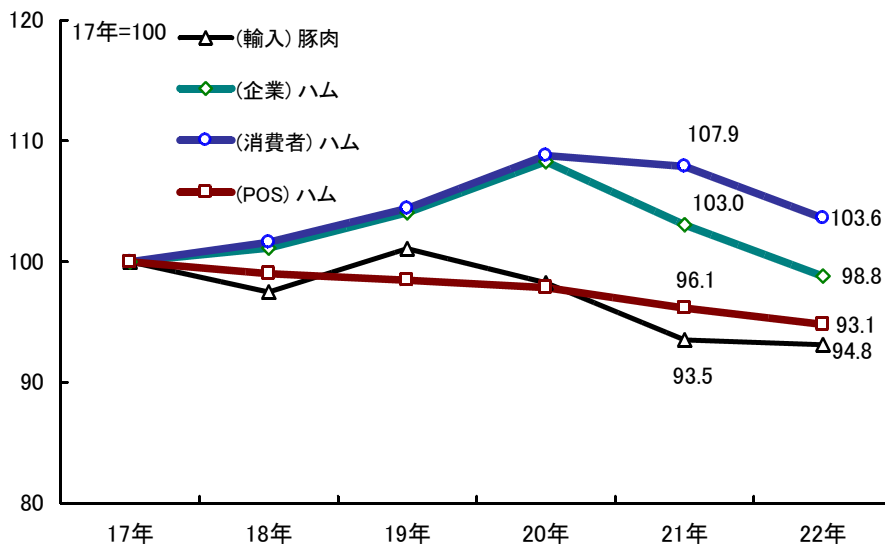
なお、企業と消費者の物価は高相関(0.777)となっている。

図1-18 ハムの輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-19 ハムの物価と小売単価(POS)の変動



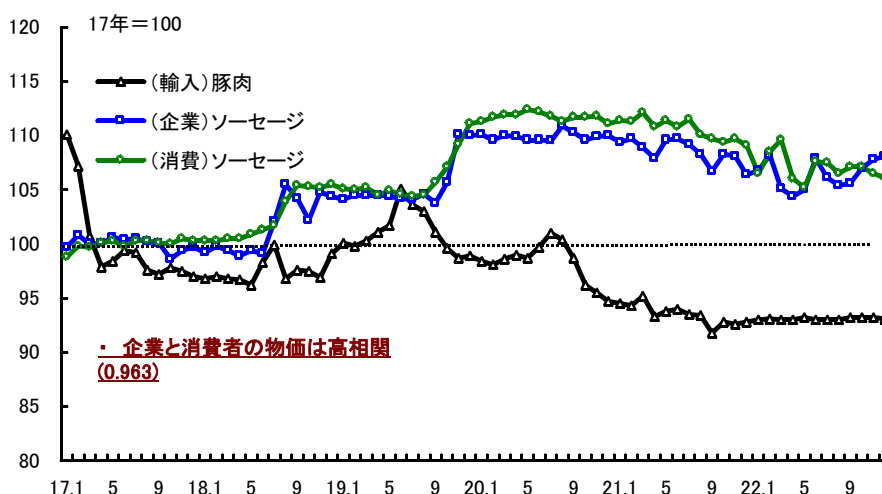
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**ソーセージの消費者物価は平成21年から変動を繰り返しながら低下、原料である豚肉の輸入物価は平成20年後半から下落し、企業物価も平成21年から変動を繰り返しながら下落**

ソーセージの原料である豚肉の平成 22 年度における輸入物価は対前年比▲ 0.5 %と前年並みであったが、ソーセージの企業物価が同▲ 1.9 %とわずかに低下、消費者物価も同▲ 3.3 %とやや低下。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいとなっているが、企業物価と消費者物価は低下となっている。

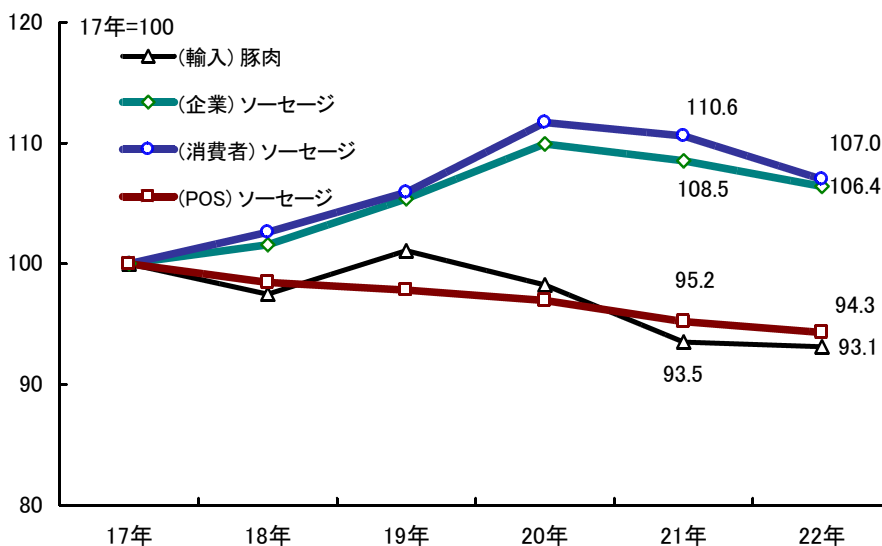
なお、企業と消費者の物価は高相関（0.963）となっている。

図1-20 ソーセージの輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-21 ソーセージの物価と小売単価(POS)の変動



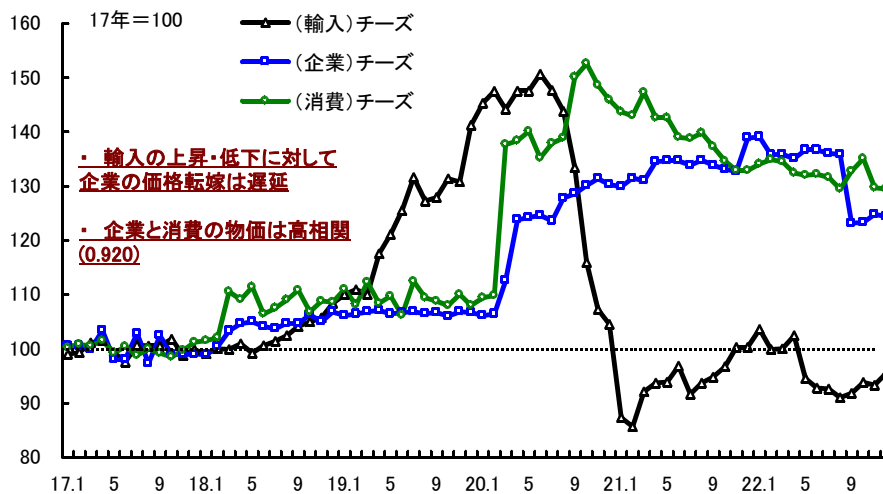
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**チーズの消費者物価は平成20年後半から持続的に下落、原料であるチーズの輸入物価は平成20年半ばから下落し21年から上昇傾向、企業物価は平成20年から緩やかに上昇**

チーズの平成22年度の輸入物価は対前年比2.5%とわずかに上昇し、企業物価も同2.0%とわずかにわずかに上昇。しかし、消費者物価は同▲5.1%とやや低下。月別推移についてみると、輸入物価は年後半からやや上昇となっているが、企業物価と消費者物価は低下から安定となっている。

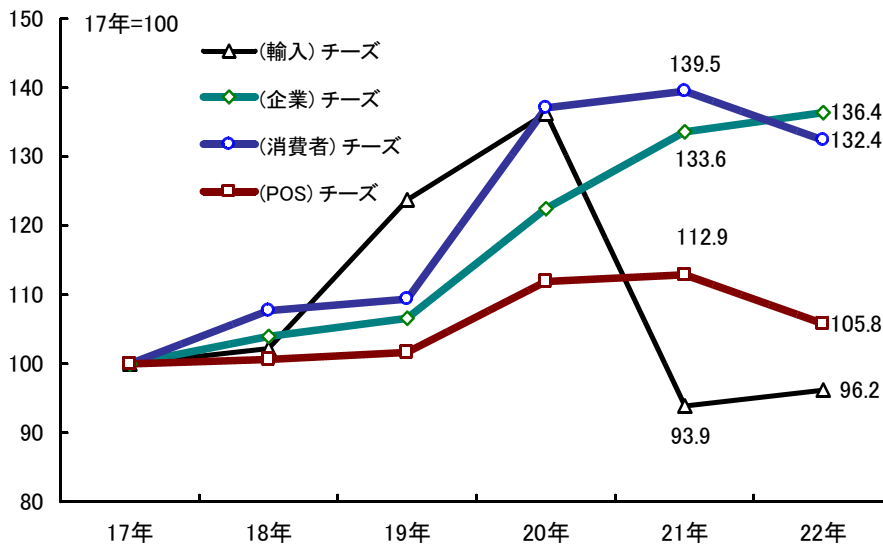
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁は遅延傾向となっており、また、企業と消費者の物価は高相関となっている(0.920)。

図1-22 チーズの輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-23 チーズの物価と小売単価(POS)の変動



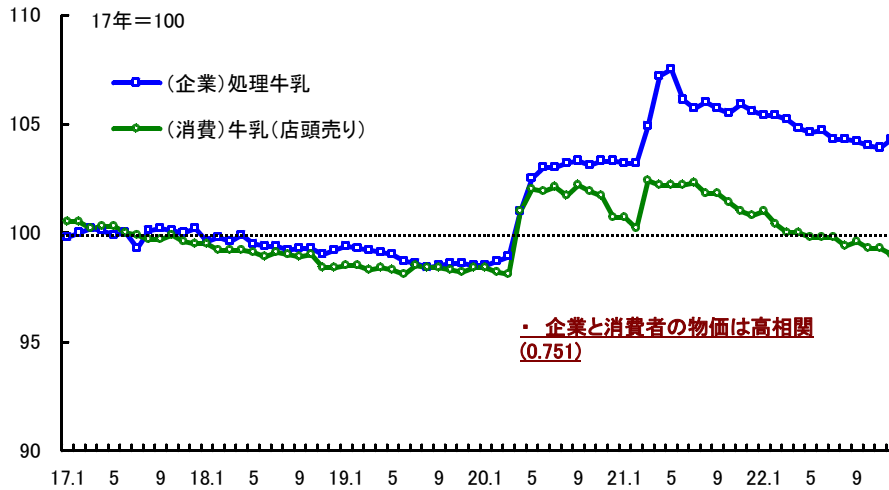
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 牛乳の消費者物価は平成21年半ばから緩やかに持続的に下落、企業物価も平成20年半ばから持続的に下落

牛乳の平成22年度の企業物価は対前年比▲0.7%と前年並みで、消費者物価は同▲1.8%とわずかに低下。月別推移についてみると、企業物価と消費者物価ともに低下で推移している。

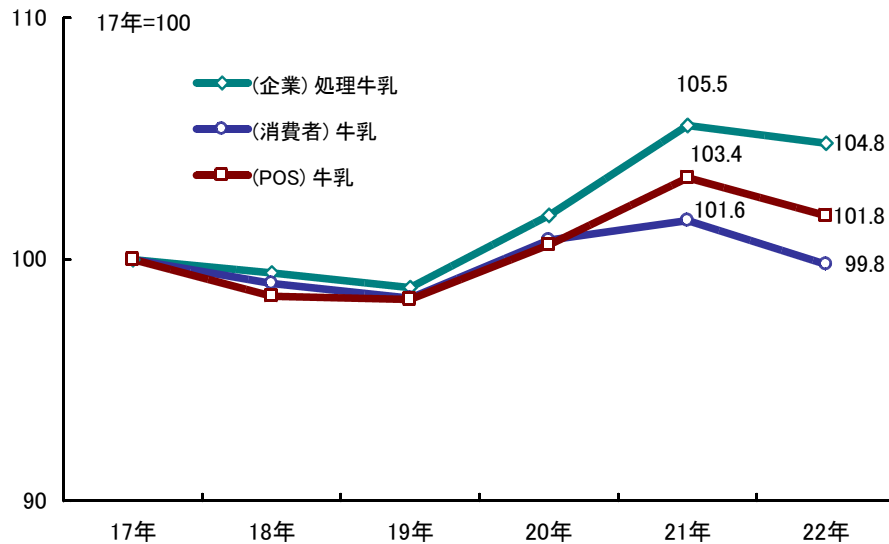
企業と消費者の物価は高相関となっている（0.751）。

図1-24 牛乳の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-25 牛乳の物価と小売単価(POS)の変動



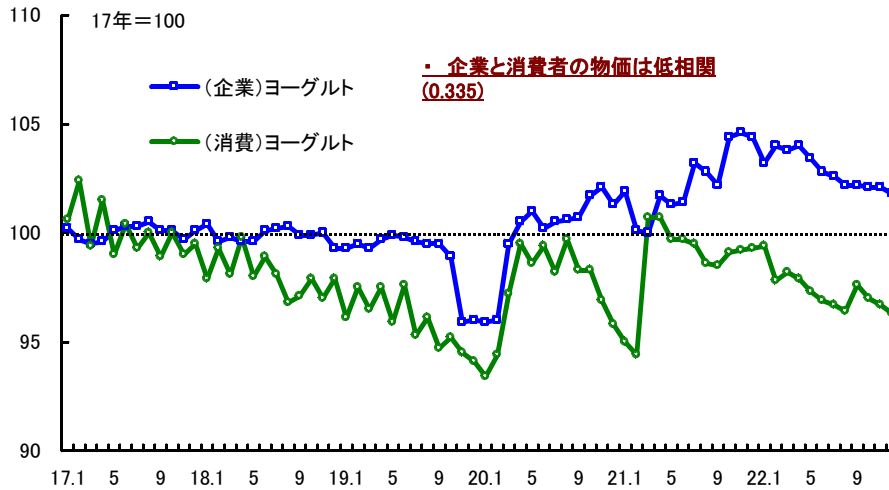
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**ヨーグルトの消費者物価は平成21年半ばから緩やかに持続的に下落、企業物価は平成20年から上昇し、平成21年末から持続的に下落**

ヨーグルトの平成22年度の企業物価は対前年比0.8%と前年並みで、消費者物価は同▲1.3%とわずかに低下。月別推移についてみると、企業物価と消費者物価ともに低下で推移しているものの、消費者物価の低下幅が大きくなっている。

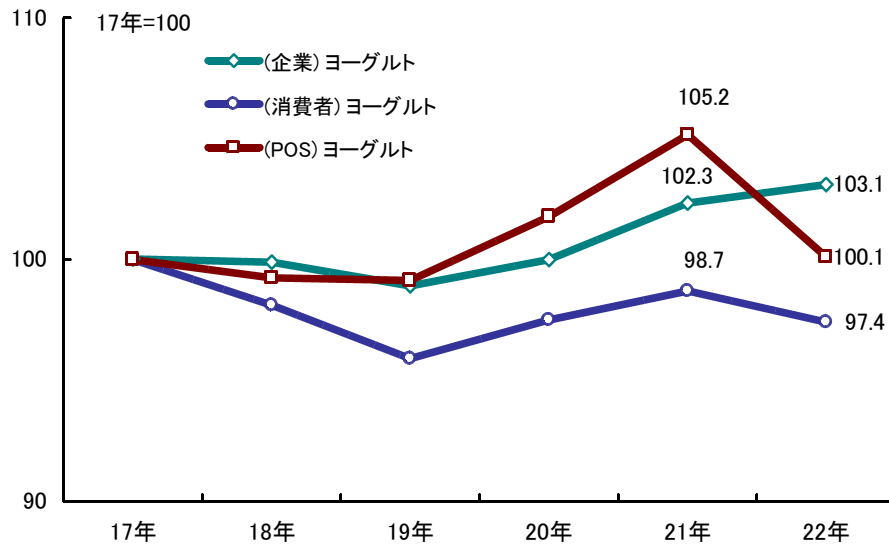
なお、企業と消費者の物価の相関は低い(0.335)。

図1-26 ヨーグルトの企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-27 ヨーグルトの物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 畜産食料品製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年に上昇し、その結果、付加価値率が低下

畜産食料品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成19、20年に上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成21年の原材料使用額割合は対前年比でわずかに低下し、付加価値率も改善している。従業者1人当たり付加価値額は平成21年は対前年比でやや改善しているものの、平成12年対比では▲8.5%と労働生産性の低下がみられる。

図1-28 畜産食料品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

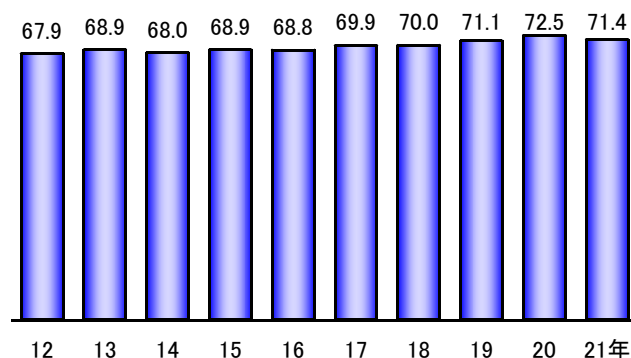


図1-29 畜産食料品製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

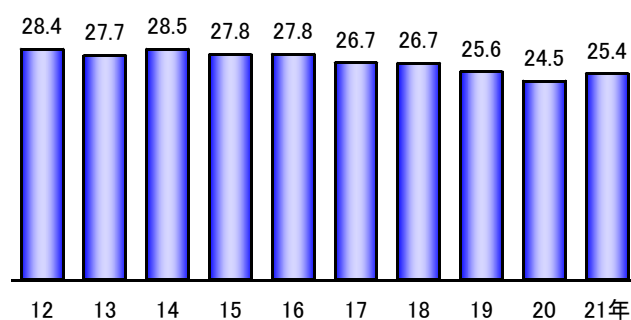
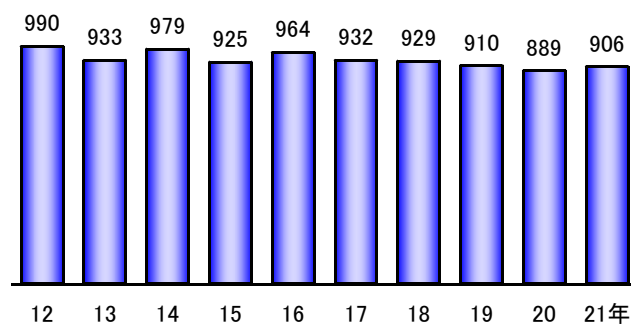


図1-30 畜産食料品製造業の従業者1人当たり付加価値額



資料：経済産業省「工業統計」

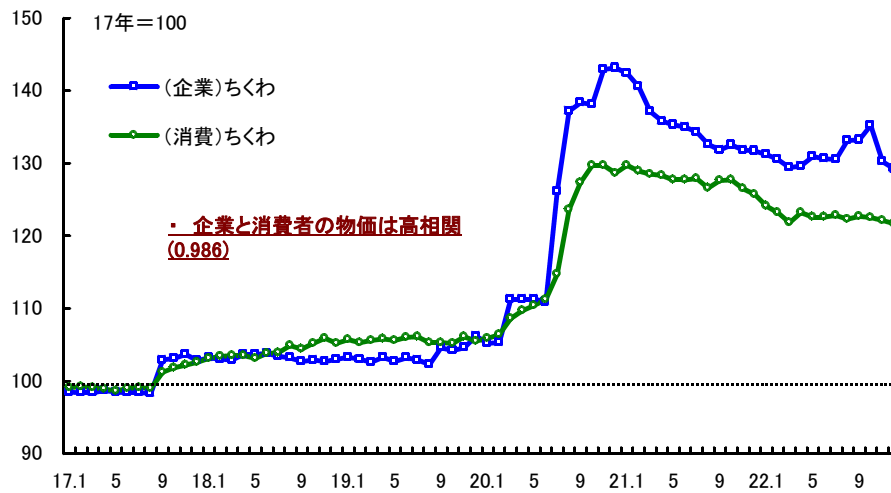
## (2) 水産食料品

**ちくわの消費者物価は平成20年後半から緩やかに持続的に下落、企業物価は平成20年末から下落し、平成22年後半から上昇後に下落**

ちくわの平成22年度の企業物価は対前年比▲2.7%とわずかに低下、一方、消費者物価は同▲4.0%とやや低下。月別推移についてみると、企業物価、消費者物価ともに低下で推移しているが、企業物価に対して消費者物価の低下幅が大きくなっている。

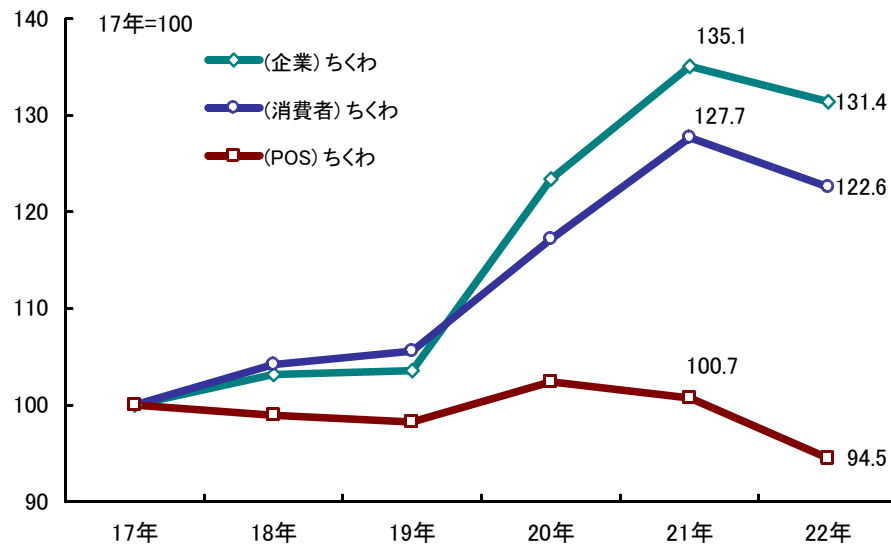
なお、企業と消費者の物価は高相関となっている(0.986)。

図1-31 ちくわの企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-32 ちくわの物価と小売単価(POS)の変動



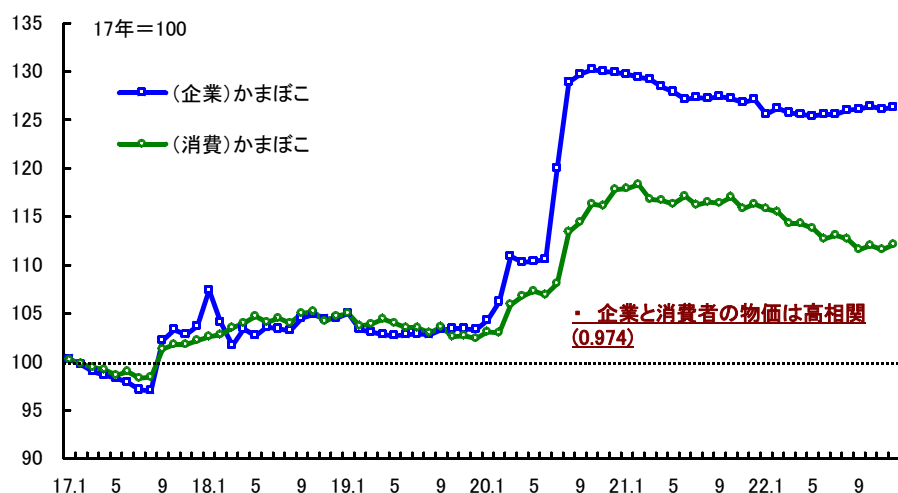
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## かまぼこの消費者物価は平成21年から緩やかに持続的に下落、企業物価は平成20年後半から緩やかに下落

かまぼこの平成 22 年度の企業物価は対前年比▲ 1.6 %とわずかに低下、一方、消費者物価は同▲ 3.0 %とやや低下。月別推移についてみると、企業物価、消費者物価ともに低下で推移しているが、企業物価に対して消費者物価の低下幅が大きくなっている。

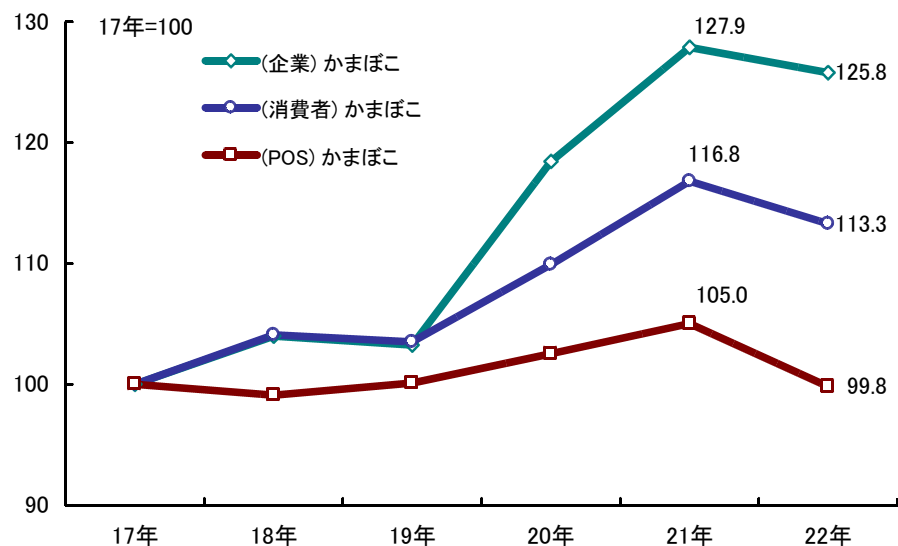
なお、企業と消費者の物価は高相関となっている (0.974)。

図1-33 かまぼこの企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-34 かまぼこの物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

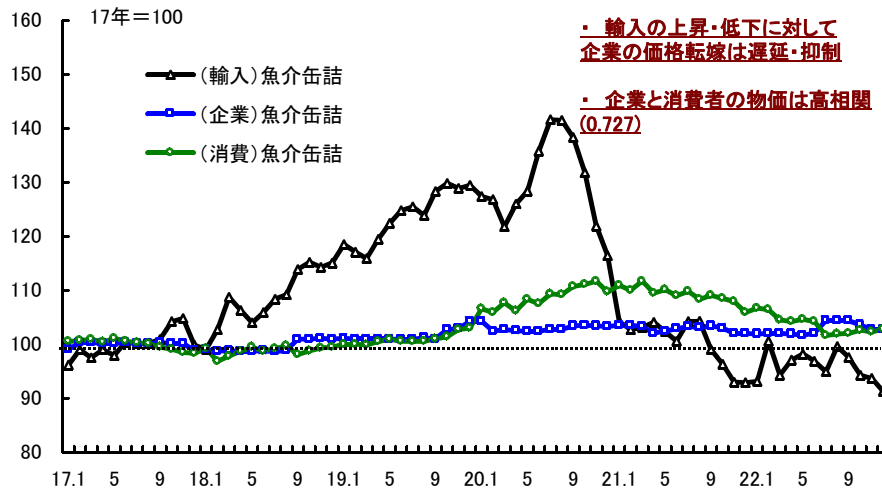


**魚介缶詰の消費者物価は平成21年から緩やかに持続的に低下、輸入物価は平成20年半ばから下落し21年から変動を繰り返しながら低下、企業物価は平成20年から横ばい傾向**

魚介缶詰の平成22年度の企業物価は対前年比0.1%と前年並み、一方、消費者物価は同▲5.0%とやや低下。月別推移についてみると、企業物価は年後半に上昇し、消費者物価は低下から緩やかな上昇に転じている。

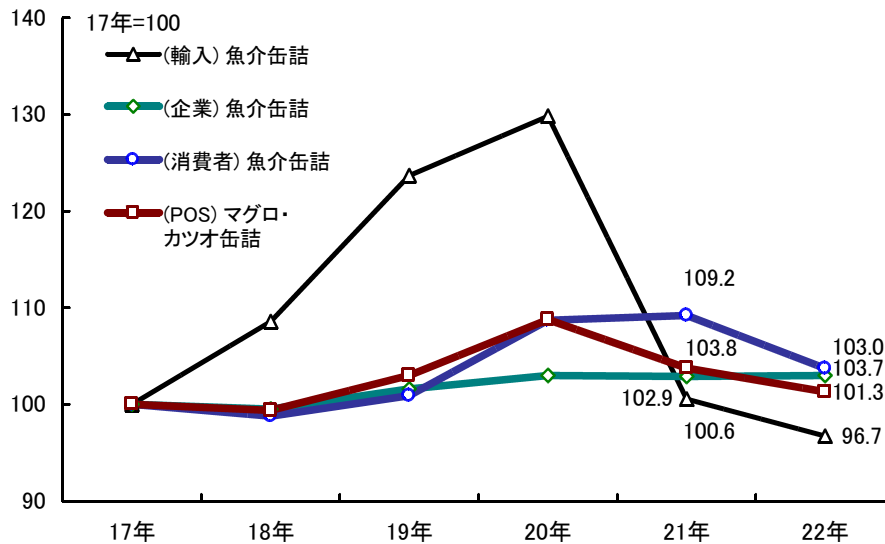
なお、企業と消費者の物価は高相関となっている(0.727)。

図1-35 魚介缶詰の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-36 魚介缶詰の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 水産食料品製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年に上昇し、その結果、付加価値率が低下

水産食料品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成19、20年に上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成21年の原材料使用額割合はわずかに低下し、付加価値率もわずかに改善している。従業者1人当たり付加価値額は平成21年は対前年比で悪化しており、また、平成12年対比で▲5.9%と労働生産性の低下がみられる。

図1-37 水産食料品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

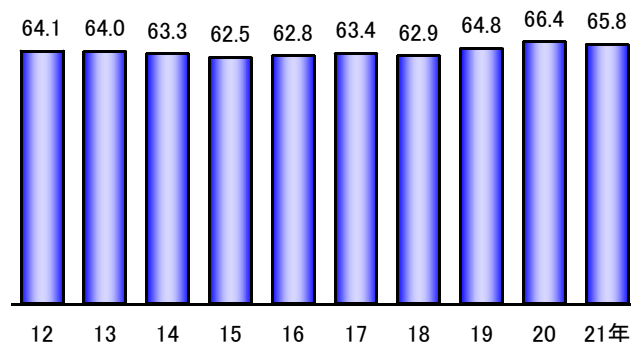


図1-38 水産食料品製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

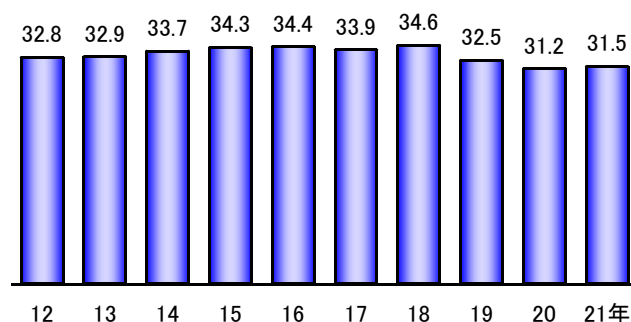
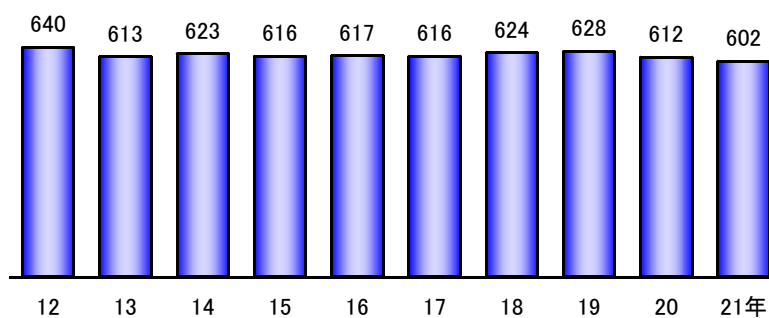


図1-39 水産食料品製造業の従業者1人当たり付加価値額



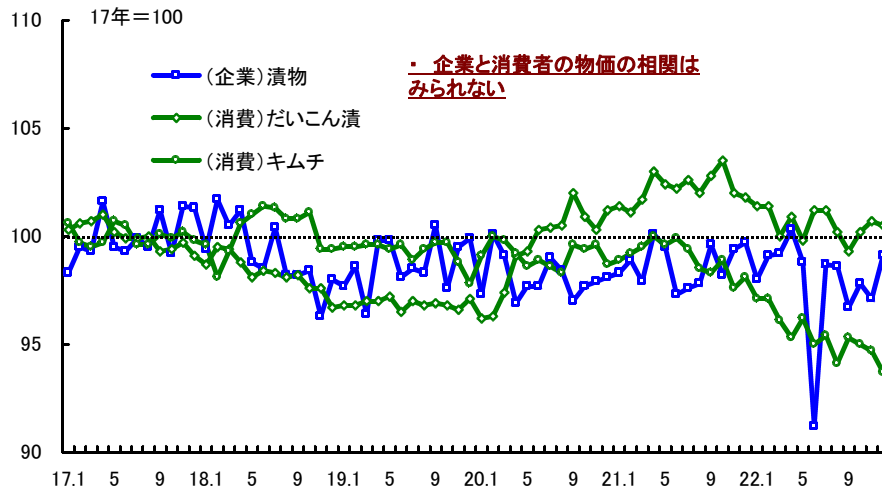
資料：経済産業省「工業統計」

(3) 農産加工品

**漬物の消費者物価は、キムチが平成21年から持続的に下落、だいこん漬が平成22年から変動を繰り返しながら低下、企業物価は変動を繰り返しながら横ばい傾向**

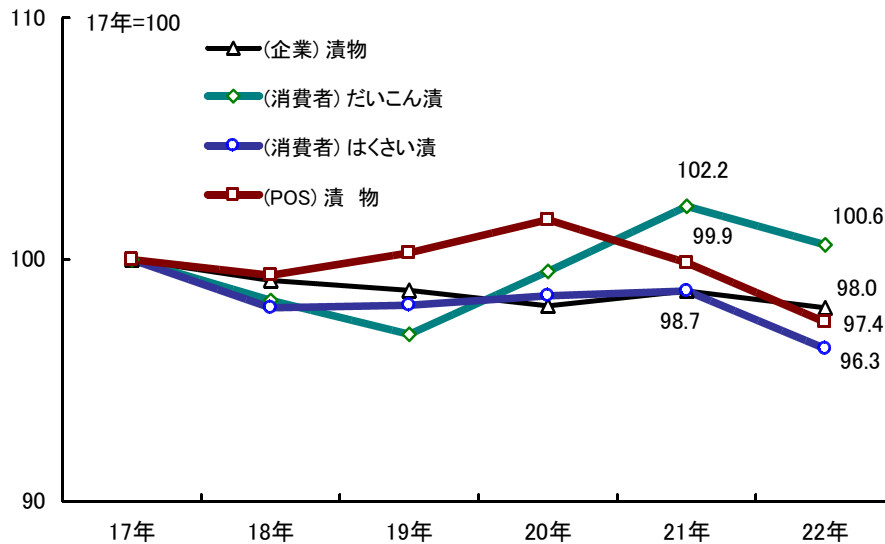
漬物の平成22年度の企業物価は対前年比▲0.7%と前年並み、一方、だいこん漬の消費者物価は同▲1.6%、はくさい漬は同▲2.4%とわずかに低下した。

図1-40 漬物の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-41 漬物の物価と小売単価(POS)の変動



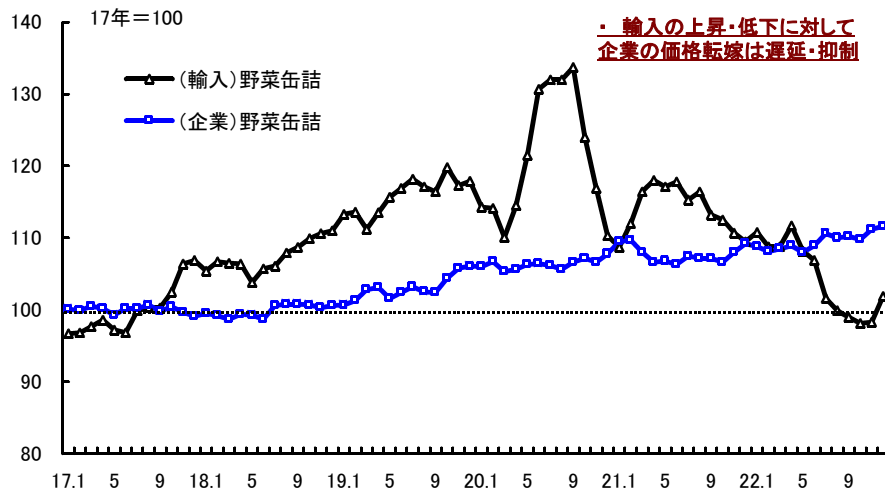
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 野菜缶詰の企業物価は、年々、緩やかな上昇で推移

野菜缶詰の平成 22 年度の企業物価は対前年比 1.5 % の上昇、一方、輸入物価は同▲ 7.5 % とかなりの程度下落。月別推移についてみると、企業物価は平成 17 年以降、緩やかに上昇しているが、輸入物価は平成 21 年半ばより下落に転じている。

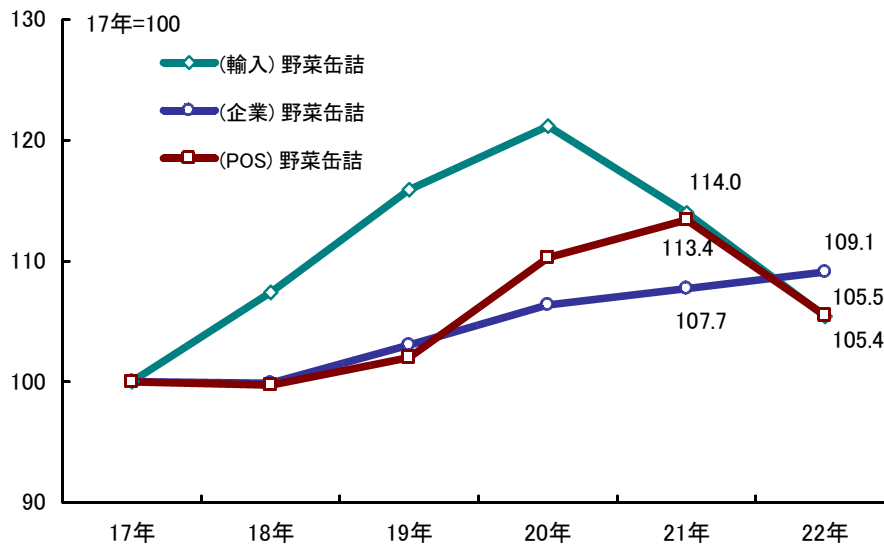
輸入物価の上昇・低下に対して、企業物価の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。

図1-42 野菜缶詰の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-43 野菜缶詰の物価と小売単価(POS)の変動

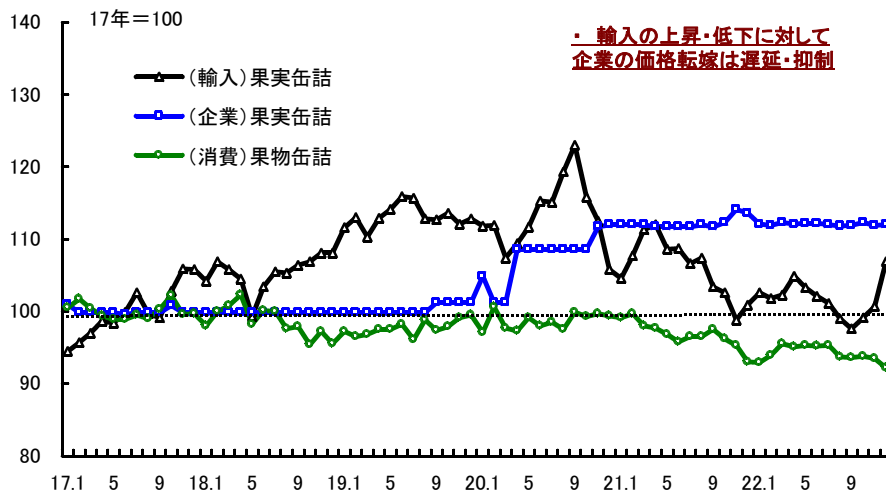


資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**果実缶詰の消費者物価は、平成21年から持続的に下落、企業物価は平成21年以降は横ばい傾向**

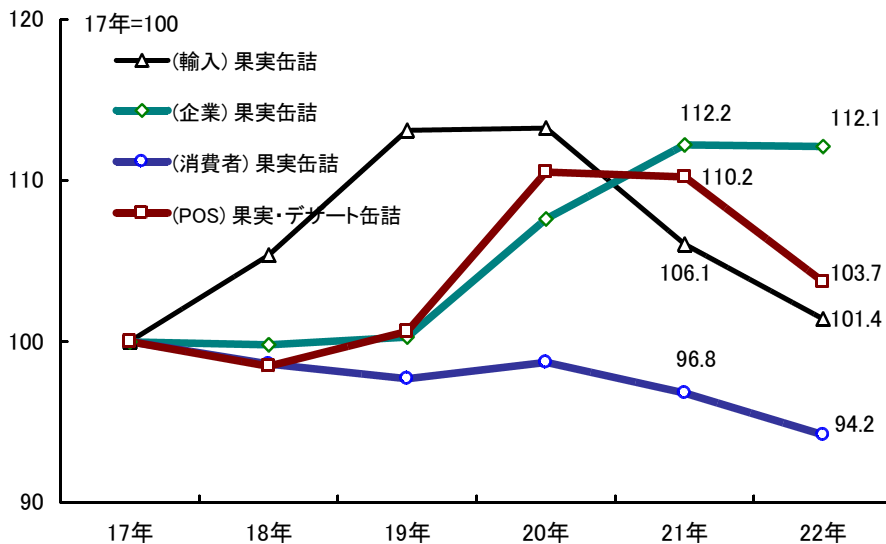
果実缶詰の平成22年度の企業物価は対前年比▲0.1%と前年並み、一方、消費者物価は同▲2.7%とわずかに低下。月別推移についてみると、企業物価は横ばいで推移しているが、消費者物価は低下傾向で推移しており、相関はみられない。

図1-44 果実缶詰の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-45 果実缶詰の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 農産缶詰・果実缶詰他製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年に上昇し、その結果、付加価値率が低下

農産缶詰・果実缶詰他製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成 19、20年に上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成 21 年の原材料使用額割合はわずかに低下し、付加価値率もわずかに改善している。従業者 1 人当たり付加価値額は平成 21 年は対前年比でわずかに改善しているものの、平成 12 年対比では▲ 10.1 %と労働生産性の低下がみられる。

図1-46 農産缶詰・野菜缶詰他製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

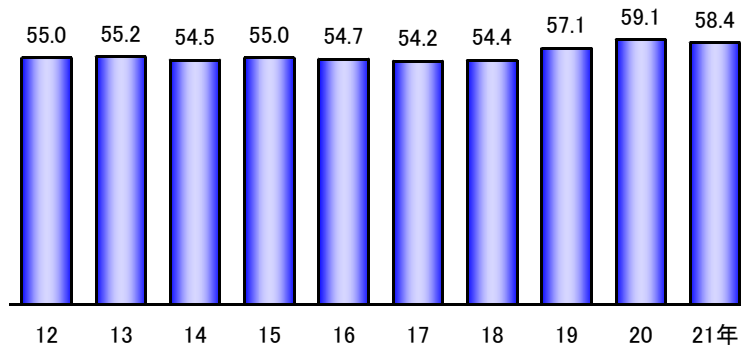


図1-47 農産缶詰・野菜缶詰他製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

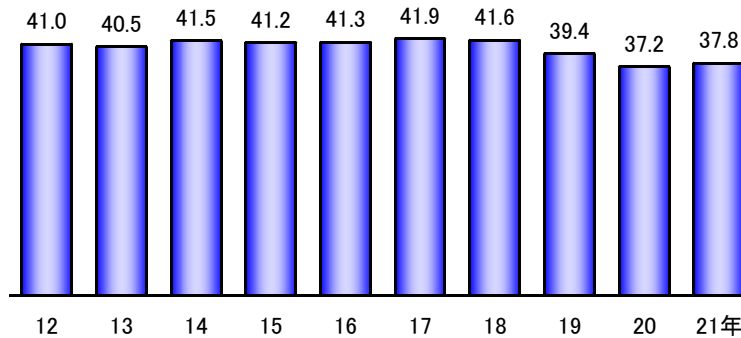
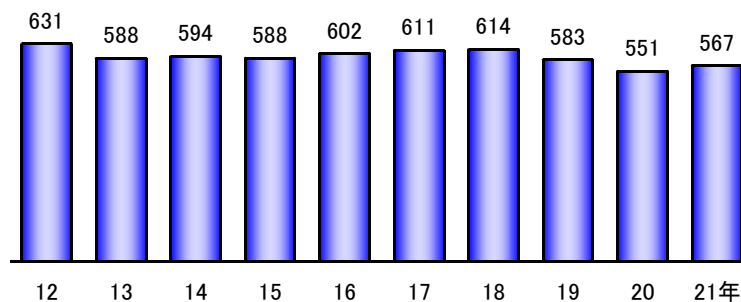


図1-48 農産缶詰・野菜缶詰他製造業の従業者 1 人当たり付加価値額



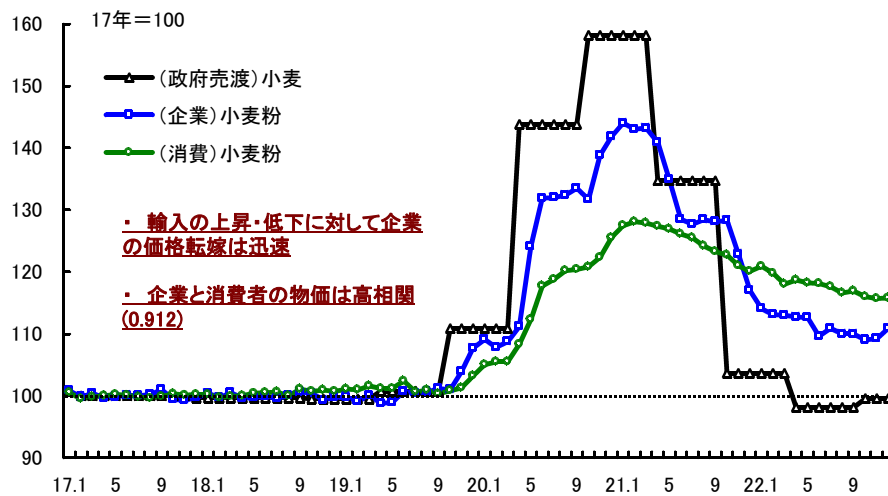
(4) 製穀粉・同加工品

**小麦粉の消費者物価は平成21年から持続的に下落、企業物価も平成21年から一貫して下落**

小麦の平成22年度の政府売渡価格は、対前年比▲24.0%と大幅に低下し、小麦粉の企業物価も同▲15.5%とかなり大きく低下。しかし、小麦粉の消費者物価は同▲5.9%とやや低下にとどまっている。月別推移についてみると、輸入物価は年後半からやや上昇となっているが、企業物価と消費者物価は安定している。

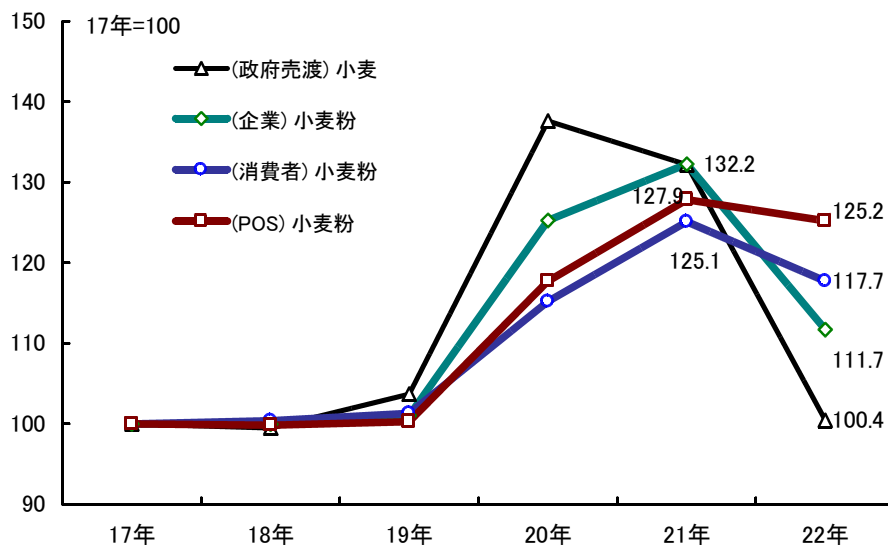
輸入の上昇・低下に対して企業の価格転嫁は比較的速度やかに行われている。企業と消費者の物価は高相関となっている (R=0.912)。

図1-49 小麦粉の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省

図1-50 小麦粉の物価と小売単価(POS)の変動



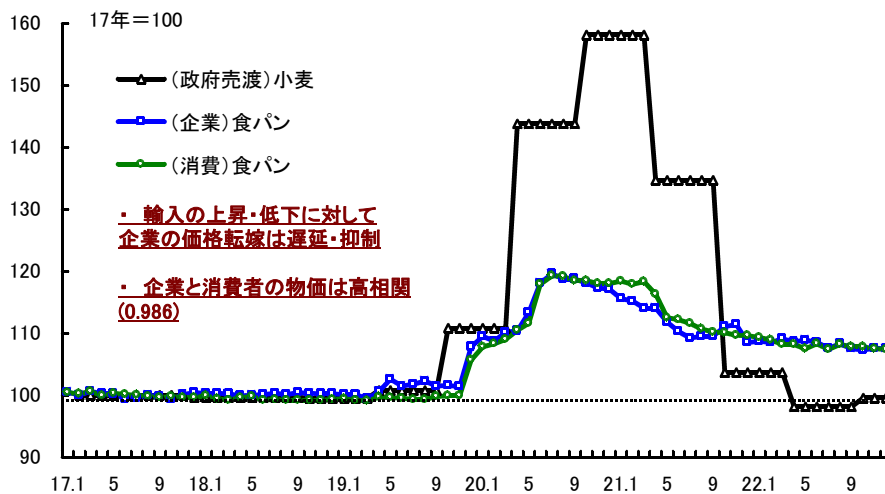
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 食パンの消費者物価は平成20年後半から持続的に下落、企業物価も平成20年後半から持続的に下落

食パンの原料である小麦の平成22年度の政府売渡価格は、対前年比▲24.0%と大幅に低下し、食パンの企業物価も同▲3.1%とやや低下。消費者物価も同▲4.5%とやや低下している。月別推移についてみると、輸入物価は年後半からやや上昇となっているが、企業物価と消費者物価は安定している。

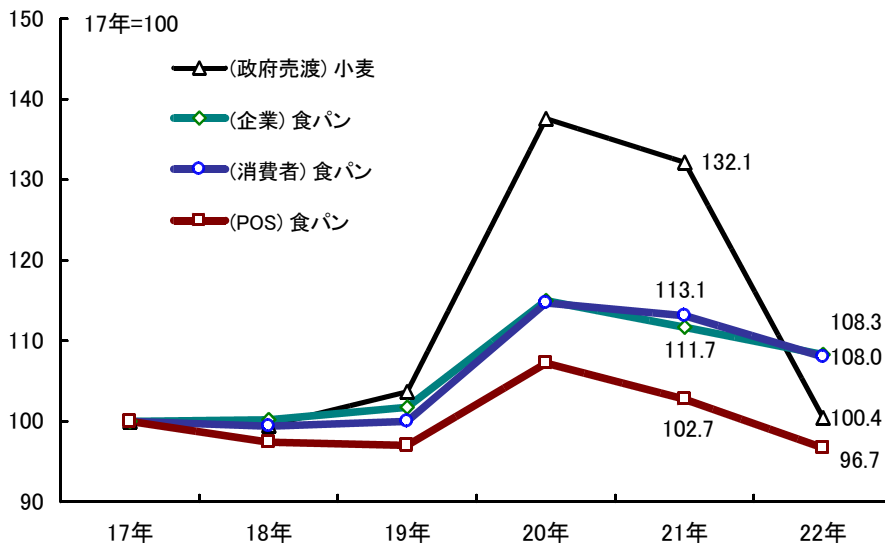
輸入の上昇・低下に対して企業の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。また、企業と消費者の物価は高相関となっている（ $R=0.986$ ）。

図1-51 食パンの輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-52 食パンの物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

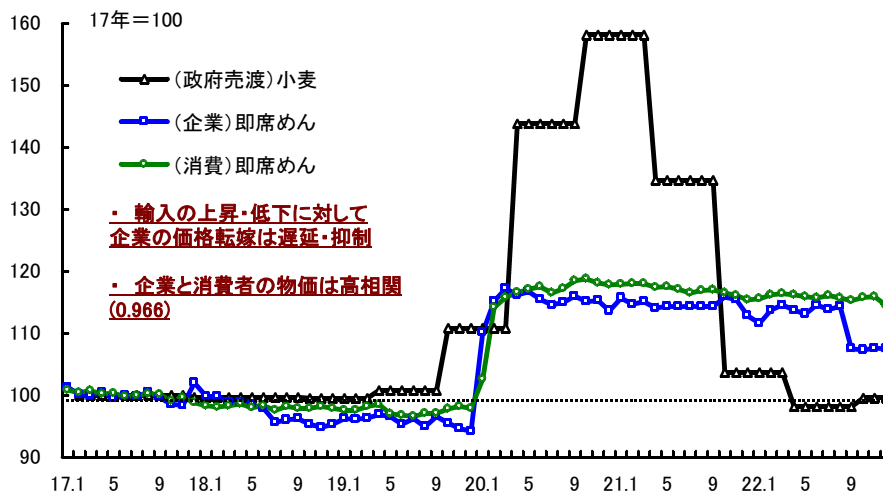


**即席麺の消費者物価は平成20年から横ばい傾向、企業物価も平成20年から横ばいで推移し、21年後半に低下傾向**

即席麺の原料である小麦の平成22年度の政府売渡価格は、対前年比▲24.0%と大幅に低下したが、即席麺の企業物価は同▲0.7%と前年並み、消費者物価は同▲1.0%とわずかに低下している。月別推移についてみると、輸入物価は年後半からやや上昇となっているが、企業物価は低下傾向、消費者物価は横ばいとなっている。

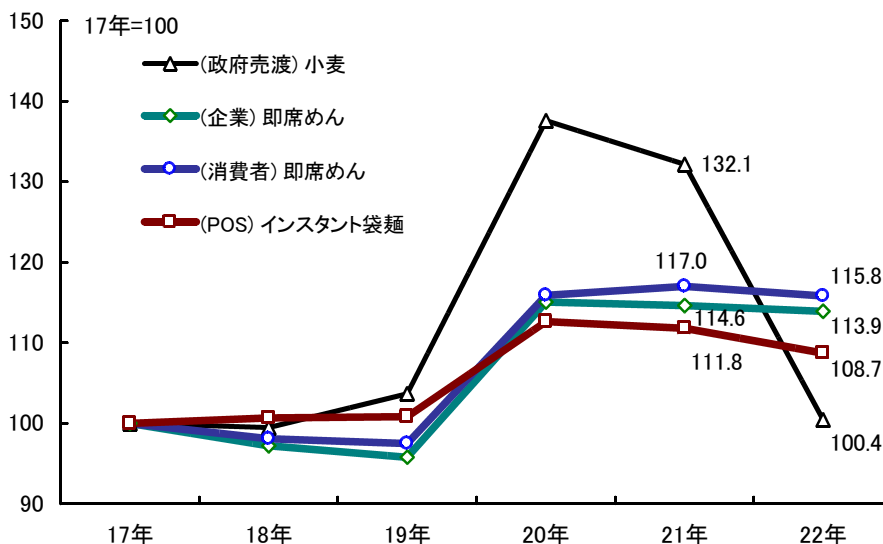
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。また、企業と消費者の物価は高相関となっている(R=0.966)。

図1-53 即席麺の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-54 即席めん物価と小売単価(POS)の変動



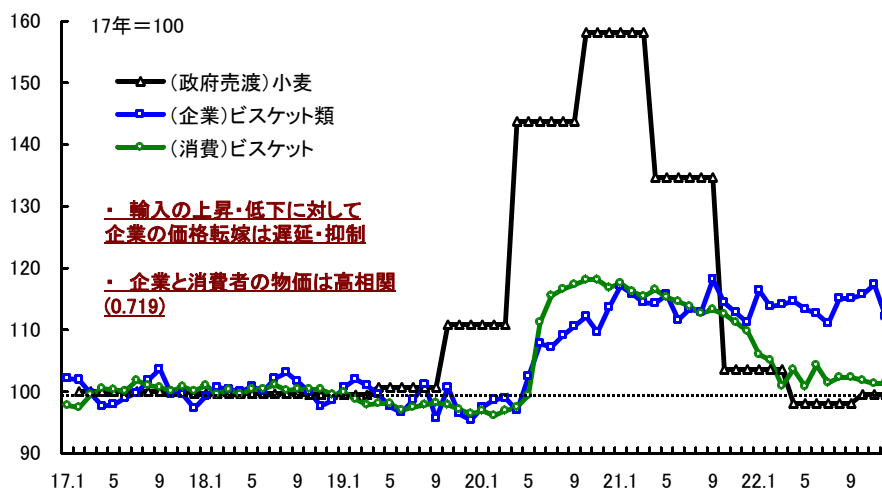
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## ビスケットの消費者物価は平成20年から横ばい傾向、企業物価も平成20年から横ばいで推移し、21年後半に低下傾向

ビスケットの原料である小麦の平成22年度の政府売渡価格は、対前年比▲24.0%と大幅に低下したが、ビスケットの企業物価は同▲0.1%と前年並み、消費者物価は同▲10.1%とかなりの程度低下している。月別推移についてみると、輸入物価は年後半からやや上昇となっているが、企業物価は変動しながら概ね横ばい傾向、消費者物価は低下傾向となっている。

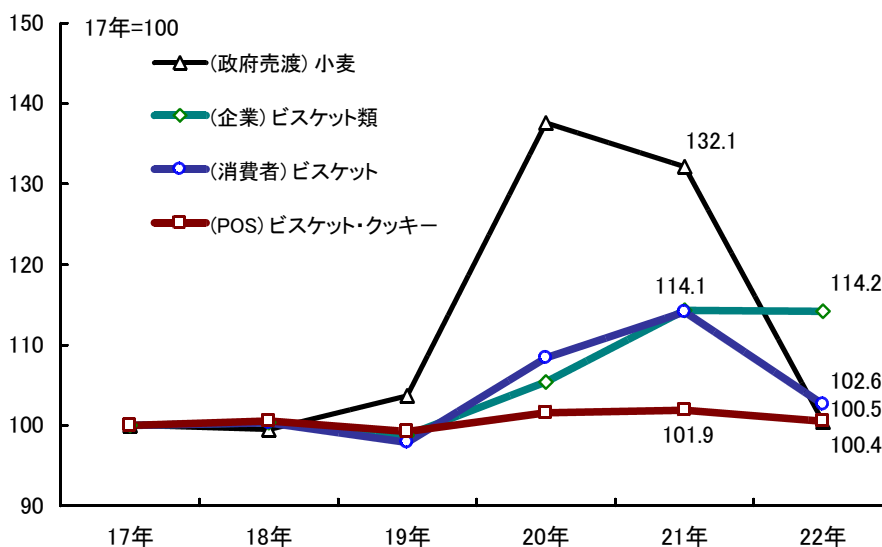
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。また、企業と消費者の物価は高相関となっている（ $R=0.719$ ）ものの、平成22年に入り乖離がみられる。

図1-55 ビスケットの企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-56 ビスケットの物価と小売単価(POS)の変動

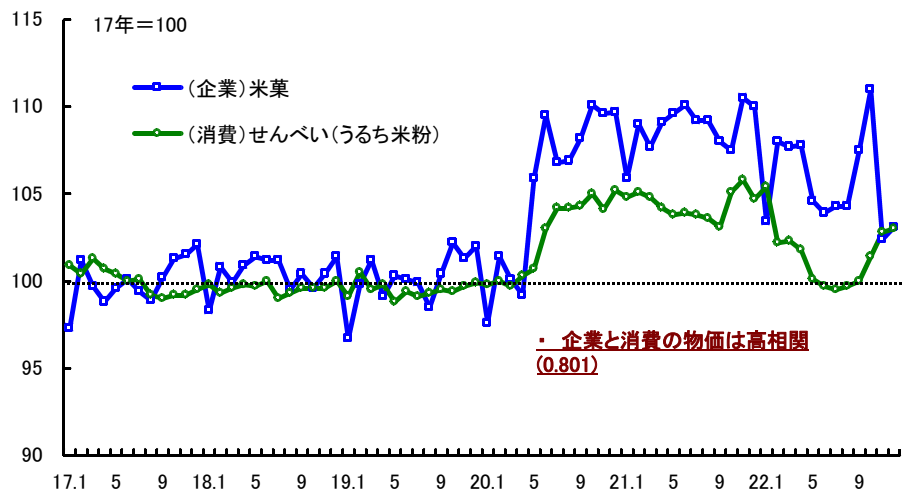


資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**米菓の消費者物価は平成21年から下落するものの、年後半から上昇し、22年に入り下落。企業物価は平成20年後半から変動を繰り返しながら低下傾向**

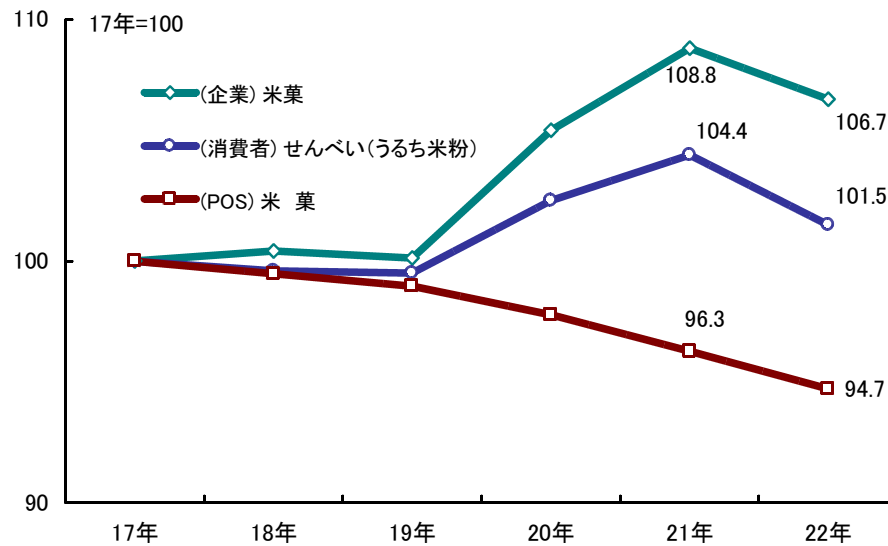
米菓の平成22年度の企業物価は同▲2.0%とわずかに低下、せんべいの消費者物価も同▲2.8%とわずかに低下している。月別推移についてみると、企業物価は変動が大きいものの低下傾向、消費者物価は低下傾向となっている。

図1-57 米菓の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-58 米菓の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**パン・菓子製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年の原料高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下**

パン・菓子製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成 19、20 年に上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成 21 年の原材料使用額割合はわずかに低下し、付加価値率もわずかに改善している。従業者 1 人当たり付加価値額は平成 21 年は対前年比でわずかに改善している。

図1-59 パン・菓子製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

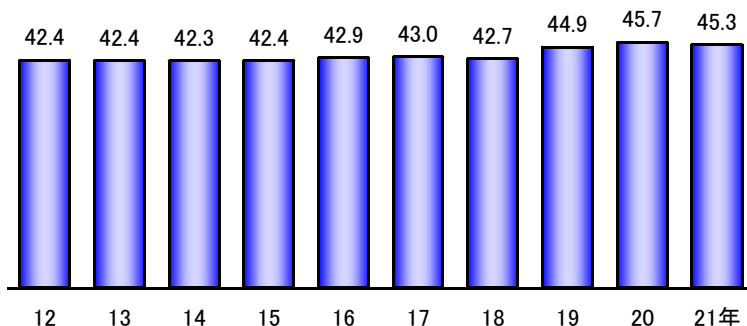


図1-60 パン・菓子製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

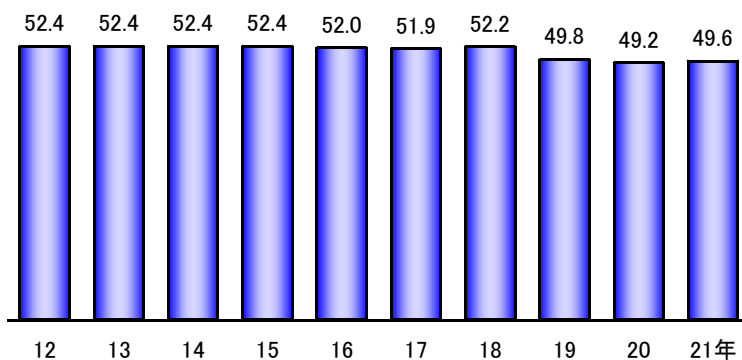
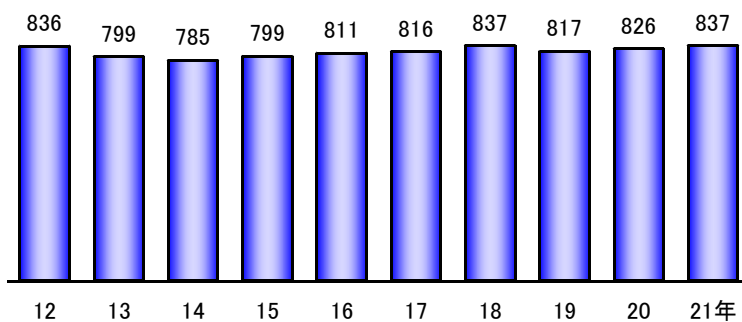


図1-61 パン・菓子製造業の従業者 1 人当たり付加価値額



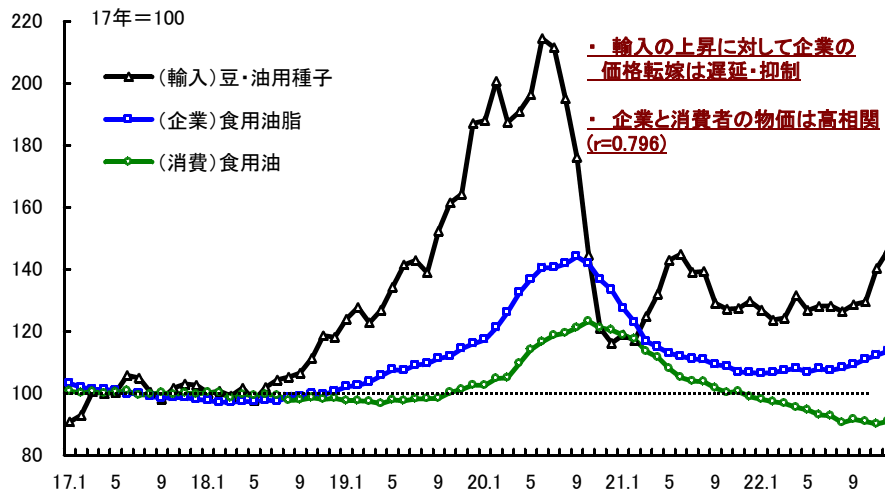
(5) 食用油脂・同加工品

**食用油の消費者物価は平成20年後半から横ばい傾向、企業物価も平成20年から横ばいで推移し、21年後半に低下傾向**

食用油脂の原料である豆・油用種子の平成22年度における輸入物価は対前年比▲2.8%とわずかに低下。食用油脂の企業物価は同▲4.9%とやや低下、食用油の消費者物価は同▲12.6%とかなり大きく低下している。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいから急騰しているが、企業物価は緩やかに上昇、一方、消費者物価は低下傾向と乖離が大きくなっている。

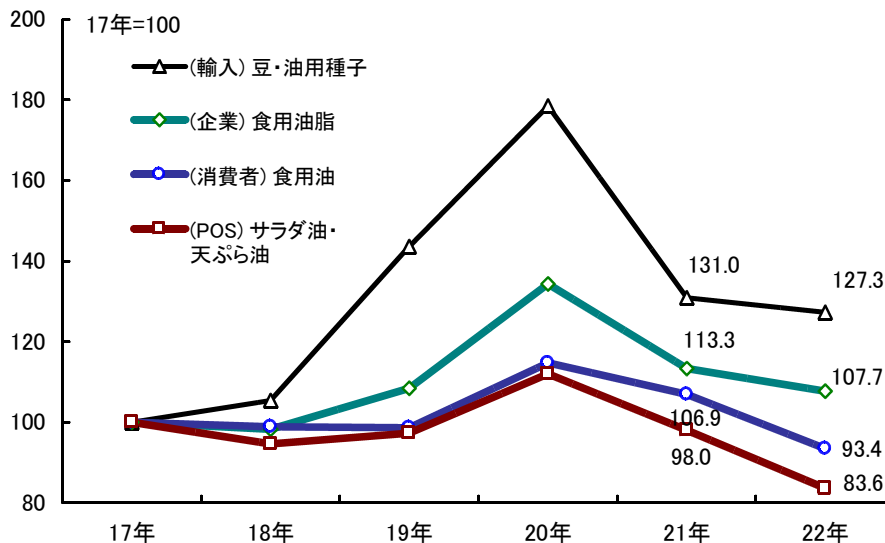
輸入物価の上昇に対して企業物価の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。また、企業と消費者の物価は高相関となっている ( $R=0.796$ )。

図1-62 食用油脂の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-63 食用油の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 動植物油脂製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年の原料高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下

動植物油脂製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成 19、20 年に原料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成 21 年の原材料使用額割合はわずかに低下したものの、付加価値率は悪化している。従業者 1 人当たり付加価値額は平成 21 年は対前年比で悪化しており、また、平成 12 年対比で▲ 39.6 %と労働生産性の低下がみられる。

図1-64 動植物油脂製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

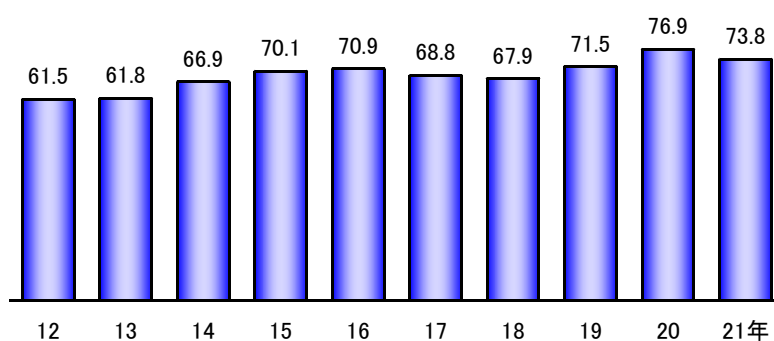


図1-65 動植物油脂製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

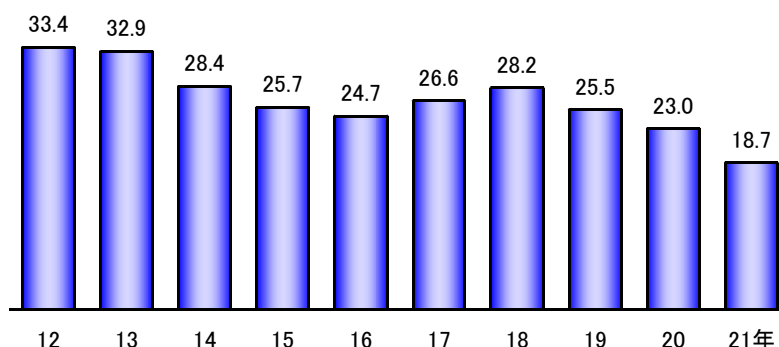
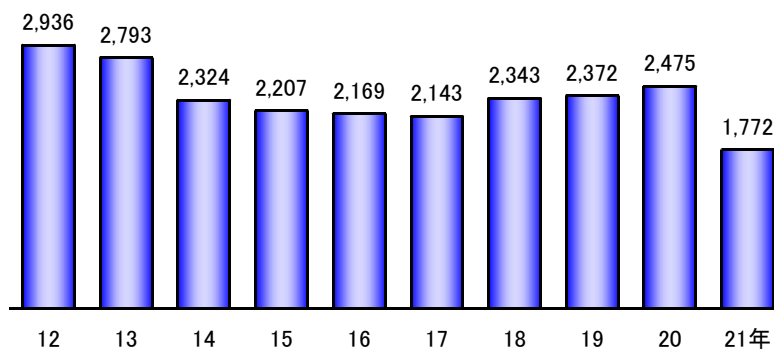


図1-66 動植物油脂製造業の従業者 1 人当たり付加価値額



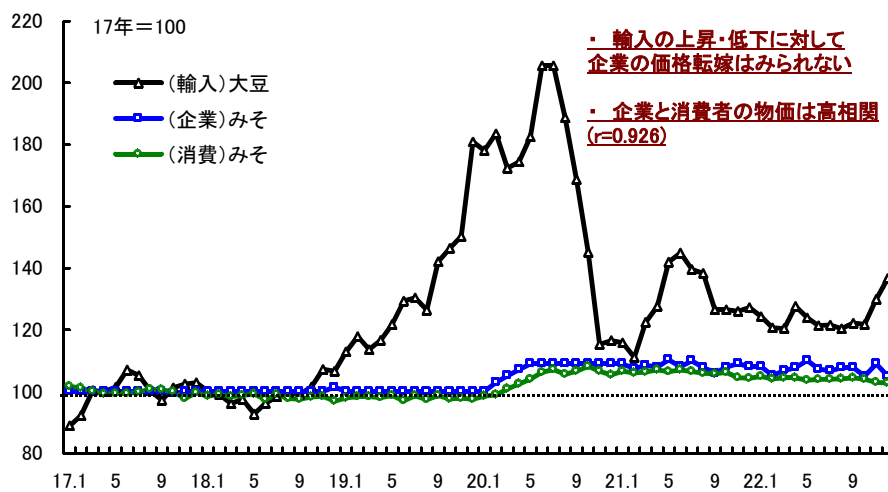
(6) 調味料

**みその消費者物価は平成21年から緩やかに低下傾向、企業物価は平成20年から横ばい**

みその原料である大豆の平成22年度における輸入物価は対前年比▲5.2%とやや低下。しかし、みその企業物価は同▲0.7%と前年並み、消費者物価は同▲2.0%とわずかに低下している。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいから急騰しているが、企業物価及び消費者物価は横ばい傾向となっている。

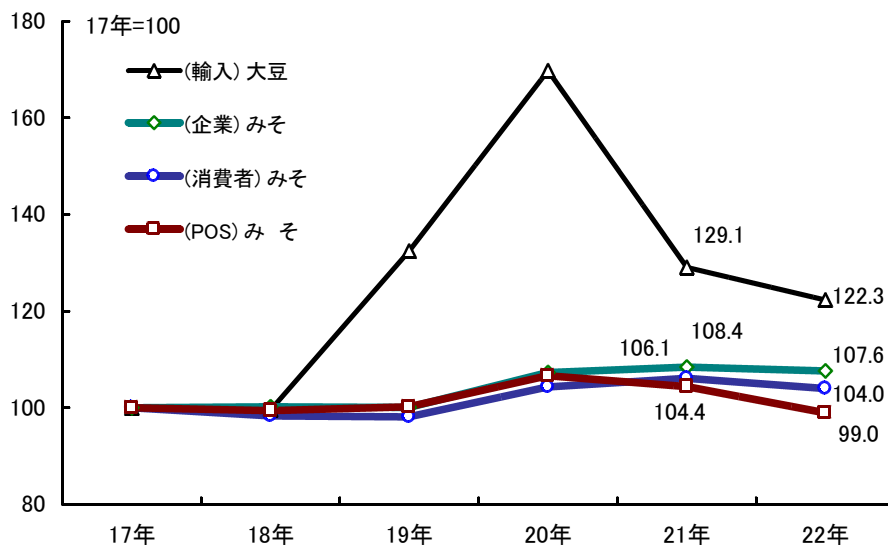
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁はみられない。一方、企業と消費者の物価は高相関となっている ( $R=0.926$ )。

図1-67 みその企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-68 みその物価と小売単価(POS)の変動



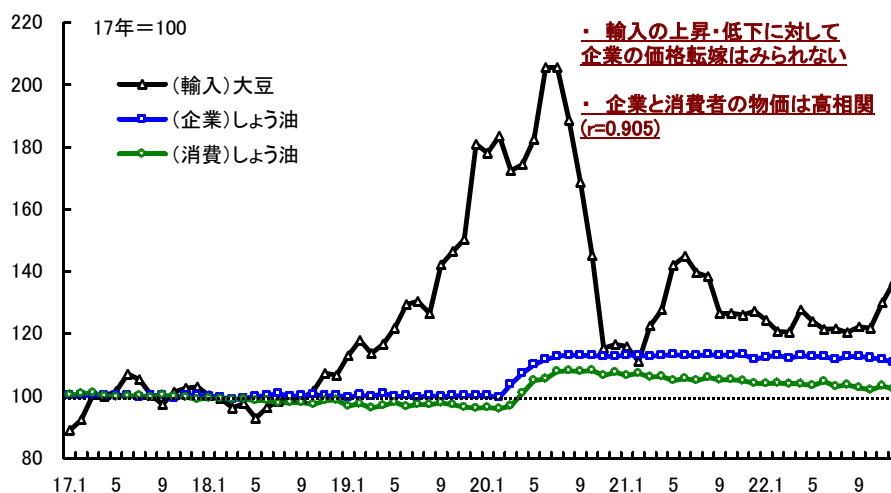
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## しょうゆの消費者物価は平成21年から緩やかに低下傾向、企業物価は平成20年から横ばい

しょうゆの原料である大豆の平成 22 年度における輸入物価は対前年比▲ 5.2 %とやや低下。しかし、しょうゆの企業物価は同▲ 0.4 %と前年並み、消費者物価は同▲ 2.2 %とわずかに低下している。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいから急騰しているが、企業物価は緩やかに低下、消費者物価は横ばい傾向となっている。

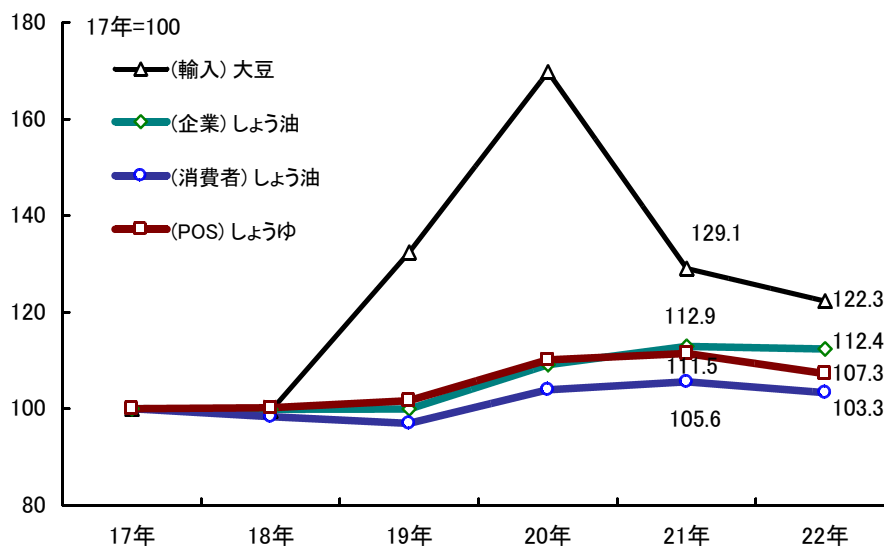
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁はみられない。また、企業と消費者の物価は高相関となっている (R=0.905)。

図1-69 しょう油の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-70 しょう油の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

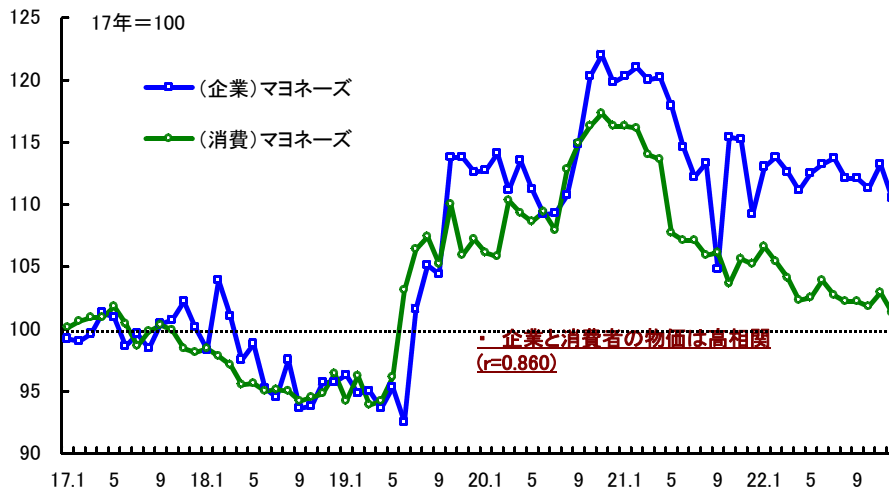


**マヨネーズの消費者物価は平成20年後半から下落、企業物価も平成20年後半から下落傾向**

マヨネーズの企業物価は対前年比▲2.2%とわずかに低下、消費者物価は同▲5.3%とやや低下している。月別推移についてみると、企業物価は変動しながら概ね緩やかに低下、消費者物価は企業物価に比べて低下幅が大きくなっている。

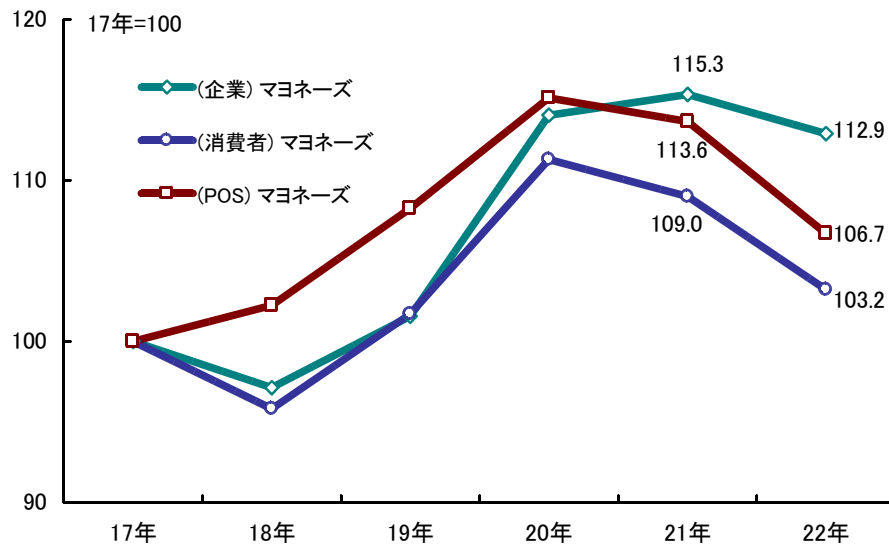
なお、企業と消費者の物価は高相関となっている（ $R=0.860$ ）。

図1-71 マヨネーズの企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-72 マヨネーズの物価と小売単価(POS)の変動



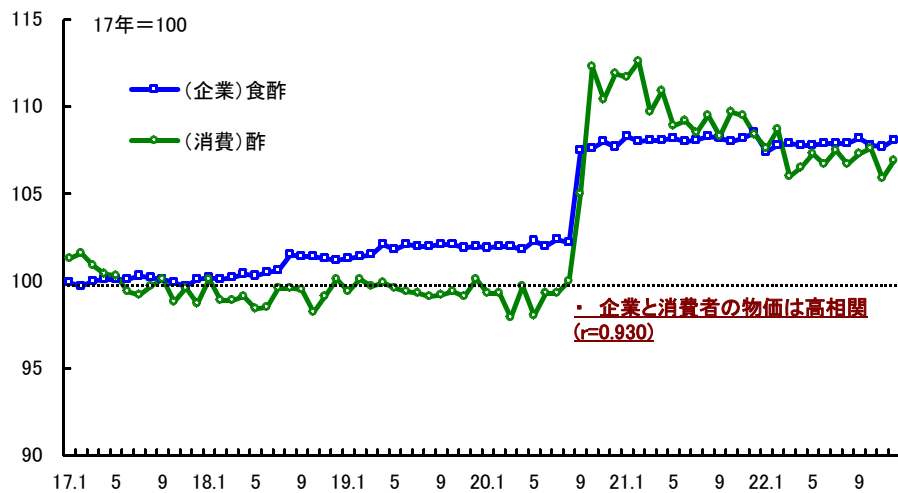
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 食酢の消費者物価は平成20年後半から下落傾向、企業物価は平成20年後半から横ばい

食酢の企業物価は対前年比▲ 0.3 %と前年並み、消費者物価は同▲ 2.4 %とわずかに低下している。月別推移についてみると、企業物価は横ばい傾向で推移、消費者物価は変動しながら緩やかに低下している。

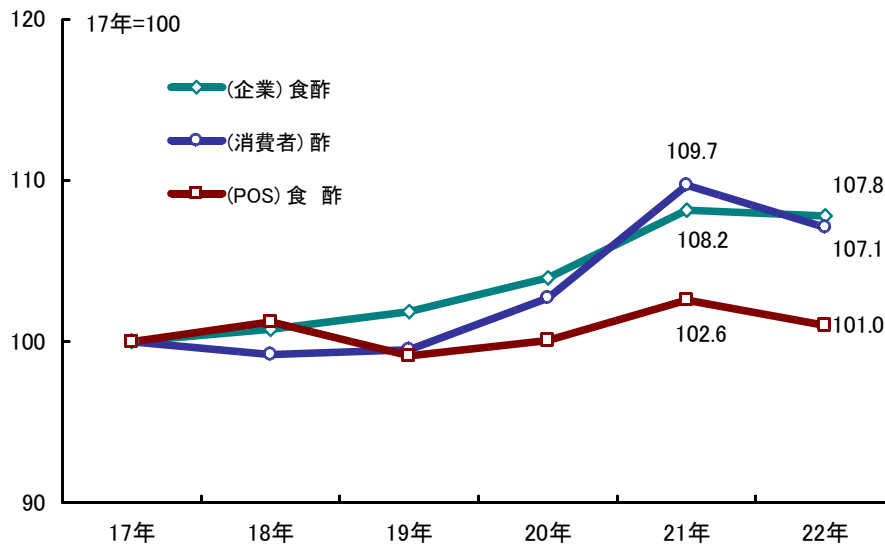
企業と消費者の物価は高相関となっている（ $R=0.930$ ）。

図1-73 食酢の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-74 食酢の物価と小売単価(POS)の変動



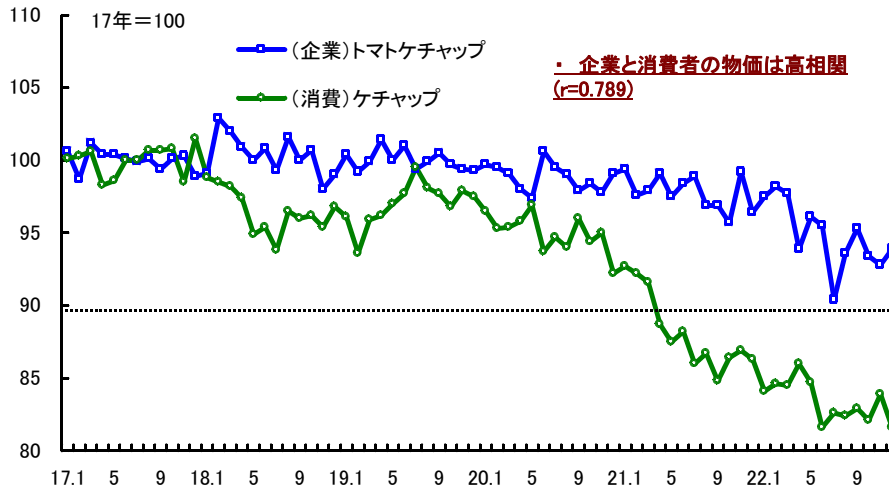
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

**トマトケチャップの消費者物価は平成19年後半から変動を繰り返しながら下落、企業物価は平成19年後半から変動を繰り返しながら緩やかに下落**

トマトケチャップの企業物価は対前年比▲ 2.9 %とわずかに低下、消費者物価は同▲ 5.4 %とやや低下している。月別推移についてみると、企業物価は変動しながら概ね緩やかに低下、消費者物価は企業物価に比べて低下幅が大きくなっている。

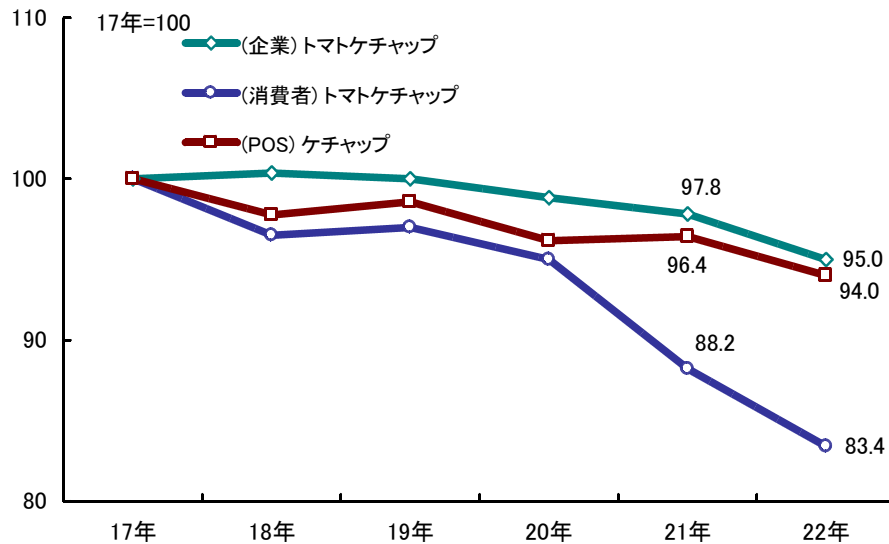
企業と消費者の物価は高相関となっている (R=0.789)。

図1-75 トマトケチャップの企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-76 トマトケチャップの物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 調味料製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年の原料高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下

調味料製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成19、20年に原料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成21年の原材料使用額割合も上昇し、付加価値率は低下している。従業者1人当たり付加価値額は平成21年は対前年比で悪化しており、平成15年対比で▲20.2%と労働生産性の低下がみられる。

図1-77 調味料製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

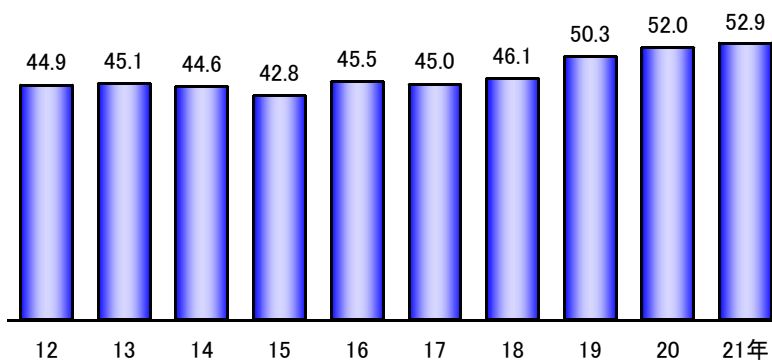


図1-78 調味料製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

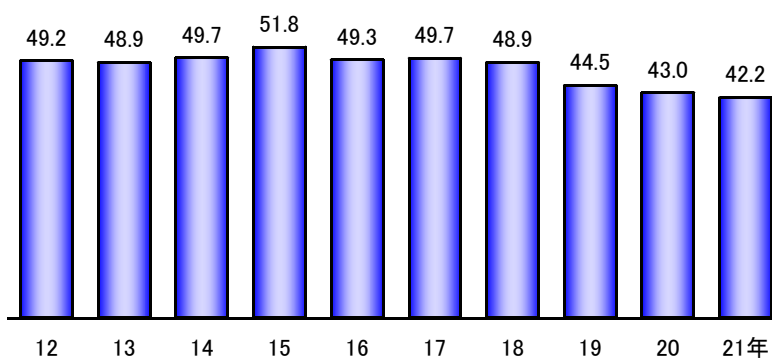
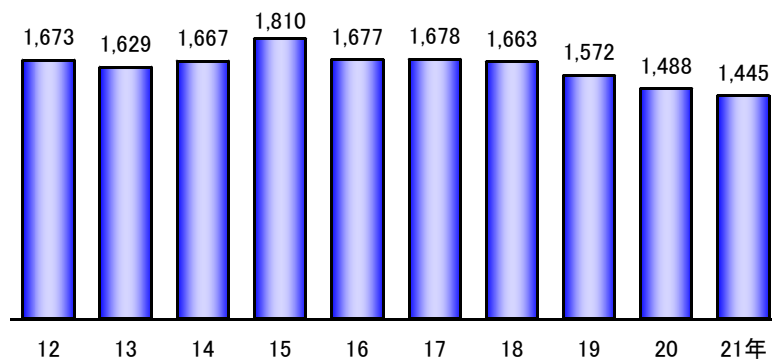


図1-79 調味料製造業の従業者1人当たり付加価値額



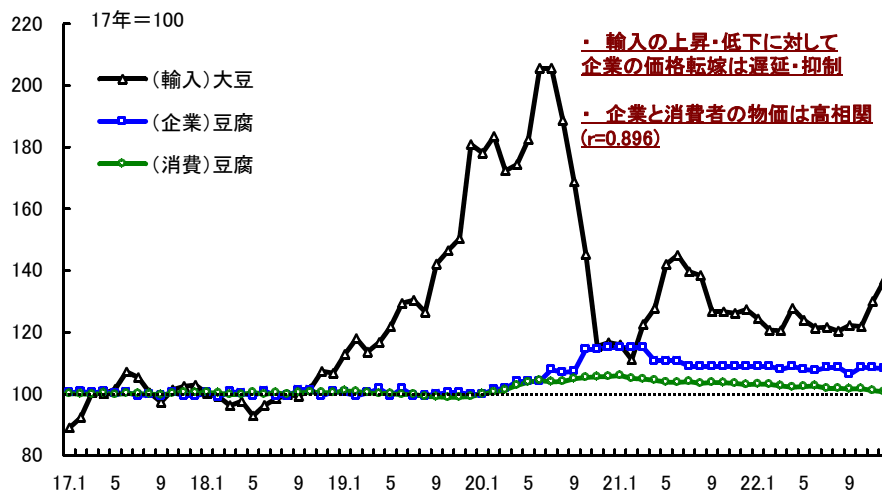
(7) 大豆・同加工品

**豆腐の消費者物価は平成21年から緩やかに低下、企業物価も平成21年から緩やかに低下**

豆腐の原料である大豆の平成22年度における輸入物価は対前年比▲5.2%とやや低下。豆腐の企業物価は同▲2.2%、消費者物価も同▲2.0%とわずかに低下している。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいから急騰しているが、企業物価及び消費者物価は緩やかに低下している。

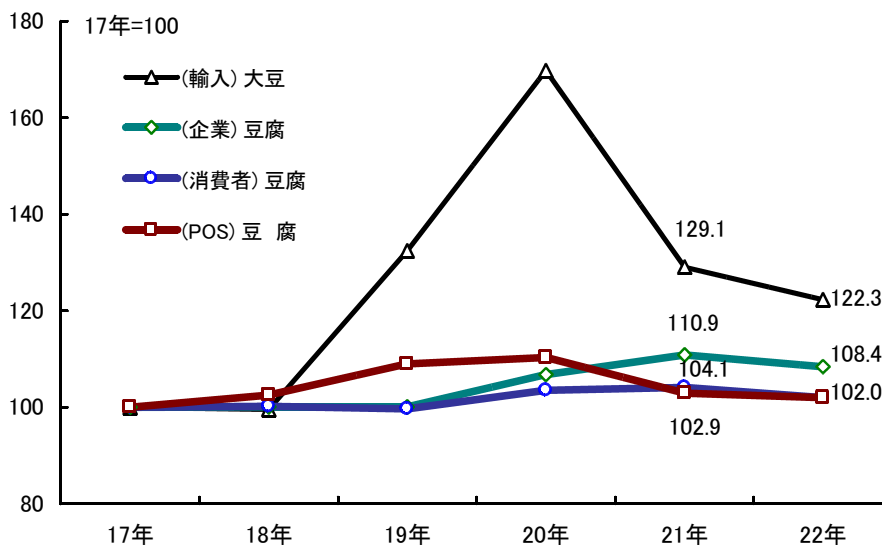
輸入物価の上昇・低下に対して企業の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。また、企業と消費者の物価は高相関となっている(R=0.896)

図1-80 豆腐の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-81 豆腐の物価と小売単価(POS)の変動



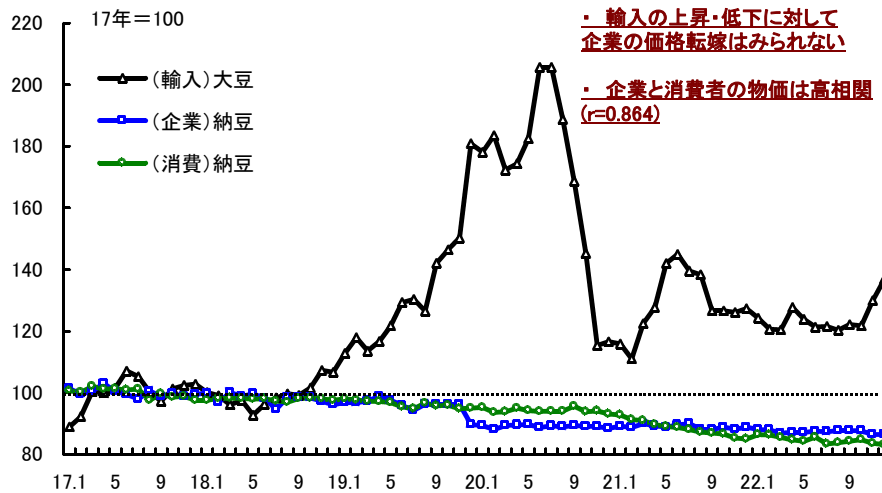
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 納豆の消費者物価は平成20年から緩やかに下落、企業物価も平成21年からわずかに低下傾向

納豆の原料である大豆の平成 22 年度における輸入物価は対前年比▲ 5.2 %とやや低下。納豆の企業物価は同▲ 1.7 %とわずかに低下、消費者物価は同▲ 4.3 %とやや低下している。月別推移についてみると、輸入物価は横ばいから急騰しているが、企業物価及び消費者物価は緩やかに低下しており、うち、消費者物価の低下幅が大きくなっている。

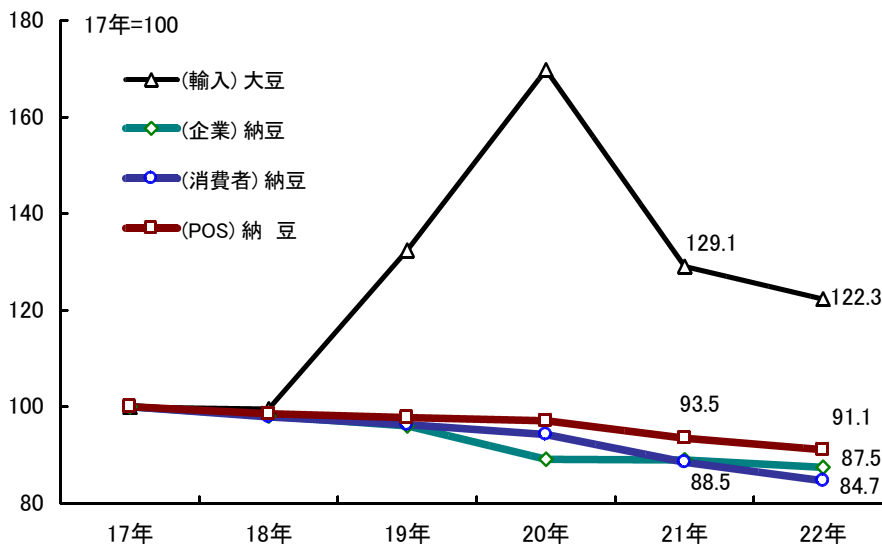
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁はみられない。また、企業と消費者の物価は高相関となっている (R=0.864)

図1-82 納豆の輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-83 納豆の物価と小売単価(POS)の変動



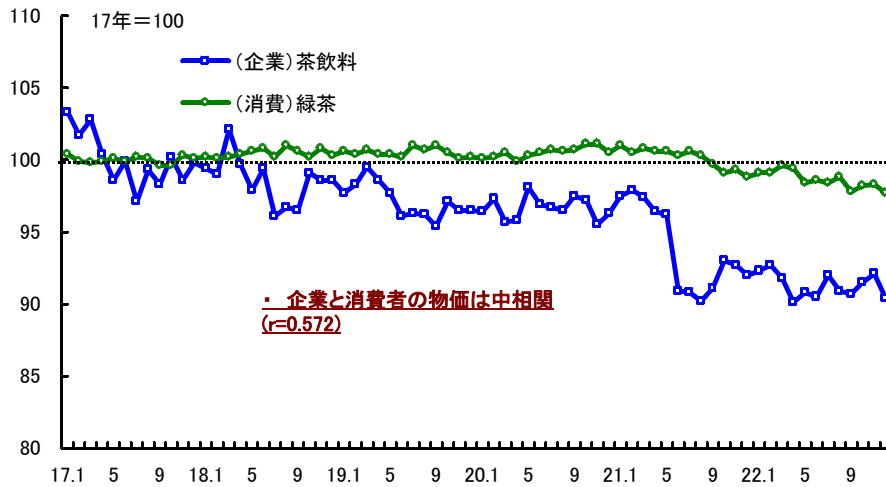
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

(8) 飲料

**茶飲料の消費者物価は平成21年から緩やかに下落、企業物価も平成19年から変動を繰り返しながら下落**

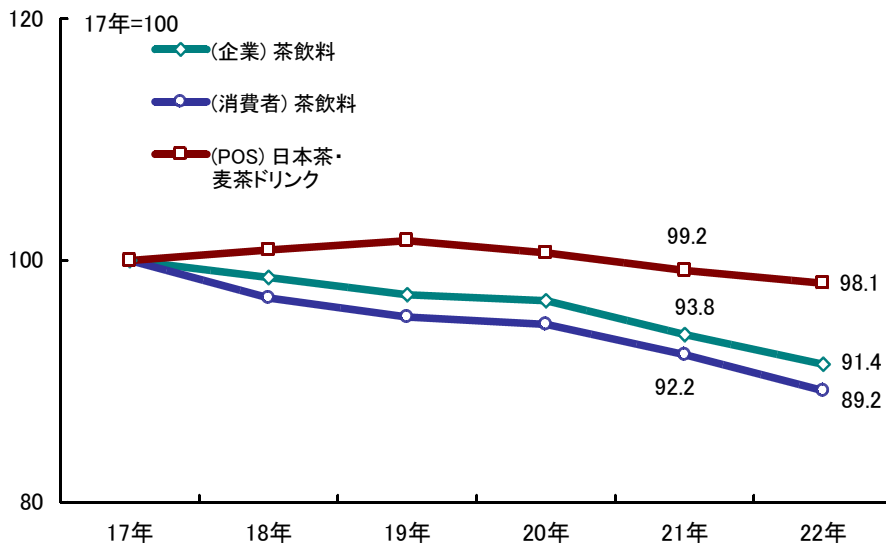
茶飲料の平成22年度における企業物価は対前年比▲2.6%とわずかに低下、消費者物価は同▲3.3%とやや低下している。月別推移についてみると、企業物価は変動しながら緩やかに低下、消費者物価も緩やかに低下している。なお、企業物価と消費者物価の相関はやや高い(R=0.572)。

図1-84 茶飲料の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-85 茶飲料の物価と小売単価(POS)の変動



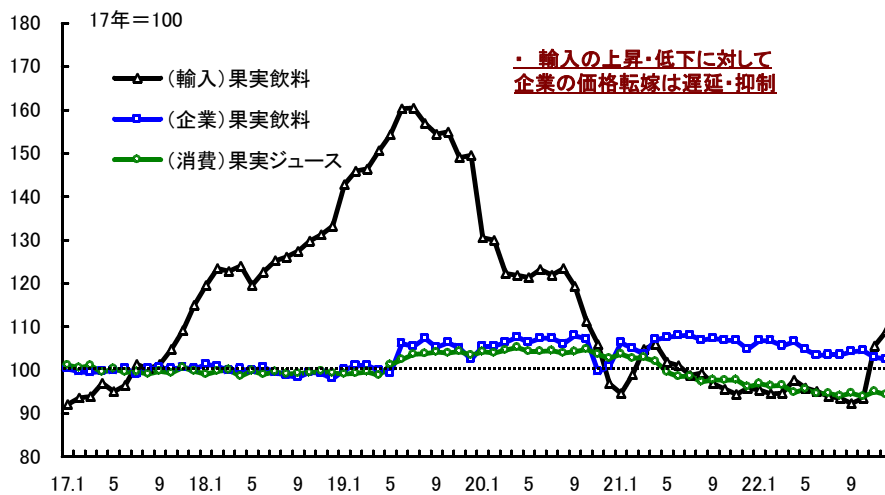
資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」

## 果実飲料の消費者物価は平成20年から緩やかに下落、企業物価も平成21年からわずかに低下傾向

果実飲料の平成 22 年度における輸入物価は対前年比▲ 4.4 %とやや低下。企業物価は同▲ 1.5 %とわずかに低下、消費者物価は同▲ 4.4 %とやや低下している。月別推移についてみると、輸入物価は低下から平成 22 年 11 月には急騰に転じている。企業物価及び消費者物価は緩やかに低下しているが、消費者物価の低下幅が大きくなっている。

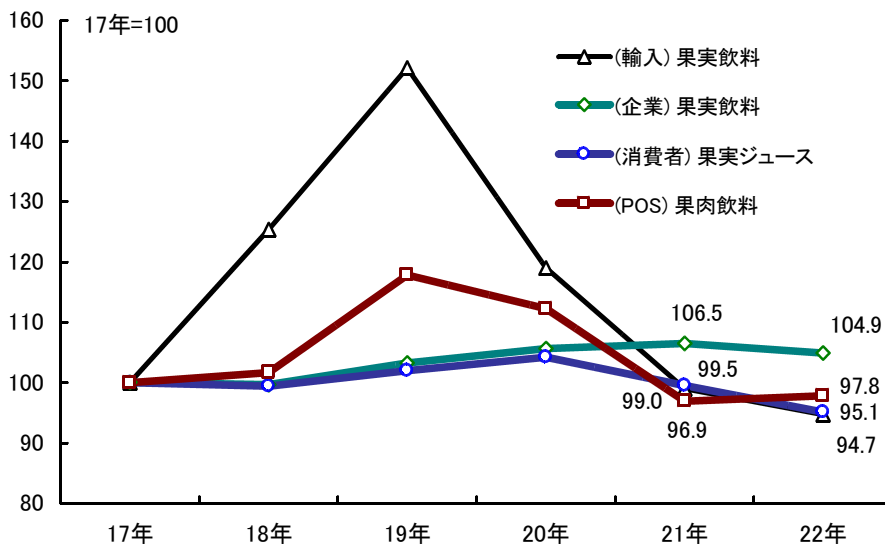
輸入物価の上昇・低下に対して企業物価の価格転嫁は遅延・抑制傾向となっている。

図1-86 果実ジュースの輸入物価・企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」「輸入物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-87 果実飲料の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」



## 飲料製造業における原材料使用額割合は、平成19、20年にわずかに上昇し、その結果、付加価値率が低下

飲料製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合は、平成19、20年に原料価格の高騰から上昇し、その結果、付加価値率が低下している。平成21年の原材料使用額割合も上昇し、付加価値率は低下している。従業者1人当たり付加価値額は平成21年は対前年比で改善しているものの、平成12年対比で▲17.7%と労働生産性の低下がみられる。

図1-88 飲料製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

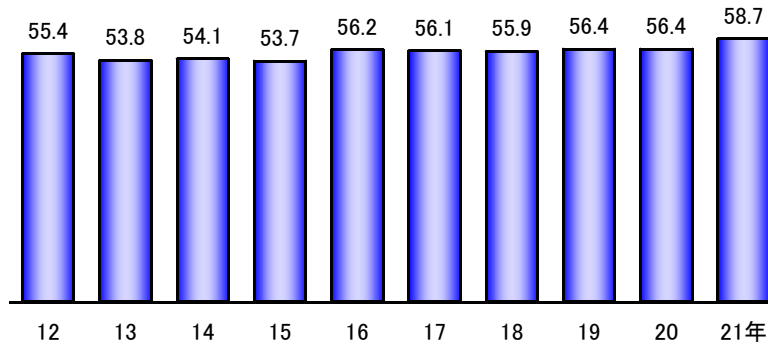


図1-89 飲料製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

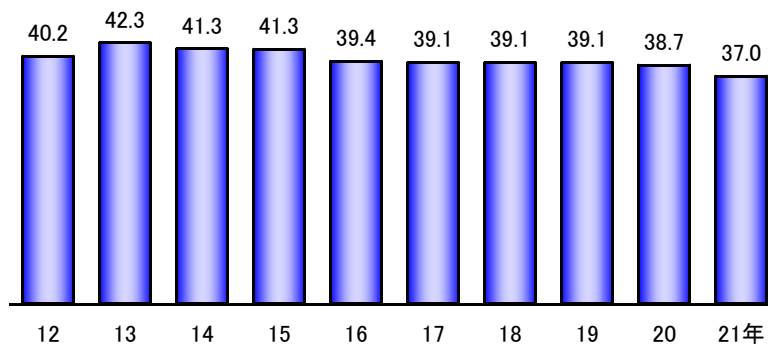
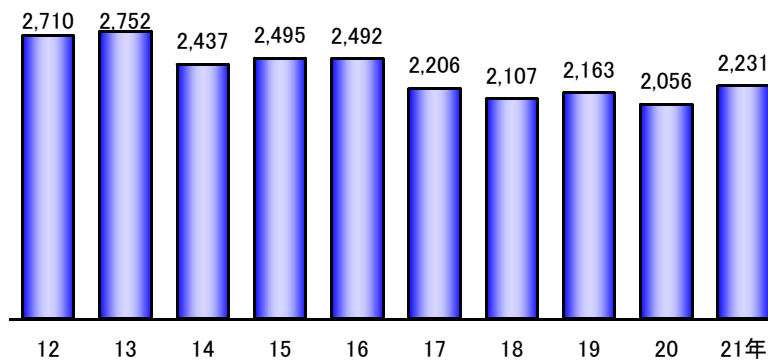


図1-90 飲料製造業の従業者1人当たり付加価値額

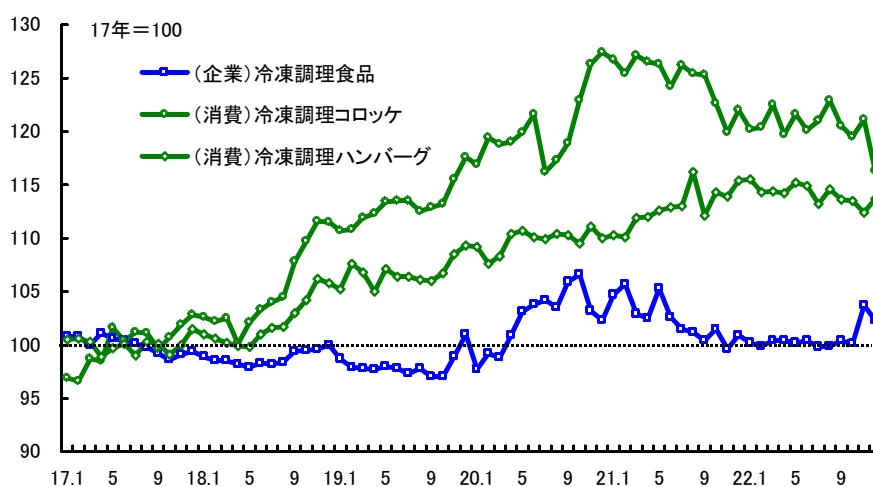


(9) 調理冷凍食品

**調理冷凍食品の消費者物価は冷凍調理コロッケが平成21年から変動を繰り返しながら下落、  
冷凍調理ハンバーグが上昇から平成22年は低下傾向、企業物価も平成21年から下落傾向**

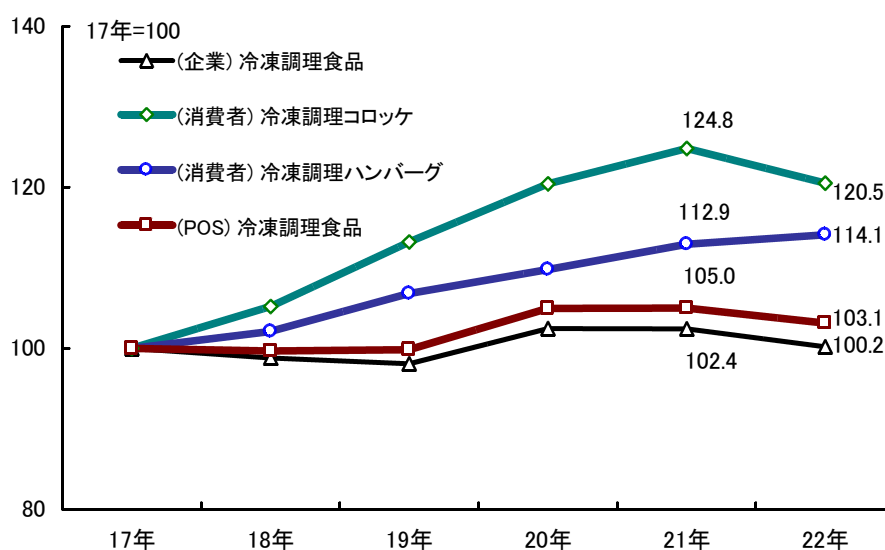
調理冷凍食品の平成 22 年度における企業物価は対前年比▲ 2.2 %とわずかに低下、冷凍調理コロッケの消費者物価は同▲ 3.4 %とやや低下、また、冷凍調理ハンバーグの消費者物価は同 1.1 %とわずかに上昇している。月別推移についてみると、企業物価は緩やかに低下したが 11 月に上昇、冷凍調理コロッケの消費者物価は変動しながら低下、冷凍調理ハンバーグの消費者物価は横ばいで推移している。

図1-91 冷凍調理食品の企業物価・消費者物価の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

図1-92 冷凍調理食品の物価と小売単価(POS)の変動



資料: 日本銀行「企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」、農林水産省「食品産業動態調査」