

# トータルマーケット

## 23年の動き

本誌調査による2023年の酒類食品トータルマーケットは、総生産額で26兆3,624億円（前年比3.4%増）だった。人口減・高齢化が加速しているが、人間生活に欠かせない産業だけに、景気にも比較的左右されにくく安定した推移が続いている。物量ベースの需要は横ばいながら、製品の高付加価値化で単価アップが進んだ業種や品目も出てきている。

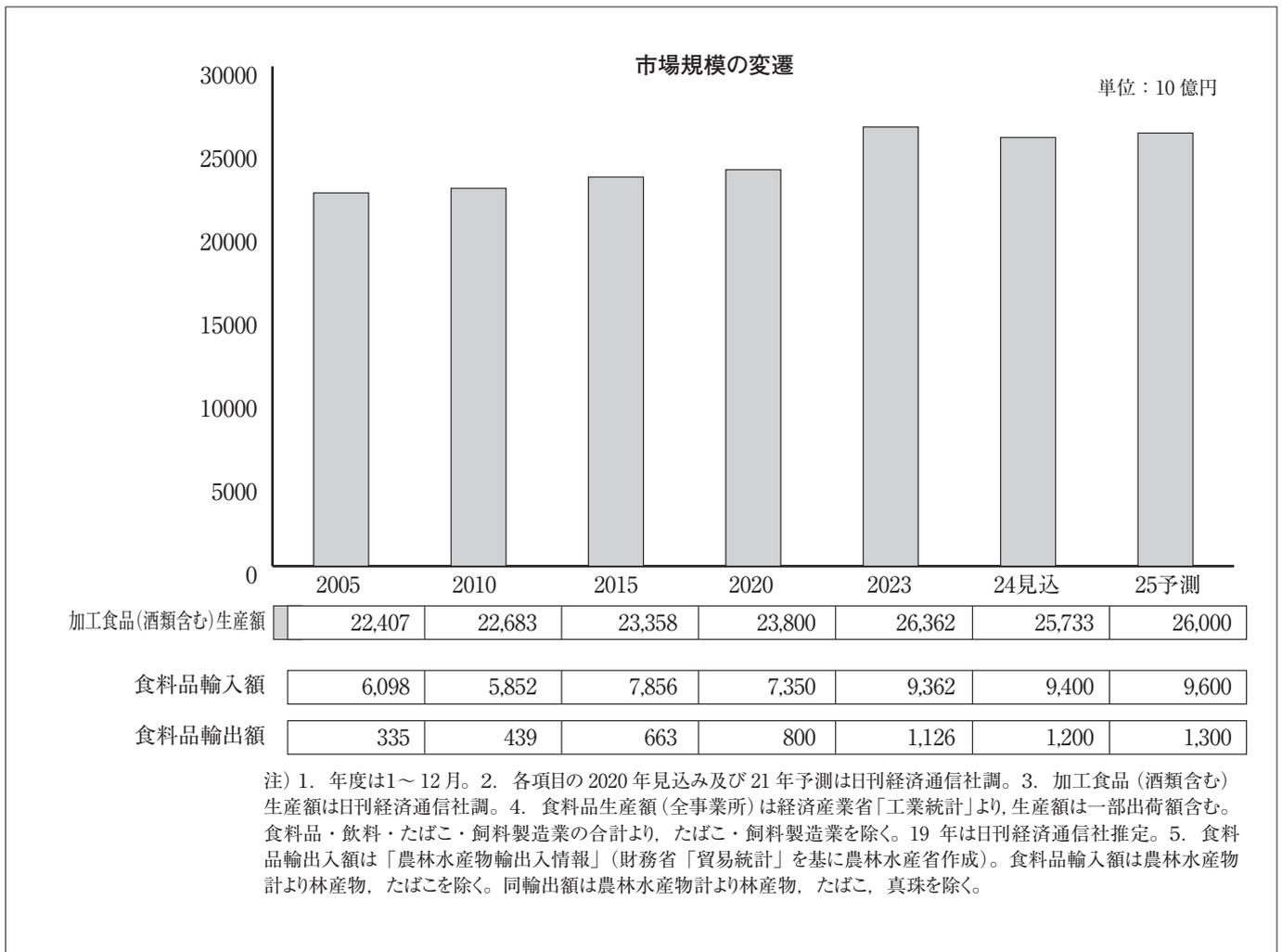
全17業種のうち、前年実績を上回ったのは牛乳・乳製品、清涼飲料、嗜好飲料、調味料、食肉・食肉加工品、水産練り製品、小麦粉・粉2次加工品、菓子類、砂糖・糖化製品、冷凍食品、健康食品、その他農産加工品、その他水産加工品の。原材料コスト高騰に伴う、製品の価格改

定効果から多くの業種が前年を上回った。

業種別の動向をみると、酒類は焼酎甲類、本格焼酎、ブランドーなどが前年割れだが、その他は前年を超える実績。

牛乳・乳製品は全体的に苦戦で、調整乳、全粉乳、クリーム、アイスクリーム・冷菓などが前年を上回っているが、その他は前年割れ。缶瓶詰はマイナス。清涼飲料はさらに増勢。嗜好飲料は前年超え。

油脂は全体的にマイナス。調味料は、しょうゆ、みそなど基礎調味料は堅調。健康志向を背景にドレッシング類などが伸びた。食肉加工品、レトルト食品、冷凍食品は順調な動き。小麦粉・粉2次加工品は、パン類、めん類など主食系のカテゴリーが根強い需要に支えられている。菓子類では、チョコレートがけん引。その他農産加工品では、でんぷん、納豆、無菌包装米飯などが数字を伸ばした。



## 24年の動き

本誌調査による2024年の酒類食品トータルマーケットは、25兆7,334億円（2.4%減）とマイナスを予想した。原料コスト高騰により、様々な食品が値上げされたことで需要がやや停滞。また、コロナ禍が明け、飲食店を中心とする業務用の需要が戻るかと思われたが、回復は鈍化していることで、成長に歯止めがかかっている。

全17業種のうち、牛乳・乳製品、缶詰、嗜好飲料、油脂、調味料、食肉・食肉加工品、小麦粉、粉二次加工品、菓子類、砂糖・糖化製品、冷凍食品、レトルト食品、健康食品、その他水産加工品が前年クリアを見込む。

業種別の動向をみると、酒類は焼酎甲類、みりん、ビー

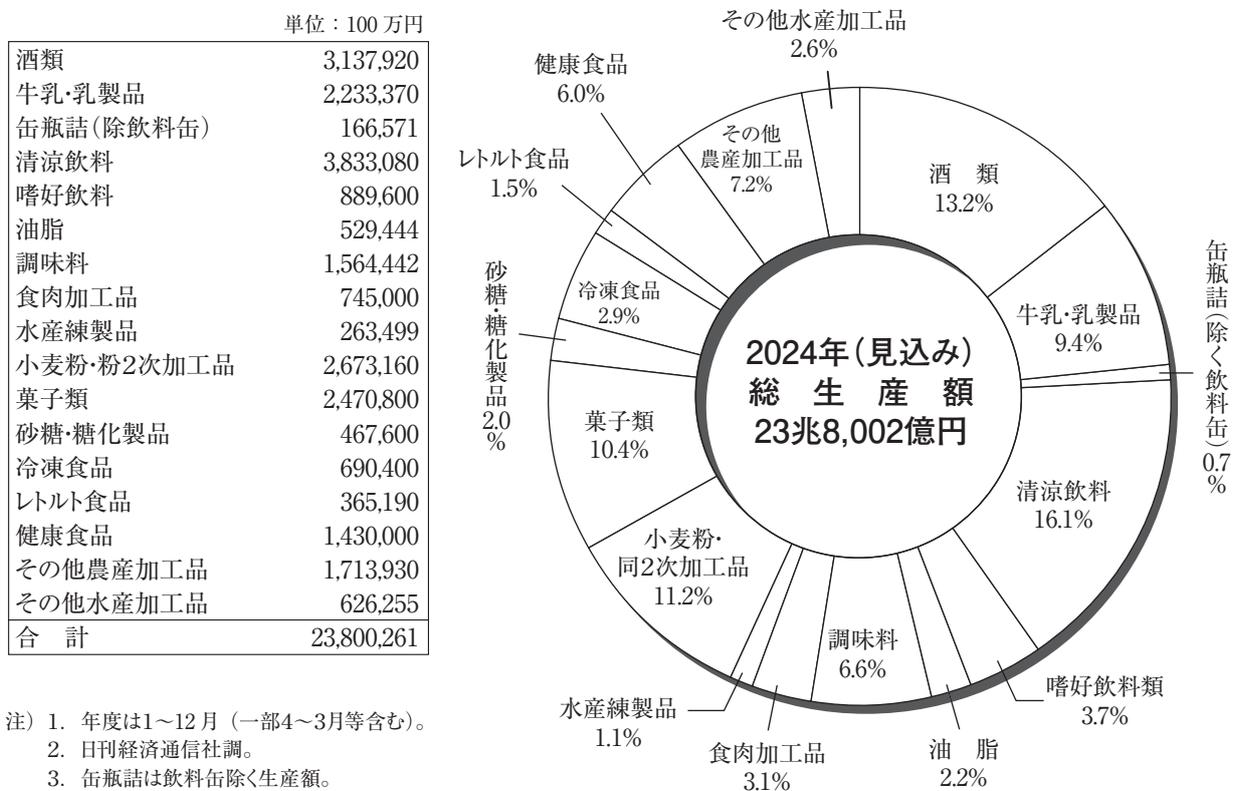
ル、ウイスキー、発泡酒などが前年を上回る見込み。牛乳・乳製品は、調製粉乳、脱脂練乳、無糖練乳などを除き、前年を上回る見込み。缶詰は、全体的に好調な推移、清涼飲料は、トマトジュース、野菜飲料などを除き、前年を上回る見込み。

調味料は全体的に好調に推移しており、一部を除き前年を上回る見込みとなっている。

そのほか、粉二次加工品は全カテゴリーで前年超えの見込み。また、菓子類も全カテゴリーで前年超えの見込み。

冷凍食品や健康食品、水産加工品なども全体的に好調な推移となっている。

2024年（見込み）の業種別シェア



- 注) 1. 年度は1～12月（一部4～3月等含む）。  
2. 日刊経済通信社調。  
3. 缶詰は飲料缶除く生産額。