

トータルマーケット

21 年の動き

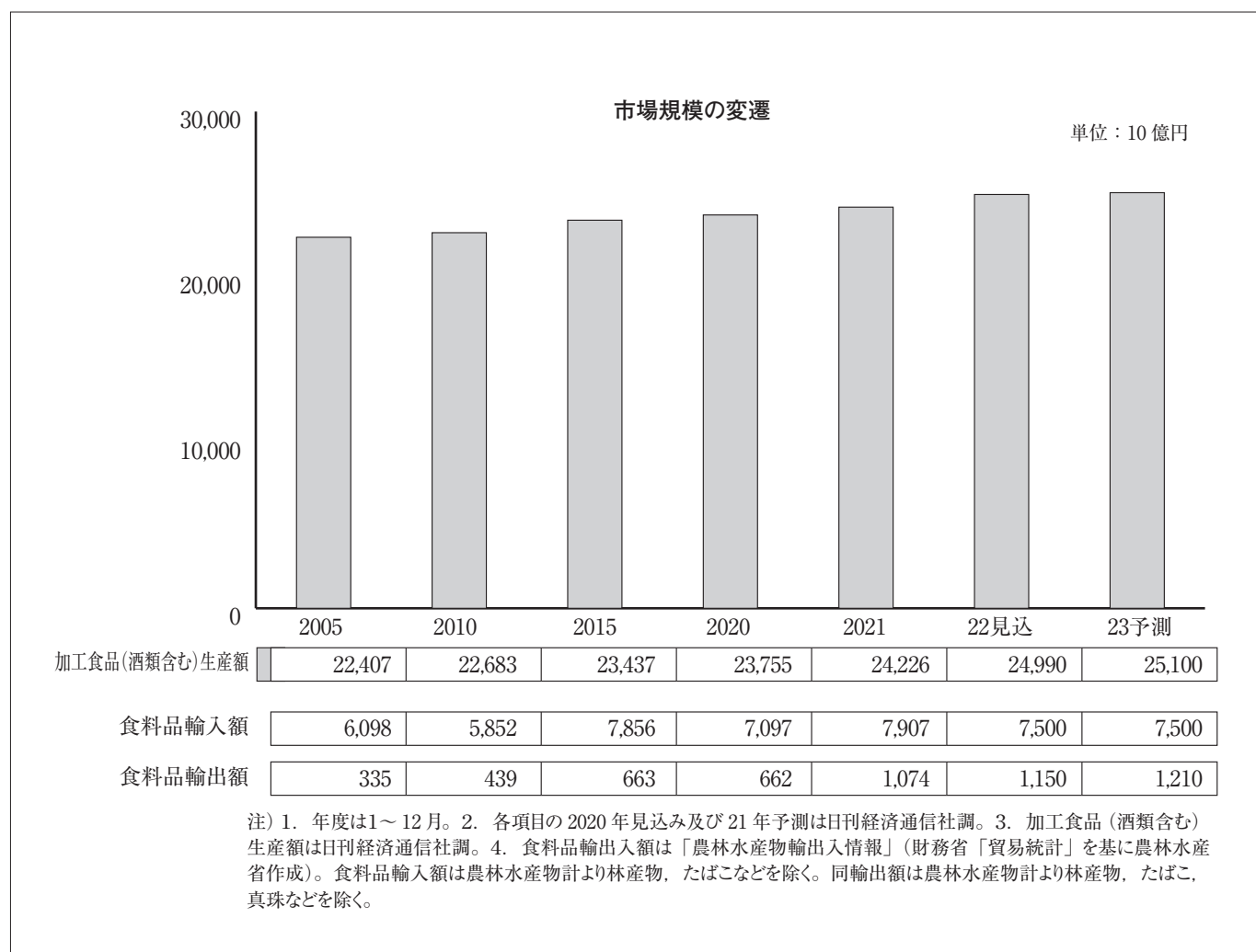
本誌調査による 2017 年の酒類食品トータルマーケットは、総生産額で 24 兆 1,637 億円（前年比 2.0%増）だった。前年は新型コロナウイルス感染防止を目的とした緊急事態宣言の影響などから業務用需要が大幅に減少。21 年は、外出をする人々が増加したことなどから、業務用需要が若干回復。また、テイクアウトやデリバリーなどの業態が定着したことで、飲食店の動きも回復傾向となっている。

家庭用カテゴリーは内食需要が高水準で推移したことで堅調な動き。前年に半ば強制的ではあるが家庭で飲食を楽しむことを再認識した層も存在しており、好調な動きが継続した。この結果、全体で前年を上回る生産額となった。

全 17 業種のうち、前年実績を上回ったのは酒類、牛乳・

乳製品、清涼飲料、嗜好飲料、油脂、水産練製品、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。

業種別の動向をみると、酒類は清酒、本格焼酎、ウイスキーなど多くのカテゴリーが前年を下回る実績だが、ビールや発泡酒は前年を超える動きとなった。牛乳・乳製品は、飲用牛乳類、発酵乳などが前年割れだが、バター、チーズ、アイスクリーム・冷菓などは前年超え。缶詰は、果実缶を除き前年割れ。清涼飲料は、豆乳、野菜飲料、スポーツ飲料などが好調だが、全体では前年割れのカテゴリーが多い。嗜好飲料は、麦茶、インスタントコーヒー、ココアが好調。油脂は、全てのカテゴリーで前年割れ。調味料は、マヨネーズ類やトマト加工品洋風スープなどが好調。食肉加工品は苦戦。水産練り製品は、魚肉ハム・ソーセージを除き好調。小麦粉・粉 2 次加工品は、生麺以外が前年割れ。菓子は、あめ菓子、せんべい、油菓子を除き前年を上回る実績。砂糖・糖化製品は、水飴を除き好調。冷凍食品、レトルト食品、健康食品は、いずれも堅調。



22 年の動き

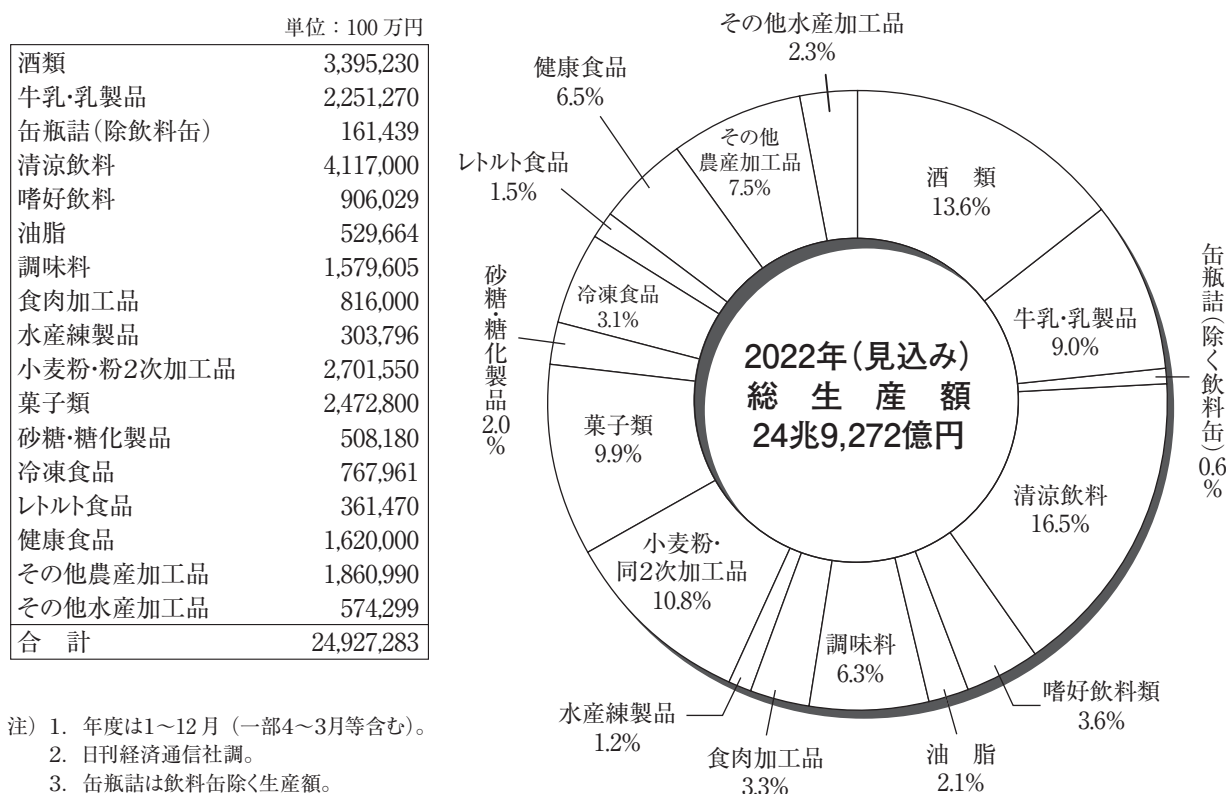
本誌調査による 2022 年の酒類食品トータルマーケットは、24 兆 9,272 億円（3.2%増）とプラス成長を予想した。新型コロナウイルス感染者数は、以前として増減を繰り返しているが、コロナ禍初期と比較すると人々の防衛意識がやや希薄になったことなどから、人流が増加。これにより、飲食店や観光地などでの需要が回復傾向となっている。しかし、依然として新型コロナウイルスの影響はあり、業務用需要は 19 年の水準までには回復していない。

全 17 業種のうち、前年実績を上回ったのは酒類、牛乳・乳製品、缶詰、清涼飲料、嗜好飲料、調味料、食肉加工品、水産練製品、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、レトルト食品、その他農産加工品、その他水産加工品。

業種別動向を見ると、酒類は、清酒、果実酒類、発泡酒、その他醸造酒が前年割れだが、それ以外のカテゴリーは全て前年を上回る見込み。牛乳・乳製品は、発酵乳を除

いた全てのカテゴリーで前年を上回る見込み。缶詰は、ジャム缶詰、飲料缶詰が前年を上回ったが、その他は前年割れ。清涼飲料は、炭酸飲料、果実飲料、茶系飲料が微増。嗜好飲料は、インスタントコーヒー、レギュラーコーヒー、工業用コーヒー、ココアが好調。油脂は、食用油、ショートニングが回復。調味料は、業務用需要の回復から全体的に前年超えのカテゴリーが多い。食肉加工品、水産練り製品は前年を上回る予想・小麦粉・粉 2 次加工品は、乾麺がやや前年割れだが、その他は前年を上回る見込み。菓子は、せんべい、米菓、油菓子、その他を除き前年を上回る見込み。砂糖・糖化製品は、全てのカテゴリーで前年を上回る見込み。冷凍食品、レトルト食品は、健康食品は、好調が継続する見込み。

2022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。