

酒類・食品 & News 解説

週刊

令和7年7月18日(金曜日) 第3454号

(昭和42年7月10日第3種郵便物認可)

毎週金曜日 発行 編集発行人 石母田 健

購読料 6ヵ月 15,730円(税込み)

振替番号 東京4-71739

発行所 株式会社 日刊経済通信社

本社 東京都中央区日本橋小伝馬町10番11号 日本橋府川ビル

☎03(5847)6611(代) FAX 03(5847)6600

名古屋支局 ☎052(253)6924 大阪支局 ☎06(6353)1791

http://www.nikkankeizai.co.jp/

地方別・県庁所在地別チーズ消費支出

総務省調

年次	2023年		2024年		年次	2023年		2024年	
地方	金額	数量	金額	数量	地方	金額	数量	金額	数量
都市区分	円	g	円	g	都市区分	円	g	円	g
北海道	7,383	3,483	7,797	3,653	甲府市	6,987	3,423	7,560	3,480
東北	6,342	3,065	6,730	3,255	長野市	8,463	4,028	8,340	4,291
関東	8,217	3,952	8,260	3,908	岐阜市	6,218	3,057	8,713	4,327
北陸	6,352	3,232	6,861	3,398	静岡市	7,605	3,879	7,229	3,434
東海	6,330	3,266	6,624	3,185	名古屋市	6,314	3,434	7,425	3,552
近畿	6,391	3,254	6,378	3,250	津市	5,832	3,107	5,975	3,131
中国	5,946	3,000	6,220	3,148	大津市	7,461	4,062	8,155	3,723
四国	5,012	2,629	4,496	2,317	京都市	7,186	3,301	7,346	3,801
九州	5,684	2,886	5,797	2,921	大阪市	5,927	3,463	6,332	3,549
沖縄	6,756	3,487	7,129	3,533	神戸市	7,314	3,514	7,211	3,520
					奈良市	7,271	3,861	7,129	3,085
札幌市	7,946	3,784	8,872	3,940	和歌山市	4,193	2,270	4,524	2,221
青森市	6,363	3,065	6,572	3,460	鳥取市	5,206	2,643	5,726	2,946
盛岡市	6,656	3,188	6,588	3,053	松江市	6,271	3,164	5,545	2,895
仙台市	7,326	3,713	8,923	4,110	岡山市	6,746	3,337	7,249	3,451
秋田市	6,415	3,042	6,991	3,441	広島市	6,203	3,072	6,168	3,147
山形市	7,019	3,271	8,283	3,854	山口市	6,437	3,094	5,918	2,837
福島市	8,114	3,626	7,200	3,656	徳島市	4,968	2,618	5,921	2,864
水戸市	8,122	4,100	6,613	3,326	高松市	5,686	2,859	5,681	2,782
宇都宮市	7,844	3,504	7,099	3,542	松山市	4,027	2,252	4,636	2,142
前橋市	7,503	3,655	6,480	3,194	高知市	4,859	2,531	4,436	2,065
さいたま市	8,483	3,952	8,831	4,021	福岡市	6,703	3,161	8,090	4,045
千葉市	8,053	3,620	8,186	3,752	佐賀市	5,815	2,858	5,552	2,641
東京都区部	9,515	4,390	9,320	4,002	長崎市	5,595	3,033	5,724	2,695
横浜市	8,278	3,944	9,006	4,152	熊本市	6,674	3,199	6,876	3,384
新潟市	7,371	3,396	7,610	3,871	大分市	5,864	2,794	5,454	2,630
富山市	7,117	3,415	6,962	3,195	宮崎市	4,461	2,486	5,764	2,590
金沢市	7,892	4,281	7,447	3,768	鹿児島市	5,788	2,953	5,783	3,084
福井市	5,087	2,423	5,950	2,657	那覇市	7,285	3,972	6,354	3,277

注) 二人以上の世帯。

金額ベースは、北陸(8・0%増)を筆頭に、東北(6・1%増)、北海道(5・6%増)、沖縄(5・5%増)、東海(4・6%増)、中国(4・6%増)、九州(2・0%増)、関東(0・5%増)で増加する一方、四国(10・3%減)、近畿(0・2%減)で減少。購入数量は、東

(2面に続く)

チーズの支出金額が増加している。昨今の値上げの影響が主な要因だが、家庭での調理用途が堅調で、喫食機会が増加していることも要因だ。

2024年(1~12月)のチーズ1世帯当たりの購入状況 総務省家計調査・二人以上の世帯)は、支出金額は7096円で1・9%増。また、購入数量は3445gで0・1%増。金額・数量ともに増加した。家庭用チーズの支出金額は09年に4000円を上回り、16年には5000円台をクリア。19年の支出金額

は初めて6000円を超えた。20年はコロナ禍に見舞われた2月以降、過去例の無い勢いで伸長したが、21年は反動でわずかながら減少。しかし22年は期中2度の値上げの影響から2・7%減と2年連続で減少し

た。23年は数量ベースで大幅減となる一方、金額ベースでは20年(6788円)を上回り過去最高を更新。24年は初めて7000円を超えた。複数回の値上げによ

る物量の低迷が続くものの、チーズの美味しさや栄養面などの機能性に対する一定の評価が継続していることを示している。購入状況を地域別にみると、支出金額は10地域中、近畿と四国を除く8地域で増加。購入数量は関東、東海、近畿、四国を除く6地域で増加した。

チーズの支出金額 東京都心で1万円に迫る

主な内容

チーズの支出金額 12面
上期の清涼飲料市場 7面
ヤヨイス秋の新商品 3面
マルハ秋の新商品 5面

フリースイ秋季新商品 10面
食「品」WFAOED開催 2面
三養ダイヤモンドフェア 15面
タビユインサリン多田常務 67面
直トッパードリンコ中島社長 1314面
原料商品情報 89面

日刊食品通信

●A4判速報形式
●有力企業広告も掲載
●購読料 6ヵ月45,100円(税込み)

日刊食品通信

業界唯一の酒類食品総合日刊紙。多忙の時はヘッドラインをお読み下さい。本文も簡潔、明瞭です。

日刊経済通信社の刊行物

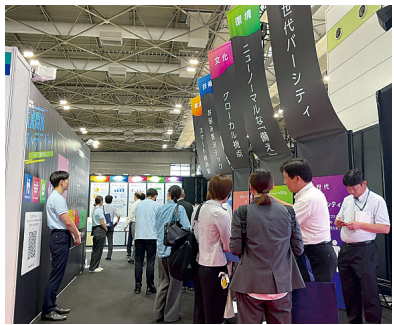
酒類食品統計月報

●B5判雑誌形式。毎月月末発行
●有力企業広告も掲載
●購読料 6ヵ月24,750円(税込み)

独自の調査による統計・レポートづくりを通じて50余年。今後も酒類食品業界をデータとして記録し続けます。

酒類食品統計月報

2022 1



伊藤忠食品「FOOD WAVE」 テーマは「未来開拓ストラテジー」

（写真左上）

物流革新 ZONE では、物
流課題解決を提案。202

会場入り口
のマーケティング
ZONE
E は 8 つの
テーマで構
成。
成。
成。

コメント。

企業 ZONE
は 8 つの
テーマで構
成。
成。
成。

では、2030 年を捉えた市
場予測に基づき、生活者の未
来を予測し、展示会テーマ
「未来開拓ストラテジー」に
繋がる 5 つのキーワードを掲
示。世代（世代バースティ）、
環境（ニューノーマルな「備
え」）、文化（グローバル視
点）、技術（お悩み解決テッ
ク）、経済（スマート経済賢
で、今後の課題をわかりやす
く発信、ISC の強みを生か
した提案で課題解決へのヒ
ントと情報を提供。

今年、伊藤忠食品は、9、
10 日に展示会「FODW
AVE OSAKA 2025」
をインテックス大阪 2 号
館で開き、小売業など得意先
約 8000 名が来場した。

また、主要消費地を県庁
所在地別にみると、47 県庁
所在地のうち、前年をやや
下回る 32 カ所で消費支出が
6000 円を超過（前年

物流革新 ZONE では、物
流課題解決を提案。202

会場入り口
のマーケティング
ZONE
E は 8 つの
テーマで構
成。
成。
成。

コメント。

企業 ZONE
は 8 つの
テーマで構
成。
成。
成。

では、2030 年を捉えた市
場予測に基づき、生活者の未
来を予測し、展示会テーマ
「未来開拓ストラテジー」に
繋がる 5 つのキーワードを掲
示。世代（世代バースティ）、
環境（ニューノーマルな「備
え」）、文化（グローバル視
点）、技術（お悩み解決テッ
ク）、経済（スマート経済賢
で、今後の課題をわかりやす
く発信、ISC の強みを生か
した提案で課題解決へのヒ
ントと情報を提供。

今年、伊藤忠食品は、9、
10 日に展示会「FODW
AVE OSAKA 2025」
をインテックス大阪 2 号
館で開き、小売業など得意先
約 8000 名が来場した。

また、主要消費地を県庁
所在地別にみると、47 県庁
所在地のうち、前年をやや
下回る 32 カ所で消費支出が
6000 円を超過（前年

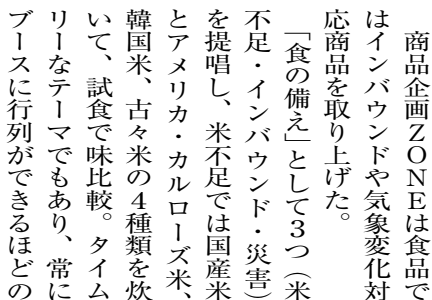


惣業業務用コーナーでは、
消費者とバイヤーの悩みに沿
い提案。米不足・高騰が社会
問題となつていことから、
代替となる主食として、パ
ン（焼成済み冷凍パンと近畿
2 府 4 県のフルーツを使った
フィリングで）・麺（全国＋
近畿のご当地麺）粉もん（お
好み焼きの千房×香辛料のや
まつ田田）の 3 つを。

冷凍技術を活用した凍眠凍
結酒は、「新たに「黒松白鹿
しぼりたて純米凍結生酒」辰

馬本家酒造、兵庫）、「純米吟
醸生酒 アイスエイジ」（玉乃
光酒造、京都）、「賀茂泉 純
米生酒凍結酒」（賀茂泉酒造、
広島）、「五橋 純米凍結生酒」
（酒井酒造、山口）、「MOZ
U（百舌鳥）純米吟醸凍結生
酒」（利休蔵、大阪府）が加
わり、既存の黄桜、小西酒造、
酔心山根本店、羽田酒造、招
徳酒造と合わせ 11 品のライン
アップに拡充。「東京・品川
の大型ホテル敷地内のコンビ
ニでは凍眠生酒がインバウン
ドから大人気」（同社）。

凍眠フルーツ（同左下）は、
味も価格も不安定なフルーツ
を「熟れ頃のもぎたてを急速
冷凍」、その付加価値をアピ
ールした。



凍眠フルーツ（同左下）は、
味も価格も不安定なフルーツ
を「熟れ頃のもぎたてを急速
冷凍」、その付加価値をアピ
ールした。

凍眠フルーツ（同左下）は、
味も価格も不安定なフルーツ
を「熟れ頃のもぎたてを急速
冷凍」、その付加価値をアピ
ールした。

凍眠フルーツ（同左下）は、
味も価格も不安定なフルーツ
を「熟れ頃のもぎたてを急速
冷凍」、その付加価値をアピ
ールした。

凍眠フルーツ（同左下）は、
味も価格も不安定なフルーツ
を「熟れ頃のもぎたてを急速
冷凍」、その付加価値をアピ
ールした。

物流革新 ZONE では、物
流課題解決を提案。202

会場入り口
のマーケティング
ZONE
E は 8 つの
テーマで構
成。
成。
成。

コメント。

企業 ZONE
は 8 つの
テーマで構
成。
成。
成。

では、2030 年を捉えた市
場予測に基づき、生活者の未
来を予測し、展示会テーマ
「未来開拓ストラテジー」に
繋がる 5 つのキーワードを掲
示。世代（世代バースティ）、
環境（ニューノーマルな「備
え」）、文化（グローバル視
点）、技術（お悩み解決テッ
ク）、経済（スマート経済賢
で、今後の課題をわかりやす
く発信、ISC の強みを生か
した提案で課題解決へのヒ
ントと情報を提供。

今年、伊藤忠食品は、9、
10 日に展示会「FODW
AVE OSAKA 2025」
をインテックス大阪 2 号
館で開き、小売業など得意先
約 8000 名が来場した。

また、主要消費地を県庁
所在地別にみると、47 県庁
所在地のうち、前年をやや
下回る 32 カ所で消費支出が
6000 円を超過（前年

（松丸浩二）