

三菱食品のセグメント別平均箱(ケース)単価(4～3月)

(単位：円、%)

年度	加工食品	冷食＋アイス	酒類	菓子
2020 年	2,268 円（+0.44％）	3,849 円（-0.72％）	3,362 円（-0.27％）	2,255 円（+0.58％）
2021 年	2,197 円（-3.13％）	4,101 円（-6.55％）	3,454 円（-2.73％）	2,350 円（+4.21％）
2022 年	2,394 円（+4.52％）	4,354 円（+6.19％）	3,488 円（+3.85％）	2,439 円（+3.85％）
2023 年	2,583 円（+4.35％）	4,447 円（+4.94％）	3,575 円（+4.59％）	2,632 円（+7.47％）
2024 年	2,664 円（+3.15％）	4,508 円（+1.37％）	3,637 円（+1.74％）	2,818 円（+7.05％）

今年も酒類食品産業様々な業種で、販売価格の価格改定・値上げの傾向が継続している。

改定・値上げの傾向が継続している。

上
酒

酒類は20年3362円、

輸入品含み
原料価格の高騰や物流費、包装資材費もさらなる上昇が予測されている。

そこで商品価格に関してこの5年と比較してみた。

三菱食品のセグメント別商品販売（ケース）単価で見ると、加工食品が20年2268円、24年2664円と396円・17.5%上昇。冷食・アイス（低温食品）が20年3849円、24年4408円と559円・14.5%

酒類は20年33362円
24年3637円と275
円・8・2％上昇。菓子が
20年2255円が24年28
18円と563円・25.0％
上昇となった。

加食と低温の2ヶタ上昇
もそうだが、菓子に至っ
ては、同社は「ハリボー」
「ウオーカー」などオリジ
ナル輸入菓子も含むとはい
え、25％の単価アップには
驚かされた。

この5年比較では、20年、
21年と新型コロナウイルスを主
因とした単価下落、たとえ
ば20年、21年の冷食+アイ
ス、酒類では、そんな影響
が見られた。

一方菓子では、カカオ相
場の高騰が大きく影響して
おり、全体の押上要因と
なっている。

なお、ご参考まで20年の
セグメント別概況を記すと、
加食は冷夏で冷涼飲料
が減少、菓ごもりで単価の
高い調味料類が伸びた。

冷食+アイスは、コロナ

商品販売単価、5年で2_ケタ上昇

三菱食品のセグメント別比較

主な内容

「米国関税措置酒類向け」説明会	5面
サトリ「赤玉」から大型新商品	9面
「秋冬家庭用」商品	3面
サトリ「赤玉」から大型新商品	11面

秋冬の食肉加工品	2面
はごろも秋の新製品	67面
明星「麺の明星主 食品」食趣宣言」掲げる	14面
直撃 国太楼社長	13面
トップ 白鶴 直撃 酒造 嘉納社長	15面
◎原料商品情報	8面

用冷食が大きく減らし、冷夏でアイスが微減。酒類は業務用が動かずで、巣ごもりでビール類新ジャンルやRTDと単価が安い家庭用向け酒類が伸びていた。菓子は単価高めのチョコレート菓子が動き、特売が減少するなど、すでにカカオ高騰の影響も出てきていた。

商品販売単価は22年、23年と比べると小幅となったが、24年も上昇傾向にある。

〈販売単価は、すべてのセグメントで上昇〉

（加食、低温は5年で2ケタ上昇、菓子は125%に）

参考まで、ケース単価の近年の推移を加工食品で見ると、15年から20年までは2200円台で推移していた。21年に2197円と若干割り込んだが、その後は22年2394円、23年2583円と、ともに4%台の上昇。24年が3・15%増と上げ幅は若干落ち着いて推移している。

また加食でさらに遡って見ると、2000年2576円、01年2510円と23年の水準と大差ない。

結果としてその後20年超が経過しこの水準まで戻した形だ。24年は20世紀末期の水準である2600円台に乗せた。ご参考まで、昭和末期の1988年には3545円だった。

また旭食品グループの24年度平均の商品単価は147・52円と23年の144・54円（2・1%増）の単価アップとなった。

金額では20年までは長らく120円台後半で推移していた。21年に131・33円と130円台に乗せたが、わずか4年で147円台となった。21年比では12・3%の上昇で、様々な業種での、多岐にわたる商品の値上げ価格改定が反映されている。

（※詳細は姉妹誌「酒類食品統計月報9月号」参照）

（松九浩）



今日は何になろうかな、
と考え続けて70年。



日清 フラワー70周年
2025

