

令和5年度加糖調製品等の用途別消費動向に関する調査結果

特産調整部

【要約】

機構では、砂糖の価格調整制度の適切な制度運営に資することを目的として、国内の砂糖および加糖調製品などの用途別消費動向について調査を行っている。令和4年度を対象として、令和5年度に調査した結果、砂糖は新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が落ち着いてきたことによる外食や土産菓子等の需要回復も一部あったが、消費量はわずかな増加にとどまった。また、加糖調製品は、表示制度や分離調達の影響もあり消費量は減少したが、砂糖および加糖調製品の消費量全体とそのシェアが大きく変動したものでなかった。なお、加糖調製品の使用目的は「砂糖の仕入れコストの削減」と答えた社が過半を占めた。

はじめに

国内における甘味（砂糖、異性化糖、加糖調製品^{（注1）}）全体の需要量は「砂糖及び異性化糖の需給見通し（農林水産省）」によると、近年、減少傾向で推移している。

甘味の種類ごとに状況を見てみると、砂糖は消費者の低甘味嗜好^{（しこう）}や加糖調製品の増加などを理由に需要量の減少が続いているが、加糖調製品は砂糖に対する価格優位性などを理由にコロナ禍前の平成30年度までの消費量はおおむね増加傾向で推移してきた。

こうした状況を踏まえ、加糖調製品は、平成29年11月の「総合的なTPP等関連政策大綱」における「国産甘味資源作物の安定供給を図るため、改正糖価調整法に基づき加糖調製品を調整金の対象とする」との記載により、平成30年12月30日（TPP11の発効日）から、砂糖の価格調整制度に基づく調整金の徴収対象となった。

当機構は、砂糖の価格調整制度の執行機関として、砂糖および加糖調製品の需給動向を把握するため、これらの品目のユーザーとなる食品製造事業者やサ

プライヤーとなる精製糖製造事業者、商社などを対象とした委託調査を令和3年度から実施している^{（注2）}。本稿では、令和5年度の委託調査結果を踏まえて、その概要について報告する。

（注1）加糖調製品は、砂糖と砂糖以外のココア、粉乳、ソルビトールなどの混合物で、菓子類、パン類、飲料、調味料、水産練り製品などに幅広く使用されている。

（注2）過去の調査報告については、本誌2022年3月号「令和3年度加糖調製品等の用途別消費動向に関する調査結果について」〈https://www.alic.go.jp/joho-s/joho07_002643.html〉、本誌2023年2月号「令和4年度加糖調製品等の用途別消費動向に関する調査結果について」〈https://www.alic.go.jp/joho-s/joho07_002868.html〉を参照されたい。

1 砂糖および加糖調製品の用途別消費動向調査の概要

（1）委託調査先

株式会社富士経済

（2）調査実施期間

令和5年4～9月

(3) 調査対象者

- ・砂糖:ユーザー(食品製造事業者など(66社))
- ・加糖調製品:ユーザー(食品製造事業者など(55

社))

このほか、製糖事業者、流通事業者、加糖調製品輸入者の皆さまにヒアリングを行った。

(4) 調査品目

| 種類 | 対象範囲 | |
|-------|--|---|
| 砂糖 | 分みつ糖(上白糖、三温糖、中ざら糖、白ざら糖、グラニュー糖、角砂糖、液糖、氷砂糖)※含みつ糖は含まない。 | |
| 加糖調製品 | 粉乳調製品 | HSコード(2022.1~) 1901.90-219 2106.90-283 2106.90-284 |
| | ココア調製品 | 1806.10-110 1806.20-112 1806.20-121 1806.32-212 1806.90-212 |
| | 加糖あん | 2005.40-191 2005.51-191 |
| | ソルビトール調製品 | 2106.90-510 2106.90-590 |
| | その他調製品(コーヒー調製品、穀粉調製品、塩調製品他) | 2101.11-110 2106.10-219 2101.12-111 2106.90-252 2101.12-246 2106.90-281 2008.99-218 2106.90-282 2101.20-246 |

(5) 調査対象期間

令和4年度(令和4年4月~5年3月)

(6) 調査項目

- ・砂糖および加糖調製品の用途別の消費量
- ・砂糖および加糖調製品の使用用途
- ・その他

(7) 調査手法

- ①調査対象者に対する調査票の送付および電話や対面などによるヒアリング
- ②①のヒアリング結果および各種統計資料などに

基づく用途別消費量の推計

(8) その他

- ①本調査における消費量および用途別消費量は、全数調査に基づく調査結果ではなく調査・分析に基づく推計値である。
- ②本稿は委託調査先の報告書を踏まえ、その概要を機構で取りまとめたものである。
- ③図表は委託調査先報告書「令和5年度加糖調製品等の用途別消費動向に関する調査」からの引用である。

2 砂糖および加糖調製品の用途別の消費動向調査の結果

砂糖および加糖調製品について、委託調査において令和4年度の用途別消費量を各種統計資料やヒアリングに基づき、調査・推計を実施しており、その

概要を報告する。

(1) 砂糖および加糖調製品の消費量の推移

令和4年度の国内における砂糖および加糖調製品の消費量は、前年度比0.2%増の234万トンと前年度をわずかに上回った(表1)。

表1 砂糖および加糖調製品の消費量の推移

(単位：トン、%)

| 分類 | 令和2年度 | 3年度 | | 4年度 | |
|-------|-----------|-----------|-------|-----------|-------|
| | 消費量 | 消費量 | 前年度比 | 消費量 | 前年度比 |
| 砂糖 | 1,788,500 | 1,776,380 | ▲ 0.7 | 1,795,820 | 1.1 |
| 加糖調製品 | 582,450 | 555,350 | ▲ 4.7 | 540,130 | ▲ 2.7 |
| 合計 | 2,370,950 | 2,331,730 | ▲ 1.7 | 2,335,950 | 0.2 |

品目別では、砂糖は同1.1%増の180万トン、加糖調製品は同2.7%減の54万トンとなった。

主な増減の要因は、砂糖は新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響が落ち着いてきたことで外食や土産菓子といった需要が一部回復したほか、エナジードリンクなどの需要が増加したことで前年をわずかに上回った。また、加糖調製品については、引き続き減少基調となっているものの下げ幅は縮小している。主な要因としては乳原料の分離調達が進んでいること、原料原産地表示の観点で輸入

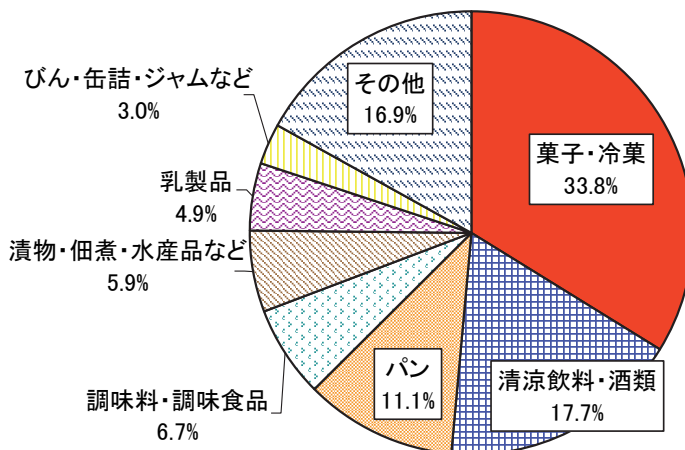
原料の表示を敬遠するユーザーが国内調達に切り替えたことなどが挙げられる。

(2) 砂糖および加糖調製品(合計)の用途別消費量の推移

令和4年度の砂糖および加糖調製品(合計)の消費量の用途別のシェア(図1)については、菓子・冷菓で33.8%と最大の仕向け先となっており、清涼飲料・酒類が17.7%、パンが11.1%と続いている。

用途別にみると、パンでは、アイテム数の減少な

図1 砂糖および加糖調製品(合計)の消費量の用途別シェア(令和4年度)



ど商品構成による砂糖の使用減などにより、消費量は前年度比4.1%減とやや減少した。また、清涼飲料・酒類のうち、コーヒーで加糖タイプから低糖や微糖への流れが強まっているほか、リモートワーク

傾向が続いたこと、自動販売機の価格改定などにより消費自体が落ち込んだことから、同1.5%減とわずかに減少した（表2）。

表2 砂糖および加糖調製品（合計）の用途別消費量の推移

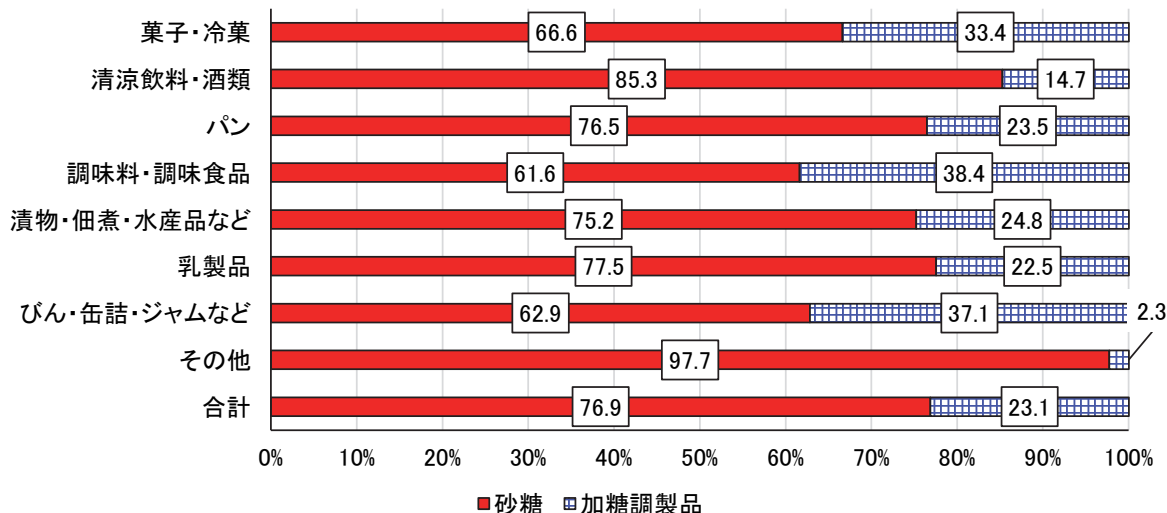
（単位：トン、%）

| 用途 | 令和2年度 | 3年度 | | 4年度 | |
|-------------|-----------|-----------|-------|-----------|-------|
| | 消費量 | 消費量 | 前年度比 | 消費量 | 前年度比 |
| 菓子・冷菓 | 778,940 | 787,780 | 1.1 | 789,580 | 0.2 |
| 清涼飲料・酒類 | 441,200 | 418,810 | ▲ 5.1 | 412,330 | ▲ 1.5 |
| パン | 271,800 | 270,080 | ▲ 0.6 | 258,950 | ▲ 4.1 |
| 調味料・調味食品 | 159,240 | 157,780 | ▲ 0.9 | 156,420 | ▲ 0.9 |
| 漬物・佃煮・水産品など | 139,820 | 141,260 | 1.0 | 138,570 | ▲ 1.9 |
| 乳製品 | 124,570 | 114,580 | ▲ 8.0 | 115,070 | 0.4 |
| びん・缶詰・ジャムなど | 72,530 | 70,010 | ▲ 3.5 | 69,330 | ▲ 1.0 |
| その他 | 382,850 | 371,430 | ▲ 3.0 | 395,700 | 6.5 |
| 合計 | 2,370,950 | 2,331,730 | ▲ 1.7 | 2,335,950 | 0.2 |

砂糖と加糖調製品の消費量全体におけるシェアは、砂糖が76.9%、加糖調製品が23.1%となり、砂糖のシェアが前年より1ポイント程度増加したが、大きな変動とはなっていない（図2）。また、加糖調製品から砂糖への切り替えの動きはみられるものの、変更するオペレーションのコストや手間な

ど、作業性に関する障害を抱えていることから、表示理由での切り替えは鈍化傾向にあるとの声が挙げられた。しかし、価格面での優位性から少なからず加糖調製品回帰への声も挙げられており、価格動向や加糖調製品の種類によっては、その動きが引き続き注目される。

図2 砂糖と加糖調製品の消費量のシェア（令和4年度）

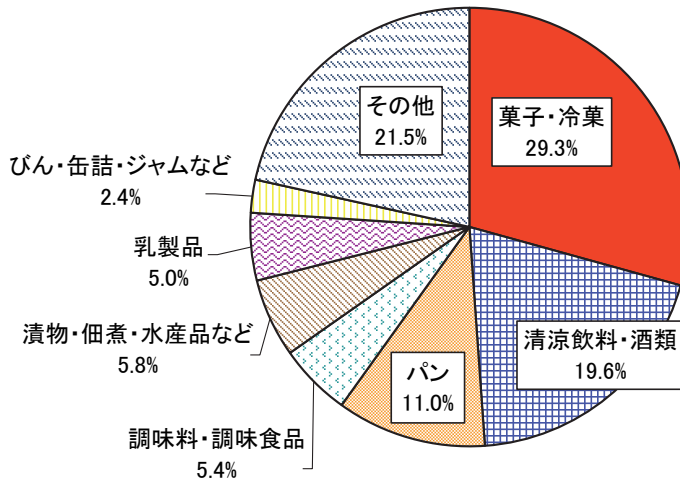


(3) 砂糖の用途別消費量の推移

砂糖の消費量の用途別のシェアについては、菓子・冷菓で29.3%と最大の仕向け先となっており、清

涼飲料・酒類で19.6%、パンで11.0%と続いている（図3）。この比率は前年度とほぼ同じで傾向に変化は見られなかった。

図3 砂糖の消費量の用途別シェア（令和4年度）



また、令和4年度の砂糖の用途別消費量の推移を見ると、外食需要の回復などを背景に一部消費が伸びた用途はあるものの、完全に回復したとまでは言

えず、パンや清涼飲料・酒類など引き続き減少している用途もあり、トータルでは前年度からはわずかな増加にとどまった（表3）。

表3 砂糖の用途別消費量の推移

（単位：トン、%）

| 用途 | 令和2年度 | 3年度 | | 4年度 | |
|-------------|-----------|-----------|-------|-----------|-------|
| | 消費量 | 消費量 | 前年度比 | 消費量 | 前年度比 |
| 菓子・冷菓 | 504,040 | 518,130 | 2.8 | 525,980 | 1.5 |
| 清涼飲料・酒類 | 373,600 | 356,110 | ▲ 4.7 | 351,680 | ▲ 1.2 |
| パン | 198,100 | 203,780 | 2.9 | 198,050 | ▲ 2.8 |
| 調味料・調味食品 | 98,760 | 97,630 | ▲ 1.1 | 96,390 | ▲ 1.3 |
| 漬物・佃煮・水産品など | 104,420 | 106,360 | 1.9 | 104,220 | ▲ 2.0 |
| 乳製品 | 88,770 | 86,580 | ▲ 2.5 | 89,220 | 3.0 |
| びん・缶詰・ジャムなど | 46,530 | 44,710 | ▲ 3.9 | 43,580 | ▲ 2.5 |
| その他 | 374,280 | 363,080 | ▲ 3.0 | 386,700 | 6.5 |
| 合計 | 1,788,500 | 1,776,380 | ▲ 0.7 | 1,795,820 | 1.1 |

増加した用途のうち、菓子・冷菓の菓子ではガムの消費は減少したものの、グミの消費が拡大したと挙げられており、用途全体では前年度から1.5%増

加した。乳製品では、外食需要の活性化によりソフトクリーム原料などの回復や機能性訴求商品の消費向上などが挙げられており3.0%増加した。

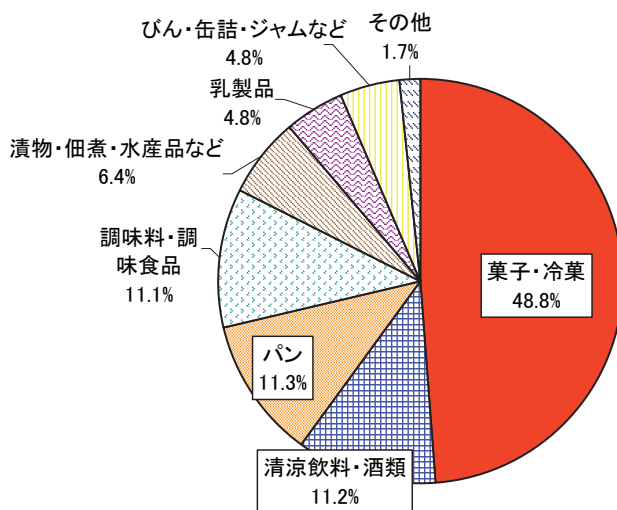
減少した用途のうち、パンでは、商品の単価上昇に伴う需要の低迷により苦戦したことなどが挙げられており2.8%の減少、清涼飲料・酒類では、コーヒー飲料での自動販売機の利用機会の減少などが挙げられており1.2%減少した。

(4) 加糖調製品の用途別消費量の推移

令和4年度の加糖調製品の消費量の用途別のシエ

アについては、菓子・冷菓が48.8%と最大の仕向け先となっており、パンが11.3%、清涼飲料・酒類が11.2%と続いている（図4）。図3の砂糖の消費量の用途別シェアと比べると、菓子・冷菓の割合が約半分を占めることが大きな特徴となっており、砂糖・加糖調製品ともに消費量が多い用途ではあるが、これまでの価格面での優位性により砂糖からシフトした結果とも思われる。

図4 加糖調製品の消費量の用途別シェア（令和4年度）



令和4年度の加糖調製品の用途別消費量の推移を見ると、びん・缶詰・ジャムなどの用途以外では引

き続き前年度から消費量は減少傾向にある（表4）。

表4 加糖調製品の用途別消費量の推移

(単位：トン、%)

| 用途 | 令和2年度 | 3年度 | | 4年度 | |
|-------------|---------|---------|--------|---------|-------|
| | 消費量 | 消費量 | 前年度比 | 消費量 | 前年度比 |
| 菓子・冷菓 | 274,900 | 269,650 | ▲ 1.9 | 263,600 | ▲ 2.2 |
| 清涼飲料・酒類 | 67,600 | 62,700 | ▲ 7.2 | 60,650 | ▲ 3.3 |
| パン | 73,700 | 66,300 | ▲ 10.0 | 60,900 | ▲ 8.1 |
| 調味料・調味食品 | 60,480 | 60,150 | ▲ 0.5 | 60,030 | ▲ 0.2 |
| 漬物・佃煮・水産品など | 35,400 | 34,900 | ▲ 1.4 | 34,350 | ▲ 1.6 |
| 乳製品 | 35,800 | 28,000 | ▲ 21.8 | 25,850 | ▲ 7.7 |
| びん・缶詰・ジャムなど | 26,000 | 25,300 | ▲ 2.7 | 25,750 | 1.8 |
| その他 | 8,570 | 8,350 | ▲ 2.6 | 9,000 | 7.8 |
| 合計 | 582,450 | 555,350 | ▲ 4.7 | 540,130 | ▲ 2.7 |

特に、パンについては、最終商品の価格改定により消費量自体が減少しており、加糖調製品の消費量も大きく減少したことが挙げられ、8.1%減少した。また、乳製品については、粉乳調製品において国産の乳原料と砂糖との分離調達に切り替える企業が増加しており、粉乳調製品としての消費量が低下したことにより7.7%減少した。

(5) 加糖調製品の種類別の消費量

加糖調製品は、砂糖と組み合わせられる品目の違いによって、いくつかの種類に分けられる。本稿では、粉乳調製品、ココア調製品、加糖あん、ソルビトール

調製品、その他調製品（主として穀粉調製品、塩調製品）の5種類で分析を行った。

加糖調製品の種類別の消費量については、粉乳調製品が最も多くなっている（表5）。清涼飲料・酒類や菓子・冷菓、乳製品など幅広い用途で使用されており、大口ユーザーも多い。しかし、令和2年度以降はCOVID-19の拡大により消費が大きく減少している。4年度も3年度に続き国産の脱脂粉乳の在庫量の増加による分離調達の動きがみられたことから前年度比4.2%減少しており、2年度と比較すると15%以上減少する結果となった。

表5 加糖調製品の種類別消費量の推移

(単位：トン、%)

| 種類 | 令和2年度 | 3年度 | | 4年度 | |
|-----------|---------|---------|--------|---------|--------|
| | 消費量 | 消費量 | 前年度比 | 消費量 | 前年度比 |
| 粉乳調製品 | 174,600 | 153,350 | ▲ 12.2 | 146,850 | ▲ 4.2 |
| ココア調製品 | 99,800 | 99,650 | ▲ 0.2 | 101,680 | 2.0 |
| 加糖あん | 57,300 | 53,700 | ▲ 6.3 | 41,300 | ▲ 23.1 |
| ソルビトール調製品 | 109,600 | 107,350 | ▲ 2.1 | 110,200 | 2.7 |
| その他調製品 | 141,150 | 141,300 | 0.1 | 140,100 | ▲ 0.8 |
| 合計 | 582,450 | 555,350 | ▲ 4.7 | 540,130 | ▲ 2.7 |

その他調製品を除き、次に消費量が多いソルビトール調製品は、パンや和菓子、洋菓子、グミ、ゼリー、びん・缶詰・ジャム類、煮豆、水産品などさまざまなカテゴリーで使用されており、砂糖に対する価格優位性の高さから依然として砂糖からの切り替えが進み消費量が多い状況にある。また、4年度は、他の種類と同様に仕入価格は上昇したものの、相対的に砂糖より安価であることから、プライベートブランド（PB）商品などで多く使われている。

また、加糖あんについては、原料原産地表示制度の問題や甘さを抑えるといった動きがみられたことから、輸入の加糖あんから分離調達への切り替え、仕入数の減少などがあり、前年度比23.1%と大幅に減少する結果となった。

3 ユーザー調査の結果

主要な調査品目とした砂糖、加糖調製品に加え、高甘味度甘味料および異性化糖も含めた取扱事業者（延べ169社。以下「ユーザー」という）から取り扱い品目や使用用途、仕入価格などの観点からヒアリング調査を実施した。その結果を併せて報告する。

(1) 取扱品目別調査品目別のユーザー数

今回のヒアリング対象者について調査品目別に主な取り扱い品目を取りまとめた結果、いずれのユーザーにおいても菓子・冷菓が多くなっている（表6）。

表6 取扱品目別・調査品目別のユーザー数

(単位：社)

| 主な取扱品目 | 砂糖ユーザー | 加糖調製品ユーザー | 高甘味度甘味料 異性化糖ユーザー | 合計 |
|-------------|--------|-----------|---------------------|-----|
| 菓子・冷菓 | 22 | 18 | 14 | 54 |
| 清涼飲料・酒類 | 6 | 2 | 7 | 15 |
| パン | 11 | 11 | 8 | 30 |
| 調味料・調味食品 | 2 | 2 | 2 | 6 |
| 漬物・佃煮・水産品など | 13 | 9 | 5 | 27 |
| 乳製品 | 10 | 11 | 9 | 30 |
| びん・缶詰・ジャムなど | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 合計 | 66 | 55 | 48 | 169 |

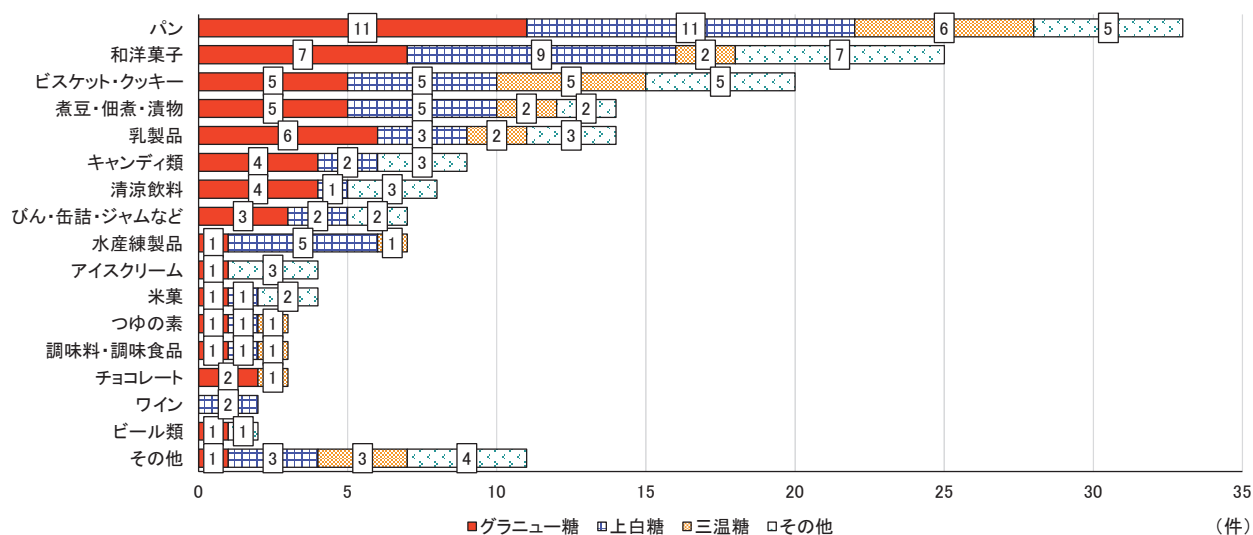
(2) 使用用途

各ユーザーにおける使用用途（複数回答可）については、次の通りとなった。

ア 砂糖

砂糖の種類別により細かく用途を見ていくと、グラニュー糖、上白糖、三温糖のいずれも幅広い品目で使用されており、特にグラニュー糖は「ワイン」を除くすべての品目で使用が見られた（図5）。

図5 砂糖の使用用途（複数回答可）

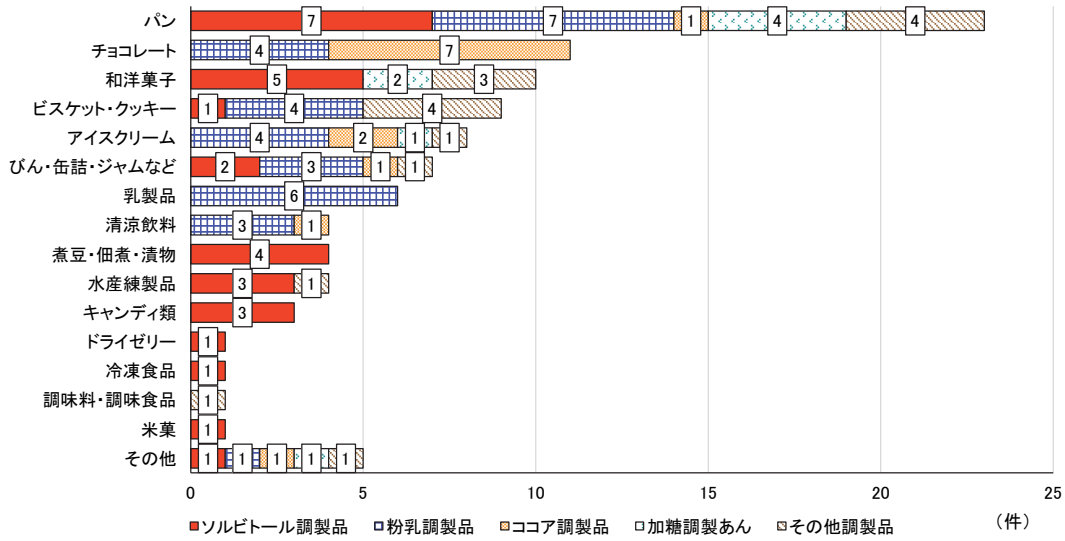


イ 加糖調製品

加糖調製品の種類別により細かく用途を見ていくと、ココア調製品は主にチョコレートで使用されて

いるのに対して、ソルビトール調製品や粉乳調製品は幅広い品目で使用されていた（図6）。

図6 加糖調製品の使用用途（複数回答可）

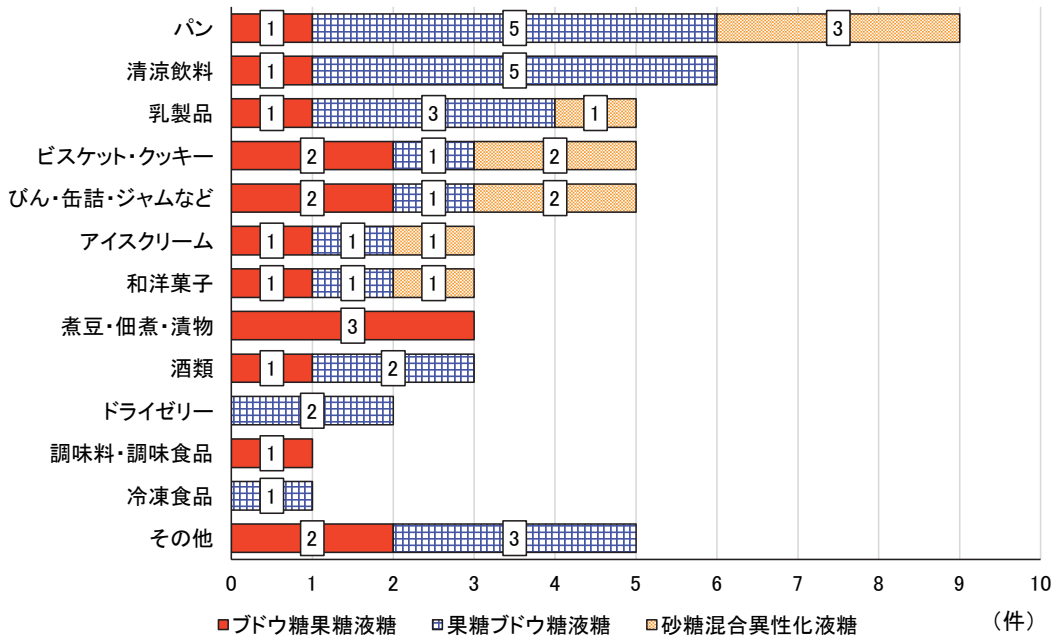


ウ 異性化糖

異性化糖の種類別により細かく用途を見ると、果糖ブドウ糖液糖が幅広い品目で使用されており、低温での甘味が砂糖より強いことから、清涼飲料での

使用割合が高くなっている。ブドウ糖果糖液糖は、煮豆の照り出しを目的とした使用がみられた（図7）。

図7 異性化糖の使用用途（複数回答可）

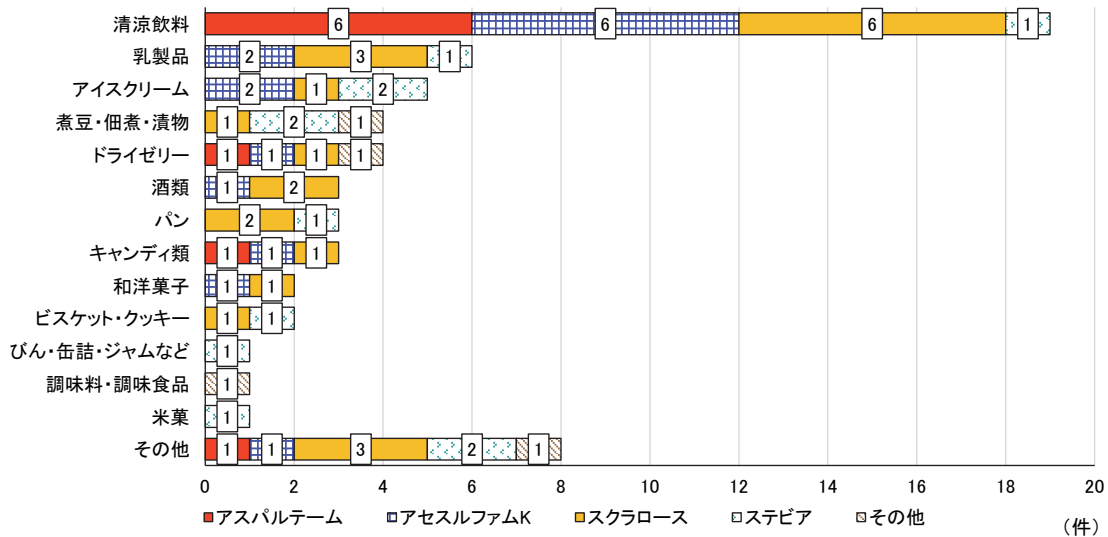


エ 高甘味度甘味料

高甘味度甘味料の種類別により細かく用途を見ると、スクラロースが幅広い品目で使用されている一方でアスパルテームは、清涼飲料に使用するとの回

答が太宗を占めた。その他の種類および用途には、サッカリンが煮豆・佃煮・漬物、ネオテームがドライゼリー、甘草が調味料・調味食品、羅漢果^{らんか}がその他として回答があった（図8）。

図8 高甘味度甘味料の使用用途（複数回答可）



(3) 使用目的

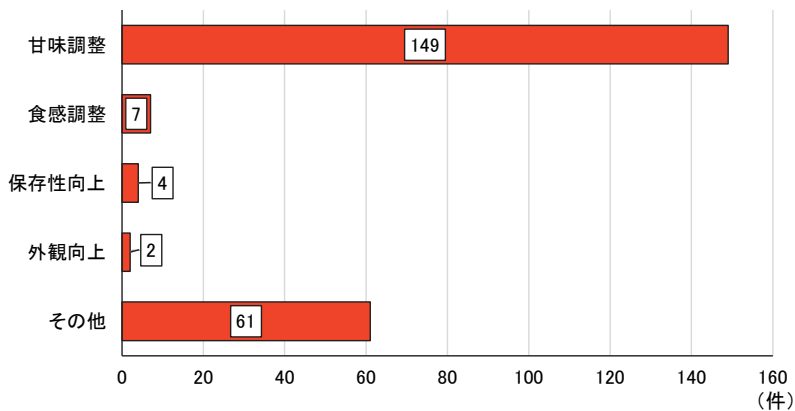
各ユーザーにおける使用目的（複数回答可）については、次の通りとなった。

ア 砂糖

砂糖の使用目的は、223件（使用する砂糖の種

類による複数回答を含めた延べ件数）中「甘味調整」が149件という圧倒的な割合を占める結果となった。別の回答として「食感調整」が7件、「保存性向上」が4件、「外観向上」が2件であり、その他の意見としては、「補糖」「産地のこだわり」「コク出し」という回答もあった（図9）。

図9 砂糖の使用目的（複数回答可）

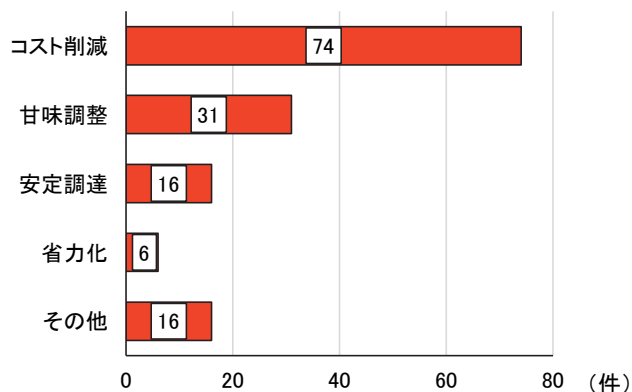


イ 加糖調製品

加糖調製品の使用目的は、143件（使用する加糖調製品の種類による複数回答を含めた延べ件数）中「砂糖の仕入コストの削減」が74件と過半を占める結果となった。別の回答として「甘味調整」が

31件、「安定調達」が16件、「省力化」が6件であった。その他の意見としては、粉乳の安定調達のための利用も寄せられており、過去に国内乳原料がひっ迫した経験から加糖調製品を引き続き仕入れていると考えられる（図10）。

図10 加糖調製品の使用目的（複数回答可）

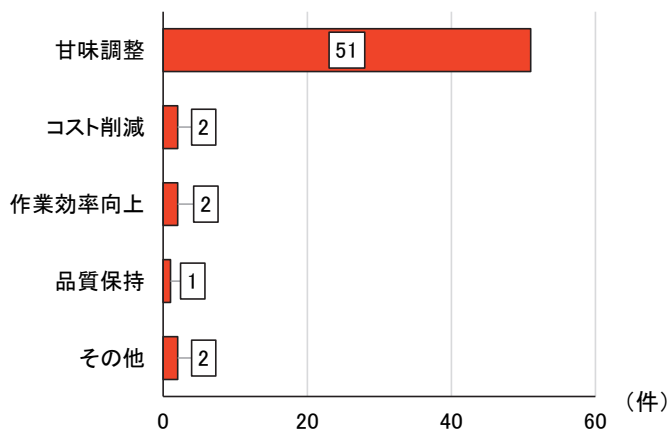


ウ 異性化糖

異性化糖の使用目的は、58件（異性化糖の種類による複数回答を含めた延べ件数）中「甘味調整」

が51件と圧倒的だった。別の回答として「作業効率向上」「コスト削減」「保水性付与」「照り出し」などがあつた（図11）。

図11 異性化糖の使用目的（複数回答可）

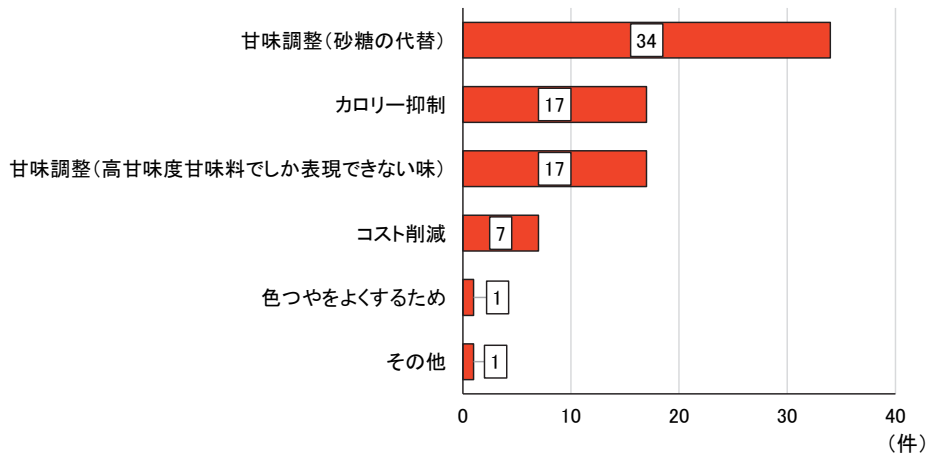


エ 高甘味度甘味料

高甘味度甘味料の使用目的は、77件（高甘味度甘味料の種類による複数回答を含めた延べ件数）中「甘味調整（砂糖の代替）」が34件と最も多かつた。別の回答として「カロリー抑制」「甘味調整（高甘

味度甘味料でしか表現できない味）」が17件、「コスト削減」が7件であり、「色つやをよくするため」という意見もあつた。特に近年は砂糖不使用などの商品が増えており、砂糖からの切り替えが一部で行われていると思われる（図12）。

図12 高甘味度甘味料の使用目的（複数回答可）



(4) 仕入動向

各ユーザーにおける仕入動向（複数回答可）については、次の通りとなった。なお、品目により設問が異なるのでご留意いただきたい。

ア 砂糖

令和4年度の砂糖の仕入量は、「1000トン～2000トン未満」が16社と最も多く、次に「500トン～1000トン未満」の12社、「200トン未満」の9社が続く結果となった（図13）。砂糖の種類別には、すべての砂糖において「200トン未満」が最も多い結果となった（図14）。

図13 砂糖の仕入規模

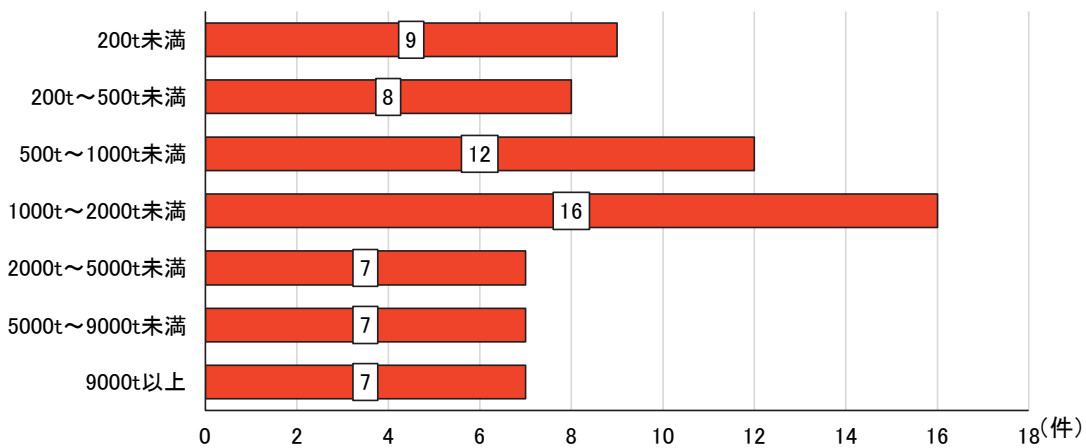
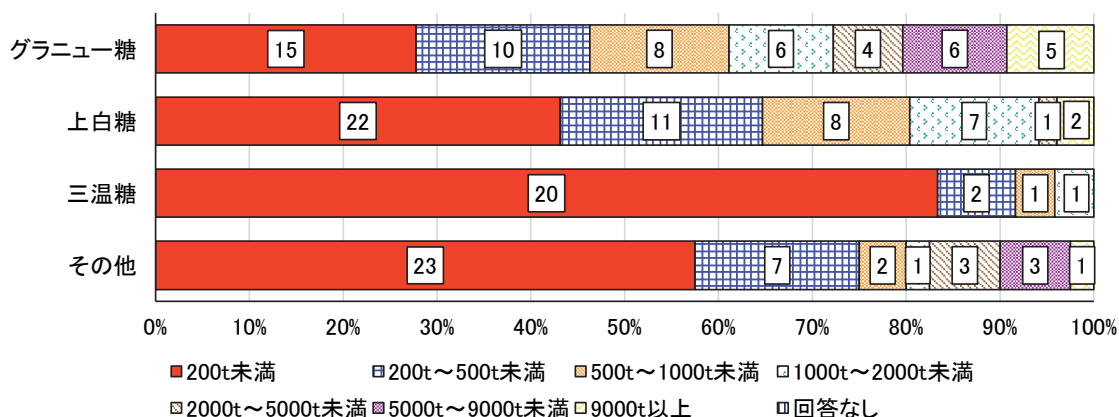


図14 砂糖の種類別仕入規模



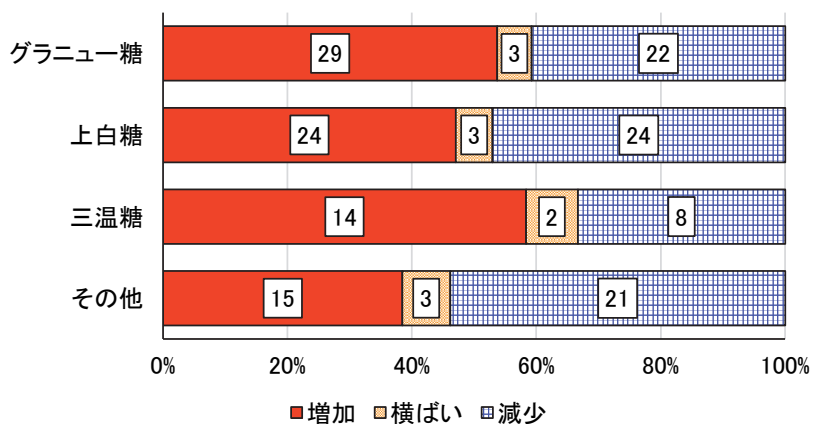
注1：複数回答可のため、全体の合計は表6のユーザー社数を超過している。

注2：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

また、令和3年度からの仕入量の増減については、グラニュー糖および三温糖は「増加」と回答したユーザーが多く、上白糖は「増加」と「減少」のユーザーが同程度の結果となった（図15）。「増加」の理由としては、土産菓子や業務用商品の需要増加などが挙げられた。仕入れに関する個別の事例では、

加糖調製品から砂糖に調達を変更した事例として、「ココア調製品の価格上昇により、砂糖とカカオマスの分離調達を継続した」「粉乳調製品の高騰により、一部を国産脱脂粉乳と国産砂糖に切り替えた」などの回答があった。

図15 前年度からの砂糖の仕入量の増減（種類別）



注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

イ 加糖調製品

令和4年度の加糖調製品の仕入量は、「200トン未満」が18社と最も多く「2000トン～5000トン未満」の10社、「1000トン～2000トン未満」の

8社、「500トン～1000トン未満」の7社が続く結果になった（図16）。加糖調製品の種類別では、すべての加糖調製品において「200トン未満」が最も多いという結果となった（図17）。

図16 加糖調製品の仕入規模

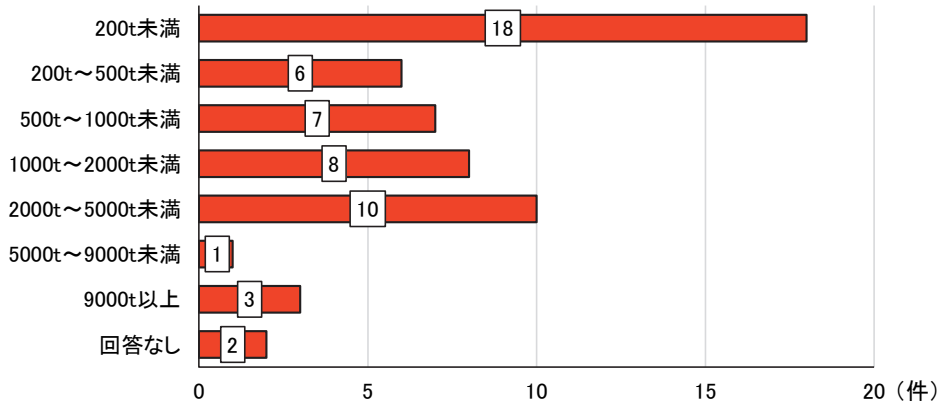
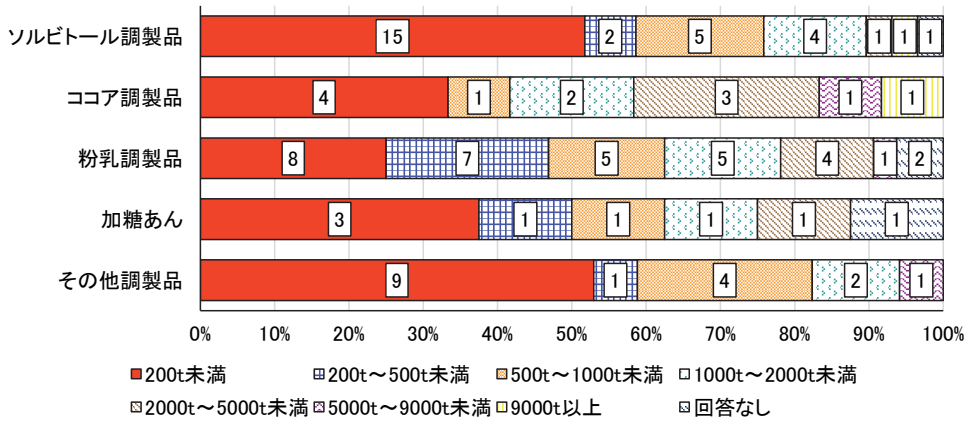


図17 加糖調製品の種類別仕入規模

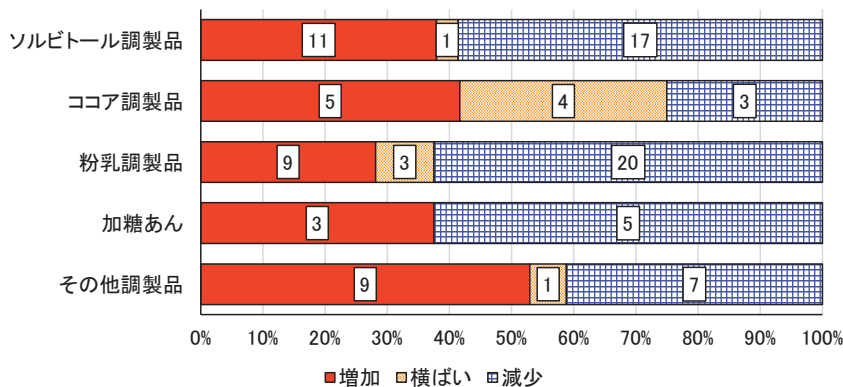


注1：複数回答可のため、全体の合計は表6のユーザー社数を超えている。
 注2：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

また、令和3年度からの仕入量の増減については、ココア調製品、その他調製品以外の加糖調製品において「減少」が最多であり、これに対しては、商品の集約や分離調達への対応などを行っているとの声が挙

げられた(図18)。仕入れに関する個別の事例では、コスト環境が厳しい中では、原料原産地表示の問題は仕方がないので、仕入量や調達先の変化はないなどの意見もあった。

図18 前年度からの加糖調製品の仕入量の増減(種類別)



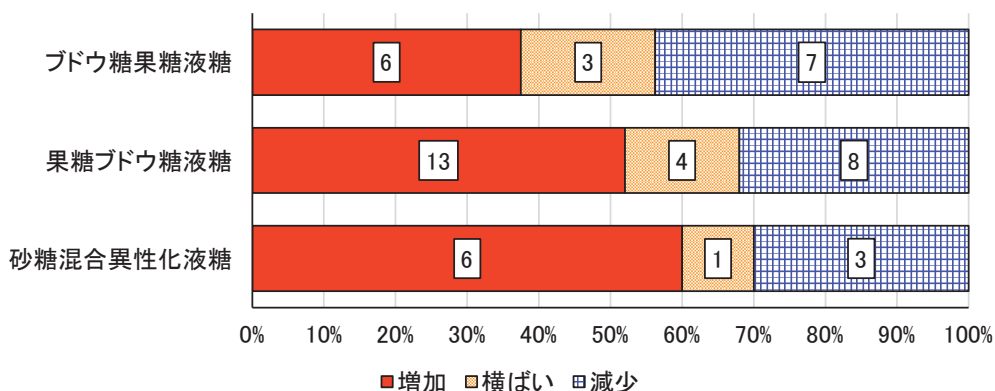
注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

ウ 異性化糖

令和3年度からの仕入量の増減については、果糖ブドウ糖液糖、砂糖混合異性化液糖は「増加」が最も大きな構成比となった一方で、ブドウ糖果糖液糖は「減少」が最も大きな構成比を占めた。「増加」

については、家飲みや外食向けのチューハイや機能性乳製品の需要が伸びたといった意見があった。一方「減少」では、ガムシロップやジャムなどの需要減により減少したユーザーがみられた（図19）。

図19 前年度からの異性化糖の仕入量の増減（種類別）



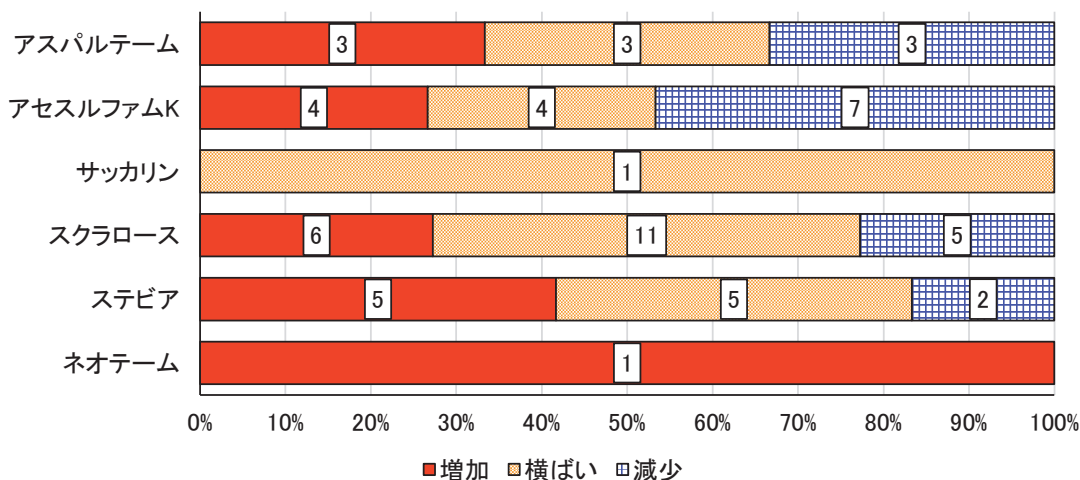
注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

エ 高甘味度甘味料

令和3年度からの仕入量の増減については、「横ばい」を除くとスクラロース、ステビアにおいて「増加」が最も大きな構成比となった一方で、アセスルファミンKは前年度に好調であった製品で反動減があ

ったことなどが挙げられており、「減少」が最も大きくなった。「増加」については、糖質オフ商品の売り上げが増加したほか、プロテインなど市場が活性化しているカテゴリーがけん引したとみられる（図20）。

図20 前年度からの高甘味度甘味料の仕入量の増減（種類別）



注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

(5) 価格に対する満足度

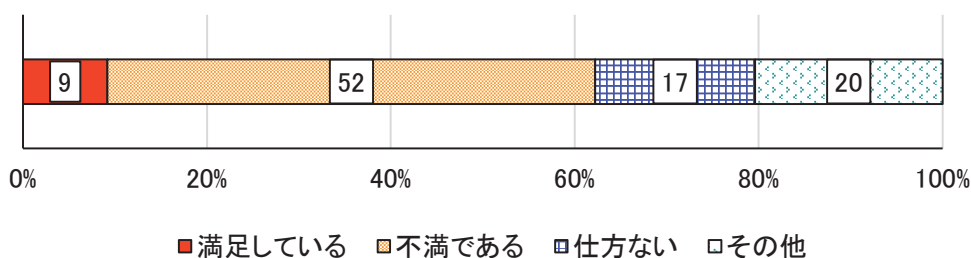
砂糖と競合する甘味料について、各ユーザーにおける価格に対する満足度の調査結果は次の通りとなった。

ア 加糖調製品

加糖調製品の価格に対する満足度は、98件（使

用する加糖調製品の種類による複数回答を含めた延べ件数）中「不満である」が52件と最も多く、「仕方ない」が17件、「満足している」が9件であった。「その他」と回答をしたのは20件で、そのうち「甘味料全体の価格が上昇しており満足、不満足のどちらでもない」との回答が数件あった（図21）。

図21 加糖調製品の価格面の満足度



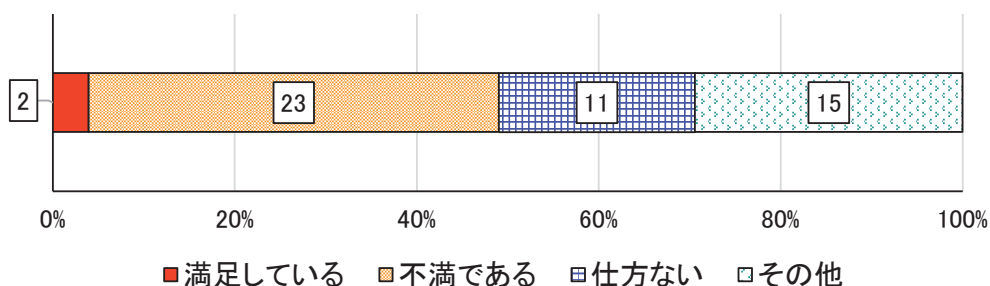
注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

イ 異性化糖

異性化糖の価格に対する満足度は、51件（使用する異性化糖の種類による複数回答を含めた延べ件数）中「不満である」が23件と最も多い結果にな

った。「不満である」との回答の中で、「令和3年に引き続き4年時点でも値上がりが続いており、原料環境が厳しい」との意見がみられた（図22）。

図22 異性化糖の価格面の満足度



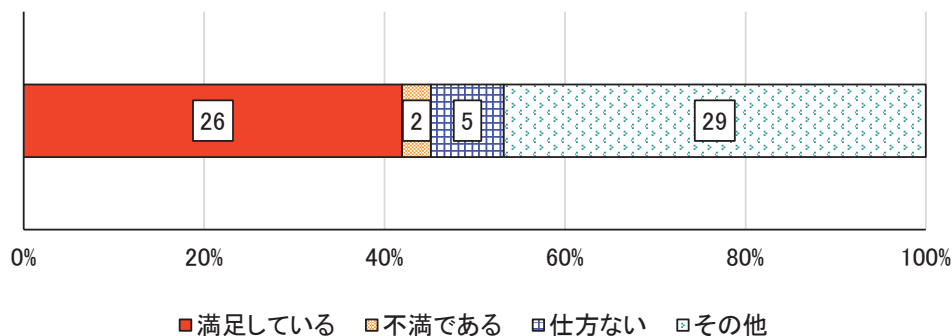
注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

ウ 高甘味度甘味料

高甘味度甘味料の価格に対する満足度は、62件（使用する高甘味度甘味料の種類による複数回答を含めた延べ件数）中「満足している」が26件と最も多い結果になった。「満足している」と回答した中では、「使用量がわずかであるため影響が少ない」

といったケースや「価格変動が大きい」という回答がみられた。また、「不満である」との回答の中で、「価格高騰が続いており厳しい状況であるが、砂糖や加糖調製品なども高騰しているので仕方がない」といった意見があった（図23）。

図23 高甘味度甘味料の価格面の満足度



注：図中のラベル値は、割合ではなく回答件数を示す。

おわりに

令和4年度を対象とした今回の調査では、砂糖の用途別消費量については、外食や土産菓子などの需要回復から、一部の用途で消費量の回復がみられた。しかし、清涼飲料では缶コーヒーなどで甘さ離れが続いていることや、ジャムなどでも商品容量の減少、甘さ控え目の商品設計などにより砂糖の使用量が減少するなど、低甘味嗜好から生じていると思われる結果が見られた。

加糖調製品の用途別消費量については、土産菓子などの需要回復により、洋菓子など一部の用途で消費量の回復が見られた。しかし、輸入粉乳調製品に

ついては、価格高騰に加え国産の脱脂粉乳の在庫量の増加による分離調達の動きもあったことから大幅に減少した。

本調査の結果、依然として、COVID-19拡大前の水準に回復したとまでは言えない状況にあることがうかがえた。また、价格的な理由で、砂糖から加糖調製品に切り替える、または加糖調製品から砂糖へ回帰するのを控えるという意見もみられたことから、今後も加糖調製品の価格動向や需要動向を引き続き注視していく必要があると考えられる。

最後にお忙しい中、本調査にご協力いただいた企業の皆さまに、改めて厚く御礼申し上げます。