

Livsmedelsförsäljnings- statistik

2024



Livsmedelsförsäljningsstatistik 2024

Producent:

SCB, Statistiska centralbyrån
Ekonomisk statistik och analys
701 89 Örebro
010-479 40 00

Förfrågningar:

Hugo Lindblom	Mariah Nilsson
+46 10 479 62 06	+46 10 479 65 65
hugo.lindblom@scb.se	mariah.nilsson@scb.se

Du får kopiera och på annat sätt mångfaldiga innehållet.

Vi vill dock att du uppger källa på följande sätt:

Källa: SCB, Livsmedelsförsäljningsstatistik 2024

Food Sales 2024**Producer:**

Statistics Sweden, Economic Statistics and Analysis
SE-701 89 Örebro, Sweden
+46 10 479 40 00

Enquiries:

Hugo Lindblom	Mariah Nilsson
+46 10 479 62 06	+46 10 479 65 65
hugo.lindblom@scb.se	mariah.nilsson@scb.se

You may copy and otherwise reproduce the contents in this publication.

However, remember to state the source as follows:

Source: Statistics Sweden, Food Sales 2024

URN:NBN:SE:SCB-2020HAFTBR2501_pdf

Denna publikation finns enbart i elektronisk form på www.scb.se
This publication is only available in electronic form on www.scb.se

Förord

Livsmedelsförsäljningsstatistiken har publicerats sedan 2002, då avseende åren 2000 och 2001, med syftet att belysa livsmedelskonsumtionen i Sverige. Sedan 2004 särredovisas dessutom försäljning av ekologiska varor samt egna märkesvaror.

Om inget annat beskrivs är det löpande priser som anges i rapporten, dvs både volym- och prisförändringar ingår. Om det anges att det är fasta priser så motsvarar det i stället indirekt volymutvecklingen. Observera dock att undersökningen inte mäter volymutveckling explicit utan endast försäljningsvärdet. Prisindex (KPI) för de olika varugrupperna används sedan för att beräkna volymutvecklingen.

I statistiken ingår alla företag verksamma inom detaljhandeln (SNI 47 enligt SNI2007). I publikationen används begreppet *handeln* för hela denna bransch. *Dagligvaruhandeln*, som uppgår till ca 80 % av handeln, har mätts genom kassaregisterdata.

I den här publikationen följer först en redovisning av den totala livsmedelsförsäljningen 2024 och dess utveckling från tidigare år. Därefter redovisas volymutvecklingen av livsmedel och försäljning per capita samt ekologiska och egna märkesvaror.

Inför årgång 2024 har klassifikationen som används uppdaterats, vilket har inneburit en omräkning av uppgifterna avseende årgång 2023 i den nya klassifikationen. Detta kan innebära att vissa varor uppvisar större utvecklingstal på grund av svårigheter med att matcha den gamla klassifikationen med den nya.

SCB i september 2025

Christina Thörne
Sektionschef

Innehåll

Förord.....	2
Sammanfattning	5
Kött, fisk och skaldjur minskar under 2024	5
EMV stod för mer än halva av försäljningsökningen	5
Frukt & grönt står för störst del av livsmedelsbudgeten	5
Livsmedelsförsäljning 2024	6
Volymförändringar	9
Försäljning per capita	12
Ökad försäljning av både ekologiskt och EMV	15
Färdigmaten ökar	19
Tabellbilaga	20
Kort om statistiken	21
Statistikens ändamål och innehåll	21
Detta omfattar statistiken.....	21
Definitioner och förklaringar.....	21
Statistikens framställning.....	22
Statistikens kvalitet.....	23
Bra att veta.....	24
Publicering och spridning	24
Sveriges statistiska databaser	24
Annan statistik.....	24
Food Sales 2024.....	25
Summary	25
Meat, fish and other seafood decreased during 2024	25

Private label products made up over half of sales increase 2024.....	25
Fruit, nuts and vegetables make up the largest share of the food budget ...	25
List of tables.....	26
List of graphs	27
List of terms	28

Sammanfattning

Den totala försäljningen av livsmedel och drycker i detaljhandeln uppgick till 402 miljarder kronor under 2024. Det är en ökning på 18 miljarder, eller 4,6 procent, jämfört med 2023. Livsmedel ökade med 12 miljarder, alkoholfria drycker med 5 miljarder och alkoholhaltiga drycker med 1 miljard. Försäljningen av livsmedel och drycker per capita ökade med 4,1 procent jämfört med 2023. Det är en ökning på 1 566 kronor per år. Den totala försäljningen per person och per år landade på 39 389 kronor.

Kött, fisk och skaldjur minskar under 2024

Den totala försäljningen av livsmedel ökade under 2024. Det är även sant för nästan alla varugrupper förutom för fisk och skaldjur, samt kött. Försäljningen av kött hade en marginell minskning på 0,4 procent eller 19 kronor per person under 2024. Förändringen för fisk och skaldjur var däremot större, med en minskning på 13,5 procent eller 200 kronor per person under 2024. Den fastprisberäknade försäljningen visar en volymnedgång på 1,9 procent för kött och 13,1 procent för fisk och skaldjur.

EMV stod för mer än halva av försäljningsökningen

Försäljningen av egna märkesvaror (EMV) ökade från 89 miljarder 2023 till 99 miljarder kronor under 2024. Det är en ökning på 10 miljarder eller 11,6 procent jämfört med 2023. EMV var 24,6 procent av de totala livsmedelsinköpen 2024. Ökningen av EMV motsvarar mer än hälften av de 18 miljarder som försäljningen av livsmedel och drycker ökade med 2024. En bidragande orsak till den stora ökningen av EMV kan vara de senaste årens stigande livsmedelspriser, då EMV oftast är billigare än andra produkter.

Frukt & grönt står för störst del av livsmedelsbudgeten

Den största andelen av svenskens livsmedelsbudget består av frukt, nötter och grönsaker, 17 procent eller 5 476 kronor per person per år. Den näst största kategorin var mjölk, andra mejeriprodukter och ägg med 15 procent eller 4 983 kronor per person. Följt av kött med 14 procent eller 4 733 kronor per person, och socker, konfektyr och efterrätter på 13 procent eller 4 269 kronor per person. Försäljningen per person för frukt, nötter och grönsaker har dock endast ökat med 58 kronor jämfört med 2023. Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg har ökat mer, med 357 kronor per person. Även socker, konfektyr och efterrätter ökade 2024, med 260 kronor per person.

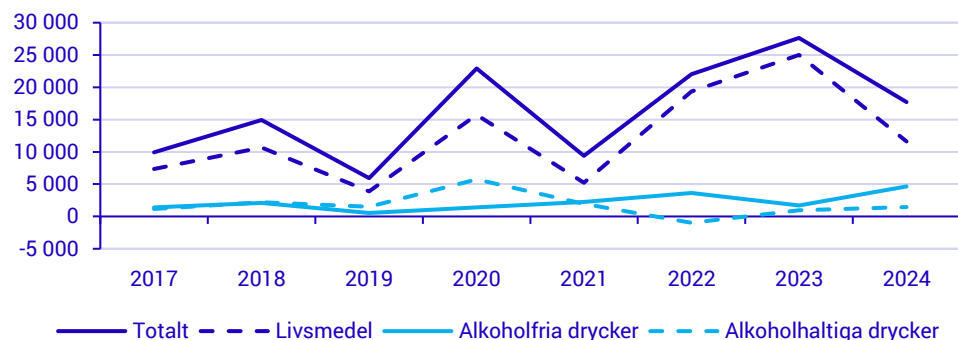
Livsmedelsförsäljning 2024

Under 2024 uppgick den totala försäljningen av *livsmedel och drycker* till 402 miljarder kronor, en ökning med 18 miljarder, eller 4,6 procent jämfört med 2023.

Inför årgång 2024 har den tidigare klassifikationen, COICOP1999, blivit uppdaterad till den nya klassifikationen COICOP2018. Den nya klassifikationen innebär förändringar i hur vissa livsmedelsartiklar klassificeras. Utfallet av klassifikationsförändringen på statistiken är att en del livsmedelsartiklar byter varugrupp och därmed kan bidra till större förändringar av försäljningssiffror på varugrupsnivå än om statistiken jämförs med årgångar i den tidigare klassifikationen. I och med uppdateringen av klassifikationen har föregående år, 2023, blivit omräknad till den nya klassifikationen med hjälp av en nyckel. Detta kan innebära att en del utvecklingstal är större eller mindre än de vore om det inte hade skett en klassifikationsförändring.

I diagram 1 visas försäljningsförändringen per år. Försäljningen av livsmedel och drycker har ökat under 2024, men ökningen är mindre procentuellt och i totala försäljningssiffror jämfört med förändringen under föregående perioder. Mellan 2022 och 2023 ökade försäljningen av livsmedel och drycker med 7,8 procent eller 28 miljarder. Ökningen 2024 är därmed 10 miljarder mindre än ökningen 2023. Ökningen för 2024 är fortfarande hög jämfört med åren innan pandemin.

Diagram 1. Förändring av försäljning per år, miljontals kronor
Graph 1. Change of sales value per year, SEK millions



Försäljning av livsmedel, alkoholfria drycker och alkoholhaltiga drycker har ökat sedan 2023. Alkoholfria drycker har dock ökat i högre takt än livsmedel och alkoholhaltiga drycker. Både andelen av livsmedel och alkoholhaltiga drycker har minskat jämfört med 2023.

I tabell 1 nedan visas försäljningen av livsmedel uppdelat på varugrupper för 2024 och 2023, samt vilken andel av den totala livsmedelsförsäljningen som respektive varugrupp stått för.

Tabell 1. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, 2023 och 2024, belopp i mnkr
Table 1. Sales of food and beverages for the retail trade in 2023 and 2024, in SEK million

COICOP	Varugrupp	2023		2024	
		Mnkr	Andel (%)	Mnkr	Andel (%)
01+02.1	Livsmedel och drycker	384 016	100	401 713	100
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	333 221	86,8	349 459	87,0
01.1	Livsmedel	297 122	77,4	308 711	76,9
01.1.1	Spannmål och spannmålsprodukter	42 632	11,1	45 008	11,2
01.1.2	Kött	50 140	13,1	50 110	12,5
01.1.3	Fisk och skaldjur	15 683	4,1	13 617	3,4
01.1.4	Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg	48 809	12,7	52 764	13,1
01.1.5	Oljor och fetter	9 193	2,4	10 241	2,6
01.1.6	Frukter och nötter	24 597	6,4	23 466	5,8
01.1.7	Grönsaker, rotfrukter och baljväxter	32 574	8,5	34 515	8,6
01.1.8	Socker, konfektyr och efterrätter	42 305	11,0	45 203	11,3
01.1.9	Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	31 189	8,1	33 788	8,4
01.2	Alkoholfria drycker	36 099	9,4	40 747	10,1
01.2.1	Frukt- och grönsaksjuicer	4 728	1,2	5 459	1,4
01.2.2	Kaffe och kaffesurrogat	8 917	2,3	10 046	2,5
01.2.3	Te	1 901	0,5	1 208	0,3
01.2.5	Vatten	624	0,2	799	0,2
01.2.6	Läskedrycker	11 375	3,0	13 033	3,2
01.2.9	Andra alkoholfria drycker	8 553	2,2	10 204	2,5
02.1	Alkoholhaltiga drycker	50 794	13,2	52 255	13,0
02.1.1	Spritdrycker	9 945	2,6	10 054	2,5
02.1.2	Vin	26 481	6,9	27 040	6,7
02.1.3	Öl	14 369	3,7	15 161	3,8

Nivån av köttförsäljningen under 2024 är liknande 2023, dock har andelen av köttprodukter minskat under perioden. Fisk och skaldjur har haft en större minskning, på 2 miljarder. Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg är den grupp som har störst ökning sett till försäljning, med en ökning på 3,9 miljarder kronor. Socker, konfektyr och efterrätter är den varugrupp som har ökat näst mest med en ökning på 2,9 miljarder kronor under 2024.

Alkoholfria drycker har haft en stor ökning på över 4,6 miljarder kronor. Det är främst varugrupperna läskedrycker och andra alkoholfria drycker som står för ökningen. Läskedrycker ökar med 1,7 miljarder kronor, och andra alkoholfria drycker ökar marginellt mindre med 1,6 miljarder kronor. I varugruppen andra alkoholfria drycker ingår bland annat outspädd saft och måltidsdryck, smaksatt mineralvatten, energidrycker och proteindrycker.

Bland de alkoholhaltiga dryckerna så ökade försäljningen bland alla tre varugrupper. Spritdrycker ökade minimalt och har en liknande nivå som 2023. Vin ökade med 559 miljoner kronor. Ölen var den varugrupp som ökade mest, med 792 miljoner. Ölen var även den enda av de tre varugrupperna som ingår i kategorin alkoholhaltiga drycker som ökade i andel av den totala livsmedelsförsäljningen.

Volymförändringar

Under 2024, mätt i löpande priser, ökade den totala försäljningen av livsmedel och drycker inom detaljhandeln med 4,6 procent jämfört med 2023. Justerat för prisförändringar blir ökningen 3,1 procent, det vill säga att försäljningsvolymen av livsmedel och drycker ökade 3,1 procent 2024.

I tabell 2 redovisas den procentuella utvecklingen av försäljningen i fasta och löpande priser. För livsmedel var utvecklingen 3,9 procent i löpande priser och 3,2 procent i fasta priser. Försäljningsvolymen ökade alltså under 2024 jämfört med 2023. Bland livsmedel finns tre varugrupper som har negativ försäljning i både löpande och fasta priser. Kött har en minimal minskning i löpande priser men volymförändringen är på -1,9 procent. Fisk och skaldjur hade en minskad försäljning på cirka 13 procent i både löpande och fasta priser. Volymförsäljningen av nötter och frukt minskade med 3,3 procent under 2024.

Tabell 2. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, procentuell utveckling 2024/2023 i löpande och fasta priser.

Table 2. Sales of food and beverages for the retail trade, development in percentages between 2024/2023 in current and fixed prices.

		Löpande priser	Fasta priser
COICOP	Varugrupp	2024/2023	2024/2023
01+02.1	Livsmedel och drycker	4,6	3,1
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	4,9	3,8
01.1	Livsmedel	3,9	3,2
01.1.1	Spannmål och spannmålsprodukter	5,6	6,5
01.1.2	Kött	-0,1	-1,9
01.1.3	Fisk och skaldjur	-13,2	-13,1
01.1.4	Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg	8,1	8,4
01.1.5	Oljor och fetter	11,4	11,5
01.1.6	Frukt och nötter	-4,6	-3,3
01.1.7	Grönsaker, rotfrukter och baljväxter	5,9	7,7
01.1.8	Socker, konfektyr och efterrätter	6,9	1,6
01.1.9	Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	8,3	6,6
01.2	Alkoholfria drycker	12,9	8,9
01.2.1	Frukt- och grönsaksjuicer	15,5	4,8
01.2.2	Kaffe och kaffesurrogat	12,7	9,8
01.2.3	Te	-36,5	-40,2
01.2.5	Vatten	28,0	24,1
01.2.6	Läskedrycker	14,6	12,0
01.2.9	Andra alkoholfria drycker	19,3	15,8
02.1	Alkoholhaltiga drycker	2,9	-1,3
02.1.1	Spritdrycker	1,1	-1,4
02.1.2	Vin	2,1	-2,4
02.1.3	Öl	5,5	0,7

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Alkoholfria drycker har haft en kraftig volymökning med 8,9 procent. Alla varugrupper förutom te har en ökning både i löpande och fasta priser. Varugruppen som ökade mest i både löpande priser och fasta priser var vatten. Ökningen i löpande priser är 28 procent och i fasta priser 24,1 procent.

Kategorin alkoholhaltiga drycker har haft en ökning i löpande priser på 2,9 procent, och en minskning i fasta priser på 1,3 procent jämfört med 2023. Det innebär en minskad försäljningsvolym och ökande priser för alkoholhaltiga drycker. Det är enbart varugruppen öl som har haft en marginell volymökning på 0,7 procent i fasta priser. Ökningen för öl i löpande priser är däremot högre på 5,5 procent. Försäljningsvolymen av vin minskar med 2,4 procent men försäljningen i löpande priser ökar med 2,1 procent. För spritdrycker är volymminskningen av försäljningen 1,4 procent medan ökningen i löpande priser 1,1 procent.

Försäljning per capita

I löpande priser ökade försäljningen per capita av *livsmedel och drycker* med 4,1 procent, eller 1 566 kronor per år, mellan 2023 och 2024. Försäljningen landade på 39 389 kronor per person och år. I tabell 3 presenteras försäljning per capita för samtliga varugrupper i löpande priser. Per capita-beräkningen genomförs för hela befolkningen, förutom försäljningen av alkoholhaltiga varor som beräknas på befolkningen över 20 års ålder.

Tabell 3. Försäljning per capita i kronor, utveckling i procent 2023-2024

Table 3. Sales per capita in SEK, development in percentages 2023-2024.

COICOP	Varugrupp	2023	2024	Utveckling %
01+02.1	Livsmedel och drycker	37 823	39 389	4,1
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	31 580	33 006	4,5
01.1	Livsmedel	28 159	29 158	3,5
01.1.1	Spannmål och spannmålsprodukter	4 040	4 251	5,2
01.1.2	Kött	4 752	4 733	-0,4
01.1.3	Fisk och skaldjur	1 486	1 286	-13,5
01.1.4	Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg	4 626	4 983	7,7
01.1.5	Oljor och fetter	871	967	11,0
01.1.6	Frukt och nötter	2 331	2 216	-4,9
01.1.7	Grönsaker, rotfrukter och baljväxter	3 087	3 260	5,6
01.1.8	Socker, konfektyr och efterrätter	4 009	4 269	6,5
01.1.9	Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	2 956	3 191	8,0
01.2	Alkoholfria drycker	3 421	3 849	12,5
01.2.1	Frukt- och grönsaksjuicer	448	516	15,1
01.2.2	Kaffe och kaffesurrogat	845	949	12,3
01.2.3	Te	180	114	-36,7
01.2.5	Vatten	59	75	27,6
01.2.6	Läskedrycker	1 078	1 231	14,2
01.2.9	Andra alkoholfria drycker	811	964	18,9
02.1	Alkoholhaltiga drycker	6 244	6 383	2,2
02.1.1	Spritdrycker	1 222	1 228	0,5
02.1.2	Vin	3 255	3 303	1,5
02.1.3	Öl	1 766	1 852	4,9

Källa: Per capita beräknas utifrån befolkningsuppgifter hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år. För alkoholhaltiga drycker har per capita beräknats på befolkningen över 20 år.

Den genomsnittligen svensken la 1 286 kronor per år på fisk och skaldjur, och 4 733 kronor per person på kött. Inköpen av fisk minskade med 13,5 procent, medan köttinköpen minskat något, men i stort varit oförändrat jämfört med 2023.

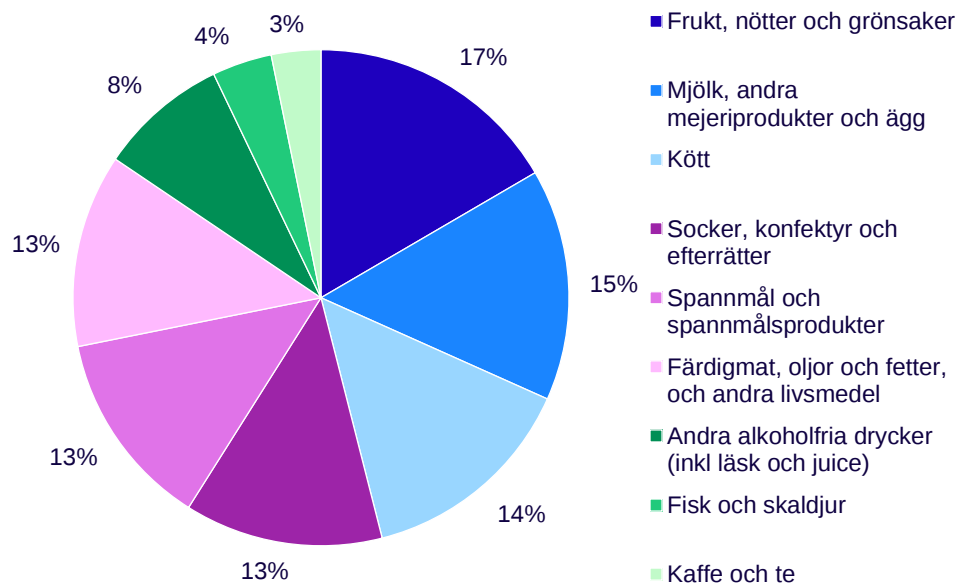
Den enskilt största varugruppen per capita var Mjolk, mejeriprodukter och ägg, som såldes för 4 983 kronor per person under 2024, en ökning med 7,7 procent jämfört med 2023. Alkohol fria drycker ökade med 12,5 procent, eller 428 kronor, och såldes för 3 849 kronor per person under 2024. En intressant varugrupp inom alkohol fria drycker är Andra alkohol fria drycker (här ingår bl.a. energi- och proteindryck) som ökade med 18,9 procent till 964 kronor per person och år under 2024. Utslaget per vecka handlade den genomsnittlige svensken Mjolk, andra mejeriprodukter och ägg för 96 kronor i veckan, och alkohol fria drycker för 74 kronor i veckan.

De alkoholhaltiga dryckerna per capita har beräknats utifrån den del av befolkningen som är över 20 år gammal. Dessa handlade för 6 383 kronor per person 2024, en ökning med 2,2 procent jämfört med 2023. Utslaget per vecka blir det 123 kronor per vecka.

I diagram 2 nedan visas en fördelning på vad den genomsnittlige svensken la sina pengar på under 2024. Här redovisas inte de alkoholhaltiga dryckerna.

Diagram 2. Försäljningsandelar (endast livsmedel) per capita, procent

Graph 2. Shares of sales (only food) per capita, percentages



Källa: Per capita beräknas utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

Störst andel, 17 procent, av svenskens livsmedelsbudget spenderades på Frukt, nötter och grönsaker, medan näst mest lades på Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg, 15 procent av total livsmedelsförsäljning per capita. Noterbart är att samma andel av inköpen gjordes inom varugrupperna Socker, konfektyr och efterrätter, Spannmål och spannmålsprodukter (här ingår bl.a. bröd, ris och pasta), samt Färdigmat, oljor och fetter, nämligen 13 procent.

Endast 3 procent av livsmedelsinköpen gick till svenskens köp av kaffe och te, totalt 1 063 kronor per person och år.

Ökad försäljning av både ekologiskt och EMV

Försäljningen av ekologiska livsmedel och egna märkesvaror (EMV) bygger på kedjornas egen information. I viss mån kan försäljningsförändringar av ekologiska varor eller EMV bero på att utbudet av ekologiska varor eller EMV i handeln har ändrats eller att den totala livsmedelsförsäljningen har ändrats. Uppgifterna bör således betraktas med viss försiktighet. Definitionen och beräkningarna av detta kapitel beskrivs i avsnitten *Kort om statistiken*.

Tabell 4. Försäljning EKO, mnkr, utveckling och andel i procent.

Table 4. Sales of organic products, SEK million, development and shares in percentages.

Varugrupp	Total 2024	EKO 2024	EKO 2023	Utveckling EKO 2024/2023 (%)	Andel EKO 2024
Livsmedel och drycker	401 713	21 113	18 476	14,3	5,3
Livsmedel och alkoholfria drycker	349 459	20 742	18 168	14,2	5,9
Livsmedel	308 711	19 476	16 782	16,1	6,3
Spannmål och spannmålsprodukter	45 008	709	723	-1,9	1,6
Kött	50 110	921	785	17,4	1,8
Fisk och skaldjur	13 617	5 622	2 514	123,6	41,3
Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg	52 764	2 761	3 043	-9,3	5,2
Oljor och fetter	10 241	561	545	3,1	5,5
Frukt- och grönsaksjuicer	23 466	2 970	3 180	-6,6	12,7
Grönsaker, rotfrukter och baljväxter	34 515	2 266	2 387	-5,0	6,6
Socker, konfektyr och efterrätter	45 203	1 497	1 450	3,3	3,3
Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	33 788	2 169	2 156	0,6	6,4
Alkoholfria drycker	40 747	1 266	1 386	-8,7	3,1
Frukt- och grönsaksjuicer	5 459	219	219	0,0	4,0
Kaffe och kaffesurrogat	10 046	584	697	-16,2	5,8
Te	1 208	235	244	-4,0	19,4
Vatten	799	0	3	-99,9	0,0
Läskedrycker	13 033	119	61	96,1	0,9
Andra alkoholfria drycker	10 204	109	162	-33,0	1,1

Försäljningen av ekologiska livsmedel och alkoholfria drycker uppgick under 2024 till 21 miljarder kronor i löpande priser, vilket motsvarar 5,3 procent av den totala

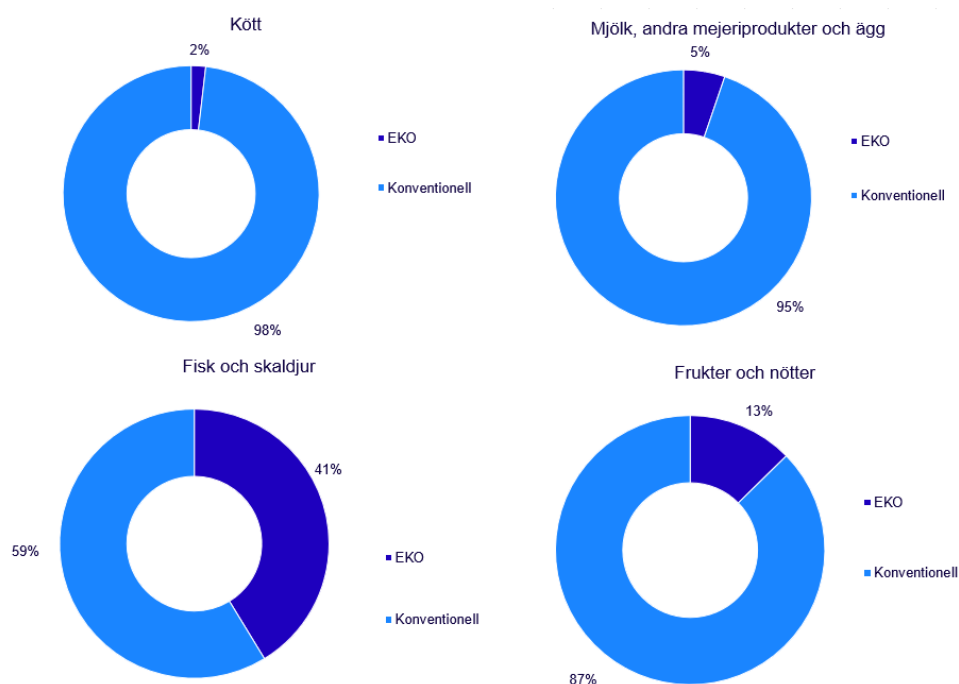
försäljningen. Jämfört med 2023 ökade försäljningen av ekologiska varor med 14,3 procent. I tabell 4 nedan visas försäljningen av ekologiska varor i en jämförelse med 2023 samt vilken andel av den totala försäljningen respektive vara hade under 2024.

Den varugrupp som ökat mest jämfört med 2023 var Fisk och skaldjur som ökade med 123,6 procent till 5,6 miljarder kronor. Förutom fisk ökade även svenskarnas inköp av ekologiskt kött med 17,4 procent.

Flertalet varugrupper minskade dock den ekologiska försäljningen 2024 jämfört med 2023. Försäljningen av ekologiska mejeriprodukter minskade med 9,3 procent till 2,7 miljarder kronor, och ekologisk frukt och nötter minskade med 6,6 procent till 2,9 miljarder kronor under 2024.

I diagram 3 nedan visas andelen ekologisk försäljning för några utpekade varugrupper som visar att skillnaden i andel ekologisk försäljning mellan varugrupper kan vara stor, från 2 procent för kött, till 41 procent för fisk och skaldjur.

Diagram 3. Andel ekologisk försäljning av olika varugrupper, procent av total försäljning
Graph 3. Share of ecological sales for different product groups, percentage of total sales



Andelen ekologiskt kött i förhållande till den totala köttförsäljningen ökade med 0,2 procentenheter till 1,8 procent, till totalt 921 miljoner kronor. Ekologisk fisk och skaldjur stod i sin tur för 41 procent av den totala försäljningen i sin varugrupp. Endast 5,2 procent av den totala försäljningen av mjölk, andra mejeriprodukter och ägg var ekologisk, en minskning med 1 procentenhet jämfört med 2023. En annan varugrupp där förändringen i andel var liten jämfört med 2023, var frukter

och nötter, vars andel på 12,7 procent 2024, endast minskat med 0,2 procentenheter jämfört med 2023.

Försäljningen av egna märkesvaror (EMV) uppgick under 2024 till 98,8 miljarder kronor i löpande priser, en ökning med 11,6 procent jämfört med 2023. Svenskarnas köp av EMV uppgick till 24,6 procent av de totala livsmedelsinköpen under 2024.

I tabell 5 nedan visas försäljningen av EMV i en jämförelse med 2023, samt vilken andel av den totala försäljningen som respektive vara hade under 2024.

Tabell 5. Försäljning EMV, mnkr, utveckling och andel i procent.

Table 5. Sales of private labels, SEK million, development and shares in percentages.

Varugrupp	Total 2024	EMV 2024	EMV 2023	Utveckling EMV 2024/2023 (%)	Andel EMV 2024
Livsmedel och drycker	401 713	98 804	88 516	11,6	24,6
Livsmedel och alkoholfria drycker	349 459	98 101	87 977	11,5	28,1
Livsmedel	308 711	94 281	84 510	11,6	30,5
Spannmål och spannmålsprodukter	45 008	9 544	7 466	27,8	21,2
Kött	50 110	21 936	20 590	6,5	43,8
Fisk och skaldjur	13 617	6 789	6 140	10,6	49,9
Mjölk, andra mejeriprodukter och ägg	52 764	15 815	14 870	6,4	30,0
Oljor och fetter	10 241	1 980	1 683	17,6	19,3
Frukter och nötter	23 466	10 296	9 563	7,7	43,9
Grönsaker, rotfrukter och baljväxter	34 515	15 392	14 143	8,8	44,6
Socker, konfektyr och efterrätter	45 203	5 288	3 723	42,0	11,7
Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	33 788	7 241	6 331	14,4	21,4
Alkoholfria drycker	40 747	3 820	3 468	10,2	9,4
Frukt- och grönsaksjuicer	5 459	919	829	10,9	16,8
Kaffe och kaffesurrogat	10 046	681	666	2,4	6,8
Te	1 208	232	176	31,6	19,2
Vatten	799	235	178	31,8	29,4
Läskedrycker	13 033	754	597	26,2	5,8
Andra alkoholfria drycker	10 204	999	1 021	-2,2	9,8

Alla varugrupper förutom andra alkoholfria drycker visade en ökad försäljning av EMV under 2024. Höga livsmedelspriser kan vara en bidragande orsak till att försäljningen av EMV ökar, då EMV oftast är något billigare än andra produkter. Den varugrupp som ökade mest var Socker, konfektyr och efterrätter som ökade med 42 procent. Försäljningen uppgick till 3,7 miljarder kronor vilket motsvarar en andel på 21,4 procent av den totala försäljningen av söta varor.

Köttvaror handlas till stor del bland EMV-sortimentet, 43,8 procent av den totala försäljningen av kött kommer från EMV. Försäljningen uppgick till 21,9 miljarder kronor under 2024, en ökning med 6,5 procent jämfört med 2023. Ytterligare en vara som till stor del handlas bland EMV-sortimentet är mejeriprodukter, där 30 procent av den totala försäljningen avser EMV. Försäljningsvärdet uppgick till 15,8 miljarder, en ökning med 6,4 procent jämfört med 2023.

Färdigmaten ökar

Färdigmat, dvs färdiga måltider, både färska och frysta, som säljs i livsmedelsbutikerna ingår i varugruppen Färdigmat och andra livsmedelsprodukter. I och med användningen av en ny klassifikation blir det enklare att följa hur försäljningen av färdigmat utvecklas. Notera dock att nivåerna för 2023 baseras på det omräknade materialet, vilket innebär att uppgifterna bör beaktas med viss försiktighet.

Totalt under 2024 uppgick försäljningen av färdigmat och andra livsmedelsprodukter till 33,7 miljarder kronor, en ökning med 8,3 procent jämfört med 2023.

I tabell 6 nedan presenteras varugruppen totalt, men även nedbrutet på dess beståndsdelar.

Tabell 6. Försäljning av färdigmat och andra livsmedelsprodukter 2023-2024 mnkr, samt utveckling i procent

Table 6. Sales of ready-to-eat meals and other food products 2023-2024 SEK million, development in percentages

COICOP	Varugrupp	2023	2024	Utveckling %
01.1.9	Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	31 189	33 788	8,3
01.1.9.1	Färdigmat	17 291	17 839	3,2
01.1.9.2	Barnmat	1 768	1 850	4,6
01.1.9.3	Salt, smaksättare och såser	7 138	8 312	16,4
01.1.9.4	Kryddor, kryddväxter och frön	3 774	3 658	-3,1
01.1.9.9	Övriga livsmedel	1 218	2 129	74,8

Under 2024 såldes färdigmat för 17,8 miljarder kronor, en ökning med 3,2 procent jämfört med 2023. Noterbart är att varugruppen för Salt, smaksättare och såser ökade med 16,4 procent, till 8,3 miljarder kronor, medan varugruppen för Kryddor, kryddväxter och frön minskade med 3,1 procent till 3,6 miljarder kronor under 2024. I gruppen övriga livsmedel ingår bl.a. buljong, bakpulver, jäst, men även matkassar, och visar den största ökningen jämfört med 2023 på 74,8 procent, till 2,1 miljarder kronor. Försäljningen av barnmat ökade med 4,6 procent jämfört med 2023, och uppgick till 1,8 miljarder kronor.

Nedbrutet per capita handlade den genomsnittlige svensken färdigmat för 1 685 kronor per person och år under 2024, en ökning med 2,8 procent jämfört med 2023. Vid en nedbrytning av försäljningen av barnmat per barn under 9 år, köper svensken barnmat för 1 612 kronor per barn och år.

Tabellbilaga

Teckenförklaring		
–	Noll	Zero
0 0,0	Mindre än 0,5 Mindre än 0,05	Less than 0.5 Less than 0.05
..	Uppgift inte tillgänglig eller för osäker för att anges	Data not available
.	Uppgift kan inte förekomma	Not applicable
*	Preliminär uppgift	Provisional figure

Tabell 7. Befolkningen i Sverige 2023-2024, uppdelat på ålderskategorier, tusental
Table 7. Population in Sweden, 2023-2024, divided by age categories, thousands

	0-9 år	10-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-79 år	80-89 år	90-99 år	100+ år	Total
2023	1 173	1 243	1 235	1 496	1 300	1 343	1 131	1 019	509	100	3	10 552
2024	1 147	1 254	1 225	1 507	1 299	1 340	1 157	1 010	543	102	3	10 588

Källa: Befolkningssiffrorna är hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år

Kort om statistiken

Statistikens ändamål och innehåll

I denna publikation redovisas ekonomisk statistik om detaljhandeln, här benämnd *handeln*. Dagligvaruhandeln, som omfattar ca 80 % av handeln, har mätts genom kassadataregister. Statistiken publicerades första gången avseende 2001 och är årlig. Statistiken utgör underlag till nationalräkenskapernas beräkningar av hushållens konsumtionsutgifter. Den utgör även underlag för KPI:s (konsumentprisindex) beräkningar av vikter inom livsmedelsområdet samt urval av representantvaror för prismätningarna.

Detta omfattar statistiken

Statistiken omfattar samtliga företag inom detaljhandel. Av dessa företag är det endast de som redovisat 12 procents moms som ingår i undersökningspopulationen. Rampopulationen omfattar samtliga företag som vid urvalstillfället i november referensåret klassificerats inom detaljhandeln (SNI 47 enligt SNI 2007) och som var aktiva i SCB:s företagsregister (FDB).

Definitioner och förklaringar

Undersökningsenhet

Undersökningsenheten i livsmedelsförsäljningsstatistiken utgörs av den juridiska enheten eller bokslutsenheten. De juridiska enheterna utgörs av aktiebolag, ekonomiska föreningar, handels- och kommanditbolag, statliga affärsverk, enskilda näringsidkare samt vissa stiftelser.

Redovisningsperiod

Uppgifterna avser kalenderår.

Näringsgrensindelning

För klassificering av företag efter näringsgren gäller standard för svensk näringsgrensindelning (SNI 2007) som är hierarkiskt uppbyggd. Uppgifter för branschklassificering erhålls från SCB:s företagsregister. Klassificeringen bygger på företagets verksamhet vid urvalstillfället. Varje företag hänförs till den näringsgren där det har sin huvudsakliga verksamhet.

Variabler

Statistiken mäter detaljerade uppgifter om försäljningsintäkternas fördelning på intäktsslaget livsmedel- och dryckesprodukter. Försäljningsintäkterna redovisas inklusive moms.

COICOP

COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose), är en internationell klassificering av hushållens privata konsumtion enligt SNA 2008 (A System of National Accounts) och enligt det Europeiska Nationalräkenskapssystemet (ESA 2010). Den ska tillämpas i EU-länders nationalräkenskaper. COICOP finns i tretton huvudgrupper, i denna undersökning används varor inom två av dessa huvudgrupper dvs. *Livsmedel och alkoholfria drycker* samt *Alkoholhaltiga drycker*.

Produkter från kassaregisterdata

EAN står för European Article Number och är ett identitetsnummer för produkter. Det är på denna kod som företagen redovisar sina försäljningssiffror på i kassaregister och skickar till SCB. Liksom SCB finns det andra organisationer som är intresserade av att skapa och analysera produktstatistik med EAN-kodade data. Alla som gör det har egna register över produkterna.

För viktvaror, dvs produkter som säljs till kilo- eller literpris, trycks en etikett på försäljningsstället med ett 13-siffrigt EAN-liknande nummer som kan läsas och tolkas av kassan.

Ekologiska varor (EKO) och EMV

Ekologiska produkter är odlade, kontrollerade och hanterade enligt EU:s regler för ekologisk produktion. Inom Sverige utförs denna kontroll av kontrollföreningen KRAV.

Kedjornas egen klassificering av ekologiska livsmedel samt KRAV:s produktlista använts som utgångspunkt för beräkning av EKO-försäljning. Även artiklar med namn innehållande KRAV och ekologisk i SCB:s register har klassificerats som ekologiska även om de inte funnits med på KRAV:s produktlista. Statistiken över ekologisk försäljning bör betraktas med viss försiktighet.

SCB har klassificerat livsmedelsregistret utifrån om varan är en egen märkesvara. De egna märkesvarorna är baserade på dagligvarukedjornas sortiment och den information SCB erhåller från kassaregistren. Artiklar som innehåller namn på kedjans eget varumärke kodas också som EMV. Statistiken över EMV-försäljning bör betraktas med viss försiktighet.

Statistikens framställning

För att genomföra livsmedelsförsäljningsstatistiken har en rad olika källor använts:

Kassaregisterdata har varit utgångspunkten för genomförandet av undersökningen. Uppgifterna har inhämtats centralt ifrån företagen. Datakassaregisterstatistiken har klassificerats från den unika produktnivån (oftast

EAN-kod) till den för KPI anpassade varugruppernivån för livsmedel och drycker. Dessa varugrupper uppfyller även Nationalräkenskapernas behov av varugrupper.

Moms hämtas från momsregistret för de företag som är verksamma i SNI 47 enligt FDB:s frysta novemberversion (SAMU) under det aktuella året. För dessa företag har momsskattesatsen som gäller för livsmedelsförsäljning använts, dvs 12 procent. Beräkningarna av livsmedelsnivån bygger på summan av försäljningen för den 12 procentiga momsskattesatsen (inklusive moms) inom detaljhandeln (SNI 47).

Försäljning av hälsoprodukter med tolvprocentig momssats samt restaurangverksamhet skattas från kassaregisterdata och dras bort från den framräknade totala livsmedelsnivån från momsregistret. Övrig försäljning med tolvprocentig momssats hänförs till livsmedel.

Försäljning av ekologiska varor (EKO) och EMV

Beräkningarna av EKO- och EMV-försäljningen bygger på uppgifter från kassaregisterdata. Med denna information har andelen EKO- och EMV-försäljning av livsmedel och drycker skattats i förhållande till total livsmedelsförsäljning för dagligvaruhandeln. Därefter har det antagits att den försäljning som sker utanför dagligvaruhandeln har samma fördelning av EKO- och EMV-försäljning som dagligvaruhandeln. Utifrån detta har EKO- och EMV-försäljning för hela handeln nåtts.

Statistikens kvalitet

Idag finns det cirka 125 000 produkter i SCB:s register som säljs med den tolvprocentiga momssatsen. De kassaregisterdata som används har först genomgått en omfattande maskinell kodning. Denna första maskinella kodning bygger på livsmedelsföretagens egna varugrupper. Tidigare år har registret sedan granskats och kodats manuellt. Detta manuella steg görs fr.o.m. referensår 2023 maskinellt med *machine learning* som har utvecklats under året av SCB:s IT-avdelning. Modellen är tränad på tidigare års registerdata men är fortfarande under utveckling. Målet är att på sikt ersätta manuell kodning med en automatisk process, där endast mindre manuella hanteringar görs vid behov.

Beräkningen av den totala livsmedelsförsäljningen inom detaljhandeln är gjord med hjälp av det totalundersökta momsregistret. Det kan därför sägas att beräkningen av den totala livsmedelsförsäljningen inte är behäftad med någon urvalsosäkerhet. Däremot finns viss mätproblematik då momsregistret används och det är att all omsättning som säljs till 12 procents momsskattesats inte är livsmedel. Ett antagande som görs i undersökningen är dock att alla varor inom detaljhandeln som säljs till 12 procents momsskattesats är livsmedel förutom hälsoprodukter och eventuell serveringsverksamhet som dras av.

Bra att veta

Publicering och spridning

Livsmedelsförsäljningsstatistik har publicerats sedan 2002 och då avseende åren 2000 och 2001. Livsmedelsförsäljningsstatistiken presenteras i en årlig rapport.

Sveriges statistiska databaser

De uppgifter som redovisas här finns i SSD, Sveriges statistiska databaser, på SCB:s webbplats www.scb.se. I SSD finns även mer detaljerade tabeller med statistik på varugrupsnivå.

Annan statistik

Mer information om statistiken och dess kvalitet ges i kvalitetsdeklarationen på SCB:s webbplats, www.scb.se.

Food Sales 2024

Summary

The total retail sales of food and beverages amounted to SEK 402 billion in 2024. This is an increase by SEK 18 billion, or 4.6 percent compared with 2023. Food increased by SEK 12 billion, non-alcoholic beverages increased by SEK 5 billion and alcoholic beverages increased by SEK 1 billion. Sales of food and beverages per capita increased 4.1 percent compared with 2023. This is an increase by SEK 1 566 per year. The total sales per person and year amounted to SEK 39 389.

Meat, fish and other seafood decreased during 2024

The total sales of food increased during 2024. This is also true for almost all products except for fish and other seafood, and meat. Meat sales had a marginal decrease of 0.4 percent or SEK 19 per person during 2024. The decrease of fish and other seafood was however larger, with a drop of 13.5 percent or SEK 200 per person during 2024. The fixed price sales indicate a volume decrease of 1.9 percent for meat and 13.1 percent for fish and other seafood.

Private label products made up over half of sales increase 2024

The sales value of private label products increased from SEK 89 billion 2023 to SEK 99 billion 2024. This is an increase of SEK 10 billion or 11.6 percent compared with 2023. Private label products made up 24.6 percent of the total food sales 2024. The increase in sales value made up of private label products represent more than half of the SEK 18 billion which sales of food and beverages increased during 2024. A contributing factor to the large increase of private label products is likely due to the last few years rising food prices and that private label products usually are cheaper than other products.

Fruit, nuts and vegetables make up the largest share of the food budget

The largest share of the food budget is made up of fruit, nuts and vegetables, 17 percent or SEK 5 476 per person per year. The second largest category is milk, other dairy products and eggs with 15 percent or SEK 4 983 per person. Followed by meat with 14 percent or SEK 4 733 per person, and sugar, confectionery and desserts with 13 percent or SEK 4 269 per person. The sales per person of fruits, nuts and vegetables have only increased by SEK 58 compared with 2023. Milk, other dairy products, and eggs have increased more, with SEK 357 per person. Sugar, confectionery and desserts has also increased during 2024, with SEK 260 per person.

List of tables

Table 1. Sales of food and beverages for the retail trade in 2023 and 2024, in SEK million.....	7
Table 2. Sales of food and beverages for the retail trade, development in percentages between 2024/2023 in current and fixed prices.	10
Table 3. Sales per capita in SEK, development in percentages 2023-2024.	12
Table 4. Sales of organic products, SEK million, development and shares in percentages.	15
Table 5. Sales of private labels, SEK million, development and shares in percentages.	17
Table 6. Sales of ready-to-eat meals and other food products 2023-2024 SEK million, development in percentages.....	19
Table 7. Population in Sweden, 2023-2024, divided by age categories, thousands	20

List of graphs

Graph 1. Change of sales value per year, SEK millions.....	6
Graph 2. Shares of sales (only food) per capita, percentages.....	13
Graph 3. Share of ecological sales for different product groups, percentage of total sales.....	16

List of terms

Terms in Tables

Försäljning (inkl moms)	Turnover (incl VAT)
Löpande priser	Current prices
Fasta priser	Fixed prices
Livsmedel och alkoholfria drycker	Food and non-alcoholic beverages
Spannmål och spannmålsprodukter	Cereal and cereal products
Kött	Meat
Fisk och skaldjur	Fish and other seafood
Mjök, andra mejeriprodukter och ägg	Milk, other dairy products and eggs
Oljor och fetter	Oils and fats
Frukt och nötter	Fruit and nuts
Grönsaker, rotfrukter och baljväxter	Vegetables, tubers and pulses
Socker, konfektyr och efterrätter	Sugar, confectionery and desserts
Färdigmat och andra livsmedelsprodukter	Ready-made food and other food products
Barmat	Baby food
Salt, smaksättare och såser	Salt, condiments and sauces
Kryddor, kryddväxter och frön	Spices, culinary herbs and seeds
Övriga livsmedel	Other food products
Alkoholfria drycker	Non-alcoholic beverages
Frukt- och grönsaksjuicer	Fruit and vegetable juices
Kaffe och kaffesurrogat	Coffee and coffee substitutes
Te	Tea
Vatten	Water
Läskedrycker	Soft drinks
Andra alkoholfria drycker	Other non-alcoholic beverages
Alkoholhaltiga drycker	Alcoholic beverages
Spritdrycker	Spirits
Vin	Wine
Öl	Beer
Befolkning	Population
Tusentals	Thousands
Utveckling	Development
Andelar	Shares