

Livsmedelsförsäljningsstatistik 2022



Sveriges officiella
statistik

Livsmedelsförsäljningsstatistik 2022

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

Förfrågningar Louise Eklund
+46 10 479 60 68
louise.eklund@scb.se

Mariah Nilsson
+46 10 479 65 65
mariah.nilsson@scb.se

Du får kopiera och på annat sätt mångfaldiga innehållet.
Uppge då källa på följande sätt:
Källa: SCB, Livsmedelsförsäljningsstatistik 2022

Food Sales 2022

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

Enquiries Louise Eklund
+46 10 479 60 68
louise.eklund@scb.se

Mariah Nilsson
+46 10 479 65 65
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 2022

URN:NBN:SE:SCB-20HAFTBR2301_pdf

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

Innehåll

Sammanfattning	1
Dyrare kundkorg	1
Mer godis och mindre frukt och grönt	1
Mer egna märkesvaror och mindre ekologiskt	1
Mindre alkohol, mer läsk	1
Statistiken med kommentarer	2
1. Introduktion	2
2. Livsmedelsförsäljning 2022.....	3
Tabell 1. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, 2016, 2021 och 2022, belopp i mnkr.	3
3. Prisutveckling av livsmedelsvaror.....	5
Tabell 2. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, utveckling 2022/2021 och 2022/2016, i löpande och fasta priser. ...	5
Diagram 1. Försäljningsutveckling för livsmedel och drycker, 2017–2022, i löpande och fasta priser, årlig utveckling i procent.	7
Diagram 2. Prisindexutveckling för livsmedel och drycker, 2000–2022, enligt KPI (2000=100).....	8
Diagram 3. Prisförändringar för livsmedel och drycker, 2021–2022, utveckling i procent.	9
4. Försäljning per capita.....	10
Tabell 3. Försäljning per capita i kronor, utveckling i procent 2021–2022.....	10
5. Frukostvaror	11
Tabell 4. Försäljning av frukostvaror i fasta priser, mnkr, 2019–2022.....	11
Diagram 4. Indexutveckling av frukostvaror i fasta priser, 2016–2022 (2016=100).....	12

6. Frukt, grönsaker och godis	13
Tabell 5. Frukt, grönsaker och godis, försäljning och utveckling i löpande och fasta priser, mnkr 2021–2022.....	13
Tabell 6. Frukt, grönsaker och godis, försäljning per capita i löpande och fasta priser, kronor, 2020–2022.....	14
Diagram 5. Frukt, grönsaker och godis, försäljning per capita i fasta priser, kronor, 2016–2022.....	14
7. Ekologiska livsmedel och Egna märkesvaror	15
Tabell 7. Försäljning EKO och EMV, mnkr, utveckling och andel i procent.....	15
8. Kött, fågel och fisk.....	17
Diagram 6. Försäljning av kött, fågel och fisk 2022 i fasta priser, andelar.....	17
Diagram 7. Försäljning av kött, fågel och fisk, fasta priser, mnkr, 2016–2022.....	18
9. Drycker	19
Tabell 8. Alkoholhaltiga drycker samt läsk, vatten och juice, försäljning i fasta priser, mnkr, 2019–2022.....	19
Diagram 8. Indexutveckling av alkoholhaltiga drycker samt vatten, läsk och juice i fasta priser, 2016–2022 (2016=100).	20
Tabeller.....	21
Teckenförklaring.....	21
Tabell 9. Försäljning (inkl moms) av livsmedel och drycker inom handeln, 2016–2022, mnkr.....	22
Tabell 10. Försäljning av livsmedel och drycker, fasta priser, 2016–2022, mnkr.....	23
Tabell 11. Befolkningsutveckling i Sverige, 2016–2022, tusental.	23
Tabell 12. Försäljning av livsmedel och drycker per capita inom handeln, kronor.....	24
Tabell 13. Prisförändringar för livsmedel och drycker inom handeln 2016–2022, procent.....	25

Tabell 14. Prisindex för livsmedel och drycker inom handeln, 2017–2022 (2000=100).....	26
Tabell 15. Försäljning av ekologiska varor (EKO) och egna märkesvaror (EMV), 2021–2022, mnkr.	27
Kort om statistiken.....	28
Statistikens ändamål och innehåll.....	28
Detta omfattar statistiken.....	28
Definitioner och förklaringar.....	28
Statistikens framställning.....	30
Statistikens kvalitet.....	31
Bra att veta.....	32
Publicering och spridning.....	32
Sveriges statistiska databaser.....	32
Annan statistik.....	32
Food Sales 2022.....	33
More expensive shopping basket.....	33
More sweets and less fruit and vegetables.....	33
More private label products and less organic.....	33
Less alcohol, more soft drinks.....	33
List of tables.....	34
List of graphs.....	35
List of terms.....	36

Sammanfattning

Under 2022 uppgick den totala försäljningen av *livsmedel och drycker* till 356 miljarder kronor vilket är en ökning med ca 22 miljarder kronor, eller 6,6 procent jämfört med 2021. Priserna för *livsmedel och drycker* ökade enligt KPI med 9,5 procent 2022, vilket är betydligt högre än för 2021 där priserna ökade med 0,4 procent. Den genomsnittliga prisökningen mellan 2016 och 2021 var endast 1,9 procent.

Dyrare kundkorg

Det har under 2022 blivit dyrare för den svenske konsumenten att handla mat för veckan. Priserna för varugrupperna *Livsmedel* och *alkoholfria drycker* ökade med 11 procent vardera under 2022 medan *alkoholhaltiga drycker* ökade med 2 procent. Många av de typiska frukostvarorna som bröd, ost och ägg var extra hårt drabbade av prisökningar. *Kaffe, te och choklad* var den varugrupp som ökade mest med 30 procent.

Mer godis och mindre frukt och grönt

Försäljningen av godis per capita i fasta priser gick från 1 801 kronor år 2021 till 1 908 kronor 2022 vilket innebär en ökning på 107 kronor. I löpande priser ökade försäljningen av godis med 215 kronor per capita. Medan vi köpte mer godis drog vi däremot ned på frukt och grönsaker som år 2022 såldes för 647 kronor respektive 731 kronor per capita vilket är en minskning med 60 kronor för frukt och 80 kr för grönsaker.

Mer egna märkesvaror och mindre ekologiskt

Som en effekt av högre livsmedelspriser och levnadskostnader har vi under 2022 fått mindre pengar i plånboken. Detta har inte minst synts tydligt i ändrade konsumtionsmönster i dagligvaruhandeln där den svenske konsumenten under förra året köpte mindre ekologiska varor och mer egna märkesvaror (EMV)¹. Försäljningen av ekologiska varor minskade med 2,5 procent medan försäljningen av EMV ökade med 7,7 procent.

Mindre alkohol, mer läsk

Under 2022 minskade försäljningen av alkoholhaltiga drycker med 2 procent. I fasta priser sjönk försäljningen med 4 procent vilket innebär att vi köpte mindre alkohol sett till volym under förra året. I stället lade vi mer läsk, vatten och juice i kundkorgen. Den varugruppen ökade med 9 procent i löpande priser och 5 procent i fasta priser.

¹ Egna märkesvaror (EMV) är produkter som tillverkas av underleverantörer men som säljs under detaljhandels eget varumärke. Dessa säljs oftast till något lägre pris.

Statistiken med kommentarer

1. Introduktion

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 2022 och dess utveckling från tidigare år. Därefter redovisas prisutvecklingen av livsmedel och försäljning per capita. Det följs sedan av ett antal avsnitt som djupdyker i specifika kategorier som frukostvaror, frukt, grönsaker och godis, EMV samt ekologiska varor, kött, fågel och fisk samt drycker.

2. Livsmedelsförsäljning 2022

Den totala försäljningen av *Livsmedel och drycker* ökade under 2022. Försäljningen uppgick till 356 miljarder kronor, en ökning med ca 22 miljarder kronor, eller 6,6 procent jämfört med 2021.

Livsmedel står för 76 procent av försäljningen, medan *alkoholfria drycker* står för 10 procent och *alkoholhaltiga drycker* för 14 procent. Andelen livsmedel har ökat jämfört med 2021, men ligger fortfarande något lägre än andelen under 2016. De alkoholfria dryckernas andel fortsätter att öka även 2022, medan de alkoholhaltiga dryckernas andel återgått till samma nivå som för 2016.

Tabell 1. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, 2016, 2021 och 2022, belopp i mnkr.

Table 1. Sales of food and beverages for the retail trade in 2016, 2021 and 2022, in SEK million.

COICOP	Varugrupp	2016		2021		2022	
		Mnkr	Andel (%)	Mnkr	Andel (%)	Mnkr	Andel (%)
01+02.1	Livsmedel och drycker	271 255	100,0	334 367	100,0	356 381	100,0
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	232 960	85,9	283 531	84,8	306 523	86,0
01.1	Livsmedel	209 919	77,4	252 769	75,6	272 119	76,4
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	32 330	11,9	41 671	12,5	46 229	13,0
01.1.2	Kött	38 856	14,3	45 329	13,6	48 973	13,7
01.1.3	Fisk	13 100	4,8	14 857	4,4	14 873	4,2
01.1.4	Mjök, ost och ägg	36 779	13,6	41 967	12,6	46 387	13,0
01.1.5	Oljor och fetter	5 932	2,2	7 809	2,3	8 855	2,5
01.1.6	Frukt	18 833	6,9	21 913	6,6	21 947	6,2
01.1.7	Grönsaker	26 000	9,6	31 761	9,5	33 331	9,4
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	27 561	10,2	35 050	10,5	38 511	10,8
01.1.9	Övriga livsmedel	10 528	3,9	12 414	3,7	13 011	3,7
01.2	Alkoholfria drycker	23 041	8,5	30 762	9,2	34 403	9,7
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	6 993	2,6	8 980	2,7	10 601	3,0
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	16 048	5,9	21 782	6,5	23 803	6,7
02.1	Alkoholhaltiga drycker	38 295	14,1	50 835	15,2	49 858	14,0
02.1.1	Spritdrycker	7 047	2,6	10 374	3,1	10 173	2,9
02.1.2	Vin inkl. cider	20 317	7,5	26 271	7,9	25 870	7,3
02.1.3	Öl	10 931	4,0	14 190	4,2	13 815	3,9

I löpande priser kan man se en ökad försäljning de senaste åren. *Livsmedel och drycker* ökade med 22 miljarder kronor mellan 2021 och 2022, vilket motsvarar en ökning med 6,6 procent. Förändringen beror på ökade priser i större utsträckning än tidigare år.

Samtliga varugrupper förutom *alkoholhaltiga drycker* har ökat sin försäljning jämfört med 2021. Varugruppen har minskat med 977 mnkr eller 1,9 procent.

Den största försäljningen i löpande priser stod varugruppen *kött för*, med en försäljning på 48 973 mnkr, vilket motsvarar 13,7 procent av den totala försäljningen.

Varugruppen för *Bröd och andra spannmålsprodukter* står för 13 procent av den totala försäljningen, med ett försäljningsvärde på 46 229 mnkr för 2022. Lika stor andel av försäljningen står varugruppen *Mjölk, ost och ägg för*, med en försäljning på 46 387 mnkr. *Bröd* har ökat sin andel jämfört med både 2016 och 2021, medan *Mjölk* har minskat något jämfört med 2016.

Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr har en något ökad försäljningsandel för 2022 på 10,8 procent. I löpande priser var försäljningen 38 511 mnkr.

3. Prisutveckling av livsmedelsvaror

Försäljningen av *livsmedel och drycker*, har sedan 2016 ökat med 31,4 procent i löpande priser, medan försäljningen i fasta priser ökat med 9,3 procent. I tabell 2 visas utvecklingen för de olika varugrupperna.

Tabell 2. Försäljning av livsmedel och drycker inom handeln, utveckling 2022/2021 och 2022/2016, i löpande och fasta priser.

Table 2. Sales of food and beverages for the retail trade, development in percentages between 2022/2021 and 2022/2016, in current and fixed prices.

		Löpande priser		Fasta priser	
		Utveckling (%)	Utveckling (%)	Utveckling (%)	Utveckling (%)
COICOP	Varugrupp	2022/2021	2022/2016	2022/2021	2022/2016
01+02.1	Livsmedel och drycker	6,6	31,4	-2,7	9,3
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	8,1	31,6	-2,5	7,4
01.1	Livsmedel	7,7	29,6	-2,9	6,0
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	10,9	43,0	-1,0	17,3
01.1.2	Kött	8,0	26,0	-2,7	2,2
01.1.3	Fisk	0,1	13,5	-9,8	-11,6
01.1.4	Mjök, ost och ägg	10,5	26,1	-5,5	-1,6
01.1.5	Oljor och fetter	13,4	49,3	-6,3	-2,3
01.1.6	Frukt	0,2	16,5	-8,4	-4,5
01.1.7	Grönsaker	4,9	28,2	-4,9	2,3
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	9,9	39,7	3,9	23,0
01.1.9	Övriga livsmedel	4,8	23,6	-3,8	5,2
01.2	Alkoholfria drycker	11,8	49,3	1,1	19,5
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	18,1	51,6	-8,9	-0,2
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt- och grönsaksjuicer	9,3	48,3	5,0	27,9
02.1	Alkoholhaltiga drycker	-1,9	30,2	-3,8	19,1
02.1.1	Spritdrycker	-1,9	44,4	-2,9	36,2
02.1.2	Vin inkl. cider	-1,5	27,3	-3,8	13,2
02.1.3	Öl	-2,6	26,4	-4,7	18,3

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

Den enskilda varugrupp som ökat mest i löpande priser från 2016 till 2022 är *Kaffe, te och chokladdryck*, som ökat med 51,6 procent. Denna ökning beror endast på prisökningar då försäljningen i fasta priser minskat med 0,2 procent sedan 2016, vilket även kan sägas avse volymutvecklingen. Även jämfört med 2021 så har denna varugrupp ökat mest i löpande priser, 18,1 procent. Volymutvecklingen har dock minskat med 8,9 procent, vilket visar på en ren prisökning inom

varugruppen. Med andra ord köpte vi mindre av kaffe, te och chokladdryck under 2022 jämfört med 2021.

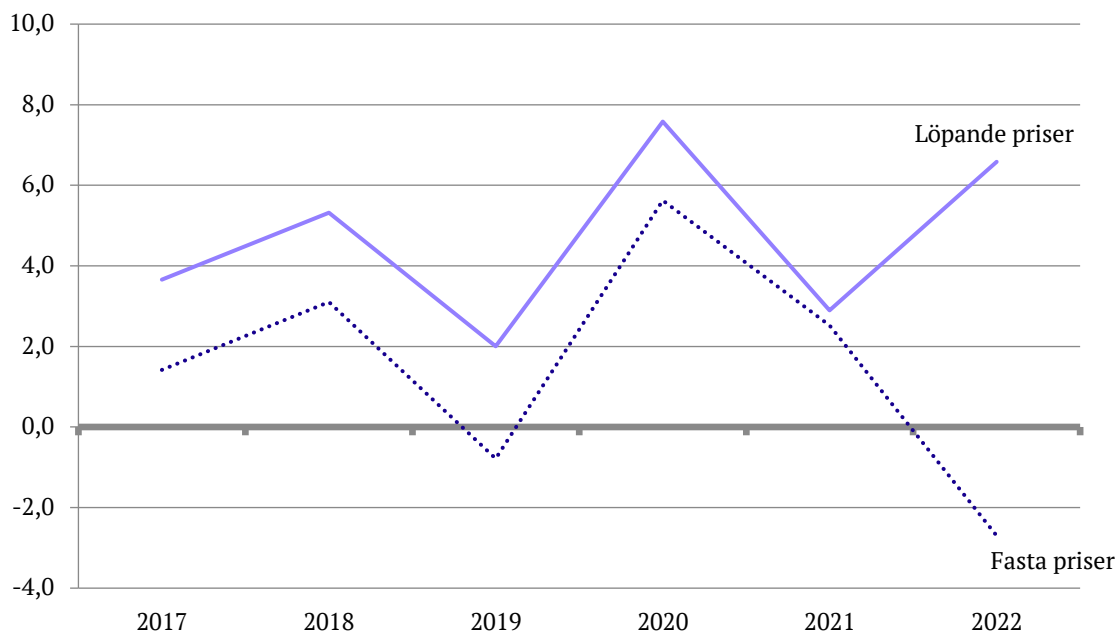
Mineralvatten, läskedrycker, frukt- och grönsaksjuicer är en av två varugrupper där vi kan se en ökning både i löpande och fasta priser jämfört med 2021. Utvecklingen i fasta priser på 5,0 procent, och 9,3 procent i löpande priser visar på en ökad försäljningsvolym. Jämfört med 2016 har varugruppen ökat med 48,3 procent i löpande priser, men justerat för prisutveckling har volymen ökat med 27,9 procent.

Den andra varugruppen som visar ökad försäljningsvolym är *Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr*, som ökade med 3,9 procent i fasta priser jämfört med 2021. I löpande priser är ökningen 9,9 procent. I jämförelse med 2016 har de fasta priserna ökat med 23 procent och de löpande priserna med 39,7 procent.

Varugrupporna för *Fisk* respektive *Frukt* visar en väldigt låg försäljningsutveckling i löpande priser jämfört med 2021, med 0,1 respektive 0,2 procent. Rensat för prisutveckling har försäljningsvolymerna minskat med 9,8 respektive 8,4 procent.

Diagram 1. Försäljningsutveckling för livsmedel och drycker, 2017–2022, i löpande och fasta priser, årlig utveckling i procent.

Graph 1. Sales development of food and beverages, 2017–2022, in current and fixed prices, yearly development in percentages.



Källdata finns i tabell 9 och 10 i tabellbilagan.

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskaperens varugruppernivå.

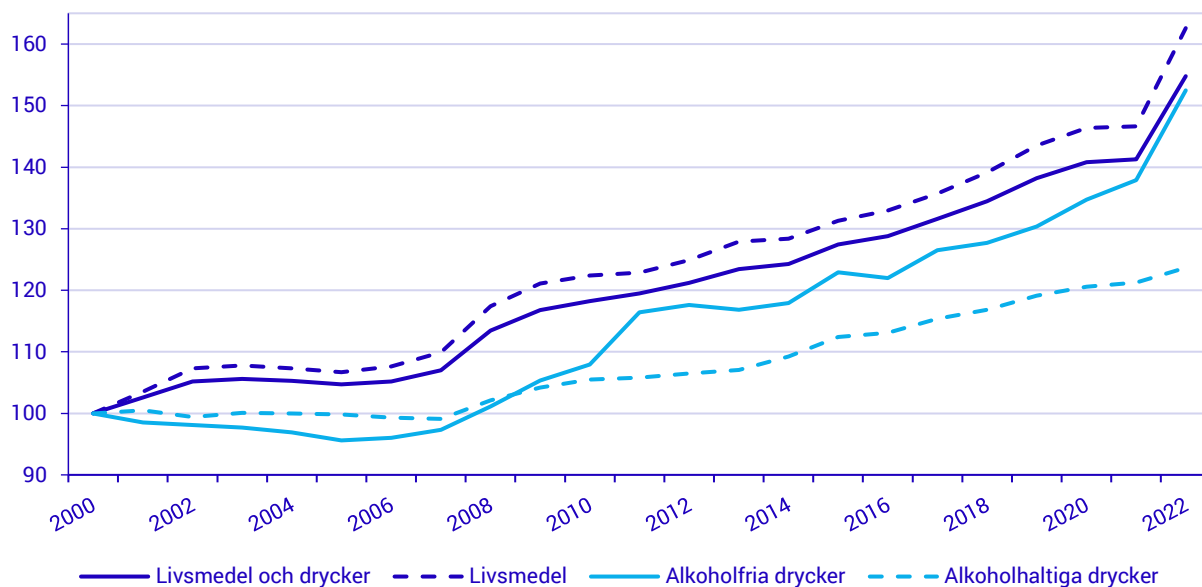
I diagram 1 ovan återges den totala försäljningsutvecklingen för *livsmedel och drycker* i både löpande och fasta priser. I löpande priser för 2022 är utvecklingen 6,6 procent jämfört med 2021, den genomsnittliga utvecklingen under 2017–2022 var 4,7 procent.

Utvecklingen i fasta priser är -2,7 procent för 2022, vilket innebär ett brott i den trend som varit tidigare år där löpande och fasta priser följt samma mönster. Ett år som detta där utvecklingen i löpande priser är högre än den i fasta priser beror de totala försäljningsförändringarna på prisökningar då volymutvecklingen (de fasta priserna) har minskat mellan 2021 och 2022.

I diagram 2 visas prisindexutvecklingen för *livsmedel och drycker* enligt Konsumentprisindex (KPI). Här syns en kraftig prisökning för varugrupperna för 2022.

Diagram 2. Prisindexutveckling för livsmedel och drycker, 2000–2022, enligt KPI (2000=100).

Graph 2. Price index development of food and beverages, 2000–2022, as per KPI (2000=100).



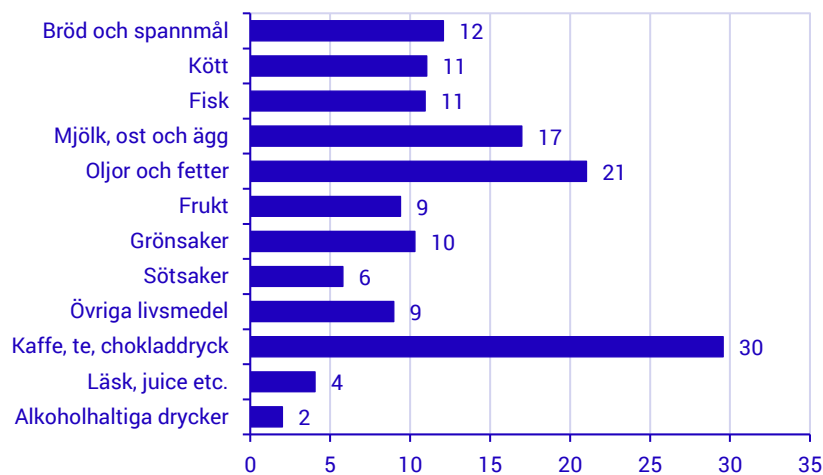
Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Priserna för *livsmedel och drycker* ökade enligt KPI med 9,5 procent 2022, vilket är betydligt högre än för 2021 där priserna ökade med 0,4 procent. Den genomsnittliga prisökningen mellan 2016 och 2021 var endast 1,9 procent. Förklaringar till den höga prisökningen kan hittas i SCB:s publikationer av KPI.

Priserna för *livsmedel exklusive dryck* ökade med 10,9 procent under 2022. Priserna för de *alkoholfria dryckerna* ökade med 10,6 procent medan de *alkoholhaltiga dryckerna* endast ökade med 2,0 procent jämfört med 2021, vilket är mer än trenden som varit de senaste åren.

Diagram 3. Prisförändringar för livsmedel och drycker, 2021–2022, utveckling i procent.

Graph 3. Price changes of food and beverages, 2021-2022, development in percentages.



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Den varugrupp som ökade mest i pris var *Kaffe, te och chokladdryck* som ökade med 29,6 procent. Den varugrupp som ökade näst mest var *Oljor och fetter* som ökade med 21 procent. Ingen varugrupp visar på en minskning av priserna jämfört med 2021.

4. Försäljning per capita

Försäljningen, i löpande priser, av *livsmedel och drycker* inom handeln ökade från 31 990 kronor per capita under 2021 till 33 872 kronor per capita under 2022. Detta motsvarar en ökning på 5,9 procent. I genomsnitt ökade försäljningen per capita med 4,1 procent de senaste fem åren. Största ökningen skedde under 2020, då försäljningen ökade med 7 procent.

Tabell 3. Försäljning per capita i kronor, utveckling i procent 2021–2022.

Table 3. Sales per capita in SEK, development in percentages 2021-2022.

COICOP	Varugrupp	2021	2022	Utveckling (%)
01+02.1	Livsmedel och drycker	31 990	33 872	5,9
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	27 126	29 133	7,4
01.1	Livsmedel	24 183	25 863	6,9
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	3 987	4 394	10,2
01.1.2	Kött	4 337	4 655	7,3
01.1.3	Fisk	1 421	1 414	-0,6
01.1.4	Mjök, ost och ägg	4 015	4 409	9,8
01.1.5	Oljor och fetter	747	842	12,7
01.1.6	Frukt	2 096	2 086	-0,5
01.1.7	Grönsaker	3 039	3 168	4,3
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	3 353	3 660	9,2
01.1.9	Övriga livsmedel	1 188	1 237	4,1
01.2	Alkoholfria drycker	2 943	3 270	11,1
01.2.1	Kaffe, te och choklad	859	1 008	17,3
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	2 084	2 262	8,6
02.1	Alkoholhaltiga drycker	4 864	4 739	-2,6
02.1.1	Spritdrycker	993	967	-2,6
02.1.2	Vin	2 513	2 459	-2,2
02.1.3	Öl	1 358	1 313	-3,3

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

Den genomsnittliga svensken köpte *kaffe, te och choklad* för 1 008 kronor, vilket är en ökning med 17,3 procent jämfört med 2021. Däremot har den genomsnittliga svensken köpt mindre *frukt* jämfört med 2021. Försäljningen per capita var 2 086 kronor, en minskning med 0,5 procent.

Varugruppen för *Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr* hade en försäljning på 3 660 kronor per capita, en ökning med 9,2 procent. Här ingår godis, där svensken i genomsnitt handlade för 2 527 kronor under 2022.

5. Frukostvaror

I fasta priser ser vi att de varor vi normalt sett ser som *frukostvaror* har minskat i försäljningsvolym mellan 2021 och 2022. Det totala försäljningsvärdet i fasta priser för denna grupp av varor var 41 330 mnkr, en minskning med 2,9 procent jämfört med 2021.

Tabell 4. Försäljning av frukostvaror i fasta priser, mnkr, 2019–2022.

Table 4. Sales of breakfast articles in fixed prices, SEK million, 2019-2022.

Varugrupp	2019	2020	2021	2022
Matbröd	8 410	8 456	8 902	8 817
Ägg	2 445	2 589	2 510	2 413
Hårdost	6 597	7 013	7 052	6 838
Mjök	4 801	5 062	5 013	4 610
Fil och yoghurt	4 143	4 148	4 103	3 913
Smör	1 005	1 138	1 107	1 027
Sylt och marmelad	884	879	865	899
Kaffe	4 548	4 860	4 999	4 434
Te	633	784	821	837
Juice, måltidsdryck, stilldrink	6 692	6 981	7 298	7 610
Total	40 158	41 910	42 671	41 399

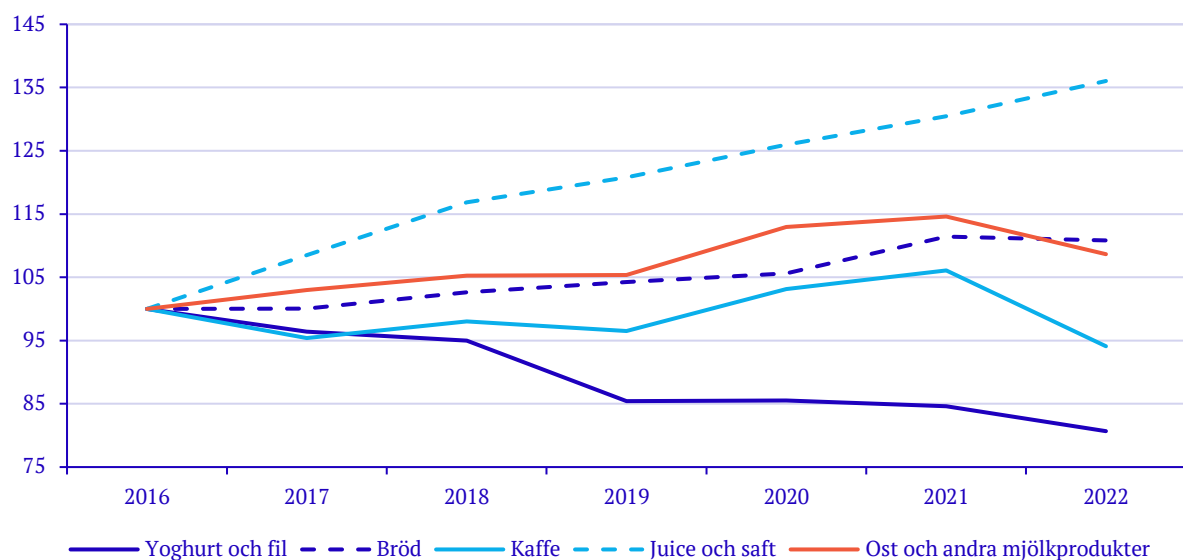
Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugrupsnivå.

Juice, måltidsdryck, stilldrink ökade försäljningen med 4,2 procent och landade på ca 7 610 mnkr i fasta priser för 2022. De andra varugrupperna där försäljningsvolymen ökade var *Sylt och marmelad*, och *te* som ökade med 3,9 procent, respektive 2 procent till en försäljning på 899 mnkr, respektive 837 mnkr i fasta priser.

Den varugrupp där den största minskningen i fasta priser, och därmed största minskade försäljningsvolymen skett, ser vi för *Kaffe*, som från 2021 minskat 11,3 procent till en försäljning på 4 434 mnkr. Under 2022 handlade svenskarna alltså mindre kaffe, men mer juice och te till frukostbordet. Även försäljningen av bröd och ägg minskade i fasta priser till 8 817 mnkr respektive 2 413 mnkr. Det senaste året köpte vi dessutom mindre mejerivaror som ost, mjök, fil och yoghurt där försäljningsvolymen minskat mest för mjök som gått ned med 8 procent.

Diagram 4. Indexutveckling av frukostvaror i fasta priser, 2016–2022 (2016=100).

Graph 4. Index development of breakfast articles in fixed prices, 2016-2022 (2016=100).



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå.

I diagram 4 ser vi indexutvecklingen av försäljningen i fasta priser bland några typiska frukostvarugrupper. Varugrupperindelningen här är på en grövre nivå än i tabell 4. *Juice och saft* är den enda grupp som ökar medan *Bröd* är på samma nivå som 2021. Resterande varugrupper minskar mellan 2021 och 2022.

6. Frukt, grönsaker och godis

Både *färsk frukt* och *färnska grönsaker* har ökat marginellt i löpande priser till en försäljning på 16 580 mnkr respektive 13 742 mnkr. I fasta priser har de dock minskat, *frukt* med 8,4 procent och *grönsaker* med 9,8 procent. Godis har ökat i både löpande och fasta priser.

Tabell 5. Frukt, grönsaker och godis, försäljning och utveckling i löpande och fasta priser, mnkr 2021–2022.

Table 5. Fruit, vegetables and candy, sales and development in current and fixed prices, SEK million, 2021-2022.

Varugrupp	Löpande priser			Fasta priser		
	2021	2022	Utveckling (%)	2021	2022	Utveckling (%)
Färsk frukt	16 480	16 580	0,6	7 434	6 807	-8,4
Färnska grönsaker	13 708	13 742	0,2	8 530	7 693	-9,8
Godis	23 994	26 583	10,8	18 947	20 075	6,0

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

Trots högre livsmedelspriser och mindre pengar i plånboken är godis något vi svenskar inte väljer att dra ned på. Per capita såldes godis för 1 908 kronor i fasta priser år 2022, vilket är en ökning med 107 kronor, se tabell 6. Vi ser ungefär samma ökning mellan 2020 och 2021 där försäljningen per capita gick från 1 701 kronor till 1 801 kronor.

Samtidigt som vi köpte mer godis per capita såldes mindre färnska grönsaker och frukt per capita under 2022. Vi handlade färnsk frukt för 647 kronor per capita vilket är en minskning med 60 kronor från 2021. Detsamma gäller för *färnska grönsaker* som gick från 811 kronor per capita år 2021 till 731 kronor år 2022, en minskning med 80 kronor. I löpande priser låg *färsk frukt* och *färnska grönsaker* kvar på liknande nivåer som 2021 medan försäljningen av *godis* ökade med 215 kronor.

Tabell 6. Frukt, grönsaker och godis, försäljning per capita i löpande och fasta priser, kronor, 2020–2022.

Table 6. Fruit, vegetables and candy, sales per capita in current and fixed prices, SEK, 2020–2022.

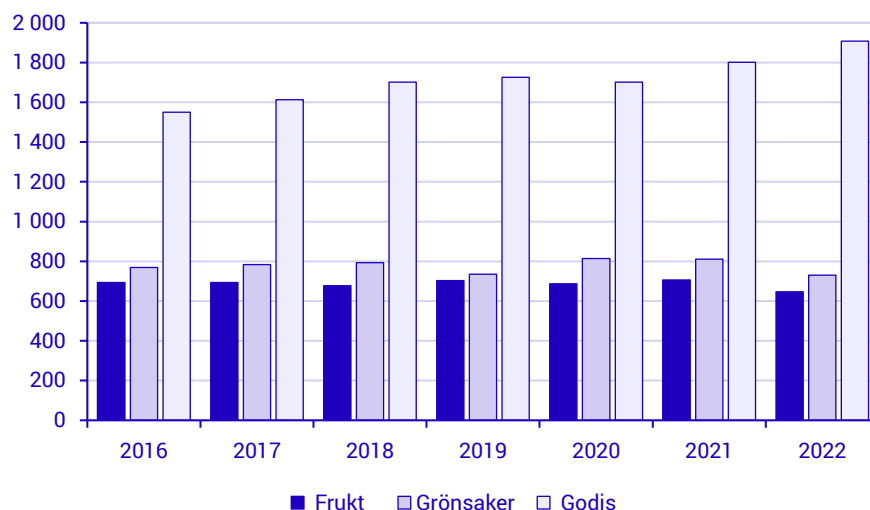
Varugrupp	Löpande priser			Fasta priser		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Färsk frukt	1 618	1 588	1 576	687	707	647
Färska grönsaker	1 319	1 303	1 306	815	811	731
Godis	2 166	2 312	2 527	1 701	1 801	1 908

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå. Per capita beräkningar görs utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

I diagram 5 nedan redovisas försäljning per capita av *färsk frukt*, *färska grönsaker* samt *godis* i fasta priser mellan åren 2016–2022. Bortsett från en tillfällig nedgång 2020, har försäljningen av godis per capita ökat sedan 2016, medan frukt och grönsaker legat på liknande nivå under åren.

Diagram 5. Frukt, grönsaker och godis, försäljning per capita i fasta priser, kronor, 2016–2022.

Graph 5. Fruit, vegetables and candy, sales per capita in fixed prices, SEK, 2016–2022.



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå. Per capita beräkningar görs utifrån befolkningssiffror hämtade från SCB befolkningsstatistik den 31/12 respektive år.

7. Ekologiska livsmedel och Egna märkesvaror

Försäljningen av ekologiska livsmedel bygger på kedjornas egen information och i viss mån kan försäljningsförändringar av ekologiska varor bero på att utbudet av ekologiska varor i handeln har ändrats samt att den totala livsmedelsförsäljningen har ändrats. Uppgifterna bör således betraktas med viss försiktighet. Definitionen och beräkningarna av ekologiskt beskrivs i avsnittet Fakta om statistiken.

Försäljningen av egna märkesvaror (EMV) inom *livsmedel och drycker* beräknades av SCB för första gången avseende referensåret 2004. Dessa beräkningar bygger på information från dagligvaruhandeln där underlaget till stor del bygger på kedjornas egen information. Uppgifterna bör betraktas med viss försiktighet. Definitionen och beräkningarna av EMV beskrivs i avsnittet Fakta om statistiken.

Tabell 7. Försäljning EKO och EMV, mnkr, utveckling och andel i procent.

Table 7. Sales of organic and private labels, SEK million, development and shares in percentages.

Varugrupp	Total 2022	Eko 2022	Utveckling Eko 2022/2021 (%)	Andel Eko 2022	EMV 2022	Utveckling EMV 2022/2021 (%)	Andel EMV 2022
Livsmedel och alkoholfria drycker	306 523	18 831	-2,5	6,1	83 222	7,7	27,2
Livsmedel	272 119	17 266	-2,4	6,3	79 795	7,8	29,3
Bröd och övriga spannmålsprodukter	46 229	860	1,0	1,9	9 217	26,2	19,9
Kött	48 973	975	-0,8	2,0	18 925	9,9	38,6
Fisk	14 873	2 878	-1,8	19,4	7 099	3,7	47,7
Mjök, ost och ägg	46 387	2 991	-1,5	6,4	13 482	12,2	29,1
Oljor och fetter	8 855	752	-8,0	8,5	1 631	17,8	18,4
Frukt	21 947	3 307	-5,2	15,1	9 844	-0,9	44,9
Grönsaker	33 331	3 420	1,3	10,3	13 988	-0,8	42,0
Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	38 511	1 186	-7,6	3,1	3 495	7,2	9,1
Övriga livsmedel	13 011	897	-3,1	6,9	2 114	7,0	16,2
Alkoholfria drycker	34 403	1 565	-3,9	4,5	3 427	6,5	10,0
Kaffe, te och choklad	10 601	1 026	-2,9	9,7	802	28,4	7,6
Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	23 803	539	-5,8	2,3	2 625	1,3	11,0

Försäljningen av ekologiska *livsmedel och alkoholfria drycker* uppgick under 2022 till 18 831 mnkr, en minskning med 2,5 procent jämfört med 2021. Andelen av den totala försäljningen uppgick till 6,1 procent. Den ekologiska vara som har den högsta försäljningen är *Grönsaker* där försäljningen nådde 3 420 mnkr under 2022, vilket motsvarar en andel

om 10,3 procent. Den varugrupp där vi ser störst försäljning i andelar av den totala försäljningen är *fisk* där den ekologiska försäljningen står för 19,4 procent av den totala försäljningen.

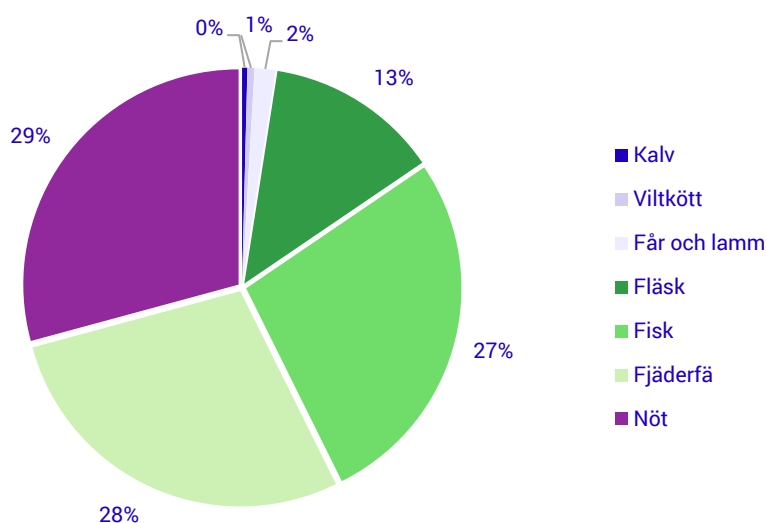
Livsmedelsbutikernas försäljning av *egna märkesvaror* uppgick under 2022 till 83 222 mnkr, en ökning på 7,7 procent jämfört med 2021. Detta motsvarar en andel om 27,2 procent av den totala försäljningen. Den vara som har högst försäljningsvärde i EMV var *kött* med 18 925 mnkr, en ökning med 9,9 procent jämfört med 2021. Detta motsvarar 38,6 procent av den totala försäljningen av kött under 2022. Den vara som har störst andel EMV är *fisk* med 47,7 procent av den totala försäljningen av varan. Värdet uppgick till 7 099 mnkr under 2022 i löpande priser.

8. Kött, fågel och fisk

Under 2022 såldes *kött, fågel och fisk* för ca 17 022 mnkr i fasta priser, vilket är en minskning med 5 procent jämfört med 2021. I löpande priser har försäljningen ökat med 7 procent och uppgick till 33 387 mnkr under 2022. Detta innebär att försäljningsökningen enbart beror på prisökningar. Livsmedel av kött, fågel och fisk blev alltså dyrare och som en följd av detta köpte konsumenterna mindre av dessa varor.

Diagram 6. Försäljning av kött, fågel och fisk 2022 i fasta priser, andelar.

Graph 6. Sales of meat, poultry and fish, fixed prices, shares.

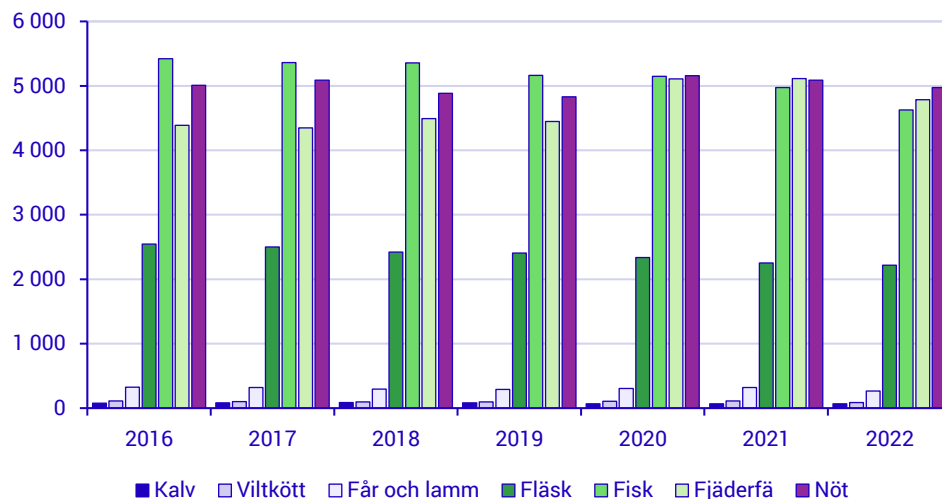


Den av varugrupperna som vi köpte mest av år 2022 i fasta priser var *Nöt* med 29 procent av totalen, tätt följt av *fjäderfä* (kyckling, kalkon osv) på 28 procent. Det vi köpte minst av var *kalv* respektive *viltkött* med andelar på 0,39 respektive 0,52 procent.

27 procent av försäljningen i fasta priser under 2022 stod varugruppen *fisk* för med 4 624 mnkr, vilket är en liten minskning jämfört med 2021. I löpande priser har försäljningen av fisk ökat något mellan åren.

Diagram 7. Försäljning av kött, fågel och fisk, fasta priser, mnkr, 2016–2022.

Graph 7. Sales of meat, poultry and fish, fixed prices, SEK million, 2016-2022.



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppernivå.

När det gäller *fisk* kan vi se i diagrammet ovan att försäljningen i fasta priser minskat varje år sedan 2016, totalt med 15 procent. Försäljningen av *fjäderfä* har däremot ökat sett till hela tidsserien, med 9 procent sedan 2016. Försäljningen av *fjäderfä* gick från att ha tredje största andelen i början av tidsserien till att ha högsta andelen under 2021, och vara näst störst under 2022.

9. Drycker

Försäljningen av *Alkoholhaltiga drycker* uppgick till 40 320 mnkr i fasta priser under 2022, vilket innebär en minskning med 1 613 mnkr jämfört med år 2021. Samtidigt som vi köpte mindre alkohol ökade försäljningen av *Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer*. Försäljningen av dessa uppgick till 16 912 mnkr, vilket är en ökning med 807 mnkr från 2021 i fasta priser. Läsk och vatten är den varugrupp som står för den största ökningen, 482 mnkr.

Tabell 8. Alkoholhaltiga drycker samt läsk, vatten och juice, försäljning i fasta priser, mnkr, 2019–2022.

Table 8. Alcoholic beverages and soft drinks, water and juice, sales in fixed prices, SEK million, 2019-2022.

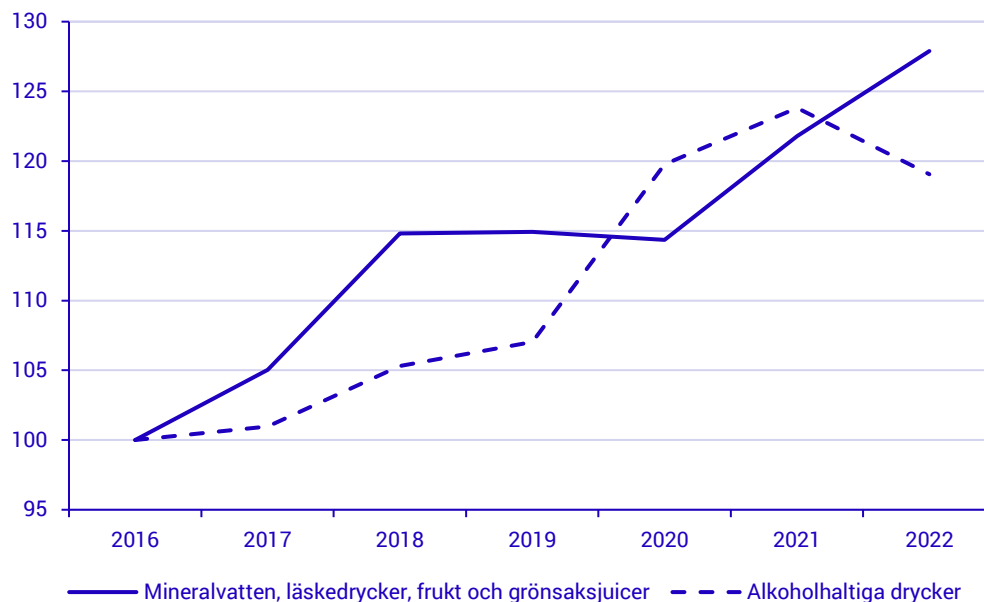
Varugrupp	2019	2020	2021	2022
Alkoholhaltiga drycker	36 252	40 561	41 933	40 320
Spritdrycker	7 150	8 538	9 163	8 893
Vin inkl. cider	19 063	20 756	21 277	20 475
Öl	10 039	11 267	11 493	10 953
Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	15 197	15 122	16 105	16 912
Läskedrycker samt mineral- och källvatten	8 097	7 718	8 434	8 916
Juice och saft	7 100	7 404	7 671	7 996

Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

I diagram 8 nedan redovisas indexutvecklingen i fasta priser av *Alkoholhaltiga drycker* samt *Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer* med 2016 som basår. Mellan 2019 och 2021 syns en tydlig ökning i försäljningen av alkohol, detta kan vara en effekt av pandemin då vi gick mindre på restaurang och därmed åt och drack mer hemma. Under 2022 bröts dock den uppåtgående trenden och vi handlade mindre alkohol i butik. Försäljningen av *Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer* har sedan 2020 ökat i fasta priser.

Diagram 8. Indexutveckling av alkoholhaltiga drycker samt vatten, läsk och juice i fasta priser, 2016–2022 (2016=100).

Graph 8. Index development of alcoholic beverages and water, soft drinks and juice, fixed prices, 2016-2022 (2016=100).



Källa: Fastprisberäkningar sker enligt KPI på nationalräkenskaperas varugruppernivå.

Tabeller

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 9. Försäljning (inkl moms) av livsmedel och drycker inom handeln, 2016–2022, mnkr.

Table 9. Sales (incl VAT) of food and beverages in the retail trade, 2016-2022, SEK million.

		Försäljning (inkl. moms)						
		Löpande priser (mnkr)						
COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01+02.1	Livsmedel och drycker	271 255	281 176	296 131	302 063	324 961	334 367	356 381
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	232 960	241 728	254 462	258 889	276 056	283 531	306 523
01.1	Livsmedel	209 919	217 271	227 929	231 816	247 554	252 769	272 119
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	32 330	32 946	34 680	37 306	39 432	41 671	46 229
01.1.2	Kött	38 856	39 555	40 286	40 492	44 356	45 329	48 973
01.1.3	Fisk	13 100	13 493	13 954	13 839	14 806	14 857	14 873
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	36 779	38 197	39 750	39 400	41 443	41 967	46 387
01.1.5	Oljor och fetter	5 932	6 490	7 097	7 199	7 756	7 809	8 855
01.1.6	Frukt	18 833	19 833	20 869	20 793	22 392	21 913	21 947
01.1.7	Grönsaker	26 000	27 273	29 124	29 705	31 793	31 761	33 331
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	27 561	28 622	30 810	31 550	33 062	35 050	38 511
01.1.9	Övriga livsmedel	10 528	10 862	11 358	11 531	12 513	12 414	13 011
01.2	Alkoholfria drycker	23 041	24 456	26 533	27 073	28 502	30 762	34 403
01.2.1	Kaffe, te och choklad	6 993	7 387	7 368	7 343	8 324	8 980	10 601
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	16 048	17 069	19 164	19 730	20 178	21 782	23 803
02.1	Alkoholhaltiga drycker	38 295	39 448	41 669	43 174	48 905	50 835	49 858
02.1.1	Spritdrycker	7 047	7 256	7 517	7 954	9 605	10 374	10 173
02.1.2	Vin	20 317	21 056	22 207	23 047	25 483	26 271	25 870
02.1.3	Öl	10 931	11 137	11 946	12 174	13 817	14 190	13 815

Tabell 10. Försäljning av livsmedel och drycker, fasta priser, 2016–2022, mnkr.

Table 10, Sales of food and beverages, fixed prices, 2016-2022, SEK million.

		Försäljning (inkl moms)						
		Fasta priser (mnkr)						
COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01+02.1	Livsmedel och drycker	210 644	213 633	220 253	218 530	230 817	236 633	230 247
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	176 777	179 439	184 589	182 278	190 256	194 700	189 927
01.1	Livsmedel	157 891	160 106	163 812	161 505	169 097	172 393	167 364
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	25 368	25 803	26 838	27 578	28 784	30 068	29 763
01.1.2	Kött	30 025	30 260	30 394	29 716	31 240	31 540	30 690
01.1.3	Fisk	8 293	8 161	8 147	7 601	8 012	8 124	7 332
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	26 348	26 429	26 653	25 996	27 432	27 452	25 938
01.1.5	Oljor och fetter	4 690	4 645	4 606	4 539	4 949	4 891	4 584
01.1.6	Frukt	10 270	10 331	10 221	10 447	10 577	10 707	9 803
01.1.7	Grönsaker	20 290	21 004	21 599	20 274	21 585	21 821	20 761
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	23 570	24 214	25 844	25 854	26 467	27 909	28 989
01.1.9	Övriga livsmedel	9 038	9 260	9 511	9 499	10 051	9 881	9 504
01.2	Alkoholfria drycker	18 886	19 333	20 777	20 773	21 159	22 306	22 563
01.2.1	Kaffe, te och choklad	5 662	5 442	5 596	5 576	6 037	6 202	5 650
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	13 224	13 891	15 181	15 197	15 122	16 105	16 912
02.1	Alkoholhaltiga drycker	33 868	34 194	35 664	36 252	40 561	41 933	40 320
02.1.1	Spritdrycker	6 529	6 612	6 817	7 150	8 538	9 163	8 893
02.1.2	Vin	18 082	18 244	18 851	19 063	20 756	21 277	20 475
02.1.3	Öl	9 257	9 338	9 996	10 039	11 267	11 493	10 953

Källa: Fastprisberäkningar bygger på uppgifter från KPI utförda på Nationalräkenskapernas varugruppsnivå. Fastprisberäkningen är gjord i 2000 års priser

Tabell 11. Befolkningsutveckling i Sverige, 2016–2022, tusental.

Table 11. Population development in Sweden, 2016-2022, thousands.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Befolkning	9 995	10 120	10 230	10 328	10 379	10 452	10 522
Utveckling (%)	-	1,3	1,1	1,0	0,5	0,7	0,7

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

Tabell 12. Försäljning av livsmedel och drycker per capita inom handeln, kronor.

Table 12. Sales of food and beverages per capita, SEK.

		Försäljning (inkl. moms) per capita						
		Löpande priser (kr)						
COICOP	Varugrupp	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01+02.1	Livsmedel och drycker	27 139	27 784	28 947	29 248	31 309	31 990	33 872
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	23 307	23 886	24 874	25 068	26 597	27 126	29 133
01.1	Livsmedel	21 002	21 469	22 280	22 446	23 851	24 183	25 863
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	3 235	3 255	3 390	3 612	3 799	3 987	4 394
01.1.2	Kött	3 888	3 909	3 938	3 921	4 274	4 337	4 655
01.1.3	Fisk	1 311	1 333	1 364	1 340	1 427	1 421	1 414
01.1.4	Mjök, ost och ägg	3 680	3 774	3 886	3 815	3 993	4 015	4 409
01.1.5	Oljor och fetter	593	641	694	697	747	747	842
01.1.6	Frukt	1 884	1 960	2 040	2 013	2 157	2 096	2 086
01.1.7	Grönsaker	2 601	2 695	2 847	2 876	3 063	3 039	3 168
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	2 757	2 828	3 012	3 055	3 185	3 353	3 660
01.1.9	Övriga livsmedel	1 053	1 073	1 110	1 117	1 206	1 188	1 237
01.2	Alkoholfria drycker	2 305	2 417	2 594	2 621	2 746	2 943	3 270
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	700	730	720	711	802	859	1 008
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	1 606	1 687	1 873	1 910	1 944	2 084	2 262
02.1	Alkoholhaltiga drycker	3 831	3 898	4 073	4 180	4 712	4 864	4 739
02.1.1	Spritdrycker	705	717	735	770	925	993	967
02.1.2	Vin inkl. cider	2 033	2 081	2 171	2 232	2 455	2 513	2 459
02.1.3	Öl	1 094	1 100	1 168	1 179	1 331	1 358	1 313

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

Tabell 13. Prisförändringar för livsmedel och drycker inom handeln 2016–2022, procent.

Table 13. Price changes of food and beverages, 2016-2022, percentages.

COICOP	Varugrupp	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021
01+02.1	Livsmedel och drycker	2,2	2,2	2,8	1,9	0,4	9,5
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	2,2	2,3	3,0	2,2	0,4	10,8
01.1	Livsmedel	2,1	2,5	3,2	2,0	0,2	10,9
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	0,2	1,2	4,7	1,3	1,2	12,1
01.1.2	Kött	1,0	1,4	2,8	4,2	1,2	11,0
01.1.3	Fisk	4,7	3,6	6,3	1,5	-1,0	10,9
01.1.4	Mjök, ost och ägg	3,5	3,2	1,6	-0,3	1,2	17,0
01.1.5	Oljor och fetter	10,5	10,3	2,9	-1,2	1,9	21,0
01.1.6	Frukt	4,7	6,4	-2,5	6,4	-3,3	9,4
01.1.7	Grönsaker	1,3	3,8	8,7	0,5	-1,2	10,3
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	1,1	0,9	2,4	2,4	0,5	5,8
01.1.9	Övriga livsmedel	0,7	1,8	1,7	2,6	0,9	9,0
01.2	Alkoholfria drycker	3,7	0,9	2,1	3,4	2,4	10,6
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	9,9	-3,0	0,0	4,7	5,0	29,6
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	1,3	2,7	2,8	2,8	1,4	4,1
02.1	Alkoholhaltiga drycker	2,0	1,3	1,9	1,2	0,5	2,0
02.1.1	Spritdrycker	1,7	0,5	0,9	1,1	0,6	1,0
02.1.2	Vin	2,7	2,1	2,6	1,6	0,6	2,3
02.1.3	Öl	1,0	0,2	1,5	1,1	0,7	2,2

Not: Fastprisberäkningar bygger på uppgifter ifrån KPI utförda på Nationalräkenskapernas varugruppernivå.

Tabell 14. Prisindex för livsmedel och drycker inom handeln, 2017–2022 (2000=100).

Table 14. Price index of food and beverages, 2017-2022 (2000=100).

COICOP	Varugrupp	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01+02.1	Livsmedel och drycker	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	100	134,7	137,9	142	145,1	145,6	161,4
01.1	Livsmedel	100	135,7	139,1	143,5	146,4	146,6	162,6
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	100	127,7	129,2	135,3	137	138,6	155,3
01.1.2	Kött	100	130,7	132,5	136,3	142	143,7	159,6
01.1.3	Fisk	100	165,3	171,3	182,1	184,8	182,9	202,9
01.1.4	Mjölk, ost och ägg	100	144,5	149,1	151,6	151,1	152,9	178,8
01.1.5	Oljor och fetter	100	139,7	154,1	158,6	156,7	159,6	193,2
01.1.6	Frukt	100	192	204,2	199	211,7	204,7	223,9
01.1.7	Grönsaker	100	129,8	134,8	146,5	147,3	145,6	160,5
01.1.8	Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	100	118,2	119,2	122	124,9	125,6	132,8
01.1.9	Övriga livsmedel	100	117,3	119,4	121,4	124,5	125,6	136,9
01.2	Alkoholfria drycker	100	126,5	127,7	130,3	134,7	137,9	152,5
01.2.1	Kaffe, te och chokladdryck	100	135,7	131,7	131,7	137,9	144,8	187,6
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	100	122,9	126,2	129,8	133,4	135,3	140,7
02.1	Alkoholhaltiga drycker	100	115,4	116,8	119,1	120,6	121,2	123,7
02.1.1	Spritdrycker	100	109,7	110,3	111,2	112,5	113,2	114,4
02.1.2	Vin	100	115,4	117,8	120,9	122,8	123,5	126,4
02.1.3	Öl	100	119,3	119,5	121,3	122,6	123,5	126,1

Not: Fastprisberäkningar bygger på uppgifter ifrån KPI utförda på Nationalräkenskapernas varugruppsnivå.

Tabell 15. Försäljning av ekologiska varor (EKO) och egna märkesvaror (EMV), 2021–2022, mnkr.

Table 15. Sales of organic and private labels, 2021-2022, SEK million.

COICOP	Varugrupp	EKO		EMV	
		2021	2022	2021	2022
01	Livsmedel och alkoholfria drycker	19 322	18 831	77 265	83 222
01.1	Livsmedel	17 693	17 266	74 048	79 795
01.1.1	Bröd och övriga spannmålsprodukter	852	860	7 301	9 217
01.1.2	Kött	983	975	17 222	18 925
01.1.3	Fisk	2 932	2 878	6 844	7 099
01.1.4	Mjolk, ost och ägg	3 038	2 991	12 020	13 482
01.1.5	Oljor och fetter	817	752	1 385	1 631
01.1.6	Frukt	3 487	3 307	9 936	9 844
01.1.7	Grönsaker	3 374	3 420	14 104	13 988
01.1.8	Socket, sylt, honung, choklad och konfektyr	1 283	1 186	3 260	3 495
01.1.9	Övriga livsmedel	925	897	1 976	2 114
01.2	Alkoholfria drycker	1 628	1 565	3 217	3 427
01.2.1	Kaffe, te och choklad	1 056	1 026	624	802
01.2.2	Mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer	572	539	2 592	2 625

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. Undersökningen är årlig.

Livsmedelsförsäljningsstatistiken utgör tillsammans med andra undersökningar underlag till Nationalräkenskapernas beräkningar av hushållens konsumtionsutgifter. Livsmedelsförsäljningsstatistiken utgör även underlag för KPI:s beräkningar av vikter inom livsmedelsområdet samt urval av representantvaror för prismätningarna.

Detta omfattar statistiken

Statistiken omfattar samtliga **företag inom detaljhandel**. Dock är det endast de företag som redovisat 12 procents moms inom ovanstående branscher 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

Urvalsenhet/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 i normalfall kalenderåret.

Näringsgrensindelning

För klassificering av företag efter näringsgren gäller standard för svensk näringsgrensindelning (SNI 2007) som är hierarkiskt uppbyggd. De fyra första nivåerna är identiska med EU:s näringsgrensstandard NACE Rev. 2. 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

Undersökningen innehåller detaljerade uppgifter om försäljningsintäkternas fördelning på intäktslaget 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 1993 (A System of National Accounts) och enligt det Europeiska Nationalräkenskapssystemet 1995 (ESA 1995) och ska tillämpas i EU:s medlemsländers nationalräkenskaper. COICOP-klassifikationen har utarbetats av OECD i samråd med Eurostat, UNSD och OECD-ländernas nationella statistikorgan. COICOP finns i tolv huvudgrupper, i denna undersökning används varor inom två av dessa huvudgrupper dvs. *Livsmedel och alkoholfria drycker* samt *Alkoholhaltiga drycker*.

Produkter ifrån kassaregisterstatistik (EAN-numret)

EAN står för European Article Numbering och är ett identitetsnummer för produkter. Den vanligaste varianten är EAN 14, 13 eller 12, där siffran står för hur många siffror som koden innehåller.

Det finns ingen överstatlig organisation som håller reda på alla EAN-nummer och vad för slag av produkter de avser. 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, d.v.s. produkter som säljs till kilopris eller literpris i t.ex. delikatessdisken, trycks en etikett på försäljningsstället med ett 13-siffrigt EAN-liknande nummer som kan läsas och tolkas av datakassan.

Ekologisk försäljning

Ekologiska produkter är odlade, kontrollerade och hanterade enligt EU:s regler för ekologisk produktion. Inom Sverige utförs denna kontroll av kontrollföreningen KRAV. KRAV-märket är ett inregistrerat varumärke. Endast den som har tecknat avtal med KRAV får använda KRAV:s namn eller märke, och då endast på produkter som har blivit godkända. En produkt får inte ha namnet ekologisk om den inte är godkänd av KRAV eller (för importerade produkter) annat kontrollorgan som följer EU-reglerna.

Då SCB framställt statistik över den ekologiska livsmedelsförsäljningen har kedjornas egen klassificering av livsmedelsprodukter som ekologiska samt KRAV:s produktlista använts som utgångspunkt. Produktlistan har stämts av mot SCB:s register över livsmedel och drycker, då klassificeringen av ekologiska livsmedel genomförts. 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. Granskning har genomförts av variabeln *Ekologisk* och ibland har produkter lagts till eller dragits ifrån.

Statistiken över ekologisk försäljning bör betraktas med viss försiktighet.

Egna märkesvaror (EMV)

SCB har klassificerat registret över *livsmedel och drycker* efter om varan är en egen märkesvara. De egna märkesvarorna inom livsmedel- och dryckesområdet är baserade på dagligvarukedjornas sortiment där klassificeringen har genomförts utifrån information från kassaregisterdata. Granskning har genomförts av variabeln *EMV* och ibland har produkter lagts till eller dragits ifrån.

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 konsumentprisindex (KPI) anpassade varugruppernivån för livsmedel och drycker. Dessa varugrupper uppfyller även Nationalräkenskapernas behov av varugrupper.

Momsregistret för de företag som har handeln som bransch 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). Skattningar från kassaregisterdata görs för hälsoprodukter som säljs med 12 procents momsskattesats vilka subtraheras ifrån den i momsregistret framräknade livsmedelsnivån. Då restaurangmomsen sänkts till 12 procent från och med 2012 har uppgifter även samlats in gällande eventuell serveringsverksamhet och sedan även subtraheras från den i momsregistret framräknade livsmedelsnivån. Övrig 12 procent mervärdeskatteomsättning hänförs till livsmedel. För alkoholvarorna som säljs på Systembolaget direkt till konsument har uppgifter inhämtats direkt ifrån Systembolaget.

Användningen av kassaregisterstatistik utgör ett led i SCB:s strävan att minska och underlätta företagens uppgiftslämnande.

Ekologisk försäljning

Utgångspunkten för beräkningarna av den ekologiska försäljningen är uppgifterna från kassaregisterstatistiken. Med hjälp av denna information har andelen ekologisk livsmedelsförsäljning skattats i förhållande till total livsmedelsförsäljning för dagligvaruhandeln. Därefter har det antagits att den försäljning som sker utanför dagligvaruhandeln har samma fördelning av ekologisk livsmedelsförsäljning som dagligvaruhandeln. Utifrån detta har den ekologiska livsmedelsförsäljningen för hela handeln nåtts.

Egna märkesvaror (EMV)

Utgångspunkten för beräkningarna av EMV-försäljningen är uppgifterna från kassaregisterstatistiken. Med hjälp av denna information har andelen egna EMV skattats i förhållande till total livsmedelsförsäljning för dagligvaruhandeln. Därefter har det antagits att den försäljning som sker utanför dagligvaruhandeln har samma fördelning av EMV som dagligvaruhandeln. Utifrån detta har försäljningen av EMV för hela handeln nåtts.

Statistikens kvalitet

De *kassaregisterdata* som används har först genomgått en omfattande maskinell kodning. Idag finns det **cirka 110 000** produkter i SCB:s register som säljs med den 12-procentiga momsatsen. Denna första maskinella kodning bygger på livsmedelsföretagens egna varugrupper. Därefter har produkterna granskats och kodats manuellt efter tre kriterier:

- Storlekskriterium – omsättningen för produkten ingår i en grupp produkter som svarar för sammanlagt mer än cirka 95 procent av den totala livsmedelsförsäljningen.
- Samstämmighet för en EAN-produkt mellan olika livsmedelsblock.
- EAN-produkten är ny för året.
- För produkter som kodats som Ekologisk eller EMV har en manuell granskning genomförts för samtliga produkter

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 det görs ett avdrag för.

Bra att veta

Publicering och spridning

Livsmedelsförsäljningsstatistik har publicerats sedan 2002 och då avseende åren 2000 och 2001. Livsmedelsförsäljningsstatistiken presenteras i SM HA24.

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 varugrppsnivå.

Annan statistik

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

Food Sales 2022

In 2022, total sales of *food and beverages* amounted to SEK 356 billion, which is an increase of approximately SEK 22 billion, or 6.6 percent compared to 2021. According to the CPI (Consumer price index), the prices for *food and beverages* increased by 9.5 percent during 2022, which is significantly higher than in 2021, where prices increased with 0.4 percent. The average price increase between 2016 and 2021 was only 1.9 percent.

More expensive shopping basket

In 2022, it has become more expensive for the Swedish consumer to buy food for the week. *Food and non-alcoholic beverages* increased by 11 percent each during 2022, while *alcoholic beverages* increased by 2 percent. Many of the typical breakfast items such as bread, cheese, and eggs were especially hard hit by price increases, and *Coffee, tea, and chocolate* were the commodity group that increased the most by 30 percent.

More sweets and less fruit and vegetables

Sales of *sweets* per capita in fixed prices went from SEK 1,801 in 2021 to SEK 1,908 in 2022, which means an increase of SEK 107. In current prices the sale of sweets increased with SEK 215 per capita. While we bought more sweets, we cut back on fruit and vegetables, which in 2022 were sold for SEK 647 and SEK 731 per capita respectively, which is a decrease of SEK 60 for fruit and SEK 80 for vegetables.

More private label products and less organic

As an effect of higher food prices and the cost of living, we have had less money in our wallets in 2022. This has been evident in changed consumption patterns in the grocery store where the Swedish consumer during the past year bought less organic products and more private label products (EMV). The sale of organic products decreased by 2.5 percent while the sale of EMV increased by 7.7 percent.

Less alcohol, more soft drinks

In 2022, sales of *alcoholic beverages* decreased with 2 percent in current prices. In fixed prices, sales fell by 4 percent which means that, in terms of volume, we bought less alcohol than last year from the domestic market. Instead, we placed more soft drinks, water, and juice to the shopping basket, which led to an increase by 9 percent in current prices and 5 percent in fixed prices for this commodity group.

List of tables

Table 1. Sales of food and beverages for the retail trade in 2016, 2021 and 2022, in SEK million	3
Table 2. Sales of food and beverages for the retail trade, development in percentages between 2022/2021 and 2022/2016, in current and fixed prices..	5
Table 3. Sales per capita in SEK, development in percentages 2021-2022.....	10
Table 4. Sales of breakfast articles in fixed prices, SEK million, 2019-2022	11
Table 5. Fruit, vegetables and candy, sales and development in current and fixed prices, SEK million, 2021-2022.	13
Table 6. Fruit, vegetables and candy, sales per capita in current and fixed prices, SEK, 2020-2022.....	14
Table 7. Sales of organic and private labels, SEK million, development and shares in percentages.....	15
Table 8. Alcoholic beverages and soft drinks, water and juice, sales in fixed prices, SEK million, 2019-2022..	19
Explanation of symbols.....	21
Table 9. Sales (incl VAT) of food and beverages in the retail trade, 2016-2022, SEK million.....	22
Table 10. Sales of food and beverages, fixed prices, 2016-2022, SEK million.....	23
Table 11. Population development in Sweden, 2016-2022, thousands.....	23
Table 12. Sales of food and beverages per capita, SEK.	24
Table 13. Price changes of food and beverages, 2016-2022, percentages.....	25
Table 14. Price index of food and beverages, 2017-2022 (2000=100)..	26
Table 15. Sales of organic and private labels, 2021-2022, SEK million.....	27

List of graphs

Graph 1. Sales development of food and beverages, 2017-2022, in current and fixed prices, yearly development in percentages.	7
Graph 2. Price index development of food and beverages, 2000–2022, as per KPI (2000=100).....	8
Graph 3. Price changes of food and beverages, 2021-2022, development in percentages.	9
Graph 4. Index development of breakfast articles in fixed prices, 2016-2022.	12
Graph 5. Fruit, vegetables and candy, sales per capita in fixed prices, SEK, 2016-2022.....	14
Graph 6. Sales of meat, poultry and fish, fixed prices, shares.	17
Graph 7. Sales of meat, poultry and fish, fixed prices, SEK million, 2016-2022.	18
Graph 8. Index development of alcoholic beverages and water, soft drinks and juice, fixed prices, 2016-2022.	20

List of terms

Terms in Tables

Försäljning (inkl moms)	Turnover (incl VAT)
Löpande priser	Current prices
Fasta priser	Fixed prices
Bröd och övriga spannmålsprodukter	Bread and cereals
Ris	Rice
Bröd	Bread
Pastaprodukter	Pasta
Bakverk	Pastries
Andra spannmålsprodukter	Other cereal products
Kött	Meat
Nöt-, gris-, får-, lamm- och viltkött	Beef, pork, lamb and venison meat
Torkat, saltat eller rökt kött och ätliga slaktbiprodukter	Dried, salted or smoked meat and edible slaughter waste products
Annat konserverat eller bearbetat kött samt beredningar av kött	Other preserved or processed meat and preparation based on meat
Fisk	Fish
Fisk och skaldjur (färsk, kyld, fryst, torkad, rökt eller saltad)	Fish and shellfish (fresh, frozen, dried, smoked or salted)
Annan konserverad eller beredd fisk och skaldjur samt beredningar av fisk och skaldjur	Other preserved or prepared fish and shellfish and fish and shellfish-based preparations
Mjök, ost och ägg	Milk, cheese and eggs
Mjök	Milk
Yoghurt och fil	Yoghurt and soured milk
Ost och andra mjökprodukter	Cheese and other milk products
Ägg	Eggs
Oljor och fetter	Oils and fats
Smör	Butter
Margarin och annat fett	Margarine and other edible fats
Matolja	Oil
Frukt	Fruit
Frukt (färsk, kyld eller fryst)	Fruit (fresh, chilled or frozen)
Torkad frukt	Dried fruit
Konserverad frukt och fruktbaserade produkter	Preserved fruit and fruit based products
Grönsaker	Vegetables
Grönsaker och potatis (färsk, kyld eller fryst)	Vegetables and potatoes (fresh, chilled or frozen)
Torkade grönsaker	Dried vegetables
Andra konserverade eller behandlade grönsaker	Other preserved or prepared vegetables
Potatisprodukter	Potato- products
Socker, sylt, honung, choklad och konfektyr	Sugar, jam, honey, chocolate and confectionery
Socker	Sugar
Sylt och marmelad	Jam and marmalades
Konfektyr, choklad och glass	Confectionery, chocolate and ice cream
Glass	Ice cream
Övriga livsmedel	Other food products
Såser och smaksättningsmedel	Sauces and seasonings

Salt, kryddor och kryddväxter	Salt, spices and herbs
Jäst, dessertberedningar och soppor samt övrigt	Yeast, dessert and soups and other
Kaffe, te och chokladdryck	Coffee, tea and cocoa
Kaffe	Coffee
Te	Tea
Kakao och chokladpulver	Cocoa
Mineralvatten, läskedrycker, frukt- och grönsaksjuicer	Mineral waters, soft drinks, fruit and vegetable juices
Läskedrycker samt mineral- och källvatten	Soft drinks and mineral waters
Juice och saft	Fruit and vegetable juices
Alkoholhaltiga drycker	Alcoholic beverages
Spritdrycker	Spirits
Vin	Wine
Öl	Beer
Öl klass I och II	Beer < 3.51 % (volume)
Öl klass III	Beer > 3.50 % (volume)
Hälsopreparat	Health goods
Färsk frukt	Fresh fruit
Befolkning	Population
Tusentals	Thousands
Utveckling	Development
Andelar	Shares