

◆好調カテゴリ別 金額市場規模前年比一覧

主食			
前月よりも落ち込み、前年比97.8%と前年を下回った。コロナ禍における内食需要の勢いが弱まりつつあると見て取れる。「米飯類」：おかゆや雑炊が好調で、オミクロン株の感染拡大を背景として自宅療養用の需要が高まっていると考えられる。カレーごはんも好調が継続。「シリアル類」：オートミールの好調が続いている。オートミールは、食物繊維等の栄養素を豊富に含んでおり、米の代わりに使用するレシピなども注目を集めたことで人気となっていると推察。「乾麺」：そばやラーメンが好調。そばは、テレビ番組で特集されたことで伸長したと見て取れる。ラーメンでは、鍋用の商品がとりわけ人気となった。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
主食 TOTAL	97.8	-0.2	
米			
米飯類	102.5	4.4	
食パン			
菓子パン・調理パン	102.5	-2.6	
シリアル類	109.8	2.3	
袋インスタント麺			
カップインスタント麺			
乾麺	102.5	10.2	
生麺・ゆで麺			
スパゲティ			
マカロニ類			
小麦粉			
てんぷら粉			
唐揚げ粉			
パン粉			
プレミックス			

調味料			
前月よりも伸長したものの、前年比97.4%と前年を下回った。「低カロリー甘味料」：天然素材でカロリーゼロを訴求する商品の好調が続いている。コロナ禍で健康意識やダイエットへの関心が高まっていることが背景にあると推察。「マヨネーズ」「サラダ油・天ぷら油」：販売容量は落ち込んだものの、値上げの影響が容量当たり価格の上昇により販売金額は増加。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
調味料 TOTAL	97.4	1.7	
醤油			
味噌			
食塩			
料理酒			
砂糖			
低カロリー甘味料	103.0	1.7	
シロップ類			
蜂蜜			
ソース			
ケチャップ			
マヨネーズ	102.5	0.2	
ドレッシング			
香辛料			
エッセンス類			
焼肉しゃぶしゃぶのタレ			
食酢			
ぼん酢	100.0	6.5	
本みりん			
みりん風調味料			
風味調味料			
削り節			
煮干し			
わかめ・こんぶ類			
つゆ・煮物料理の素			
サラダ油・天ぷら油	110.4	3.6	
ゴマ油			
バター			
マーガリン類			
チーズ			
ジャム・ママレード			

※網掛け
前年比 105%超:

加工食品①			
前月よりも伸長し、前年比100.2%と前年をやや上回った。備蓄性・簡便性の高い冷凍食品は、水産・農産・調理ともに前年を上回った。オミクロン株の感染拡大を背景として、自宅療養用の需要が高まっていることも影響したと推察。「冷凍水産」：生鮮よりも価格が安定していることも、好調の要因として挙げられる。「冷凍農産」：フライドポテトがとりわけ好調。外食でフライドポテトの販売中止の動きがあったことから、冷凍食品の需要が高まったと推察される。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
加工食品① TOTAL	100.2	2.0	
春雨・くず切り			
こうや豆腐			
海苔	100.1	1.3	
ふりかけ			
お茶漬の素			
まぜご飯の素			
カレー			
シチュー			
パスタソース			
シチューベース			
メニュー専用料理の素			
スープ類	101.3	3.1	
味噌汁・吸物類	100.0	0.7	
調理用スープ			
冷凍水産	121.7	5.8	
冷凍農産	106.4	1.5	
冷凍調理	103.6	2.1	

加工食品②			
前月よりも落ち込み、前年比96.5%と前年を下回った。「和風食品」：玉子やたい焼きなどが好調で、簡便におかずやおやつ・デザートを取れることから人気となっていると推察。「焼豚」：一部のメーカーで2月からの値上げが発表されたため、駆け込み需要が発生したと見て取れる。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
加工食品② TOTAL	96.5	-0.6	
魚介類缶詰			
野菜缶詰			
フルーツ缶詰			
畜肉缶詰			
パウチ入り食材			
和風食品	105.3	-1.2	
洋風食品			
中華風食品			
畜肉ハム			
畜肉ソーセージ			
魚肉ソーセージ			
焼豚	105.1	7.5	
ベーコン			

加工食品③			
前月よりも落ち込み、前年比95.8%と前年を下回った。すべてのカテゴリが前年割れとなった。簡便化志向が高まっているためか、和食の材料となる食品で苦戦が見て取れる。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
加工食品③ TOTAL	95.8	-0.7	
かまぼこ			
ちくわ			
はんぺん			
揚げ物			
納豆			
煮豆			
佃煮			
もずく・めかぶ			
豆腐類			

菓子			
前月よりも落ち込み、前年比96.8%と前年を下回った。「キャンディ」：グミの好調がけん引。さまざまな味や食感のものがあり、食後にゴミも出ないことから、家庭で食べるお菓子として人気となっていると推察される。「栄養バランス食品」：手軽にたんぱく質を取れることからか、プロテインバーの好調が継続。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
菓子 TOTAL	96.8	-1.9	
チョコレート			
キャラメル			
キャンディ	105.6	2.5	
チューインガム			
ビスケット&クラッカー	100.7	-2.5	
スナック			
煎餅・あられ			
玩具メーカー菓子			
栄養バランス食品	103.3	-2.0	

嗜好品			
前月よりも伸長したものの、前年比98.7%と前年を下回った。「ベビーフード」：パウチ入りゼリー飲料が好調で、外出増の影響と考えられる。「レギュラーコーヒー」：販売容量は落ち込んだものの、値上げの影響が容量当たり価格の上昇により販売金額は増加。家庭で本格的なコーヒーを楽しむという需要が高まっているためか、豆タイプの好調が続いている。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
嗜好品 TOTAL	98.7	1.1	
アイスクリーム			
デザート類	103.4	0.0	
ベビーフード	108.3	2.3	
インスタントクリーム			
フレッシュクリーム			
ホイップクリーム			
インスタントコーヒー	105.1	3.2	
レギュラーコーヒー	102.4	4.6	
紅茶			
ココア			
日本茶			
麦茶			
中国茶			

飲料			
前月よりも落ち込んだものの、前年比100.1%と前年をやや上回った。「乳酸菌飲料」：ストレス緩和等の効果を訴求する、機能的表示食品の新商品の寄与により伸長。「スポーツドリンク」：ペットボトル飲料やパウチ入りゼリー飲料が好調。オミクロン株の感染拡大を背景として自宅療養用の需要が高まっていると考えられる。「ミネラルウォーター類」：非炭酸の小型ペットボトルがとりわけ好調。外出増が寄与したと推察される。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
飲料 TOTAL	100.1	-0.4	
牛乳			
ヨーグルト			
乳酸菌飲料	119.3	1.8	
豆乳			
100%ジュース			
果汁飲料			
トマトジュース			
野菜ジュース			
コーラ	107.7	-4.5	
サイダー			
炭酸飲料	100.9	-2.1	
コーヒードリンク			
紅茶ドリンク	101.2	0.5	
液体茶	103.9	-0.0	
スポーツドリンク	116.4	9.5	
美容・健康ドリンク			
栄養ドリンク	102.2	-2.3	
ミネラルウォーター類	109.9	-2.0	
乳酸飲料			

アルコール			
前月よりも落ち込み、前年比95.9%と前年を下回った。緊急事態宣言の発令により飲食店での酒類提供が厳しく規制されていた前年同月よりは、家飲み需要が落ち着いてきていると推察される。「ウイスキー」：ハイボール缶の好調が続いており、そのまま飲める手軽さが支持されていると考えられる。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
アルコール TOTAL	95.9	-2.2	
ビール類			
ウイスキー	103.3	-1.9	
ワイン			
日本酒			
焼酎			

日用雑貨			
前月よりも伸長し、前年比102.1%と前年を上回った。「アルミホイル」：2月からの値上げ前の駆け込み需要により、伸長したと見て取れる。「ティッシュペーパー」「トイレトペーパー」「ペーパータオル」：首都圏などでまん延防止等重点措置が適用されたことで、買いための動きがあったものと推察。「使い捨てカイロ」：全国的に前年よりも気温が低かったため、需要が高まったと考えられる。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
日用雑貨 TOTAL	102.1	4.2	
歯ブラシ	103.8	1.3	
歯磨き	104.2	1.8	
マウスウォッシュ	102.2	2.5	
義歯用剤	102.1	4.3	
洗濯用洗剤	104.9	2.1	
中性洗剤			
漂白剤	101.7	2.7	
柔軟剤	107.2	2.9	
台所用洗剤	100.7	1.5	
住居用クリーナー			
トイレ用クリーナー	102.6	-0.3	
バスクリナー	110.7	-0.9	
パイプクリナー			
家庭用手袋			
化学雑巾			
たわし・スポンジ			
水切り袋	105.0	2.8	
殺虫剤	100.4	2.7	
防虫剤	104.7	8.5	
カビ防止剤			
芳香・消臭剤			
トイレタンク用洗浄芳香剤			
除湿剤			
ラッピングフィルム	102.1	5.1	
アルミホイル	111.1	10.1	
食品包装用品	100.7	2.4	
アルミガスマット			
ティッシュペーパー	106.9	10.9	
トイレトペーパー	106.4	7.9	
ペーパータオル	108.9	6.6	
ぬれティッシュ			
使い捨て紙クリナー			
紙おむつ			
大人紙おむつ	107.1	3.2	
生理用品	103.5	0.6	
絆創膏	107.8	8.4	
使い捨てカイロ	111.1	10.2	
綿棒	100.9	3.4	

ペット			
前月から横ばいで、前年比101.1%と前年を上回った。「キャットフード」：価格帯の高いおやつタイプが好調で、家族の一員としてキャットフードにかかるお金が増加しているものと推察される。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
ペット TOTAL	101.1	-0.0	
ドッグフード			
キャットフード	103.1	-0.5	
ペット用品	100.7	0.6	

石鹸・ヘアケア			
前月よりも伸長し、前年比101.1%と前年を上回った。「シャンプー」「ヘアリンス」：販売容量は落ち込んだものの、容量当たり価格の上昇により販売金額は増加。店頭価格が上昇してきていることが見て取れる。「アウトバスヘアケア」：ダメージケアの効果を訴求するヘアオイルが好調なほか、外出増の影響がジェルやワックスなども伸長。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
石鹸・ヘアケア TOTAL	101.1	1.1	
石鹸			
入浴剤	102.1	1.7	
シャンプー	103.9	1.4	
ヘアリンス	103.9	3.1	
ヘアトリートメント	102.7	-2.8	
アウトバスヘアケア	109.5	-0.8	
ヘアカラー			
育毛トニック			
制汗剤	103.6	0.1	

化粧品			
前月よりも伸長し、前年比106.7%と前年を上回った。前年より外出が増えたことが、眉目料などのメイクアップ化粧品を中心に需要を高めたようだ。美容液やおしろいでは、紫外線から肌を守ることを訴求する商品が好調となった。口紅は、外出増に加えて、マスク着用でも落ちにくいことを訴求する商品の好調により大幅に伸長しているものの、コロナ前の水準までは回復していない。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
化粧品 TOTAL	106.7	2.8	
クレンジング	108.0	0.0	
洗顔クリーム			
化粧水			
乳液	102.1	0.6	
栄養クリーム	104.6	0.8	
パック	105.5	-0.0	
美容液	111.6	12.8	
化粧下地	105.7	5.6	
ファンデーション	103.6	0.1	
おしろい	111.4	16.5	
口紅	171.9	-8.6	
眉目料	113.1	-0.1	
マニキュア	109.9	-2.6	

医薬品			
前月よりも伸長し、前年比103.0%と前年を上回った。オミクロン株の感染拡大を背景として、総合感冒薬・解熱鎮痛剤・口腔用薬など、風邪やのどの痛みなどに効く薬の需要が高まったことが寄与したようだ。「ミニドリング剤」：風邪の症状が出た際の滋養強壮向けの商品が好調で、オミクロン株の感染拡大により需要が高まったと考えられる。「胃腸薬」：外出や飲酒の機会が増えたことで伸長したと推察。「整腸薬」：乳酸菌により腸内環境を整えることを訴求する商品の好調が継続。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
医薬品 TOTAL	103.0	8.4	
コンタクト用剤	104.1	0.2	
マスク			
ミニドリング剤	110.0	10.3	
漢方薬	109.1	10.4	
総合感冒薬	116.0	27.3	
鼻炎治療剤	113.6	8.0	
解熱鎮痛剤	119.7	11.2	
鎮咳去痰剤	113.1	16.9	
口腔用薬	124.9	40.7	
胃腸薬	106.7	0.2	
整腸薬	107.3	0.8	
外用鎮痛消炎剤	100.4	1.6	
皮膚用薬			
目薬	104.5	0.1	
健康食品	102.8	1.1	

その他			
前月よりも伸長し、前年比102.1%と前年を上回った。「ペットボトル飲料」：ペットボトル飲料やパウチ入りゼリー飲料が好調。オミクロン株の感染拡大を背景として自宅療養用の需要が高まっていると考えられる。「ミネラルウォーター類」：非炭酸の小型ペットボトルがとりわけ好調。外出増が寄与したと推察される。			
カテゴリ	金額前年比 2022年1月	前月差 2022年1月	
その他 TOTAL	102.1	4.2	

この資料は当該データの公開時点での集計であり、最新データと異なることがあります。利用は、原則貴社内のみとし、第三者への開示が必要な場合は、弊社が定める「パネルデータレポート第三者開示・利用基準」に従います。また、弊社に起因しない事由により生じた内容の瑕疵についての訂正・取替えに関する義務は負いかねます。