

◆好調カテゴリ別 金額市場規模前年比一覧

主食		
新型コロナウイルスの影響により、すべてのカテゴリで前年を上回った。 学校が休校となったり在宅勤務が始まるなど、生活パターンが変わって菓ごもりと言われるようになり、昼食をはじめ内食化が進んだことで「主食」の需要が高まった。更に、政府などからの注意喚起やニュースによって、必要以上に敏感に反応した結果、店頭から商品がなくなるなど、これまであまり見られなかったパニック現象が拍車をかけた。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
主食 TOTAL	110.7	10.3
米	120.8	21.5
米飯類	120.9	20.2
食パン	104.6	5.3
菓子パン・調理パン	105.8	4.9
シリアル類	124.3	11.6
袋インスタント麺	116.8	16.8
カップインスタント麺	111.5	10.5
乾麺	134.4	30.2
生麺・ゆで麺	109.1	11.5
スパゲティ	130.3	26.9
マカロニ類	107.3	9.5
小麦粉	115.7	16.0
てんぷら粉	108.7	6.2
唐揚げ粉	107.4	7.6
パン粉	105.4	9.3
プレミックス	115.2	17.6

調味料		
主食同様、新型コロナウイルスの影響によって菓ごもりと言われる生活パターンが変わったことで、内食化が進み、調理をするシーンが増加してきたと思われ、基礎調味料を含む和風系も前年を上回ってきた。これは、素材系の食材カテゴリ(冷凍水産、農産)の需要増からも推察できる。 主食に連動した例としては、パン類には「バターなどのスプレッド類」、乾麺には「つゆ(煮物料理の素)」。プレミックスでは、ホットケーキなどに、「シロップ類」「蜂蜜」などの需要も上がっていた。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
調味料 TOTAL	106.0	6.7
醤油	110.4	11.6
味噌		
食塩	115.1	14.8
料理酒	105.2	7.5
砂糖	102.3	5.2
低カロリー甘味料	108.8	9.2
シロップ類	111.1	5.1
蜂蜜	108.2	16.6
ソース	111.8	13.3
ケチャップ	107.4	7.3
マヨネーズ	112.9	7.0
ドレッシング	108.7	5.9
香辛料	112.5	9.5
エッセンス類		
焼肉シヤブシヤブのタレ	110.8	12.6
食酢		
ぼん酢	102.0	6.3
本みりん	103.3	8.9
みりん風調味料	103.1	6.5
風味調味料	106.9	9.7
削り節	101.3	6.8
煮干し	100.7	4.6
わかめ・こんぶ類	110.3	5.6
つゆ・煮物料理の素	111.2	12.3
サラダ油・天ぷら油	103.2	2.6
ゴマ油	115.6	11.0
バター	111.0	7.1
マーガリン類	103.3	5.7
チーズ	101.8	1.7
ジャム・ママレード	103.5	7.4

※網掛け  
前年比 105%超:

加工食品①		
新型コロナウイルスの影響により、ほぼすべてのカテゴリで前年を上回った。 特に、主食の「米」「米飯類」の需要増によって、ご飯のお供やそのものの調理に使用する「〇〇の素」が大きく伸長。更に連動して汁物にも好影響が見られた。また、「スパゲティ」の異様な需要増で「パスタソース」も大きく伸長。「冷凍調理」でもスパゲティ&ソースが伸長し、菓ごもり生活が本格化して以降「スパゲティ」需要の高さが窺われた。他にも「うどん、餃子、チャーハン、から揚げ」などが伸長。素材系の「冷凍水産、農産」また「調理用スープ」はこれまで以上に需要が高まり、菓ごもり⇒内食化の実態が垣間見えた。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
加工食品① TOTAL	113.5	12.9
春雨・くず切り	106.2	11.3
こうや豆腐		
海苔	107.8	8.8
ふりかけ	109.2	8.6
お茶漬けの素	120.3	20.0
まぜご飯の素	115.6	18.4
カレー	117.5	19.0
シチュー	103.8	8.0
パスタソース	127.1	25.3
シチューベース	102.1	2.6
メニュー専用料理の素	106.4	9.9
スープ類	104.6	10.7
味噌汁・吸物類	108.8	8.3
調理用スープ	115.7	11.2
冷凍水産	123.7	6.6
冷凍農産	118.6	10.1
冷凍調理	117.9	13.3

加工食品②		
こちらも新型コロナウイルスの影響が大。昨年絶対好調だった魚介類缶詰以外で伸長。 「フルーツ缶詰」:菓ごもりのおやつ需要か? 「畜肉缶詰」:先月同様コンビーフの缶詰がリニューアルされるとの発表からの買いためで前年の2倍強の販売。スパムもおにぎりや簡単な炒め物としての需要が増。 「洋風食品」:ピザ、ハンバーグ、ミートボール、グラタンなど子供の好物が2桁増。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
加工食品② TOTAL	108.1	7.4
魚介類缶詰		
野菜缶詰	108.9	9.9
フルーツ缶詰	114.9	19.3
畜肉缶詰	137.0	15.1
パウチ入り食材	100.0	-3.2
和風食品	109.6	7.4
洋風食品	111.4	9.0
中華風食品	106.0	7.9
畜肉ハム	107.2	7.1
畜肉ソーセージ	110.5	7.3
魚肉ソーセージ	107.5	7.4
焼豚	105.3	9.0
ベーコン	111.6	8.7

加工食品③		
こちらは影響度はやや薄いものの、他のカテゴリに引きずられるように前年を上回った。 「かまぼこ」:かに足かまぼこの復調が見られる。 「納豆」:新型コロナウイルスに効果的!とのデマが出始めてか一気に需要が上がった。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
加工食品③ TOTAL	106.7	8.6
かまぼこ	105.3	1.3
ちくわ	104.7	7.0
はんぺん	103.1	5.1
揚げ物	102.5	9.0
納豆	113.4	18.5
煮豆		
佃煮	105.5	6.2
もずく・めかぶ	108.9	0.7
豆腐類	106.3	6.6

菓子		
こちらは菓ごもり⇒ホームユース需要からか、「ビスケット&クラッカー」「スナック」「煎餅・あられ」で伸長が見られた。 「キャンディ」:ウイルス対策にはのどを潤わせておくことが効果的と紹介され、のど飴は2割弱の伸長。 「玩具メーカー菓子」:大ヒットマンガの商品がいきなりトップに立つ。「栄養バランス食品」:2位メーカー2桁増を維持してトップに肉薄。売れ筋は変わらず一本食べきりのバータイプで、プロテイン成分配合の商品。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
菓子 TOTAL	106.8	8.2
チョコレート		
キャラメル		
キャンディ	109.3	11.9
チューインガム		
ビスケット&クラッカー	106.9	9.7
スナック	107.5	4.5
煎餅・あられ	107.8	6.6
玩具メーカー菓子	137.5	39.5
栄養バランス食品	119.9	10.5

嗜好品		
ここでも菓ごもりの影響が見られた。 「アイスクリーム」「デザート類」:子供のおやつ需要か? 「ペビーフード」:乳幼児を預けられなくなつての需要増。 「コーヒー及び関連品」:在宅勤務による需要増。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
嗜好品 TOTAL	106.6	8.0
アイスクリーム	108.6	5.2
デザート類	102.3	6.5
ペビーフード	112.5	8.7
インスタントクリーム		
フレッシュクリーム	100.0	
ホイップクリーム	105.6	4.1
インスタントコーヒー	104.4	7.0
レギュラーコーヒー	110.7	14.0
紅茶		
ココア	101.9	14.2
日本茶	103.6	8.4
麦茶	112.2	11.3
中国茶	101.4	10.3

飲料		
こちらも菓ごもりの影響が見られた。 「牛乳、ジュース類」:子供のおやつ需要に加え、野菜補給のための大人需要も。 「ヨーグルト、乳酸菌飲料、豆乳」:菓ごもりのストレス対策としての腸活・菌活を促す健康意識の表れか。 「サイダー」:トップメーカーが2割増の勢いで、他の主要メーカーが振るわない停滞気味の市場を牽引。トップの大型新商品の出足も好調。 「紅茶ドリンク」:主力メーカーが軒並み前年プラスとなるも、参入組の好調さが上回る。メイン商品の競争はますます激化。 「ミネラルウォーター類」:災害時ではないものの、異常事態と捉えたためか、備蓄意識が働いたと思われ2割強の増加。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
飲料 TOTAL	108.5	8.0
牛乳	111.3	6.1
ヨーグルト	108.2	11.3
乳酸菌飲料	109.8	9.9
豆乳	113.7	5.3
100%ジュース	102.6	7.9
果汁飲料		
トマトジュース	114.0	10.3
野菜ジュース	104.8	5.7
コーラ	109.5	8.7
サイダー	115.8	7.5
炭酸飲料	106.5	8.0
コーヒードリンク	101.7	4.5
紅茶ドリンク	117.9	2.6
液体茶	108.9	6.2
スポーツドリンク	108.6	18.6
美容・健康ドリンク	102.9	14.6
栄養ドリンク	109.8	8.2
ミネラルウォーター類	122.1	11.9
乳酸飲料		

ペット		
こちらも影響を受け、「ドッグ、キャットフード」ともにストック買い需要があった。 「ペット用品」:特に防臭シートやウェットティッシュが伸長。紙類品薄のデマの影響か。		
カテゴリ	金額前年比 2020年1月	前月差 2020年1月
ペットカテゴリ TOTAL	108.3	7.0
ドッグフード	104.7	5.6
キャットフード	107.2	4.6
ペット用品	116.1	13.7

アルコール		
こちらも菓ごもりの影響が垣間見られた。 「ビール」:ビール、新ジャンルが増税前以来の前年越え。 「ウイスキー」:家飲み需要を反映してか、ハイボールが2桁増した中、ボトルも前年を上回った。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
アルコール TOTAL	103.4	5.2
ビール	100.8	4.9
ウイスキー	109.0	4.6
ワイン		
日本酒		
焼酎	102.1	6.5

日用雑貨		
新型コロナウイルスの影響により、例年とは全く異なる動きとなり、消費税増税前を思わせるように2月最終週で跳ね上がった。食品とは違い購入インターバルが長いために、トイレトペーパーの「デマ」による買いため行動に代表されるように、今店頭にある商品をストックしておきたい心理が働いた結果が如実に表れた。 特に「除菌、抗菌」が訴求されている「漂白剤、芳香・消臭剤、ぬれティッシュ」の需要は増税前を上回る勢い。家庭内を清潔(消毒)に保とうとする意識からか、「住居用クリーナー、使い捨て紙クリーナー」をはじめとして、各種クリーナーの需要も高まった。これに伴い、「家庭用手袋」の需要は急増。「ペーパータオル」はマスク不足の中、布製マスクのガーゼの間にペーパータオルを入れることで効果があるとの報道が効いた可能性も。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
日用雑貨 TOTAL	136.0	36.3
歯ブラシ	105.6	7.2
歯磨き	111.8	8.9
マウスウォッシュ	108.8	9.6
義歯用剤	103.8	6.7
洗濯用洗剤	112.0	15.5
中性洗剤	105.6	18.9
漂白剤	130.9	31.4
柔軟剤	111.3	14.8
台所用洗剤	122.0	20.7
住居用クリーナー	172.1	71.6
トイレ用クリーナー	125.6	23.4
バスクリナー	118.3	14.0
パイプクリナー	115.8	8.7
家庭用手袋	171.3	74.7
化学雑巾	120.7	18.2
たわし・スポンジ	113.2	16.0
水切り袋	117.6	19.0
殺虫剤	127.8	8.2
防虫剤	115.7	14.0
カビ防止剤	130.2	20.6
芳香・消臭剤	163.1	53.8
トイレタンク用洗浄芳香剤	108.2	10.9
除湿剤	118.8	16.4
ラッピングフィルム	116.3	18.5
アルミホイル	113.7	12.8
食品包装用品	122.2	19.1
アルミガスマット	109.4	11.7
ティッシュペーパー	168.9	68.5
トイレトペーパー	165.4	62.7
ペーパータオル	168.8	60.8
ぬれティッシュ	321.7	183.0
使い捨て紙クリーナー	152.2	51.9
紙おむつ	127.6	39.6
大人紙おむつ	120.5	19.4
生理用品	151.1	53.1
絆創膏	113.7	25.4
使い捨てカイロ		
綿棒	126.4	25.3

化粧品		
化粧品も、菓ごもり⇒不要不急の外出自粛の影響からか、基礎化粧品のストック購入の一端が窺えた。一方でメイクアップ化粧品は好対照で前年を上回ったものはなかった。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
化粧品 TOTAL	101.3	4.1
クレンジング	112.6	7.0
洗顔クリーム	110.3	5.1
化粧水	105.4	10.9
乳液		
栄養クリーム	101.9	10.7
パック	100.6	-5.1
美容液	106.8	5.7
化粧下地		
ファンデーション		
おしろい		
口紅		
眉目料		
マニキュア		

医薬品		
医薬品も新型コロナウイルスの影響を受けたことが窺えた。対策用品の「マスク、皮膚用薬=手指消毒剤」などは、驚異的な需要によって首都圏の店頭から商品が消えるといったことがあったものの、大きく前年を上回った。 また新型コロナウイルスへの感染を恐れて、病院やクリニックには行かず、市販薬で「風邪対策」をする人が多かったためか、「漢方薬、総合感冒薬、鎮咳去痰剤、口腔薬(トローチなど)」など2桁増となるものが多かった。 「ミニドリンク剤」:風邪対策の一環か、市販薬とのミックスで体調管理を試みようとした結果か、前年を上回った。 「目薬」:スギ花粉が本格化してきたことで一気に需要が高まり、アレルギー用は2桁増となった。また中高年向けでは、プレミアム訴求の商品を中心に好調維持。		
カテゴリ	金額前年比 2020年2月	前月差 2020年2月
医薬品 TOTAL	119.7	7.7
コンタクト用剤	100.0	13.4
マスク	196.3	-53.3
ミニドリンク剤	109.2	29.5
漢方薬	114.1	23.8
総合感冒薬	126.9	43.8
鼻炎治療剤	125.5	26.4
解熱鎮痛剤	110.0	7.7
鎮咳去痰剤	105.4	18.1
口腔薬	138.8	45.3
胃腸薬		
整腸薬	108.0	5.9
外用鎮痛消炎剤		
皮膚用薬	133.3	22.4
目薬	109.7	4.2
健康食品	102.7	4.0

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。