

◆好調カテゴリ別 金額市場規模前年比一覽

主食		
主食計では、前年比99.1%とわずかに前年を下回ったものの、カテゴリによっては、外出自粛による内食需要の増加の影響を受け、前年比110%を超えるなど好調。「シリアル類」：とりわけ、麦を原料とするオートミールが好調で、健康効果が注目されていると見て取れる。「袋インスタント麺・スパゲティ」：内食機会が増えるなか、食卓が単調にならないよう、具材や味付けなど変えられるため人気となっている。「プレミックス」：前月ほどの勢いは見られないものの、パンケーキなど子供向けのお菓子作りの需要が底堅い。		
カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
主食 TOTAL	99.1	0.4
米	104.0	7.7
米飯類	106.7	4.0
食パン		
菓子パン・調理パン		
シリアル類	110.9	-0.6
袋インスタント麺	121.5	10.8
カップインスタント麺		
乾麺	100.5	-19.2
生麺・ゆで麺	103.0	-6.6
スパゲティ	110.6	4.0
マカロニ類	108.5	4.0
小麦粉	105.3	-6.5
てんぷら粉	102.8	-3.4
唐揚げ粉	103.7	-0.1
パン粉	100.1	1.7
プレミックス	125.9	-4.4

前月よりも減速したものの、前年比は105.5%と前年を上回った。「蜂蜜、エッセンス類」：家庭内で菓子やケーキ、パンを子供たちと一緒に手作りするといった需要の大きさは依然として継続。「ケチャップ」：オムライスやナポリタンなど子供向けの料理にも使用できることから、内食での需要が伸長したと考えられる。「香辛料」：ラー油やにんにくが好調。内食機会が増加する中、料理の味付けに変化を付けようと、需要が高まっていると考えられる。「ゴマ油」：ペットボトルタイプの商品が、使いやすさから人気。内食需要に支えられるなか、昨年秋のリニューアル品で、SNS等でプロモーションを実施したヒット商品の好調が続いていることも市場をけん引。「バター」：菓子やパン作りでの需要増により好調。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
調味料 TOTAL	105.5	-1.0
醤油	103.9	-2.3
味噌	101.7	-0.2
食塩		
料理酒	109.4	-4.0
砂糖		
低カロリー甘味料	105.0	-4.1
シロップ類		
蜂蜜	121.2	0.4
ソース	105.9	3.1
ケチャップ	110.3	5.0
マヨネーズ	106.8	6.6
ドレッシング	102.4	-3.4
香辛料	111.2	-4.1
エッセンス類	125.6	-4.7
焼肉シヤブシヤブのタレ	105.4	0.2
食酢		
ぼん酢	100.0	-10.6
本みりん	103.7	-2.3
みりん風調味料		
風味調味料	106.0	10.0
削り節		
煮干し	102.4	0.9
わかめ・こんぶ類	108.4	0.4
つゆ・煮物料理の素	100.3	-12.7
サラダ油・天ぷら油	105.6	4.0
ゴマ油	119.6	-5.9
バター	118.8	-4.3
マーガリン類	102.6	0.3
チーズ	108.4	0.4
ジャム・ママレード	104.1	1.4

※網掛け
前年比 105%超:

多くのカテゴリで前年を上回り好調を維持。「シチュー」：前月より大きく伸長し、前年比112.2%と前年を上回る。電子レンジで調理できる手軽さを訴求するものや、チャウダーやポルシチタイプなど味付けが特徴的なものが好調。「パスタソース・シチューベース」：内食需要に支えられ、好調。パスタソースでは、ペペロンチーノやマトソース、シチューベースでは、デミグラ&ブラウンソースのものがとりわけ人気。「冷凍水産」：パスタ等の料理にも使えるシーフードミックスなどのほか、保存や調理のしやすい鮭の切り身も好調。「冷凍農産」：ほうれんそうやブロッコリーなどの野菜が好調で、長梅雨等により野菜の収穫減・価格高騰の影響もあると推察される。子供向け需要として、冷凍果実やフライドポテトも好調。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
加工食品① TOTAL	106.3	2.4
春雨・くず切り	109.5	-2.3
こうや豆腐	101.0	6.5
海苔	108.5	-1.3
ふりかけ		
お茶漬の素	112.5	6.4
まぜご飯の素	106.7	1.7
カレー	104.2	7.1
シチュー	112.2	17.2
パスタソース	113.3	5.9
シチューベース	114.3	5.5
メニュー専用料理の素	104.3	3.9
スープ類	105.3	4.2
味噌汁・吸物類	107.0	6.2
調理用スープ	113.7	3.0
冷凍水産	138.3	3.8
冷凍農産	118.5	-1.0
冷凍調理	105.2	0.2

前月よりも伸長し、前年比106.4%と前年を上回った。「野菜缶詰」：カットマトやマッシュルームが好調。冷凍農産と同様に、野菜価格の高騰も影響し、内食需要が増加したと考えられる。「畜肉缶詰」：コンビーフが大きく伸長。メディアで調理法が取り上げられるなど、注目を集めたことが影響していると推察される。「パウチ入り食材」：カットマトやスイートコーン等の野菜類、豚肉やコンビーフ等の肉類、ミカン等のフルーツ類などが好調で、常温で保存できるという保存のしやすさから、人気となっていると考えられる。「焼豚、ベーコン」：スライスや切り落としのものなど、簡易に調理できることから、好調を維持。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
加工食品② TOTAL	106.4	1.7
魚介類缶詰		
野菜缶詰	111.9	5.4
フルーツ缶詰	111.5	-9.3
畜肉缶詰	118.4	18.4
パウチ入り食材	111.3	9.5
和風食品	101.6	-2.6
洋風食品	109.5	1.3
中華風食品	109.8	-0.8
畜肉ハム	105.6	-1.7
畜肉ソーセージ	105.3	0.9
魚肉ソーセージ		
焼豚	114.8	5.1
ベーコン	112.3	1.3

練り物をはじめ、和風のおかず系も前年比102.6%と前年を上回った。内食需要によるメニュー拡張の一環かと考えられる。「ちくわ、はんぺん」：内食での和風料理用の食材として、需要が堅調なものとして取れる。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
加工食品③ TOTAL	102.6	-0.0
かまぼこ	104.8	-0.2
ちくわ	108.8	2.6
はんぺん	109.6	4.4
揚げ物	103.6	2.0
納豆	103.8	1.4
煮豆	100.5	4.2
佃煮	100.7	-2.8
もずく・めかぶ		
豆腐類	101.0	-2.6

前月よりも増加したものの、前年比99.5%とほぼ前年並み。外出自粛の影響により、キャンディやチューインガムの不調が継続。「玩具メーカー菓子」：ウエハースやガムなどで、人気TVアニメのキャラクター商品の好調が、5月以降続いている。「栄養バランス食品」：新型コロナウイルスの影響で、健康意識が高まるなか、たんぱく質を多く含む健康効果が注目されている「プロテイン」を訴求する商品が好調。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
菓子 TOTAL	99.5	5.3
チョコレト	103.4	6.6
キャラメル		
キャンディ		
チューインガム		
ビスケット&クラッカー	104.2	5.4
スナック	104.6	8.0
煎餅・あられ	101.0	4.1
玩具メーカー菓子	176.4	34.6
栄養バランス食品	106.7	6.1

巣ごもり消費の勢いが落ち着きを取り戻しつつあるなか、例年より気温が低く、アイスクリームや麦茶の需要が伸び悩んだことで、前年比95.6%と前年を下回る。「ホイップクリーム」：前月ほどの勢いはないものの、手作り菓子需要により、前年を大きく上回る。「インスタントコーヒー・レギュラーコーヒー・紅茶」：外出自粛に伴う内食需要の増加の影響を受け、好調を維持。「中国茶」：ダイエット効果を訴求する杜仲茶が好調で、外出自粛のなか、健康管理のための需要が伸びていると考えられる。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
嗜好品 TOTAL	95.6	-9.7
アイスクリーム		
デザート類		
ベビーフード		
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	128.4	-3.0
インスタントコーヒー	105.8	1.4
レギュラーコーヒー	112.6	4.4
紅茶	109.9	4.2
ココア		
日本茶	102.3	-0.3
麦茶		
中国茶	111.6	2.4

長梅雨の影響で、例年よりも雨天の日が多く、新型コロナウイルスの感染の広がりもあるなか、外出を控える動きがあったため、前月よりも落ち込み、前年比もマイナスに。「牛乳・ヨーグルト」：勢いは衰えつつも、需要が底堅く前年を上回る。「サイダー」：新商品やキャンペーンの影響により、6月に伸長していたレモンフレーバーの無糖炭酸飲料の勢いが一服したことで、伸び幅を大きく縮小。「ミネラルウォーター類」：大きく伸びていた炭酸水や、大容量のプレーンウォーターともに伸び幅を縮小。長梅雨の影響や例年よりも気温が低かったことで、需要が落ち込んだものと推察される。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
飲料 TOTAL	94.3	-6.8
牛乳	102.2	-3.0
ヨーグルト	101.7	-0.2
乳酸菌飲料		
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		
サイダー	104.0	-29.6
炭酸飲料		
コーヒードリンク		
紅茶ドリンク		
液体茶		
スポーツドリンク		
美容・健康ドリンク		
栄養ドリンク		
ミネラルウォーター類	101.4	-8.3
乳酸飲料		

前月より伸長し、前年比102.6%と前年を上回った。「キヤットフード」：離乳期・幼年期向けの商品が伸びており、外出自粛のなか、家でできる趣味として、新たに猫を始めた人が増えた影響と考えられる。成年期向けでは、ダイエット訴求の商品が好調で、ペットの健康への関心の高さが見て取れる。「ペット用品」：猫のほか、昆虫・魚類向けの商品が伸びており、外出自粛のなか、新しく買い始めた人が増えた影響と考えられる。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
ペットカテゴリ TOTAL	102.6	2.2
ドッグフード		
キヤットフード	105.5	3.7
ペット用品	103.5	-0.2

5月下旬の緊急事態宣言の解除により、外飲みの需要が緩やかに回復する動きがあった反動で、家飲み需要の勢いは、弱まりつつある。「ウイスキー・ワイン」：7月下旬の感染者数増加に伴う外出自粛の動きのほか、連休の影響もあり伸長したと考えられる。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
アルコール TOTAL	99.8	-4.3
ビール		
ウイスキー	110.3	-1.1
ワイン	105.6	3.8
日本酒		
焼酎		

新型コロナウイルスの影響による需要増は、落ち着きを取り戻しつつあるものの、特定カテゴリでは依然として好調が続いており、前年比105.1%と前年を上回った。「住居用クリーナー」：新型コロナウイルス対策として、家庭内を清潔に保とうという意識が高まっており、引き続き堅調。「ぬれティッシュ」：除菌、抗菌などの機能を訴求する商品が人気となっており、手拭き用だけでなく、家庭内の清掃の用途でも需要が伸びているものと考えられる。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
日用雑貨 TOTAL	105.1	-2.8
歯ブラシ		
歯磨き		
マウスウォッシュ		
義歯用剤		
洗濯用洗剤		
中性洗剤		
漂白剤	100.0	0.2
柔軟剤	102.4	0.3
台所用洗剤	111.4	0.8
住居用クリーナー	127.4	-3.3
トイレ用クリーナー	108.6	3.1
バスクリーナー	113.7	5.2
パイプクリーナー	114.3	0.3
家庭用手袋	118.5	6.7
化学雑巾	117.1	2.3
たわし・スポンジ	105.7	-0.8
水切り袋	109.4	4.4
殺虫剤	105.5	-29.4
防虫剤	101.2	-17.3
カビ防止剤	115.2	-0.0
芳香・消臭剤	118.4	-0.7
トイレタンク用洗浄芳香剤	101.1	0.9
除湿剤	119.7	-2.2
ラッピングフィルム	102.4	0.5
アルミホイル	105.5	3.2
食品包装用品	115.4	-0.6
アルミガスマット	110.1	-7.6
ティッシュペーパー		
トイレットペーパー		
ペーパータオル	111.2	2.3
ぬれティッシュ	181.4	-0.4
使い捨て紙クリーナー	125.5	-0.0
紙おむつ		
大人紙おむつ	101.4	2.9
生理用品		
絆創膏		
使い捨てカイロ		
綿棒	100.1	4.1

前月より伸長し、前年比102.6%と前年を上回った。「キヤットフード」：離乳期・幼年期向けの商品が伸びており、外出自粛のなか、家でできる趣味として、新たに猫を始めた人が増えた影響と考えられる。成年期向けでは、ダイエット訴求の商品が好調で、ペットの健康への関心の高さが見て取れる。「ペット用品」：猫のほか、昆虫・魚類向けの商品が伸びており、外出自粛のなか、新しく買い始めた人が増えた影響と考えられる。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
ペットカテゴリ TOTAL	102.6	2.2
ドッグフード		
キヤットフード	105.5	3.7
ペット用品	103.5	-0.2

前月ほどの勢いはないものの、石鹸などが好調で前年比101.9%とわずかに前年を上回った。「石鹸」：新型コロナウイルス予防対策として、殺菌・消毒効果を訴求するハンドソープ、抗菌・除菌効果を訴求するハンドジェルが好調。「入浴剤」：疲労回復や香りなどの効能を訴求する入浴剤・バスソルトが好調で、新型コロナウイルスの影響で、体調管理やリラクスの需要が高まっていると考えられる。子供向け玩具入り商品も好調で、外出自粛により、親々の娯楽としての需要も底堅い。「ヘアトリートメント」：カラーケア・うねりケア・ダメージケアが好調。外出自粛に伴い、家庭でのメンテナンス需要が堅調。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
石鹸・ヘアケア TOTAL	101.9	-6.4
石鹸	135.7	-10.4
入浴剤	112.7	-0.8
シャンプー		
ヘアリンス		
ヘアトリートメント	107.8	-3.6
アウトバスヘアケア		
ヘアカラー		
育毛トニック	101.2	1.5
制汗剤		

4・5月の緊急事態宣言の期間よりは、落ち込み幅は小さいものの、依然として前年割れが続いている。5月下旬の緊急事態宣言の解除によって、出社を再開する企業が出るなど、外出機会が緩やかに増加した影響と見て取れる。「洗顔クリーム」：美白やにきび予防を訴求する商品が好調で、外出機会に限られるなかでも、肌の手入れに気を配っていると考えられる。マスクによるにきび等の肌荒れ対策としての需要も堅調。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
化粧品 TOTAL	85.4	0.1
クレンジング		
洗顔クリーム	102.6	1.1
化粧水		
乳液		
栄養クリーム		
パック		
美容液		
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		

新型コロナウイルスの影響により、特定の品目の伸びが目立つ。「マスク」：新型肺炎予防対策として需要が高まるなか、従来の7月は、花粉症・風邪などのマスク需要も落ち着いている時期であることから、前年比は極めて高い。暑さ対策として、冷感素材を使用した夏用のマスクが伸びている。「漢方薬」：五苓散(ゴレイサン)や防己黄耆湯(ポウイオウギトウ)など、水分代謝を改善する処方の商品が好調。新型コロナウイルスに伴う外出自粛のなか運動不足も起きており、体調管理のため需要が伸びていると考えられる。「皮膚用薬」：新型肺炎予防対策として、手指消毒剤が引き続き大きく伸びている。

カテゴリ	金額前年比 2020年7月	前月差 2020年7月
医薬品 TOTAL	120.9	9.1
コンタクト用剤		
マスク	1,415.5	565.9
ミニドリンク剤		
漢方薬	109.8	4.9
総合感冒薬		
鼻炎治療剤	103.0	2.2
解熱鎮痛剤		
鎮咳去痰剤		
口腔用薬		
胃腸薬		
整腸薬		
外用鎮痛消炎剤		
皮膚用薬	138.3	-7.1
目薬		
健康食品		

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。