

◆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98.0%と前年を下回った。感染者数の減少により外出が増えたことで、内食・備蓄需要の高まりが落ち着きつつあると見て取れる。 「菓子パン・調理パン」: 前年よりも外出が増加した影響で伸長したと考えられる。 「シリアル類」: オートミールの好調が継続。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。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
主食 TOTAL	98.0	-1.5
米		
米飯類		
食パン		
菓子パン・調理パン	105.1	-1.6
シリアル類	107.6	2.2
袋インスタント麺		
カップインスタント麺		
乾麺		
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		
前月よりも落ち込み、前年比95.7%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が好調。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」: 今年の値上げの影響で販売量は落ち込んだものの、容量当たり価格の上昇によって販売金額は増加。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
調味料 TOTAL	95.7	-0.9
醤油		
味噌		
食塩		
料理酒		
砂糖		
低カロリー甘味料	101.3	0.4
シロップ類		
蜂蜜		
ソース		
ケチャップ		
マヨネーズ	102.3	1.8
ドレッシング		
香辛料		
エッセンス類		
焼肉しゃぶしゃぶのたれ		
食酢		
ほん酢		
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	106.8	3.5
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: 105.1

加工食品①		
前月よりも落ち込み、前年比98.1%と前年を下回った。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。 「冷凍水産」: 前月ほどの勢いはないものの、さまざまな料理に使用しやすいことに加えて、生鮮よりも価格が安定していることから、好調が続いている。 「冷凍農産」: フライドポテトやブロッコリーなどの野菜が好調。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
加工食品① TOTAL	98.1	-0.9
春雨・くず切り		
こうや豆腐		
海苔		
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		
味噌汁・吸物類		
調理用スープ		
冷凍水産	115.9	-3.4
冷凍農産	104.8	4.0
冷凍調理	101.5	-1.4

加工食品②		
前月よりも伸長したものの、前年比97.1%と前年を下回った。 「パウチ入り食材」: おせちの用途で年末にかけて需要が高まる筈や里芋が、簡便性の高さから好調だった。 「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。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
加工食品② TOTAL	97.1	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	100.8	2.4
和風食品	106.4	4.8
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		
ベーコン		

加工食品③		
前月よりも落ち込み、前年比96.5%と前年を下回った。 かまぼこは、外出増のためか、おせち需要に前年ほどの勢いがなかった。加えて、健康効果で注目されていた、かに足タイプで反動が起きたことにより苦戦したと見て取れる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
加工食品③ TOTAL	96.5	-2.3
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		
前月よりも伸長したものの、前年比98.7%と前年を下回った。 「チューインガム」: 人気アイドルとのコラボキャンペーンの寄与により、前年を上回ったと見て取れる。 「玩具メーカー菓子」: 人気テレビアニメのキャラクター商品などが好調。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
菓子 TOTAL	98.7	0.9
チョコレート		
キャラメル	101.9	3.0
キャンディ	103.1	2.1
チューインガム	113.9	12.2
ビスケット&クラッカー	103.2	1.3
スナック		
煎餅・あられ		
玩具メーカー菓子	105.5	8.3
栄養バランス食品	105.3	0.5

嗜好品		
前月よりも落ち込み、前年比97.6%と前年を下回った。 「デザート類」: 果実がたっぷり入っていることを訴求するゼリーやおしるこなどが好調。 「ペビーフード」: 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。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
嗜好品 TOTAL	97.6	-1.0
アイスクリーム		
デザート類	103.4	-0.9
ペビーフード	106.0	7.3
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	101.9	-0.8
レギュラーコーヒー		
紅茶		
ココア		
日本茶		
麦茶		
中国茶		

飲料		
前月よりも伸長し、前年比100.5%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、機能性表示食品の新商品の寄与により伸長。 「コーラ」: リニューアルにより容量を増加させた、小型ペットボトルタイプの商品の好調が続いている。 「ミネラルウォーター類」: 炭酸水的好調が続くほか、非炭酸のプレーンタイプの小型ペットボトルも伸長してきており、外出増が寄与したと推察される。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
飲料 TOTAL	100.5	1.2
牛乳		
ヨーグルト		
乳酸菌飲料	117.5	0.9
豆乳		
100%ジュース	100.5	6.4
果汁飲料		
トマトジュース		
野菜ジュース		
コーラ	112.3	12.3
サイダー		
炭酸飲料	103.0	4.3
コーヒードリンク		
紅茶ドリンク	100.7	3.1
液体茶	104.0	0.1
スポーツドリンク	106.9	2.8
美容・健康ドリンク		
栄養ドリンク	104.5	3.4
ミネラルウォーター類	111.9	0.5
乳酸飲料		

ペット		
前月よりも伸長し、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 2021年12月	前月差 2021年12月
ペット TOTAL	101.1	1.1
ドッグフード		
キャットフード	103.7	0.8
ペット用品	100.1	1.6

アルコール		
前月よりもわずかに伸長したものの、前年比98.1%と前年を下回った。 「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 2021年12月	前月差 2021年12月
アルコール TOTAL	98.1	0.1
ビール類	100.3	1.4
ウイスキー	105.2	1.2
ワイン		
日本酒		
焼酎		

日用雑貨		
前月よりもわずかに伸長したものの、前年比97.9%と前年を下回った。 「柔軟剤」: 抗菌効果を訴求する商品が好調で、コロナ禍で衛生意識が高まっているためと推察。 「バスクリナー」: 洗浄効果が高く、掃除の負荷を軽減できると訴求する新商品の寄与により伸長。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
日用雑貨 TOTAL	97.9	0.2
歯ブラシ	102.5	3.3
歯磨き	102.4	0.4
マウスウォッシュ		
義歯用剤		
洗濯用洗剤	102.8	1.5
中性洗剤		
漂白剤		
柔軟剤	104.4	2.4
台所用洗剤		
住居用クリーナー		
トイレ用クリーナー	102.8	0.9
バスクリナー	111.6	2.8
パイプクリーナー		
家庭用手袋		
化学雑巾		
たわし・スポンジ	102.2	-0.8
水切り袋		
殺虫剤		
防虫剤		
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		
アルミホイル	101.0	1.3
食品包装用品		
アルミガスマット		
ティッシュペーパー		
トイレットペーパー	102.4	-3.4
ペーパータオル		
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	104.0	-0.9
生理用品	102.9	1.5
絆創膏		
使い捨てカイロ	100.9	-13.2
綿棒		

化粧品		
前月よりも伸長し、前年比103.9%と前年を上回った。 マスク着用のまま外出する機会が増えたためか、マスクに隠れない箇所を使用する眉目料とマニキュアは、前月よりも伸長。クレンジングでは、アンチエイジング等の効果を訴求する商品の好調が続いており、セルフケア需要も高まっていると推察される。 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 2021年12月	前月差 2021年12月
化粧品 TOTAL	103.9	4.5
クレンジング	108.0	3.4
洗顔クリーム	102.0	3.2
化粧水		
乳液	101.5	2.3
栄養クリーム	103.8	5.5
パック	105.5	-1.8
美容液		
化粧下地	100.2	5.3
ファンデーション	103.5	7.4
おしろい		
口紅	180.5	72.0
眉目料	113.2	3.7
マニキュア	112.5	5.4

医薬品		
前月よりも伸長したものの、前年比94.6%と前年を下回った。マスクが前年に伸長した反動で落ち込んだことが、医薬品カテゴリ全体を押し下げる主な要因となったと見て取れる。 「解熱鎮痛剤」: 勢いは弱まりつつあるものの、新型コロナウイルスのワクチン接種時の副反応対策として、需要が高まっているようだ。 「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 2021年12月	前月差 2021年12月
医薬品 TOTAL	94.6	3.9
コンタクト用剤	103.9	4.3
マスク		
ミドリリンク剤		
漢方薬		
総合感冒薬		
鼻炎治療剤	105.6	0.2
解熱鎮痛剤	108.4	3.4
鎮咳去痰剤		
口腔用薬		
胃腸薬	106.5	4.7
整腸薬	106.5	3.0
外用鎮痛消炎剤		
皮膚用薬		
目薬	104.4	5.7
健康食品	101.7	1.7

石鹸・ヘアケア		
前月よりも伸長し、前年比100.0%と前年並みとなった。 「ヘアトリートメント」: くせ毛ケアの効果を訴求する商品の好調が続いている。感染リスクの軽減や節約のため、家庭でのセルフケア需要が高まっていると推察。 「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、外出増の影響でジェルやワックスなども伸長。		
カテゴリ	金額前年比 2021年12月	前月差 2021年12月
石鹸・ヘアケア TOTAL	100.0	2.1
石鹸		
入浴剤	100.4	-3.9
シャンプー	102.5	2.9
ヘアリンス	100.8	1.6
ヘアトリートメント	105.5	-5.0
アウトバスヘアケア	110.3	5.8
ヘアカラー		
育毛トニック		
制汗剤	103.5	5.2

ペット		
前月よりも伸長し、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 2021年12月	前月差 2021年12月
ペット TOTAL	101.1	1.1
ドッグフード		
キャットフード	103.7	0.8
ペット用品	100.1	1.6

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。