

◆好調カテゴリ別 金額市場規模前年比一覽

主食
前年同月に新型コロナウイルスの感染拡大を背景として、乾麺やスパゲティなど備蓄用の食品の需要が急増した反動により、前年比90.7%と落ち込んだ。「マカロニ類」：他カテゴリと比較して、前年同月にそれほど需要が伸びなかったこともあって、前年を上回った。とりわけラザニア用の商品が好調。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
主食 TOTAL	90.7	-11.4
米		
米飯類		
食パン		
菓子パン・調理パン		
シリアル類		
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	100.7	-13.7
小麦粉		
てんぷら粉		
唐揚げ粉		
パン粉		
プレミックス		

調味料
前年同月に需要が伸びた反動により、前年比99.4%とわずかに前年を下回った。「シロップ類、低カロリー甘味料」：家庭内で菓子やケーキなどを子供たちと一緒に手作りするといった需要が、依然として堅調。シロップ類では、前月ほどの勢いはないものの、メープルシロップの好調が続いている。「香辛料」：内食需要の高まりを受けて、好調を維持。とりわけ、にんにくが伸びており、免疫力向上の効果が着目されたためと推察。「料理酒、ゴマ油」：内食需要の高まりを受けて、好調を維持。ゴマ油では、ペットボトルタイプの、比較的容量の大きい商品がとりわけ好調。家庭での消費量が増えるなか、軽くて使いやすく、使用後も処分しやすいことから人気となっていると考えられる。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
調味料 TOTAL	99.4	-8.5
醤油		
味噌		
食塩		
料理酒	108.1	-11.4
砂糖		
低カロリー甘味料	107.3	-9.9
シロップ類	109.9	-24.2
蜂蜜	101.8	-17.4
ソース	100.1	-9.5
ケチャップ		
マヨネーズ		
ドレッシング	102.4	-1.3
香辛料	106.7	-10.5
エッセンス類		
焼肉しゃぶしゃぶのタレ		
食酢		
ぼん酢	102.9	-2.9
本みりん	103.5	-13.2
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	100.8	2.0
ゴマ油	115.7	-5.6
バター		
マーガリン類		
チーズ	102.1	-5.8
ジャム・ママレード		

※網掛け
前年比 105%超:

加工食品①
前年同月に需要が伸びた反動により、前年比96.6%と前年を下回った。一部のカテゴリでは前年を上回ったものの、前月ほどの勢いは見られなかった。「シチューベース」：デミグラスソースタイプが好調。1袋1人分の使い切りの小分けパックの商品が、使いやすいからかとりわけ人気。「冷凍水産」：シーフードミックス・貝類などが好調。パスタやピラフなどさまざまな料理に活用できるため人気となっていると推察。「冷凍農産」：内食やお菓子作りの需要により、プロックリーや野菜ミックスなどの野菜のほか、果実も好調。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
加工食品① TOTAL	96.6	-14.4
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	101.7	-12.6
パスタソース		
シチューベース	108.5	-6.6
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	126.6	-15.9
冷凍農産	112.5	-12.2
冷凍調理		

加工食品②
前月よりも落ち込み、前年比100.5%とわずかに前年を上回った。加工食品①と同様に、一部のカテゴリでは前年を上回ったものの、前月ほどの勢いは見られなかった。「パウチ入り食材」：内食やお菓子作りの需要により、タケノコやカットトマトなどの野菜のほか、果実も好調。「和風食品」：季節商品であるおでんが好調。複数品目のパック商品が、温めるだけで食べられる簡便性の高さからか、とりわけ人気。「洋風食品」：簡便に準備できる、ハンバーグやチキンステーキ、フライなどのチルド商品が人気。「焼豚」：切り落としや厚切りタイプの商品がとりわけ好調で、内食需要のほか、おつまみとしての需要も伸びていると推察される。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
加工食品② TOTAL	100.5	-9.9
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	108.3	-10.3
和風食品	106.2	-7.6
洋風食品	106.7	-11.6
中華風食品	104.9	-7.8
畜肉ハム	102.4	-3.6
畜肉ソーセージ		
魚肉ソーセージ		
焼豚	108.3	-2.5
ベーコン	101.6	-9.0

加工食品③
前月よりも落ち込み、前年比96.1%と前年を下回った。「かまぼこ」：おつまみ需要もあってか、笹かまぼこが好調。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
加工食品③ TOTAL	96.1	-10.1
かまぼこ	100.1	-1.8
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
食品と同様に菓子でも、前年同月に家庭内消費の需要が伸びた反動によって、前月よりも落ち込み、前年比92.8%と前年を下回った。「玩具メーカー菓子」：人気TVアニメのキャラクター商品の好調が続いており、前年を大きく上回った。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
菓子 TOTAL	92.8	-8.1
チョコレート		
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		
スナック		
煎餅・あられ		
玩具メーカー菓子	186.5	-5.4
栄養バランス食品		

嗜好品
嗜好品でも前年同月に伸びた反動が見られ、前月よりも落ち込み、前年比96.4%と前年を下回った。「アイスクリーム」：菓ごもりでのデザート需要により、高価格帯のミニカップタイプの商品がとりわけ好調。「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、堅調を維持。「中国茶」：ダイエット効果が注目されている「杜仲茶」が伸びた寄与があり、前月ほどの勢いはないものの、前年を上回った。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
嗜好品 TOTAL	96.4	-4.9
アイスクリーム	101.5	1.2
デザート類		
ペビーフード		
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	111.4	-20.8
インスタントコーヒー		
レギュラーコーヒー		
紅茶		
ココア		
日本茶		
麦茶		
中国茶	101.6	-6.5

飲料
飲料でも前年同月に伸びた反動が見られ、前月よりも落ち込み、前年比90.7%と前年を下回った。「果汁飲料」：もものフレーバーウォーターや、果肉入りのいちごミルクなどの新商品の寄与があり前月よりも伸び、前年を上回った。「乳酸飲料」：糖質オフを訴求するコンクタイプのほか、機能性表示食品のストレートタイプがとりわけ好調で、新型コロナウイルスの感染拡大を背景として、消費者の健康への意識が高まっていると見て取れる。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
飲料 TOTAL	90.7	-2.9
牛乳		
ヨーグルト		
乳酸菌飲料		
豆乳		
100%ジュース		
果汁飲料	100.2	8.8
トマトジュース		
野菜ジュース		
コーラ		
サイダー		
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		
乳酸飲料	102.0	-1.6

アルコール
アルコールでも前年同月に伸びた反動が見られた、前月よりも落ち込んだものの、外出を自粛し家庭でお酒を飲む需要は底堅く、前年比103.3%と前年を上回った。「ビール」：ビール類のうち、ビールが好調。糖質ゼロを訴求する商品の好調が続いていることに加えて、新商品の寄与もあるようだ。「ワイン」：有機ワインやシャンパンがとりわけ好調。健康意識の高まりや、品質の高いワインを家庭で楽しみたいという需要の高まりが見て取れる。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
アルコール TOTAL	103.3	-4.1
ビール	104.0	-2.0
ウイスキー	104.0	-3.6
ワイン	105.9	-2.2
日本酒		
焼酎		

日用雑貨
前年同月に、ぬれティッシュや使い捨て紙クリーナーなどの衛生系の商品に加えて、品薄になるという誤情報の影響でトイレットペーパーなどの紙製品も急増した反動により、前月よりも大幅に落ち込み、前年比75.5%と前年を下回った。内食需要の高まりを背景として、前月ほどの勢いはないものの、食品包装用品とアルミガスマットは前年を上回った。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
日用雑貨 TOTAL	75.5	-30.1
菌ブラス		
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		
柔軟剤		
台所用洗剤		
住居用クリーナー		
トイレ用クリーナー		
バスクリナー		
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		
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		
食品包装用品	102.9	-22.8
アルミガスマット	102.6	-5.8
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		
ぬれティッシュ		
使い捨て紙クリーナー		
紙おむつ		
大人紙おむつ		
生理用品		
絆創膏		
使い捨てカイロ		
綿棒		

ペット
ペットカテゴリでも前年同月に伸びた反動が見られ、前月よりも落ち込み、前年比95.2%と前年を下回った。キャットフードは、新たに猫を飼い始めた人が増えている影響か、わずかに前年を上回った。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
ペット TOTAL	95.2	-11.8
ドッグフード		
キャットフード	100.3	-8.5
ペット用品		

石鹸・ヘアケア
前年同月に、新型コロナウイルスの感染拡大を背景として、石鹸を中心に需要が伸びた反動により、前月よりも落ち込み、前年比89.0%と前年を下回った。「入浴剤」：バスソルトや、リラックス効果を訴求する商品の好調が続いており、前月ほどの勢いはないものの、前年を上回った。「ヘアトリートメント」：ボリュームダウンを訴求する商品がとりわけ好調で、外出自粛により、美容院の利用を控える人も少なくなく、自身で手入れをする需要が高まっているためと推察される。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
石鹸・ヘアケア TOTAL	89.0	-16.0
石鹸		
入浴剤	104.7	-19.5
シャンプー		
ヘアリンス		
ヘアトリートメント	125.1	-3.0
アウトバスヘアケア		
ヘアカーラー		
育毛トニック	100.4	-1.4
制汗剤		

化粧品
インバウンド需要縮小に加えて、外出自粛やマスク着用の習慣化による影響もあり、口紅やファンデーションなど、マスクに隠れる部分に使用するメイクアップ化粧品の不調が続いている。マスクに隠れない目元に使用する眉目料や、乳液や栄養クリームなどの基礎化粧品で前月よりも下げ幅が縮小したものの、化粧品計では前年比82.9%と前年を下回った。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
化粧品 TOTAL	82.9	4.4
クレンジング		
洗顔クリーム		
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		

医薬品
前年同月に、マスクや皮膚用薬のうち手指消毒剤など、新型コロナウイルスの感染予防対策の需要が伸びた反動により、前年比83.8%と前年を下回った。総合感冒薬や口腔用薬でも、前年同月に買いための動きが見られた反動があった。加えて、マスク着用や手洗い・うがいの習慣化により風邪を発症する人が減ったことで需要が縮小したことも、前年比を押し下げた。「鼻炎治療剤」：前年よりも花粉の飛散量が多いため、需要が伸びたと見て取れる。

カテゴリ	金額前年比 2021年2月	前月差 2021年2月
医薬品 TOTAL	83.8	2.6
コンタクト用剤		
マスク		
ミニドリンク剤		
漢方薬		
総合感冒薬		
鼻炎治療剤	106.2	5.2
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		
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。