

### ◆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感染拡大に伴う小中高の休校や外出自粛の広がりに伴って、前年同月に備蓄用の食品の需要が急伸した反動があり、前年比87.9%と落ち込んだ。 袋インスタント麺、乾麺、スバゲッティーなどの備蓄用の食品のほか、ホットケーキ用等のプレミックスも、手作りお菓子需要の反動により落ち込んだ。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
主食 TOTAL	87.9	-3.0
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		
スバゲティ		
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		

加工食品①		
加工食品でも、前年同月に備蓄・内食需要が伸長した反動により、前年比89.9%と前年を下回った。 「冷凍水産」:反動により前月ほどの勢いはないものの、前年を上回った。シーフードミックス・貝類などが好調で、パスタやピラフなどさまざまな料理に活用できるためと推察。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
加工食品① TOTAL	89.9	-6.7
春雨・くず切り		
こうや豆腐		
海苔		
ふりかけ		
お茶漬けの素		
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	106.5	-18.7
冷凍農産		
冷凍調理		

調味料		
前年同月に内食需要が伸長した反動により、前年比93.3%と前年を下回った。 「低カロリー甘味料」:カロリーゼロ・糖質ゼロを訴求する植物由来の甘味料が好調。外出自粛による運動不足の影響で体重増を抱える人も出てきており、ダイエット需要から伸長したと考えられる。 「ドレッシング」:サラダなどの内食需要により伸長したと推察。 「香辛料」:香辛料計では前年割れとなったが、にんにくが好調を維持。感染予防対策として免疫力向上の効果が着目されたことのほか、外出自粛やマスク着用によりにおいを気にしなくなったことも、好調の要因として挙げられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
調味料 TOTAL	93.3	-5.5
醤油		
味噌		
食塩		
料理酒		
砂糖		
低カロリー甘味料	106.3	0.1
シロップ類		
蜂蜜		
ソース		
ケチャップ		
マヨネーズ		
ドレッシング	100.9	-1.9
香辛料		
エッセンス類		
焼肉しゃぶしゃぶのタレ		
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		
ゴマ油		
バター		
マーガリン類		
チーズ		
ジャム・ママレード		

加工食品②		
前月よりも落ち込み、前年比96.9%と前年を下回った。 「パウチ入り食材」:内食やお菓子作りの需要により、タケノコやサトイモなどの野菜のほか、果実も好調を維持。 「和風食品」:卵やお好み焼きなどのチルド商品がとりわけ好調。 「洋風食品」: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とりわけ好調。 「焼豚」:厚切りタイプの商品がとりわけ好調で、ラーメンの具材などの内食需要のほか、おつまみとしての需要も伸長しているとの推察。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
加工食品② TOTAL	96.9	-3.0
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	103.8	-3.3
和風食品	112.1	6.4
洋風食品	102.9	-3.0
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	100.2	-5.6
ベーコン		

加工食品③		
前月よりも落ち込み、前年比94.8%と前年を下回った。前年の反動もあり、加工食品の中でも、和食系が軒並み前年割れとなったことが見て取れる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
加工食品③ TOTAL	94.8	-1.1
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		
食品と同様に菓子でも、前年同月に需要が伸長した反動によって、前年比95.4%と前年を下回った。 「玩具メーカー菓子」:前年同月も伸長していたため前月ほどの勢いはないものの、人気TVアニメ・ゲームのキャラクター商品の好調が続いており、前年を上回った。 「栄養バランス食品」:プロテインバーが好調で、前月よりも大きく伸長。ダイエット目的での需要が拡大していると推察される。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
菓子 TOTAL	95.4	2.5
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	100.2	-0.1
スナック		
煎餅・あられ		
玩具メーカー菓子	131.6	-54.3
栄養バランス食品	121.3	24.2

嗜好品		
嗜好飲料では前年同月の反動により落ち込みも見られたものの、今年よりも気温が上昇したことでアイスクリームや麦茶が伸長し、前年比99.8%とほぼ前年並みとなった。 「アイスクリーム」:とりわけ高価格帯の商品が好調で、家庭でのちよつとした贅沢としてのデザート需要で人気となっているようだ。 「中国茶」:ダイエット効果で注目されている「杜仲茶」が伸長した寄与があり、前年を上回った。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
嗜好品 TOTAL	99.8	3.1
アイスクリーム	104.6	2.6
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	103.6	14.2
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	101.7	4.6
中国茶	106.3	5.2

飲料		
今年よりも気温が上昇したことで前月よりも伸長したものの、外出自粛の影響により伸び悩み、前年比97.7%と前年を下回った。 「果汁飲料」:いちごミルクやスムージーなどのカップタイプの新商品がけん引。 「スポーツドリンク」:気温上昇の寄与もあり、前月よりも大きく伸長。とりわけパウチゼリータイプが伸長しており、段階的な緊急事態宣言の解除によって、外出する人が増加した影響もあるものと考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
飲料 TOTAL	97.7	6.8
牛乳		
ヨーグルト		
乳酸菌飲料		
豆乳		
100%ジュース		
果汁飲料	106.8	7.2
トマトジュース		
野菜ジュース		
コーラ		
サイダー	103.7	6.9
炭酸飲料	101.6	3.7
コーヒードリンク	100.8	6.5
紅茶ドリンク		
液体茶	100.2	12.3
スポーツドリンク	103.1	27.7
美容・健康ドリンク		
栄養ドリンク		
ミネラルウォーター類	103.9	7.2
乳酸飲料		

ペット		
前月よりも伸長し、前年比101.4%と前年を上回った。 「キャットフード」:離乳期・幼年期向けの商品がとりわけ伸長しており、新たに猫を飼い始めた人が増えているためと考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
ペット TOTAL	101.4	6.2
ドッグフード		
キャットフード	106.6	6.4
ペット用品		

アルコール		
前月よりわずかに落ち込んだものの、外出を自粛し家庭でお酒を飲む必要は底堅く、前年比102.2%と前年を上回った。 「ビール類」: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に加えて、新商品の寄与もあると見て取れる。 「ウイスキー」:好みによってハイボールなど飲み方を変えられることも人気の要因と推察。とりわけジャパニーズウイスキーが好調。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
アルコール TOTAL	102.2	-0.3
ビール類	102.4	-0.9
ウイスキー	104.8	2.0
ワイン		
日本酒		
焼酎		

日用雑貨		
トイレトペーパーなどの紙製品の買いだめが起きた前月ほどではないものの、前年同月にぬれティッシュや住居用クリーナーなどの衛生系の商品が大きく伸びた反動により、前年比88.3%と前年を下回った。 「殺虫剤」:今年よりも気温が上昇したことで、需要が高まったと考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
日用雑貨 TOTAL	88.3	12.9
歯ブラシ		
歯磨き		
マウスウォッシュ	102.2	5.7
歯磨剤		
洗濯用洗剤	102.2	6.7
中性洗剤		
漂白剤		
柔軟剤	103.7	9.0
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	101.0	1.7
パイプクリナー	100.9	1.3
家庭用手袋		
化学雑巾		
たわし・スポンジ		
水切り袋		
殺虫剤	131.6	32.5
防虫剤	103.2	7.5
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		
アルミホイル		
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		
使い捨て紙クリナー		
紙おむつ		
大人紙おむつ		
生理用品		
絆創膏	100.4	4.3
使い捨てカイロ		
綿棒		

化粧品		
前月よりも大きく伸長し、前年比97.1%まで回復。 栄養クリームや美容液などの基礎化粧品が前年を上回ったほか、眉目料やマニキュアも前年比2桁増と伸長。段階的に緊急事態宣言が解除されたことで、マスクを着用して外出する動きが増えたため、マスクに隠れないメイクアップ化粧品が伸長したと考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
化粧品 TOTAL	97.1	14.5
クレンジング	100.0	14.0
洗顔クリーム	101.4	7.3
化粧水		
乳液		
栄養クリーム	104.2	10.0
パック		
美容液	103.7	18.4
化粧下地		
ファンデーション		
おしろい	104.3	22.1
口紅		
眉目料	115.5	20.1
マニキュア	112.4	17.9

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長した反動により、前年比94.9%と前年を下回った。 「入浴剤」:家庭での楽しみとして人気となっており、バスソルトや、リラックス効果を訴求する発泡タイプの商品の好調が継続。 「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、美容院の利用を抑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。 「アウトバスヘアケア」:トリートメント目的のオイルが伸長しており、自身で手入れをする需要のためと見て取れる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
石鹸・ヘアケア TOTAL	94.9	6.2
入浴剤	105.4	1.0
シャンプー		
ヘアリンス		
ヘアトリートメント	128.1	3.3
アウトバスヘアケア	104.8	14.2
ヘアカラー		
育毛トニック		
制汗剤		

医薬品		
前月よりも大きく伸長し、前年比108.6%と前年を上回った。 「マスク」:前年同月に品薄により落ち込んでいた反動もあり、新型コロナウイルスの感染予防対策の需要で大きく伸長。 「外用鎮痛消炎剤」:肩こりや腰痛向けのテープ状の商品が好調。外出自粛や在宅勤務の影響で、需要が高まっていると推察。 「鼻炎治療剤、目薬」:前年よりも花粉の飛散量が多いため、需要が伸長したと見て取れる。 「健康食品」:プロテイン粉末が伸長。TV番組の特集の影響もあったためか、ダイエット効果を訴求するソイタイプの商品が好調。		
カテゴリ	金額前年比 2021年3月	前月差 2021年3月
医薬品 TOTAL	108.6	25.4
コンタクト用剤		
マスク	184.9	109.4
ミニドリング剤		
漢方薬		
総合感冒薬		
鼻炎治療剤	136.9	31.4
解熱鎮痛剤		
鎮咳痰剤		
口腔薬		
胃腸薬	100.1	11.2
整腸薬		
外用鎮痛消炎剤	113.7	18.5
皮膚用薬	100.9	6.2
目薬	112.1	17.9
健康食品	105.2	10.8

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。