

◆好調カテゴリー別 金額市場規模前年比一覧

主食		
前月よりも伸長し、前年比104.2%と前年を上回った。 「米飯類」: カレーご飯、おかゆ、パック米などが好調。簡便化志向の高まりのほか、感染拡大を背景とする自宅療養の需要も好調要因として挙げられる。 「食パン、袋インスタント麺、スパゲティ」: 販売金額は増加したものの、価格上昇によるもので、販売数量は苦戦。 「乾麺」: 鍋用の韓国ラーメンの好調が見られた。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
主食 TOTAL	104.2	1.0
米	102.7	5.3
米飯類	109.0	0.2
食パン	108.2	-0.6
菓子パン・調理パン	102.2	0.9
シリアル類		
袋インスタント麺	106.7	1.0
カップインスタント麺	104.3	-0.3
乾麺	107.0	7.5
生麺・ゆで麺	105.2	-0.6
スパゲティ	117.1	5.8
マカロニ類	105.7	2.0
小麦粉		
てんぷら粉		
唐揚げ粉	100.8	-1.2
パン粉	101.0	2.5
ブレミックス	103.3	-2.2

調味料		
前月よりも落ち込んだものの、前年比101.4%と前年を上回った。 「ソース」: 値上げの影響もあるが、販売数量でも緩やかな増加が見られた。来年からの値上げが発表されたことで、一部で駆け込み需要が起きたと推察される。 「ケチャップ」: 値上げの影響もあるが、高リコピンや有機栽培のトマトを使用したものなど健康価値を訴求する商品の販売増も見られた。 「マヨネーズ」: 販売金額は増加したものの、価格上昇によるもので、販売数量は減少。 「サラダ油・天ぷら油」: 値上げの影響で販売金額は伸びているものの、販売容量は落ち込んだ。とりわけ、キャノーラ油は値上げ幅が大きく、販売容量の落ち込みが続いている。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
調味料 TOTAL	101.4	-1.3
醤油		
味噌		
食塩		
料理酒		
砂糖		
低カロリー甘味料		
シロップ類	105.9	1.6
蜂蜜	101.2	-1.8
ソース	106.8	1.4
ケチャップ	112.7	6.2
マヨネーズ	109.0	3.6
ドレッシング	100.0	2.1
香辛料	100.7	-0.8
エッセンス類		
焼肉シャブシャブのタレ		
食酢		
ほん酢		
本みりん	101.0	0.2
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	114.2	-3.3
ゴマ油	104.2	1.4
バター	100.4	1.2
マーガリン類	104.2	-0.5
チーズ	104.8	2.1
ジャム・ママレード	101.4	0.4

※網掛け
前年比 105%超: 105.9

加工食品①		
前月よりも緩やかに伸長し、前年比105.3%と前年を上回った。 「カレー」: 値上げの影響もあるが、コスパの良いレトルトカレーのテレビ番組の影響か、レトルトカレーで販売数量増も見られた。 「パスタソース」: 値上げの影響もあるが、カルボナーラの新商品の寄与も見られた。 「冷凍農産」: 値上げの影響もあるが、北海道産のポテト商品では販売数量の伸びも見られた。 「冷凍調理」: 値上げの影響もあるが、簡便化志向の高まりを背景に販売数量も堅調に推移した。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
加工食品① TOTAL	105.3	0.3
春雨・くず切		
こうや豆腐		
海苔		
ふりかけ	105.5	0.5
お茶漬の素	100.3	-4.5
まぜご飯の素	101.5	1.6
カレー	106.9	4.4
シチュー	104.4	-0.2
パスタソース	107.4	4.0
シチューベース	102.8	4.6
メニュー専用料理の素		
スープ類		
味噌汁・吸物類	100.6	-2.3
調理用スープ		
冷凍水産		
冷凍農産	112.8	1.3
冷凍調理	110.2	1.6

加工食品②		
前月よりも緩やかに減少したものの、前年比102.2%と前年を上回った。 「和風食品」: 網焼きの好調が続くほか、季節商品であるおでんも伸長した。 「焼豚」: 有名ラーメン店監修の厚切りタイプやサラダ・サンドイッチなどに使用できる切り落としタイプが好調。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
加工食品② TOTAL	102.2	-0.2
魚介類缶詰		
野菜缶詰	100.0	-1.1
フルーツ缶詰		
畜肉缶詰		
パウチ入り食材	104.7	-0.4
和風食品	109.6	-1.6
洋風食品	104.8	2.3
中華風食品		
畜肉ハム	102.5	1.9
畜肉ソーセージ	102.4	-0.8
魚肉ソーセージ		
焼豚	107.1	0.2
ベーコン	100.2	-2.2

加工食品③		
前月よりも落ち込んだものの、前年比103.4%と前年を上回った。ただし、かまぼこやちくわなどの販売金額は値上げの影響により伸長したものの、販売数量は苦戦した。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
加工食品③ TOTAL	103.4	-1.7
かまぼこ	110.0	3.8
ちくわ	108.0	-3.8
はんぺん	100.8	-4.5
揚げ物	103.9	-6.4
納豆		
煮豆	102.1	-0.1
佃煮	100.1	-1.6
もずく・めかぶ	104.1	0.9
豆腐類	102.7	-2.2

菓子		
前月よりも伸長し、前年比105.1%と前年を上回った。 「キャンディ」: グミの好調が継続。味・形状・食感などが異なるさまざまな商品があることから、人気となっていると考えられる。 「スナック」: 値上げの影響もあるが、月末にかけて販売数量の伸びも見られ、ワールドカップ観戦時の需要によるものと推察される。 「栄養バランス食品」: 今年の春に発売された新商品の好調が続いている。加えて、外出増による小腹満たし需要の拡大も影響したと考えられる。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
菓子 TOTAL	105.1	1.2
チョコレート	100.5	-0.2
キャラメル	102.7	-3.9
キャンディ	109.2	2.1
チューインガム		
ビスケット&クラッカー	106.5	-0.8
スナック	114.6	3.7
煎餅・あられ	103.8	2.5
玩具メーカー菓子		
栄養バランス食品	109.3	-2.2

嗜好品		
前月よりも伸長し、前年比103.6%と前年を上回った。 「アイスクリーム」: 平年よりも気温が高かったため、需要が拡大したと考えられる。 「レギュラーコーヒー」: 値上げの影響により販売金額は伸長したものの、販売数量は伸び悩んだ。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
嗜好品 TOTAL	103.6	5.5
アイスクリーム	105.7	10.9
デザート類	102.4	6.7
ペビーフード	104.9	-0.3
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	101.7	0.6
インスタントコーヒー	112.7	-2.5
レギュラーコーヒー	101.3	-3.5
紅茶	102.7	-6.3
ココア		
日本茶	101.2	7.6
麦茶		
中国茶		

飲料		
前月よりも伸長し、前年比104.7%と前年を上回った。気温が高かったため、需要が拡大したと見られる。 「乳酸菌飲料」: ストレス緩和等の効果を訴求する、機能的表示食品の商品の好調が継続。 「果汁飲料」: 平年よりも気温が高い中、熱中症対策の効果を訴求する新商品の寄与もあり伸長。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
飲料 TOTAL	104.7	6.0
牛乳	107.4	5.8
ヨーグルト	103.0	5.6
乳酸菌飲料	140.3	-2.2
豆乳		
100%ジュース	103.6	10.3
果汁飲料	128.4	20.3
トマトジュース	106.9	2.0
野菜ジュース		
コーラ	117.1	17.9
サイダー	103.3	10.7
炭酸飲料	104.5	10.7
コーヒードリンク		
紅茶ドリンク	100.6	-0.1
液体茶	101.0	4.6
スポーツドリンク	111.8	22.1
美容・健康ドリンク	111.0	12.4
栄養ドリンク	101.9	0.6
ミネラルウォーター類	112.4	7.5
乳酸飲料	113.3	7.2

アルコール		
前月よりも伸長し、前年比100.9%と前年をやや上回った。平年よりも気温が高かったため、ウイスキーのうちハイボール缶などでは需要が底堅く推移。一方、値上げの影響による買い控えや外出増に伴う家飲み需要縮小の動きも見られた。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
アルコール TOTAL	100.9	5.6
ビール類	100.4	9.7
ウイスキー	108.2	4.2
ワイン		
日本酒		
焼酎		

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。

日用雑貨		
前月よりも緩やかに落ち込んだものの、前年比100.7%と前年をやや上回った。 「住居用クリーナー」: 洗浄力を訴求する、キッチン用の泡スプレーの新商品が寄与。 「カビ防止剤」: 「お風呂場に置くだけで防カビ対策ができる」と訴求する新商品の好調が継続。 「アルミホイル」: 値上げの影響で伸長したと見て取れる。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
日用雑貨 TOTAL	100.7	-0.7
歯ブラシ		
歯磨き		
マウスウォッシュ		
義歯用剤		
洗濯用洗剤	103.4	-3.3
中性洗剤		
漂白剤	101.3	-1.1
柔軟剤		
台所用洗剤		
住居用クリーナー	114.1	10.1
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	106.3	2.8
殺虫剤	101.8	21.2
防虫剤		
カビ防止剤	118.7	-4.2
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	107.4	7.2
アルミホイル	121.9	4.7
食品包装用品	105.1	-0.5
アルミガスマット		
ティッシュペーパー	101.8	0.4
トイレットペーパー	104.4	2.4
ペーパータオル	106.9	1.3
ぬれティッシュ	107.7	5.6
使い捨て紙クリーナー		
紙おむつ	103.3	-0.9
大人紙おむつ	102.6	-3.7
生理用品		
絆創膏		
使い捨てカイロ		
綿棒		

化粧品		
前月よりも落ち込んだものの、前年比102.5%と前年を上回った。 「パック」: インバウンド需要による伸長が見られた。 「おしろい」: インバウンド需要による伸長のほか、季節限定品の寄与も見られた。 「口紅」: 外出増に加えて、マスク着用でも落ちにくいと訴求する商品の好調もあり大幅に伸長。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
化粧品 TOTAL	102.5	-6.0
クレンジング	100.3	-1.1
洗顔クリーム	107.5	-4.2
化粧水		
乳液	101.3	-6.6
栄養クリーム	100.9	-8.0
パック	113.0	-6.3
美容液		
化粧下地		
ファンデーション	100.6	-4.1
おしろい	113.5	-4.5
口紅	168.7	1.8
眉目料	103.1	-8.3
マニキュア		

医薬品		
前月よりも伸長し、前年比112.7%と前年を上回った。前年と比べると新型コロナウイルスの感染者数が高止まりしていることから、口腔用薬、鎮咳去痰剤、総合感冒薬と風邪関連薬が大きく伸長。風邪関連薬では、インバウンド需要の寄与も見られた。風邪関連薬以外でも、整腸薬や外用鎮痛消炎剤は、インバウンド需要を取り込んで伸長したと見て取れる。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
医薬品 TOTAL	112.7	5.7
コンタクト用剤	101.2	-3.0
マスク	108.7	1.4
ミニドリンク剤	103.9	-3.0
漢方薬	103.7	0.2
総合感冒薬	130.4	0.3
鼻炎治療剤	103.1	-13.0
解熱鎮痛剤	125.7	27.7
鎮咳去痰剤	138.1	3.9
口腔用薬	151.2	14.5
胃腸薬	104.6	-0.7
整腸薬	125.1	12.1
外用鎮痛消炎剤	111.3	7.6
皮膚用薬		
目薬	104.0	0.8
健康食品	102.5	-1.5

ペット		
前月よりも緩やかに伸長し、前年比105.8%と前年を上回った。各種ペットフード・用品について、値上げの影響により販売金額は伸びているものの、販売数量は苦戦した。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
ペット TOTAL	105.8	0.7
ドッグフード	104.3	1.0
キャットフード	110.9	1.3
ペット用品	104.6	0.1

石鹸・ヘアケア		
前月よりも落ち込み、前年比99.8%と前年をやや下回った。 「ヘアトリートメント」: 白髪染め用のカラートリートメントが好調。ヘアカラーと比べ髪や頭皮への刺激を抑えられ、美容院に行かなくても家で手軽に安く白髪染めできることから人気となっていると考えられる。 「アウトバスヘアケア」: ヘアオイルの好調がけん引。セルフケア需要に加えて、スタイリング需要も取り込んでいるものと推察される。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
石鹸・ヘアケア TOTAL	99.8	-3.0
石鹸		
入浴剤		
シャンプー	101.4	-3.6
ヘアリンス	102.1	-2.8
ヘアトリートメント	108.9	-0.5
アウトバスヘアケア	104.5	-4.5
ヘアカラー		
育毛トニック		
制汗剤	100.1	8.9

化粧品		
前月よりも落ち込んだものの、前年比102.5%と前年を上回った。 「パック」: インバウンド需要による伸長が見られた。 「おしろい」: インバウンド需要による伸長のほか、季節限定品の寄与も見られた。 「口紅」: 外出増に加えて、マスク着用でも落ちにくいと訴求する商品の好調もあり大幅に伸長。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
化粧品 TOTAL	102.5	-6.0
クレンジング	100.3	-1.1
洗顔クリーム	107.5	-4.2
化粧水		
乳液	101.3	-6.6
栄養クリーム	100.9	-8.0
パック	113.0	-6.3
美容液		
化粧下地		
ファンデーション	100.6	-4.1
おしろい	113.5	-4.5
口紅	168.7	1.8
眉目料	103.1	-8.3
マニキュア		

医薬品		
前月よりも伸長し、前年比112.7%と前年を上回った。前年と比べると新型コロナウイルスの感染者数が高止まりしていることから、口腔用薬、鎮咳去痰剤、総合感冒薬と風邪関連薬が大きく伸長。風邪関連薬では、インバウンド需要の寄与も見られた。風邪関連薬以外でも、整腸薬や外用鎮痛消炎剤は、インバウンド需要を取り込んで伸長したと見て取れる。		
カテゴリー	金額前年比 2022年11月	前月差 2022年11月
医薬品 TOTAL	112.7	5.7
コンタクト用剤	101.2	-3.0
マスク	108.7	1.4
ミニドリンク剤	103.9	-3.0
漢方薬	103.7	0.2
総合感冒薬	130.4	0.3
鼻炎治療剤	103.1	-13.0
解熱鎮痛剤	125.7	27.7
鎮咳去痰剤	138.1	3.9
口腔用薬	151.2	14.5
胃腸薬	104.6	-0.7
整腸薬	125.1	12.1
外用鎮痛消炎		