

◆好調カテゴリー別 金額市場規模前年比一覧

| 主食 | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比108.5%と前年を上回った。値上げによる価格上昇が影響しており、販売数量では苦戦したカテゴリーも見られた。 | | |
| 「菓子パン・調理パン」：値上げの影響もあるが、手軽に食べられることから外出増により需要が高まったと見られる。 | | |
| 「袋インスタント麺、生麺・ゆで麺」：値上げの影響もあるが、コスパの良いプライベートブランド商品の好調が見られた。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 主食 TOTAL | 108.5 | -1.0 |
| 米 | 108.3 | 2.4 |
| 米飯類 | 104.1 | -0.5 |
| 食パン | 105.5 | -1.8 |
| 菓子パン・調理パン | 111.7 | -4.9 |
| シリアル類 | 104.2 | 2.4 |
| 袋インスタント麺 | 109.3 | 2.9 |
| カップインスタント麺 | 106.3 | 2.4 |
| 乾麺 | 105.9 | -0.6 |
| 生麺・ゆで麺 | 109.0 | 2.2 |
| スパゲティ | 106.1 | -7.4 |
| マカロニ類 | 100.1 | -3.3 |
| 小麦粉 | 104.4 | 1.3 |
| てんぷら粉 | 104.6 | 0.8 |
| 唐揚げ粉 | 101.1 | -0.0 |
| パン粉 | 100.8 | -3.7 |
| ブレミックス | 102.7 | 1.8 |

| 調味料 | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも緩やかに伸長し、前年比102.8%と前年を上回った。主食と同様に値上げによる価格上昇が続いており、販売数量では苦戦したカテゴリーも見られた。 | | |
| 「蜂蜜」：コスパの良いプライベートブランド商品の寄与により、販売金額の増加が見られた。 | | |
| 「マヨネーズ、削り節」：値上げの影響で販売金額が伸長したが、販売数量は落ち込んだ。 | | |
| 「煮干し」：値上げの影響もあるが、酸化防止剤を不使用と訴求する商品やコスパの良いプライベートブランド商品の好調が見られた。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 調味料 TOTAL | 102.8 | 0.2 |
| 醤油 | 103.1 | -0.3 |
| 味噌 | 101.7 | 0.6 |
| 食塩 | | |
| 料理酒 | 105.3 | -0.9 |
| 砂糖 | 101.9 | -0.7 |
| 低カロリー甘味料 | | |
| シロップ類 | 101.5 | -0.7 |
| 蜂蜜 | 112.1 | 2.8 |
| ソース | 104.3 | -3.7 |
| ケチャップ | 111.0 | -4.5 |
| マヨネーズ | 112.9 | -4.2 |
| ドレッシング | | |
| 香辛料 | 106.8 | 0.6 |
| エッセンス類 | 101.0 | 0.5 |
| 焼肉しゃぶしゃぶのタレ | 102.1 | 3.7 |
| 食酢 | | |
| ほん酢 | 102.2 | 5.6 |
| 本みりん | 103.5 | -3.1 |
| みりん風調味料 | 102.5 | -2.5 |
| 風味調味料 | 104.5 | 2.9 |
| 削り節 | 110.4 | 3.0 |
| 煮干し | 113.2 | -1.5 |
| わかめ・こんぶ類 | 104.3 | 3.5 |
| つゆ・煮物料理の素 | 103.3 | 8.3 |
| サラダ油・天ぷら油 | | |
| ゴマ油 | 103.2 | 1.3 |
| バター | 108.3 | -3.4 |
| マーガリン類 | | |
| チーズ | 101.8 | -2.9 |
| ジャム・ママレード | 100.1 | -4.0 |

※網掛け
前年比 105%超: 105.3

| 加工食品① | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比105.4%と前年を上回った。 | | |
| 「春雨・くず切り」：値上げの影響もあるが、鍋用需要により伸長したと見られる。 | | |
| 「冷凍水産」：エビやカニなどのプライベートブランド商品の寄与が見られた。 | | |
| 「冷凍農産」：値上げの影響もあるが、数量でもブロックリーやブルーベリーなどの好調が継続。栄養が豊富なことに加えて、そのまま使用できる手軽さも支持されていると考えられる。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 加工食品① TOTAL | 105.4 | -1.1 |
| 春雨・くず切り | 106.9 | 9.3 |
| こうや豆腐 | 100.8 | 2.5 |
| 海苔 | 106.7 | -1.8 |
| ふりかけ | 104.3 | -2.8 |
| お茶漬の素 | 109.0 | 4.5 |
| まぜご飯の素 | 100.2 | -3.3 |
| カレー | 103.2 | -4.4 |
| シチュー | 105.4 | 0.2 |
| パスタソース | 101.5 | -6.5 |
| シチューベース | | |
| メニュー専用料理の素 | | |
| スープ類 | 105.8 | 3.0 |
| 味噌汁・吸物類 | 105.8 | -0.7 |
| 調理用スープ | 102.8 | 2.5 |
| 冷凍水産 | 139.9 | 19.7 |
| 冷凍農産 | 110.5 | -8.0 |
| 冷凍調理 | 106.7 | -0.6 |

| 加工食品② | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比100.8%と前年を上回った。 | | |
| 「野菜缶詰」：値上げの影響も見られるが、トマト缶で販売数量の増加が見られた。生鮮トマトの価格高騰により、価格が相対的に安定している加工品の人気が高まったと推察。 | | |
| 「パウチ入り食材」：値上げの影響もあるが、準備や片付けの手軽さから、ツナやフルーツの販売数量の増加が見られた。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 加工食品② TOTAL | 100.8 | -1.7 |
| 魚介類缶詰 | 100.6 | -3.2 |
| 野菜缶詰 | 105.3 | -3.9 |
| フルーツ缶詰 | 103.5 | -3.3 |
| 畜肉缶詰 | | |
| パウチ入り食材 | 112.7 | -1.3 |
| 和風食品 | 104.3 | 6.1 |
| 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 | 101.1 | -2.4 |
| 焼豚 | | |
| ベーコン | | |

| 加工食品③ | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも伸長し、前年比104.0%と前年を上回った。 | | |
| 「はんぺん」：値上げの影響もあるが、コスパの良いプライベートブランド商品の好調が見られた。 | | |
| 「もずく・めかぶ」：前年よりも気温が高かったため、需要が拡大したと見られる。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 加工食品③ TOTAL | 104.0 | 1.2 |
| かまぼこ | | |
| ちくわ | 107.0 | 3.6 |
| はんぺん | 112.0 | 6.9 |
| 揚げ物 | 105.5 | 8.7 |
| 納豆 | 104.6 | -1.4 |
| 加工食品③ TOTAL | 104.0 | 1.2 |
| かまぼこ | | |
| ちくわ | 107.0 | 3.6 |
| はんぺん | 112.0 | 6.9 |
| 揚げ物 | 105.5 | 8.7 |
| 納豆 | 104.6 | -1.4 |
| 煮豆 | | |
| 佃煮 | 100.7 | 0.7 |
| もずく・めかぶ | 118.5 | 3.8 |
| 豆腐類 | 104.8 | 1.1 |

| 菓子 | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも緩やかに落ち込んだものの、前年比106.1%と前年を上回った。 | | |
| 「キャンディ」：インフルエンザ流行の影響か、のど飴が好調。インバウンド需要も寄与したと見られる。グミの好調も継続した。 | | |
| 「玩具メーカー菓子」：テレビアニメのコラボ商品が人気となった。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 菓子 TOTAL | 106.1 | -0.3 |
| チョコレート | 102.1 | -1.3 |
| キャラメル | 104.1 | -2.7 |
| キャンディ | 115.9 | -0.4 |
| チューインガム | 103.7 | 1.0 |
| ビスケット&クラッカー | 104.8 | 1.0 |
| スナック | 108.3 | 0.6 |
| 煎餅・あられ | 106.4 | -2.3 |
| 玩具メーカー菓子 | 127.9 | 4.4 |

| 嗜好品 | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比104.2%と前年を上回った。 | | |
| 「アイスクリーム」：値上げの影響もあるが、前年よりも気温が高かったため需要が拡大したと見られる。 | | |
| 「ココア」：値上げの影響もあるが、腸活によりと訴求する機能性表示食品で販売数量の増加が見られた。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 嗜好品 TOTAL | 104.2 | -1.0 |
| アイスクリーム | 107.5 | -0.6 |
| デザート類 | 105.4 | -2.6 |
| ペビーフード | | |
| インスタントクリーム | 105.7 | -5.1 |
| フレッシュクリーム | | |
| ホイップクリーム | 105.5 | 1.3 |
| インスタントコーヒー | | |
| レギュラーコーヒー | 101.1 | -0.2 |
| 紅茶 | 102.9 | 7.5 |
| ココア | 111.0 | 11.4 |
| 日本茶 | | |
| 麦茶 | 101.5 | -2.5 |
| 中国茶 | | |

| 飲料 | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比104.4%と前年を上回った。前年よりも気温が高かったが、前月と比べると暑さも落ち着いてきたため、飲料の伸びも勢いが弱まったと見られる。 | | |
| 「乳酸菌飲料」：ストレス緩和等の効果を訴求する、機能性表示食品の商品の好調が継続。 | | |
| 「トマトジュース」：生鮮トマトの価格が高騰しているためか、価格が相対的に安定しているジュースの人気が高まったと推察される。 | | |
| 「乳酸飲料」：免疫力向上の効果を訴求する商品の好調が見られた。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 飲料 TOTAL | 104.4 | -4.3 |
| 牛乳 | 105.7 | -6.3 |
| ヨーグルト | 101.0 | -5.1 |
| 乳酸菌飲料 | 118.3 | -5.2 |
| 豆乳 | | |
| 100%ジュース | 105.3 | -6.0 |
| 果汁飲料 | 112.6 | -14.9 |
| トマトジュース | 127.2 | -1.4 |
| 野菜ジュース | | |
| コーラ | | |
| サイダー | | |
| 炭酸飲料 | 101.4 | -9.0 |
| コーヒードリンク | 102.6 | -1.5 |
| 紅茶ドリンク | 112.4 | -3.5 |
| 液体茶 | 101.2 | -3.9 |
| スポーツドリンク | 106.7 | -7.1 |
| 美容・健康ドリンク | 114.0 | -14.4 |
| 栄養ドリンク | 104.2 | -0.4 |
| ミネラルウォーター類 | 108.7 | -5.7 |
| 乳酸飲料 | 113.3 | 2.6 |

| アルコール | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比100.6%と前年を上回った。 | | |
| ビール類のうち新ジャンルが、10月の酒税改正で値上げされたことで販売苦戦となっている。ウイスキーは、ハイボールの好調により前年を上回った。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| アルコール TOTAL | 100.6 | -2.1 |
| ビール類 | | |
| ウイスキー | 108.5 | -2.0 |
| ワイン | | |
| 日本酒 | 100.1 | 2.1 |
| 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。

| アルコール | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比100.6%と前年を上回った。 | | |
| ビール類のうち新ジャンルが、10月の酒税改正で値上げされたことで販売苦戦となっている。ウイスキーは、ハイボールの好調により前年を上回った。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| アルコール TOTAL | 100.6 | -2.1 |
| ビール類 | | |
| ウイスキー | 108.5 | -2.0 |
| ワイン | | |
| 日本酒 | 100.1 | 2.1 |
| 焼酎 | | |

| 日用雑貨 | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比108.4%と前年を上回った。販売金額の伸びには、ティッシュペーパーやトイレペーパーなどの紙製品をはじめ、各種雑貨で値上げの影響が見て取れる。 | | |
| 「トイレ用クリーナー」：こすらずに洗えると簡便さを訴求する新商品が寄与した。 | | |
| 「殺虫剤」：前年よりも気温が高かったため、需要が高まったと見られる。 | | |
| 「使い捨てカイロ」：月平均では気温が高かったが、寒冷前線により冷え込む日もあったため、需要が拡大したと見られる。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 日用雑貨 TOTAL | 108.4 | -1.4 |
| 歯ブラシ | 101.9 | -3.3 |
| 歯磨き | 104.7 | -2.6 |
| マウスウォッシュ | | |
| 義歯用剤 | 107.7 | -3.0 |
| 洗濯用洗剤 | 109.0 | 0.1 |
| 中性洗剤 | 114.9 | 1.7 |
| 漂白剤 | 109.6 | -1.3 |
| 柔軟剤 | 106.2 | 0.7 |
| 台所用洗剤 | 112.6 | 0.1 |
| 住居用クリーナー | | |
| トイレ用クリーナー | 120.7 | -3.1 |
| バスクリナー | 109.3 | 4.9 |
| パイプクリナー | | |
| 家庭用手袋 | 101.0 | -4.6 |
| 化学雑巾 | 100.1 | -2.7 |
| たわし・スポンジ | 104.3 | -4.8 |
| 水切り袋 | 125.0 | -1.8 |
| 殺虫剤 | 108.0 | 6.8 |
| 防虫剤 | | |
| カビ防止剤 | | |
| 芳香・消臭剤 | 102.3 | -3.2 |
| トイレタンク用洗浄芳香剤 | 108.8 | 4.1 |
| 除湿剤 | 107.0 | 7.6 |
| ラッピングフィルム | 108.2 | -8.8 |
| アルミホイル | 105.5 | -6.5 |
| 食品包装用品 | 101.2 | -2.3 |
| アルミガスケット | 100.7 | 2.4 |
| ティッシュペーパー | 115.9 | -5.1 |
| トイレペーパー | 107.3 | -7.6 |
| ペーパータオル | 110.6 | -3.6 |
| ぬれティッシュ | | |
| 使い捨て紙クリナー | 103.7 | -0.3 |
| 紙おむつ | 101.8 | -2.3 |
| 大人紙おむつ | 119.9 | -2.3 |
| 生理用品 | 113.4 | -0.6 |
| 絆創膏 | 109.0 | -2.7 |
| 使い捨てカイロ | 134.4 | 49.0 |
| 綿棒 | 106.8 | -3.3 |

| 日用品 | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比106.0%と前年を上回った。 | | |
| 各種ペットフードについて、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 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 日用品 TOTAL | 106.0 | -0.8 |
| ペット TOTAL | 105.4 | -2.3 |
| ドッグフード | 111.8 | -2.0 |
| ペット用品 | 100.9 | 0.5 |

| ペット | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比106.0%と前年を上回った。 | | |
| 各種ペットフードについて、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 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| ペット TOTAL | 106.0 | -0.8 |
| ドッグフード | 105.4 | -2.3 |
| ペット用品 | 100.9 | 0.5 |

| 石鹸・ヘアケア | | |
|--|-------------------|-----------------|
| 前月よりも緩やかに伸長し、前年比104.9%と前年を上回った。 | | |
| 「シャンプー」：ダメージケアやうねりケアなどの付加価値を訴求する商品が好調。 | | |
| 「アウトバスヘアケア」：セルフケア需要の高まりか、トリートメント目的の商品の好調が継続している。 | | |
| 「制汗剤」：前月ほどの勢いはないものの、気温上昇と外出増により、需要が拡大したと見られる。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 石鹸・ヘアケア TOTAL | 104.9 | 0.1 |
| 石鹸 | 103.9 | 1.0 |
| 入浴剤 | 101.8 | 5.5 |
| シャンプー | 108.9 | 0.2 |
| ヘアリンス | 104.6 | -1.8 |
| ヘアトリートメント | 100.0 | -5.5 |
| アウトバスヘアケア | 109.5 | 2.7 |
| ヘアカラー | | |
| 育毛トニック | | |
| 制汗剤 | 105.0 | -3.0 |

| 化粧品 | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比113.8%と前年を上回った。外出増とインバウンド需要の拡大を背景として好調が継続。 | | |
| 「パック」：化粧品のなかでも、インバウンド需要でとりわけ人気となっている。セルフケア需要の高まりか、国内需要も堅調。 | | |
| 「口紅」：マスクを付けずに外出することも増えてきているためか、コロナ禍で落ち込んでいた販売金額の回復傾向が続いている。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 化粧品 TOTAL | 113.8 | -3.5 |
| クレンジング | 111.4 | -1.6 |
| 洗顔クリーム | 111.9 | -4.2 |
| 化粧水 | 107.8 | -2.9 |
| 乳液 | 106.8 | -3.8 |
| 栄養クリーム | 114.4 | -8.8 |
| パック | 153.7 | 2.8 |
| 美容液 | 113.0 | -1.7 |
| 化粧下地 | 116.0 | -3.6 |
| ファンデーション | 112.1 | -2.9 |
| おしろい | 115.4 | -7.3 |
| 口紅 | 131.3 | 6.0 |
| 眉目料 | 100.0 | -1.6 |
| マニキュア | 103.6 | 2.2 |

| 化粧品 | | |
|---|-------------------|-----------------|
| 前月よりも落ち込んだものの、前年比113.8%と前年を上回った。外出増とインバウンド需要の拡大を背景として好調が継続。 | | |
| 「パック」：化粧品のなかでも、インバウンド需要でとりわけ人気となっている。セルフケア需要の高まりか、国内需要も堅調。 | | |
| 「口紅」：マスクを付けずに外出することも増えてきているためか、コロナ禍で落ち込んでいた販売金額の回復傾向が続いている。 | | |
| カテゴリー | 金額前年比 2023年11月 | 前月差 2023年11月 |
| 化粧品 TOTAL | 113.8 | -3.5 |
| クレンジング | 111.4 | -1.6 |
| 洗顔クリーム | 111.9 | -4.2 |
| 化粧水 | 107.8 | -2.9 |
| 乳液 | 106.8 | -3.8 |
| 栄養クリーム | 114.4 | -8.8 |
| パック | 153.7 | 2.8 |
| 美容液 | 113.0 | -1.7 |
| 化粧下地 | 116.0 | -3.6 |
| ファンデーション | 11 | |