

◆好調カテゴリ別 金額市場規模前年比一覽

主食		
冷夏・長雨の影響によって内食・備蓄需要が高まったことで前月よりも伸長し、前年比105.1%と前年を上回った。「米飯類」：おかゆタイプがとりわけ伸長。冷夏・長雨の影響のほか、ワクチン接種の副反応によって発熱した際の需要が高まったことが要因と推察される。「袋・カップインスタント麺」：平年では、気温の上昇とともに夏場の需要は縮小する傾向にあるが、冷夏・長雨の影響によって伸長したと考えられる。「プレミックス」：お好み焼きやもんじゃ焼き用のもののほか、クッキーやケーキ類のようなものが好調。長雨の影響もあり、巣ごもりでの内食・手作りお菓子需要が高まったためと見て取れる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
主食 TOTAL	105.1	5.2
米		
米飯類	113.3	9.9
食パン	100.9	6.3
菓子パン・調理パン	110.4	4.8
シリアル類	104.1	-2.0
袋インスタント麺	117.1	22.1
カップインスタント麺	114.8	18.3
乾麺		
生麺・ゆで麺		
スパゲティ	108.3	16.1
マカロニ類	104.3	15.0
小麦粉	109.1	17.9
てんぷら粉		
唐揚げ粉		
パン粉	103.0	11.2
プレミックス	111.3	27.5

調味料		
主食と同様に、冷夏・長雨の影響によって前月よりも伸長したものの、前年比99.7%と前年をやや下回った。「低カロリー甘味料・エッセンス類・バター」：内食・手作りお菓子需要の高まりによって、伸長したものと考えられる。「ソース」：お好み焼き用のものがとりわけ伸長しており、主食のプレミックスの動きと連動しているとして見て取れる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
調味料 TOTAL	99.7	2.7
醤油	100.4	2.2
味噌	102.1	10.1
食塩		
料理酒	104.0	8.9
砂糖		
低カロリー甘味料	105.8	3.6
シロップ類		
蜂蜜		
ソース	107.6	15.0
ケチャップ	100.3	9.3
マヨネーズ	104.2	11.4
ドレッシング	100.4	0.0
香辛料		
エッセンス類	107.4	19.2
焼肉しゃぶしゃぶのたれ		
食酢		
ほん酢		
本みりん	103.9	8.5
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	100.1	10.2
つゆ・煮物料理の素		
サラダ油・天ぷら油	100.2	7.9
ゴマ油	105.1	2.7
バター	107.3	15.6
マーガリン類		
チーズ	102.3	5.2
ジャム・ママレード		

※網掛け
前年比 105%超: 105.1

加工食品①		
加工食品でも主食と同様に、冷夏・長雨の影響によって前月よりも伸長し、前年比109.1%と前年を上回った。「シチュー・スープ類」：平年では、気温の上昇とともに夏場の需要は縮小する傾向にあるが、冷夏・長雨の影響によって伸長したと考えられる。「冷凍水産」：さまざまな料理に使用しやすいためか、シーフードミックス・イカ・アサリなどの商品が好調を維持。「冷凍調理」：ラーメンやうどんなどの食事系や、餃子やハンバーグといったおかず・おつまみ系の商品が好調。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
加工食品① TOTAL	109.1	8.1
春雨・くず切	101.5	10.9
こうや豆腐		
海苔	104.5	5.0
ふりかけ	101.3	3.5
お茶漬の素		
まぜご飯の素	107.5	11.8
カレー		
シチュー	130.7	39.4
パスタソース	114.8	16.7
シチューベース	106.9	22.9
メニュー専用料理の素	105.2	11.0
スープ類	113.9	14.3
味噌汁・吸物類	108.5	13.3
調理用スープ	107.3	19.4
冷凍水産	131.4	21.1
冷凍農産		
冷凍調理	115.1	8.1

加工食品②		
前月よりも伸長し、前年比103.1%と前年を上回った。「パウチ入り食材」：免疫力向上の効果が着目されているたけのこや、デザート需要を受けてのフルーツミックスがとりわけ好調。「洋風食品」：内食やおつまみ需要により、ピザ、ハンバーグ、焼きチキンなどの商品が好調。「焼豚」：内食やおつまみ需要により伸長したと考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
加工食品② TOTAL	103.1	3.8
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	109.0	8.6
和風食品	108.4	-4.0
洋風食品	109.2	6.1
中華風食品		
畜肉ハム		
畜肉ソーセージ	101.6	2.9
魚肉ソーセージ	105.6	11.0
焼豚	110.6	7.3
ベーコン		

加工食品③		
前月よりも伸長し、前年比100.3%と前年をやや上回った。「はんぺん」：チーズやエビなどの具材入りの商品が好調で、家飲みでのおつまみ需要が高まっているためと考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
加工食品③ TOTAL	100.3	3.2
かまぼこ	101.6	0.6
ちくわ	100.8	6.9
はんぺん	111.1	17.6
揚げ物	102.5	12.2
納豆	101.2	6.2
煮豆	102.4	9.9
佃煮	102.9	3.5
もずく・めかぶ		
豆腐類		

菓子		
長雨の影響によって家庭でのお菓子需要が高まったためか、前月よりも伸長し、前年比106.8%と前年を上回った。「チョコレート」：コロナ禍での衛生意識の高まりを背景として、個包装の大袋タイプが好調。高カカオを訴求するものがとりわけ伸長。「ビスケット&クラッカー」：チョコ量を増やしたことを訴求するものや、ビスターチオ風味等の新商品の寄与もあり伸長。「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の好調が継続。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
菓子 TOTAL	106.8	8.7
チョコレート	109.4	17.7
キャラメル	104.0	10.6
キャンディ		
チューインガム		
ビスケット&クラッカー	114.4	9.9
スナック	107.1	8.5
煎餅・あられ	105.3	12.4
玩具メーカー菓子	123.3	7.4
栄養バランス食品	105.6	-0.7

嗜好品		
前月よりも大きく落ち込み、前年比90.4%と前年を下回った。冷夏の影響で、アイスクリームや麦茶が減少したためと見て取れる。「ホイップクリーム」：手作りお菓子需要により伸長したと推察。「レギュラーコーヒー・紅茶・ココア」：冷夏・長雨の影響によって、巣ごもり需要が高まったことで伸長したと考えられる。インスタントコーヒーよりもレギュラーコーヒーが伸長しているのは、家庭で過ごす時間が増えたことで、手間をかけてでも本格的なものを味わいたいという需要が高まっているためと見て取れる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
嗜好品 TOTAL	90.4	-26.4
アイスクリーム		
デザート類		
ベビーフード	104.4	-8.1
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	106.3	12.3
インスタントコーヒー	100.0	14.1
レギュラーコーヒー	110.2	14.1
紅茶	106.5	8.7
ココア	106.4	16.8
日本茶	102.6	6.5
麦茶		
中国茶		

飲料		
嗜好品同様に冷夏の影響を受け、前月よりも大きく落ち込み、前年比91.5%と前年を下回った。「乳酸菌飲料」：気温の影響を受けにくいことに加えて、前年に需要が急伸し品薄となっていたバック商品の好調もあり、前年を上回った。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
飲料 TOTAL	91.5	-17.1
牛乳		
ヨーグルト		
乳酸菌飲料	101.9	-2.8
豆乳		
100%ジュース		
果汁飲料		
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		

アルコール		
前月よりも落ち込み、前年比99.9%と前年をやや下回った。「ウイスキー」：新商品の寄与もあり、ハイボール缶がとりわけ好調。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
アルコール TOTAL	99.9	-7.2
ビール類		
ウイスキー	107.7	-0.4
ワイン		
日本酒		
焼酎		

日用雑貨		
前月よりも落ち込み、前年比98.9%と前年を下回った。長雨の影響による内食需要の高まりを受け、家庭用手袋、アルミホイル、食品包装用品、ペーパータオルなどキッチン関連の商品が伸長。一方、冷夏の影響により、殺虫剤は落ち込みが見て取れた。使い捨てカイロは、アイマスクタイプが好調で、外出自粛・在宅勤務の増加によりPCやスマートフォンを見る時間も増え、目疲れ対策としての需要が伸びていると考えられる。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
日用雑貨 TOTAL	98.9	-1.2
歯ブラシ	104.7	3.9
歯磨き	105.0	2.7
マウスウォッシュ	102.3	-0.6
歯磨剤	102.7	4.8
洗濯用洗剤	101.7	-8.3
中性洗剤		
漂白剤		
柔軟剤	100.5	-8.2
台所用洗剤	102.6	1.6
住居用クリーナー		
トイレ用クリーナー	105.1	5.8
バスクリーナー	100.4	6.1
パイプクリーナー	107.2	7.1
家庭用手袋	110.7	10.0
化学雑巾	100.4	3.8
たわし・スポンジ		
水切り袋	105.4	0.5
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	102.5	4.9
除湿剤		
ラッピングフィルム	103.8	6.5
アルミホイル	109.0	8.1
食品包装用品	109.5	5.3
アルミガスケット		
ティッシュペーパー	102.4	6.0
トイレットペーパー	107.5	8.2
ペーパータオル	112.8	8.2
ぬれティッシュ		
使い捨て紙クリーナー	105.9	5.9
紙おむつ		
大人紙おむつ	109.8	5.2
生理用品	107.2	3.8
絆創膏		
使い捨てカイロ	112.6	19.0
綿棒	106.6	6.2

ペット		
前月よりもわずかに伸長し、前年比102.2%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8月	前月差 2021年8月
ペット TOTAL	102.2	0.2
ドッグフード		
キャットフード	107.3	2.8
ペット用品		

石鹸・ヘアケア		
前月よりも落ち込み、前年比96.3%と前年を下回った。依然として、前年の反動により石鹸の苦戦が続いていることに加えて、冷夏の影響で制汗剤も落ち込んだことが主な要因として挙げられる。「入浴剤」：冷夏の影響で需要が高まる中、人気テレビアニメのキャラクター商品や、香りによるリラックス効果を訴求する商品等が好調。「ヘアトリートメント」：くせ毛やダメージ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、美容院の利用を控え自身で手入れをする需要が高まっていると推察。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
石鹸・ヘアケア TOTAL	96.3	-4.6
入浴剤	110.0	4.7
シャンプー	103.1	-1.6
ヘアリンス	103.3	-0.7
ヘアトリートメント	121.8	1.5
アウトバスヘアケア	106.6	0.3
ヘアカラー		
育毛トニック		
制汗剤		

化粧品		
前月よりも落ち込み、前年比99.4%と前年をやや下回った。「クレンジング」：外出が増え、化粧落としの需要が高まったことに加えて、アンチエイジング等の効果を訴求する商品の好調も寄与。「栄養クリーム」：マスクに隠れない目のケアや、マスクによる肌荒れへのケアを訴求する商品が好調。「口紅」：マスク着用でも落ちにくいことを訴求する商品の好調が継続。前年よりも外出が増えたことも寄与したと推察。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
化粧品 TOTAL	99.4	-2.4
クレンジング	109.4	-5.3
洗顔クリーム	103.1	-0.6
化粧水		
乳液		
栄養クリーム	105.7	6.3
パック	101.8	-7.3
美容液		
化粧下地		
ファンデーション		
おしろい	102.1	-8.5
口紅	111.2	2.0
眉目料	102.6	-1.1
マニキュア		

医薬品		
前月よりも伸長したものの、前年比95.3%と前年を下回った。マスクが価格の下落により落ち込んだことが医薬品カテゴリ全体を押し下げる要因となった。新型コロナウイルスのワクチン接種時の副反応対策や自宅療養用の備えとして、解熱鎮痛剤の需要が高まっていると見て取れる。総合感冒薬や鎮咳去痰剤も前月よりも大きく伸長しており、自宅療養の備えとしての需要が拡大したためと考えられる。漢方薬も、風邪や頭痛への効能を訴求する商品が好調で、関連して伸長したと推察。		
カテゴリ	金額前年比 2021年8月	前月差 2021年8月
医薬品 TOTAL	95.3	7.2
コンタクト用剤	104.5	-0.1
マスク		
ミドリ剤		
漢方薬	111.7	14.3
総合感冒薬	131.0	36.1
鼻炎治療剤	106.4	5.7
解熱鎮痛剤	163.5	26.6
鎮咳去痰剤	117.8	17.7
口腔用薬		
胃腸薬	104.2	7.4
整腸薬	105.1	2.2
外用鎮痛消炎剤	108.6	2.5
皮膚用薬		
目薬		
健康食品	106.5	6.7

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。