

◆好調カテゴリ別 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102.2%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も見られた。外出増による内食需要の縮小も、苦戦要因となったと考えられる。 「菓子パン・調理パン」: 値上げによる販売金額の伸びだけではなく、外出増の影響が販売数量の増加も見られた。 「スパゲティ」: 販売金額は増加したものの、値上げによるもので、販売数量は苦戦。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
主食 TOTAL	102.2	-2.8
米		
米飯類		
食パン	101.8	-2.9
菓子パン・調理パン	107.7	0.7
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	104.1	-5.1
マカロニ類		
小麦粉		
てんぷら粉		
唐揚げ粉		
パン粉	102.2	1.2
プレミックス		

調味料		
前月よりも落ち込み、前年比99.1%と前年を下回った。「砂糖、ソース、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、販売数量は苦戦。 「ケチャップ」: 値上げの影響もあるが、高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では、販売数量の増加も見られた。 「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	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
調味料 TOTAL	99.1	-0.9
醤油		
味噌		
食塩	102.4	4.5
料理酒	103.6	4.2
砂糖		
低カロリー甘味料		
シロップ類		
蜂蜜		
ソース	103.0	1.6
ケチャップ	106.3	4.1
マヨネーズ	120.4	8.8
ドレッシング		
香辛料		
エッセンス類		
焼肉シャブシャブのたれ		
食酢	101.8	1.6
ほん酢		
本みりん	101.6	-1.1
みりん風調味料	100.5	2.2
風味調味料		
削り節		
煮干し	100.4	-4.7
わかめ・こんぶ類		
つゆ・煮物料理の素		
サラダ油・天ぷら油	102.8	-4.4
ゴマ油		
バター		
マーガリン類	101.1	-0.1
チーズ	102.3	-0.2
ジャム・ママレード		

※網掛け
前年比 105%超: 105.0

加工食品①		
前月よりも減少したものの、前年比101.3%と前年を上回った。「ふりかけ」: 値上げの影響もあるが、販売数量も伸びており、外出増により弁当需要が伸長したためと推察。 「カレー、冷凍農産」: 販売金額は増加したものの、値上げによるもので、販売数量は苦戦。 「冷凍調理」: 値上げの影響もあるが、外出増の影響が弁当用の商品で販売数量の増加が見られた。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
加工食品① TOTAL	101.3	-1.3
春雨・くず切り		
こうや豆腐		
海苔		
ふりかけ	109.5	4.7
お茶漬の素		
まぜご飯の素		
カレー	103.2	-1.3
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	100.2	0.9
味噌汁・吸物類	100.7	0.0
調理用スープ		
冷凍水産		
冷凍農産	104.4	1.7
冷凍調理	104.7	-3.2

加工食品②		
前月よりも減少し、前年比98.8%と前年を下回った。唯一販売金額が前年を上回ったパウチ入り食材も、値上げによるもので、販売数量は苦戦。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
加工食品② TOTAL	98.8	-0.9
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	104.3	1.1
和風食品		
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		
焼豚		
ベーコン		

加工食品③		
前月よりも落ち込んだものの、前年比100.5%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。 前年同月よりも気温が高かったため、おでんや煮物などの需要が縮小したことも影響したと見られる。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
加工食品③ TOTAL	100.5	-2.0
かまぼこ	103.2	-0.3
ちくわ	105.8	-2.2
はんぺん		
揚げ物	101.4	-6.0
納豆		
煮豆	101.4	3.6
佃煮		
もずく・めかぶ	102.9	-0.2
豆腐類	100.8	-1.3

菓子		
前月よりも落ち込んだものの、前年比103.5%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。また、外出増の影響で、口臭予防の効果を訴求するタブレット菓子も伸長。「チューインガム」: 外出増の影響で伸長したものと見られる。「栄養バランス食品」: 値上げの影響もあるが、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	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
菓子 TOTAL	103.5	-0.8
チョコレート		
キャラメル		
キャンディ	111.6	1.3
チューインガム	107.1	11.8
ビスケット&クラッカー	104.2	-0.7
スナック	110.0	-0.9
煎餅・あられ	100.7	-1.9
玩具メーカー菓子		
栄養バランス食品	110.4	1.1

嗜好品		
前月よりも落ち込んだものの、前年比100.2%と前年をやや上回った。「ベビーフード」: 値上げの影響もあるが、パウチゼリー飲料の好調も見られ、外出増が寄与したと推察。「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、販売数量は苦戦した。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
嗜好品 TOTAL	100.2	-2.8
アイスクリーム		
デザート類		
ベビーフード	106.6	4.6
インスタントクリーム	100.4	1.5
フレッシュクリーム	102.8	2.2
ホイップクリーム		
インスタントコーヒー	102.2	4.9
レギュラーコーヒー	106.2	-2.0
紅茶		
ココア		
日本茶	102.0	3.2
麦茶		
中国茶		

飲料		
前月よりも伸長し、前年比105.4%と前年を上回った。前年同月よりも気温が上昇したことに加えて外出増の影響もあり、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した。「果汁飲料」: 値上げの影響もあるが、ビタミン補給の効果を訴求する商品やいちごオレタイプの新商品の寄与により、販売数量も伸長。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
飲料 TOTAL	105.4	1.3
牛乳	103.6	0.5
ヨーグルト	102.7	-0.8
乳酸菌飲料	151.6	-2.5
豆乳		
100%ジュース	106.6	1.8
果汁飲料	125.1	1.6
トマトジュース	103.2	2.7
野菜ジュース		
コーラ	102.4	5.1
サイダー		
炭酸飲料		
コーヒードリンク	103.6	5.1
紅茶ドリンク	108.0	4.3
液体茶	103.2	2.2
スポーツドリンク	104.9	-11.8
美容・健康ドリンク	102.6	-8.4
栄養ドリンク	104.6	3.0
ミネラルウォーター類	116.1	1.2
乳酸飲料	118.6	6.1

ペット		
前月よりも伸長し、前年比108.4%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	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
ペット TOTAL	108.4	2.4
ドッグフード	105.9	2.4
キャットフード	113.7	1.9
ペット用品	108.5	3.8

アルコール		
前月よりも緩やかに落ち込み、前年比98.9%と前年を下回った。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。他のアルコール類は苦戦しており、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影響と見られる。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
アルコール TOTAL	98.9	-0.3
ビール類		
ウイスキー	108.1	1.6
ワイン		
日本酒		
焼酎		

日用雑貨		
前月よりも伸長し、前年比100.1%と前年をやや上回った。「殺虫剤」: 前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。「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商品の好調が継続した。「ラッピングフィルム、アルミホイル」: 値上げの影響で伸長したと見て取れる。「大人紙おむつ」: 値上げの影響もあるが、軽失禁用の商品で販売数量の増加も見られ、外出増が需要拡大に寄与したと推察。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
日用雑貨 TOTAL	100.1	3.1
歯ブラシ	101.7	5.0
歯磨き	100.6	3.4
マウスウォッシュ		
義歯用剤	100.8	5.3
洗濯用洗剤	103.0	2.8
中性洗剤		
漂白剤	100.5	1.4
柔軟剤		
台所用洗剤		
住居用クリーナー	106.2	-1.4
トイレ用クリーナー		
バスクリナー		
バスクリナー		
パイプクリーナー		
家庭用手袋		
化学雑巾		
たわし・スポンジ		
水切り袋	103.8	1.2
殺虫剤	113.1	6.3
防虫剤		
カビ防止剤	118.0	-4.4
芳香・消臭剤		
トイレタンク用洗浄芳香剤		
除湿剤	105.4	-0.4
ラッピングフィルム	111.3	1.8
アルミホイル	109.6	3.3
食品包装用品	101.2	0.8
アルミガスケット		
ティッシュペーパー	105.1	11.2
トイレットペーパー	100.8	7.4
ペーパータオル	102.1	2.8
ぬれティッシュ		
使い捨て紙クリーナー		
紙おむつ	105.4	5.1
大人紙おむつ	110.1	4.9
生理用品	104.9	6.6
絆創膏		
使い捨てカイロ		
綿棒		

化粧品		
前月よりも伸長し、前年比108.6%と前年を上回った。外出増に加えて、インバウンド需要も寄与したと見て取れる。とりわけ大きく伸長している口紅では、単価の上昇も見られた。マスク生活の中でも人に会う機会が増えたことにより、身だしなみとして単価の高い商品を買う動きもあったものと推察される。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
化粧品 TOTAL	108.6	7.0
クレンジング	108.1	7.6
洗顔クリーム	109.9	2.1
化粧水	105.0	2.6
乳液	103.0	-1.5
栄養クリーム	103.6	6.6
パック	111.3	4.6
美容液		
化粧下地	112.5	16.9
ファンデーション	111.2	8.8
おしろい	120.7	11.5
口紅	156.8	44.5
眉目料	115.6	12.2
マニキュア	109.2	14.5

医薬品		
前月よりも緩やかに落ち込んだものの、前年比108.2%と前年を上回った。総合感冒薬や鎮咳去痰剤は伸び幅を縮小させつつも好調を維持。新型コロナウイルスの感染者数の減少により国内需要が縮小する中、インバウンド需要が下支えとなったと見られる。胃腸薬、整腸薬、外用鎮痛消炎剤もインバウンド需要の寄与により伸長したと推察。花粉の飛散量が前年よりも大きく増加する中で外出も増えており、鼻炎治療剤や目薬などの花粉症関連薬が伸長した。		
カテゴリ	金額前年比 2023年2月	前月差 2023年2月
医薬品 TOTAL	108.2	-0.3
コンタクト用剤	107.7	5.0
マスク		
ミニドリンク剤		
漢方薬	102.2	-4.5
総合感冒薬	119.9	-26.9
鼻炎治療剤	168.2	56.6
解熱鎮痛剤		
鎮咳去痰剤	120.2	-45.0
口腔用薬		
胃腸薬	121.5	11.9
整腸薬	133.9	2.8
外用鎮痛消炎剤	124.7	9.1
皮膚用薬		
目薬	129.2	28.0
健康食品	104.1	3.4

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。