

食品・雑貨・医薬品 業界/品目動向

SRI, SCIデータ及びSRI一橋大学消費者
購買指数・単価指数



インテージパネルデータによる食品・雑貨・医薬品 業界別市場動向

2015年10月～12月の3ヶ月の業界、品目別(*1)の市場規模の増減について、インテージが保有している小売店、消費者パネルの両データ(*2)の結果をもとにまとめております。
変化が見られる一部の品目について、SRI一橋大学消費者購買指数、単価指数を用いて要因分解をおこないました。

2015年10月度

2015年11月度

2015年12月度

概況

トピックス・ 品目概況

2015年10月は、降水量が少なく日照時間多くなった天候、商品値上げ、健康話題などが影響して、前年を上回る品目が多かった。

年々盛り上げりを見せるハロウィンイベントや野球の日本シリーズの優勝セールなどが話題となった。
中国国慶節で訪日外国人の増加によりインバウンド購入の品目も活性化した。
少雨による乾燥や9月からの低温傾向の影響で皮膚用薬や風邪薬関連が好調となった。

2015年11月は、上下旬の数日は全国的に冷え込んだものの、全体的に比較的暖かな気候となり、冬場品で好不調が分かれた。

10月に引き続き、商品値上げや健康話題などが影響して前年を上回る品目が多かったが、10月末にWHOからハムやソーセージなどの加工肉の発がんリスクについての研究結果が発表された影響か、ハム・ソーセージ類が大きく不調となった。
ワインのボジョレーヌーボーは、前年並みでの着地。

2015年12月は、全国的に気温がかなり高く、東日本では12月としては統計開始(1946年)以来最も高い平均気温となった。

この暖かさで、前年比マイナスとなった冬物関連商品が多くみられた(シチュー、シチューベース、つゆ・煮物料理の素(鍋)、練り物類(おでん)、中華まんなど)。また、総合感冒薬も前年比マイナスだった。
逆に、暖冬で追い風を受けたのは(前年比プラス)ミネラルウォーター、液体茶、アイスクリーム、殺虫剤、制汗剤などの品目が挙げられる。

※ 好不調を判断している販売、購入の市場規模前年比は、金額指標をベースとしています(「飲料」「アルコール」は容量)。
※ 天候、気象に関する情報は、気象庁発表データを参照。

参考情報

休日日数

前年+1日(土曜日が1日多い)

前年-1日(土曜日が少ない)、前年は3連休2回、今年は1回

前年と同じ(12/29～1/3を年末年始休暇とした場合、昨年は9連休今年は6連休)

行事

衣替え、十三夜、体育の日、国慶節(中国)

文化の日、勤労感謝の日、七五三

クリスマス、冬至、大みそか

KEYWORD

ハロウィン、プロ野球日本シリーズ、ラグビーワールドカップ

ポッキーの日、いい夫婦の日、ボジョレーヌーボー、コート、マフラー、紅葉、

お歳暮、大掃除、冬の味覚、忘年会、インフルエンザ・ノロウイルス、冬休

品目(*1): インテージで独自に設定しているカテゴリー区分の総称
インテージでは、ソースマーケティングされた商品コード別に、メーカー、商品形態、容器などのいわゆる属性を商品情報として継続的に収集、世代管理し、商品マスターデータベースとして蓄積しております。品目は、小分類に属するカテゴリー区分(チョコレート、シャンプーなど)を定義しているインテージ社内の呼称です。

小売店、消費者パネルの両データ(*2): インテージSRI、SCI各月次データ

インテージパネルデータによる業界・品目別市場動向

業界・品目別市場動向（2015年12月度単月）

※ 好不調を判断している販売、購入の市場規模前年比は、金額指標をベースとしています（「飲料」「アルコール」は容量）。

大分類	中分類	動向コメント
食品	TOTAL	12月は、食品全体では、金額プラスに対して個数では前年並み。 気温の影響か、冬場商品はマイナス着地が多くみられた（シチュー、シチューベース、つゆ・煮物料理の素（鍋）、練り物類（おでん）、中華まん）。
	主食	カップインスタント麺は、前年比プラス。袋インスタント麺は、前月同様の傾向でマイナスが続く。
	調味料	蜂蜜は、複数のTVで健康話題が紹介され、好調が目立った。 サラダ油・天ぷら油、食酢、ゴマ油も、前月に引き続き健康話題などによって好調。 つゆ・煮物料理の素は、気温が高い影響で鍋つゆ含め多くの種類で不調。
	加工食品	海苔は、おにぎらずブーム等も受け、好調が続いている。 中華風食品は、気温の高さが影響か、中華まんが不調が目立つ。 ハム・ソーセージは、2015年10月のWHO発表の影響か、3か月連続で前年比を下回るもの、前月よりやや復調。
	菓子	12月単月では、キャンディが好調で、特にメンソール、コーラ・ソーダ、ミルクが好調。ただし、のど飴は風邪の流行期が前年より遅いのか前年割れ。
	嗜好品	アイスクリームは、TV話題＋12月例年に比べてかなり暖かかった影響、期間限定商品が好調などで、前年比が著しく伸びている。
嗜好飲料	インスタントコーヒー、レギュラーコーヒーともに昨年春の値上げの影響で金額ベースでは前年比プラス傾向が続いている。 ★インスタントコーヒーについては、次項で要因分解	
清涼飲料	TOTAL	12月は、平年より気温が高く止渴飲料(ミネラルウォーター、液体茶)を中心に好調な月となった。
アルコール	ビール類	12月はビール類計では前年並み。発泡酒は昨年の機能性発泡酒の反動で大幅マイナスが続いている。新ジャンルは前年並み。
	和洋酒	ウイスキーは、今月も前年比プラスでの推移もプラス幅は縮小。 日本酒、焼酎は前年割れ。
雑貨	雑貨	12月は暖冬の影響もあり、制汗剤、殺虫剤といった品目が好調であった。
	ヘアケア	12月は気温が高い影響か入浴剤が不調。石鹸は、泡で出る液体タイプが好調で引き続き前年比プラス。
	ペット	ドッグフードは、犬の飼育減少の影響もあり年間計ではマイナスとなった。 キャットフードは、好調続く。高齢猫用製品の浸透もみられる。
化粧品	TOTAL	15年12月度の化粧品計では、前年を上回りプラス傾向。先月から各社クリスマス商戦に向けた冬の新製品発表が相次ぎ、12月も新たな商品の発表が活発であった。
ヘルスケア	医薬品	当月は気温が高かった影響か、皮膚用薬（除殺菌）、総合感冒薬が不調。
	その他	ダイエット食品は、インバウンド影響による前年比の大幅な伸びは2015年12月で一巡したとみられる。

※他品目のデータにつきましては、別途、フォーマット、指標を変えての公開準備を進めており、現時点での公開は控させていただきます。

金額ベースでの市場が拡大している「インスタントコーヒー」 品目での要因分解事例 (データは2013年9月からの週次トレンド)

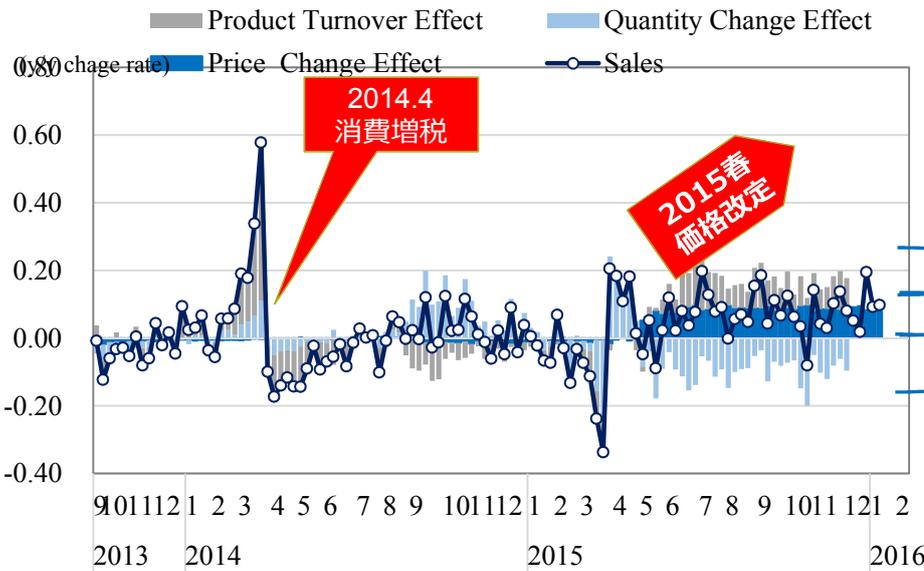
インスタントコーヒー計での
支出指数(≒市場規模の増減率)

POS-CEI: 消費者購買支出指数

2015年春の値上げ以降は、
支出指数  は、**プラス基調**
(≒金額市場規模拡大)で推移。

[要因分解]

値上げにより購買個数は減少
影響も、
単価上昇が金額増加に貢献。
新製品も金額増加に寄与して
いる。



2015年春の価格改定後・・・

- 新製品は、プラスに貢献
- 単価上昇は、プラスに貢献
- 個数(数量)は、マイナス寄与

※上記3指標数値は支出指数に対する寄与率として算出した値

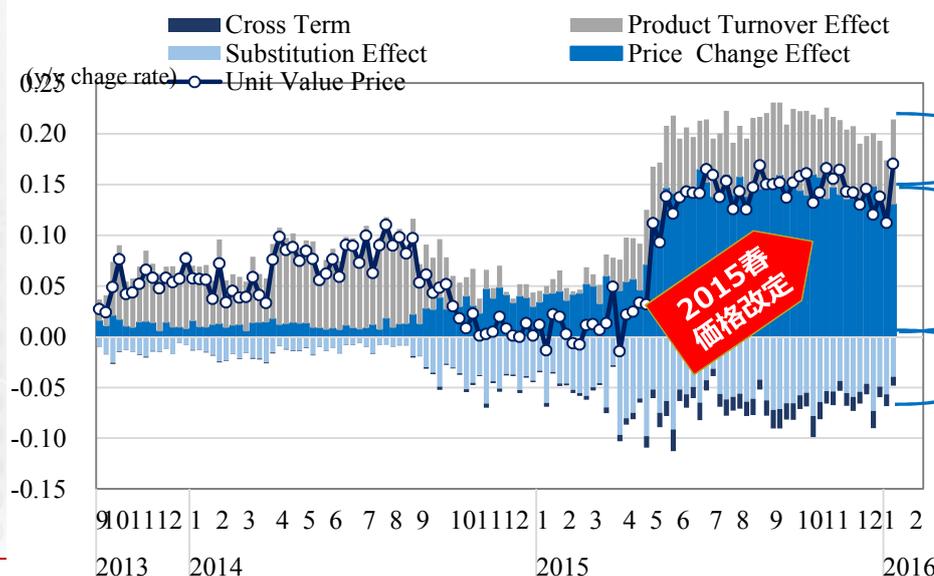
インスタントコーヒー計での
単価指数(≒単価の増減率)

POS-UVPI: 単価指数

2015年の価格改定以降、
単価指数  は、**上昇してプ**
ラスでの推移。

[要因分解]

継続商品が値上を支える。
新製品での単価上昇の一方、
既存商品では、安価な商品へ
シフトしての単価を押下げる動
きも発生。



新製品は、単価上昇に寄与

継続販売商品(既存商品)の
単価上昇寄与分

既存商品内での安価製品へ
のシフト分

※上記3指標数値は単価指数に対する寄与率として算出した値

SRI(小売店パネル)

特徴

- 全国の4000店舗の調査対象小売店について、いつ / どこで / どんな商品が / いくつ / いくらで売られたのか？がわかる
- 屋外消費を含む 販売実態を把握
- スーパー、コンビニエンスストア、ホームセンター・ディスカウントストア、ドラッグストア、酒専門店、ペットショップ、ベビー専門店など、幅広いチャネルをカバー
- 弊社独自の店舗マスターを構築、商圏・立地別の分析が可能

設計

対象業態	スーパー、コンビニ、ホームセンター・ディスカウントストア、ドラッグストア、酒専門店、ペットショップ、ベビー専門店 など
エリア	全国（一部で沖縄を除く）
調査店舗数	約4,000 店舗
方法	小売店のPOSレジでスキャンされた商品販売情報 毎日収集し、市場データを作成 
カテゴリー	食品(生鮮・惣菜・弁当除く)、飲料、アルコール、日用雑貨品、化粧品、医薬品、タバコ *対象カテゴリーのバーコードが付きされている商品のみ
項目	販売年月日、販売チャネル、商品バーコード、販売個数、販売金額

日々の活用イメージ

下記のようなことを すぐに確認し、検証できる

- 商品の 市場規模は？
- 商品の平均的な 販売金額(単価)は？
- 商品の「配荷状況(販売店率)」や「回転状況(販売店あたりの販売規模(個数、金額))」は？
- プロモーション(チラシ・店頭陳列)の効果は？
- エリア・業態・立地・商圏による販売状況、売れ筋商品の違いは？
- 新商品・リニューアル品の立ち上がり状況は？
- トレンドの変化は？(前年比、前月比など)



SCI(消費者パネル)

特徴

- 全国の約5万人の調査対象者について、誰が / いつ / どこで / どんな商品を / いくつ / いくらで買ったのか？がわかる
- 屋外消費を含む 購買実態を把握
- スーパー、HG/DS、酒DS、薬局ドラッグ、デパート業態は、購入ルートを経店で捕捉
- 弊社独自の店舗マスターを構築、商圏・立地別の分析が可能

設計

対象者	15～69歳 男女個人
エリア	全国
対象者数	50,000 人
方法	step.1 携帯型端末によるバーコードスキャン  step.2 PC連携入力による インターネット調査 
カテゴリー	食品(生鮮・惣菜・弁当除く)、飲料、日用雑貨品、化粧品、医薬品、タバコ *対象カテゴリーのバーコードが付きされている商品のみ
項目	購入年月日・時間、購入ルート、バーコード、購入個数、購入金額、レシート合計金額

日々の活用イメージ

下記のようなことを すぐに確認し、検証できる

- 商品の 平均的な 購入金額、個数は？
- 商品の「購入者数」や「購入者あたり規模(個数、金額)」は？
- 商品を買ったのは どんな人(消費者セグメント、ライフステージ等)か？
- 商品の購入者は 継続購入しているか？それとも スイッチされているか？
- 新商品を買った人は どれくらいいるか？
- 他に買われている商品は 何か？(購買状況)
- トレンドでの変化は？(前年比、前月比など)



SRI一橋大学消費者購買指数・単価指数

※詳細は、プロジェクトのHPより掲載資料を参照ください。

- 「スーパーマーケット」、「コンビニエンスストア」、「ドラッグストア」など様々な業態の店舗を全国約4,000店舗における日々の数百万種類の商品の取引データ（POSデータ）から指数を算出しています。

SRI一橋大学消費者購買指数には、消費者の支出を示す「支出指数」、消費者の購買価格を示す「価格指数」、消費者の購買数量を示す「数量指数」、商品の入替による変化を示す「商品入替効果指数」の4種類があります。

（支出指数：POS-CEI, 価格指数：POS-CPI, 数量指数：POS-CQI, 商品入替効果指数：POS-CTI）

一方、SRI一橋大学単価指数は、（単価指数：POS-UVPI）

SRIの特徴である詳細な商品POS情報を用い、商品の単価価格を計算した価格指数です。商品の「容量調整」を考慮し、これまで計測が困難とされた「新商品効果」（前年に存在していなかった商品（新商品）と今年存在していない商品（消滅商品）の価格変化）も考慮にいれた指標となっています。

「価格指数：POS-CPI」と「単価指数：POS-UVPI」の違い

POS-CPIは継続商品（今週も前年同週も販売があった商品）のみを対象としているのに対して、SRI一橋大学単価指数は、継続商品のみならず、新商品、消滅商品も対象としています。また、POS-CPIは同一商品（同一JANコード）であれば、容量の増減は考慮していませんが、SRI一橋大学単価指数はカテゴリ単位にまとめて、単位当たり価格を算出しています。両者は意味合いが大きく違いますので、ご注意ください。

SRI一橋大学消費者購買指数

	対象分類	対象商品	計算単位	分解指標
消費者購買支出指数 (POS-CEI)	全分類	継続商品 新商品 取扱中止商品	個数単位	① 価格 ② 数量 ③ 商品入替の各寄与度
消費者購買価格指数 (POS-CPI)		継続商品		なし
消費者購買数量指数 (POS-CQI)		継続商品		
消費者購買商品入替効果指数 (POS-CTI)		継続商品 新商品 取扱中止商品		

※今回の要因分解で使用

SRI一橋大学単価指数

	対象分類	対象商品	計算単位	分解指標
(POS-UVPI)	容量情報を持つ一部の分類	継続商品 新商品 取扱中止商品	容量単位	① 価格変化 ② 商品代替 ③ 新商品入替の各効果

※今回の要因分解で使用

SRI、SCIデータ対象品目一覧

主食

- 米
- 米飯類
- 食パン・調理パン
- シリアル類
- カップインスタント麺
- 乾麺
- 生麺・ゆで麺
- スパゲティ
- マカロニ類
- 小麦粉
- 天ぷら粉
- から揚げ粉
- パン粉
- プレミックス

菓子・嗜好品

- 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
- スナック
- せんべい・あられ
- 栄養バランス食品
- アイスクリーム
- デザート類
- 育児用粉ミルク
- 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
- スキムミルク
- 練りミルク

調味料

- 醤油
- 味噌
- 食塩
- 料理酒
- 砂糖
- 低カロリー甘味料
- 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
- 香辛料
- エッセンス類
- その他汎用調味料
- 焼肉シャブシャブの外
- 食酢
- ぼん酢
- 本みりん
- みりん風調味料
- 液体だし
- 風味調味料
- 削り節
- 煮干し
- つゆ
- 煮物料理の素
- うまみ調味料
- 複合調味料
- サラダ油
- 天ぷら油
- ゴマ油
- その他食用油
- バター
- マーガリン類
- チーズ
- ジャム・マーマレード類
- その他スプレッド類
- その他合わせ調味料

加工食品

- 春雨・葛切り
- 海藻サラダ
- ごうや豆腐
- 海苔
- ふりかけ
- お茶漬の素
- 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
- 冷凍農産
- 冷凍調理
- その他冷凍食品
- 魚介類缶詰
- 納豆
- 野菜缶詰
- フルーツ缶詰
- 畜肉缶詰
- その他缶詰
- 和風食品
- 洋風食品
- 中華食品
- その他調理食品
- 畜肉ハム
- 畜肉ソーセージ
- 魚肉ハム
- 魚肉ソーセージ
- 焼豚
- ベーコン
- かまぼこ
- ちくわ
- はんぺん
- 揚げ物
- その他練り製品
- 納豆
- 煮豆
- 佃煮
- もずく・めかぶ
- 豆腐類

清涼・嗜好飲料

- 牛乳
- ヨーグルト
- 乳酸菌飲料
- 豆乳
- インスタントコーヒー
- レギュラーコーヒー
- 紅茶
- ココア
- 麦芽飲料
- 日本茶
- 麦茶
- 中国茶
- 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
- コヒトドリンク
- 紅茶ドリンク
- 液体茶
- スポーツドリンク
- 機能性ドリンク
- 栄養ドリンク
- ミネラルウォーター類
- 乳酸飲料
- その他飲料

アルコール

- ビール
- ウイスキー
- ワイン
- 日本酒
- 焼酎
- その他酒類

雑貨・ヘアケア

- 洗濯用洗剤
- 中性洗剤
- 漂白剤
- 柔軟剤
- 洗濯のり
- その他衣料台所洗剤
- 台所用洗剤
- クレンジャー
- 住居用クレンジャー
- 住居用ワックス
- トイレ用クレンジャー
- バス用クレンジャー
- ガラスクリーナー
- パイプクリーナー
- その他住居用クレンジャー
- 粘着クリーナー
- 家庭用手袋
- 化学雑巾
- たわし・スポンジ
- 水切り袋
- 廃油処理剤
- 殺虫剤
- カビ防止剤
- 芳香・消臭剤
- 脱臭剤
- 除湿剤
- ヘアカラー
- ホームパーマ剤
- 育毛トニック
- 制汗剤
- 歯槽膿漏治療薬
- ラッピングフィルム
- アルミホイル
- 食品包装用品
- ティッシュペーパー
- トイレットペーパー
- ペーパータオル
- 生理用ショーツ
- 防水・撥水剤
- しわとり剤
- 絆創膏
- 使い捨てカイロ
- 綿棒
- カミソリ
- オル
- ぬれティッシュ
- 使い捨て紙クリーナー
- 紙おむつ
- 大人用紙おむつ
- 生理用品
- 掃除機用紙パック
- 線香
- ろうそく
- マスク
- コンタクトレンズ用剤

ペット用品

- ドッグフード
- キャットフード
- その他ペットフード
- ペット用品

たばこ

- タバコ

化粧品

- その他男性化粧品
- クレンジング
- 洗顔クリーム
- コールド&マッサージ
- 化粧水
- 乳液
- 栄養クリーム
- パック
- 美容液
- 化粧用紙製品
- その他化粧品
- 日焼け・日焼け止め
- エチケット品
- 化粧下地
- ファンデーション
- おしろい
- ほおべに
- 口紅
- その他リップ
- 眉目料
- マニキュア
- 香水・コロロン
- 化粧用コットン
- 化粧用小物
- ハンド&スキンケア
- ボディ用
- リップクリーム

医薬品・その他

- ドリンク剤
- ミニドリンク剤
- 滋養強壮剤
- 総合ビタミン剤
- ビタミンB1剤
- ビタミンC剤
- ビタミンE剤
- 女性用保健薬
- カルシウム剤
- 漢方薬
- 薬用酒
- 総合感冒薬
- 鼻炎治療剤
- アレルギー用薬
- 解熱鎮痛剤
- 鎮咳去痰剤
- 口腔用薬
- うがい薬
- 鎮痛剤
- 催眠鎮静剤
- 眠気防止剤
- その他神経呼吸器官薬
- 皮膚用薬(除菌)
- 殺菌消毒薬
- 水虫治療薬
- 目薬
- その他感覚器官
- 毛髪用剤
- 検査薬
- 強心剤
- 小児五臓薬
- 殺虫剤(除煙)
- 殺虫剤(除煙)
- その他医薬品
- 健康食品
- ダイエット食品

