

## 消費者ニーズ調査報告書（令和元年6月末時点調査）

## I. 販売動向や売れ筋商品（伸びる市場）

## 食料品

順位	分類名	増減率
1	ココア・チョコレート飲料	34.5
2	紅茶飲料	23
3	農産乾物	18.2
4	各種詰め合わせ菓子	16.6
5	煮豆・きんとん	15.8
6	きのこ	15.7
7	麦茶飲料	15.3
8	乾燥豆	14.8
9	冷凍素材	14.8
10	かまぼこ	12
11	雑酒	10.5
12	豆乳類	10.1
13	水産缶詰	9.7
14	こうじ	8.9
15	チルド調味料	8.4
16	もち	8.3
17	豆菓子・いかり豆	8
18	生タイプ即席カップめん	7.8
19	カクテルドリンク類	7.8
20	調理パン	7.6

## 生活用品

順位	分類名	増減率
1	洗面・浴室用品	22.8
2	生理用品	15.6
3	歯磨き類	6.7
4	ペットサニタリー用品	6.5
5	キャットフード	6.5
6	住居洗剤(クリーナー)	6.4
7	筆記用具	6.3
8	消臭・芳香・除菌剤	6.1
9	ペットフード(犬・猫用を除く)	5.2
10	台所食器洗剤	5.1
11	入浴剤	4.5
12	日用紙製品	4.2
13	男性用化粧品	3.9
14	ドッグフード	3.8
15	洗濯用洗剤類	3.1
16	歯ブラシ類	2.9
17	たばこ・喫煙関連用品	2.9
18	食品容器	2.5
19	入れ歯関連用品	2
20	介護・衛生用品	1.8

(参考資料：日経テレコン POS 情報)

## II. ヒット商品の分析、消費者のニーズ

## 第三のビール、新商品を積極買い

第三のビール市場で新商品の活況が続いている。昨年発売の麒麟ビール「本麒麟」、一月発売のアサヒビール「極上〈キレ味〉」、二月発売のサントリー「金麦ゴールド・ラガー」など、各社の新商品発売が相次ぎビール系市場をけん引する存在となっている。

## 午後の紅茶「ザ・マイスターズ」若いOLに人気

麒麟ビバレッジが3月26日に新発売した「午後の紅茶 ザ・マイスターズ ミルクティー」の売れ行きが好調だ。紅茶葉本来の美味しさと、ミルクのコクを楽しめる微糖ミルクティーとして若い女性を中心に好評だ。

## 伊藤園「ティーズティー ニューオーセンティック ほうじ茶ラテ」売り上げ好調

ほうじ茶ラテの商品は、あまり多くないが、もともと伊藤園の社内では、ほうじ茶をラテにして飲むのはよくあることだった。ただ、一般的には認知度が低かったので、プロモーションでは、サンプリングと食育活動で認知度向上に努めたという。ちなみに、同商品のコンビニ専用商品は安定感のある形状だが、これはヒット商品となった他社のコーヒー飲料と形状を合わせて「ラテ飲料」コーナーを作りたいという思いから生まれたそうだ。

## インフルとともに急拡大「皮膚洗浄剤」市場

2月1日厚生労働省は、1月21-27日のインフルエンザ患者数が1医療機関当たり57.09人と、1999年の調査開始以来、最多となったと発表した。全都道府県で警報を出す基準(30人超)となり、この1週間で受診した患者数は推計で約222万6千人にのぼると見られる。

このインフルエンザの流行とともに急拡大しているのが「皮膚洗浄剤」市場だ。「皮膚洗浄剤」とは、健栄製薬「手ピカジェル」や、花王「ビオレU手指の消毒スプレー」などに代表される、速乾性の消毒用アルコール剤で手に刷り込んで使用する。

## チョコレートで目の疲れと体の冷えをケア「LIBERA(リベラ)」

江崎グリコが、健康に配慮した「LIBERA(リベラ)」の商品ラインアップの拡充を進めている。今年3月に発売したのは、目の疲れを軽減するという「リベラ アイサポート」。指先の冷えを改善する「リベラ あったかケア」も同時発売した。リベラは、同社が業界では初の機能性表示食品として2016年に発売したチョコレートブランドだ。食物繊維「難消化性デキストリン」を配合し、「脂肪や糖の吸収を抑える」効能をうたいヒット商品となった。

## 「寒天」ブームに学ぶ、データが示唆する成功事例

天に何度目かのブームが到来している。2月に始まったこのブームは多少の浮き沈みがありながらも5月末現在いまだ健在だ。きっかけは2月9日放送のテレビ番組だ。TBS系『ジョブチューン』で「病気を予防する食べ物スペシャル」として取り上げられ一気に売り上げが伸びた。

2月の「寒天」カテゴリの千人当たり金額は前年同月比164.4%増の284.0円。その後3月にいったん下がるも同45.2%増の153.9円を維持。4月に同じくTBS系「名医のTHE太鼓判」で取り上げられ再び上昇気流に乗り、同170%増の297.5円と2月を上回る売り上げとなった。5月の推定は千人当たり金額180円程度となる見込みでいまだ上振れで推移していることがわかる。

## 「ぷるんと蒟蒻ゼリー」新味が人気じわり

ロサイズのコンニャクゼリーなどポーション型菓子の売上げがめざましい。日経POSデータによると、今年5月のポーション型菓子(分類番号199004)の来店客千人当たり販売金額は、前年同月比7.7%増の1948円と好調だ。登場アイテム数は、前年同月と比べて11品目増えて280品目となった。消費者の健康志向に加え、手軽に小腹を満たせる便利さが人気を後押ししている。

(参考資料：日経テレコン記事より抜粋)

### Ⅲ. 一世帯当たりの収支金額 (統計局・家計調査より)

## 2 消費支出とその内訳

2018年1月に調査で使用する家計簿の改正を行っており、「対前年同月増減率」及び「実質増減率への寄与度」の値は、当該改正の影響を調整した変動調整値を掲載している。

表1 消費支出の内訳 (2019年6月—二人以上の世帯)

費目 (品目分類 <sup>注1</sup> )	金額 (円)	対前年同月増減率(%)		実質増減率への寄与度(%)	摘要 <sup>注2</sup>	備考
		名目	実質			
消費支出	276,882	3.5	2.7	-		7か月連続の実質増加
食料	77,452	2.4	1.0	0.28	<増加> 調理食品, 外食など	6か月連続の実質増加
住居	17,085	-3.5	-4.0	-0.26	<減少> 設備修繕・維持, 家賃地代	2か月ぶりの実質減少
光熱・水道	18,933	6.0	3.7	0.25	<増加> 電気代, 上下水道料など	2か月連続の実質増加
家具・家事用品	12,492	8.0	6.1	0.26	<増加> 家庭用耐久財, 家事用消耗品など	2か月連続の実質増加
被服及び履物	11,105	2.6	2.6	0.10	<増加> 洋服, シャツ・セーター類など	2か月連続の実質増加
保健医療	14,174	9.5	8.8	0.43	<増加> 保健医療用品・器具, 保健医療サービスなど	2か月ぶりの実質増加
交通・通信	40,359	2.7	4.1	0.60	<増加> 通信, 交通など	7か月連続の実質増加
教育	7,991	-5.5	-6.1	-0.19	<減少> 補習教育, 授業料等	4か月ぶりの実質減少
教養娯楽	29,805	12.7	11.0	1.09	<増加> 教養娯楽サービス, 教養娯楽用耐久財など	3か月連続の実質増加
注3 その他の消費支出	47,485	1.3	(0.5)	(0.08)	<増加> 諸雑費	2か月連続の実質増加
消費支出 (除く住居等 <sup>※</sup> )	243,759	5.4	4.6	-		6か月連続の実質増加

※ 「住居」のほか、「自動車等購入」、「贈与金」、「仕送り金」(いずれも用途分類の金額)を除いている。  
また、実質化には消費者物価指数(持家の帰属家賃を除く総合)を用いた。

注1 2018年1月分から、「交際費」のうち他の世帯への贈答品やサービスの支出を「その他の消費支出」に含める用途分類から、各費目に含める品目分類に変更した。

2 「摘要」欄は、消費支出の実質増減率への寄与度の大きい項目を掲載した。

3 「その他の消費支出」の( )内は、消費者物価指数(持家の帰属家賃を除く総合)を用いて実質化した。

## 実収入

勤労者世帯の実収入(二人以上の世帯)は、1世帯当たり 880,805 円

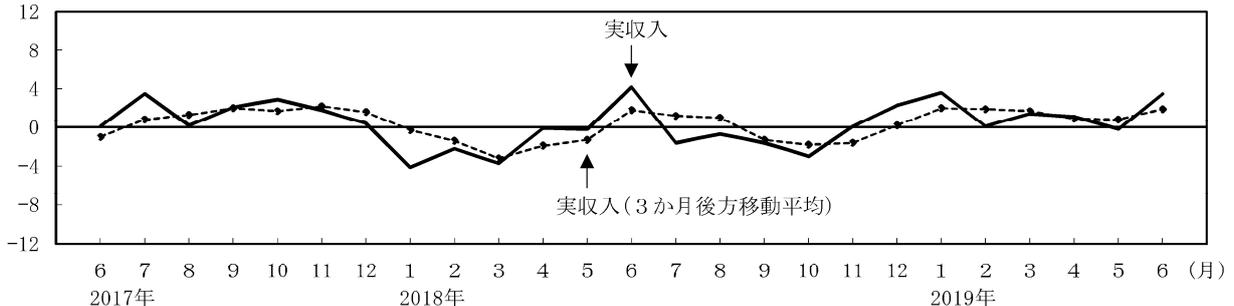
前年同月比 実質 8.0%の増加 名目 8.9%の増加  
前年同月比(変動調整値) 実質 3.5%の増加 名目 4.3%の増加

※ 変動調整値: 調査方法の変更の影響による変動を調整した推計値

## 3 勤労者世帯の収支

### (1) 勤労者世帯の実収入の推移

図3 実収入の対前年同月実質増減率の推移(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)



	2018年							2019年					
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
実収入	4.2	-1.6	-0.7	-1.6	-3.0	0.1	2.3	3.6	0.1	1.4	1.1	-0.2	3.5
(参考) 3か月後方移動平均	1.8	1.2	1.0	-1.3	-1.8	-1.6	0.2	2.0	1.9	1.7	0.9	0.8	1.9

注 2018年1月以降は変動調整値

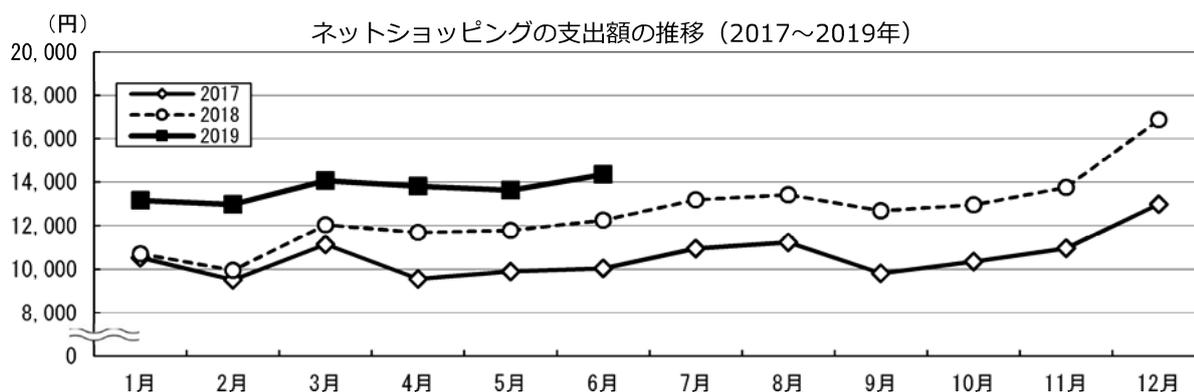
#### IV. 情報通信技術に関連する消費やインターネットを利用した購入状況（統計局・家計動向調査）

### 家計消費状況調査 ネットショッピングの状況について (二人以上の世帯)

－2019年（令和元年）6月分結果－

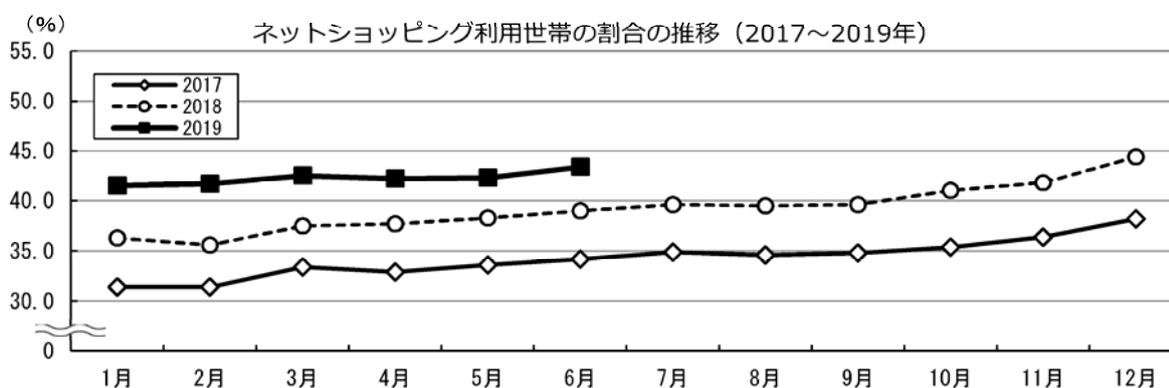
○ 支出額（円）

	2019年 6月	2018年 6月	名目増減率 (%)
ネットショッピングの支出額	14,345	12,252	17.1
ネットショッピング利用1世帯当たりの支出額	33,051	31,420	5.2



○ 利用世帯の割合（%）

	2019年 6月	2018年 6月	差 (ポイント)
ネットショッピング利用世帯の割合	43.4	39.0	4.4



○ ネットショッピングの支出額の対前年名目増減率に寄与した主な項目（%）

	名目増減率	名目寄与度
旅行関係費	10.6	2.66
チケット	55.9	2.55
食料	19.4	2.54
家電	41.6	1.98

#### V. 業況や主要企業の紹介・分析、業界の課題と展望等

前回の報告でモバイル決済の機運到来と述べたが、ここにきてモバイル決済会社の乱立や7payの不正利用問題の事例より事業者は何処と取引すれば良いか判断に苦慮している。消費者が活用している決済方法やセキュリティについて今一度、研究する必要があるようだ。