

消費者ニーズ調査報告書（令和4年12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	乳酸菌飲料	33.5
2	スポーツ飲料	27.5
3	玩具入り菓子	25.9
4	麦茶飲料	24.2
5	豆菓子・いかり豆	20.1
6	キャンデー・あめ菓子	17.4
7	即席カップ入りスープ・汁	16.1
8	乾パスタ	15.8
9	介護・病時食類	14.3
10	即席食品	12.4
11	テーブルパン	12
12	清涼飲料	11.8
13	スナック菓子	11.6
14	ちくわ	11.2
15	食用油	11.2
16	即席袋めん	11
17	水産練り製品・揚げ物	10.9
18	冷凍総菜	10.9
19	レギュラーコーヒー	10.8
20	食パン	10.3

生活用品

順位	分類名	増減率
1	キャットフード	14.2
2	電池	13.4
3	ペットサニタリー用品	9.7
4	紙おむつ類	8
5	ドッグフード	7.6
6	家庭医療用品	7.5
7	モップ	6.4
8	日用紙製品	5.4
9	使い切り食器	5.2
10	除湿剤	4.6
11	携帯用サニタリーセット	3.8
12	入れ歯関連用品	3.8
13	化粧品	3.8
14	フレグランス	3.1
15	調理・キッチン用品	2.8
16	女性用基礎化粧品	1.9
17	流し用品	1.8
18	介護・衛生用品	1.6
19	洗髪剤	1.4
20	台所食器洗剤	0.8

(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

健康的な食生活を手間なく実現「完全メン」

カレーとご飯がセットで手軽に食べられる「即席カレー・ハヤシライス」が売上げ好調だ。同分類の6月の来店客千人当たり販売金額は前年同月比16.4%増、以降も伸長が著しく2022年9月は前年比126.9%増と大きく伸びた。来店客千人当り販売個数も同じ傾向にあり、値上げに関係なく売上げが伸びている。

出汁だけじゃないおつまみにおやつに大活躍の煮干

小魚とナッツやあられ類などの「煮干し珍味」の売り上げが好調だ。来店客千人当たり販売金額は2021年12月以降、前年同月比プラスが続き2022年9月は602.6円で前年同月比15.0%増。価格上昇の影響も多少あるが、千人当り販売個数も前年同月比10.0%増なので、価格上昇分を除い

ても売り上げは伸びている。

大豆を主食に「キッコーマン大豆麺」

キッコーマンの新商品「キッコーマン大豆麺」シリーズは、主に調味料を手掛けてきた同社が初めて開発した麺商品。専用のスープやソースがセットされている。原材料の半分を大豆にして小麦と混ぜた。一食分で鶏胸肉 100 グラムとほぼ同等のタンパク質 19.3 グラム摂取できる。糖質を通常の乾燥うどんより 40%以上カットして、高タンパク・低糖質を実現した。ラインアップは「香る生姜かきたま」、「汁なし担々麺風」、「かきたまチゲ風」、「濃厚ボロネーゼ」の 4 種類。8 月の発売以来いずれも「その他乾麺」分類でランキング上位を維持している。

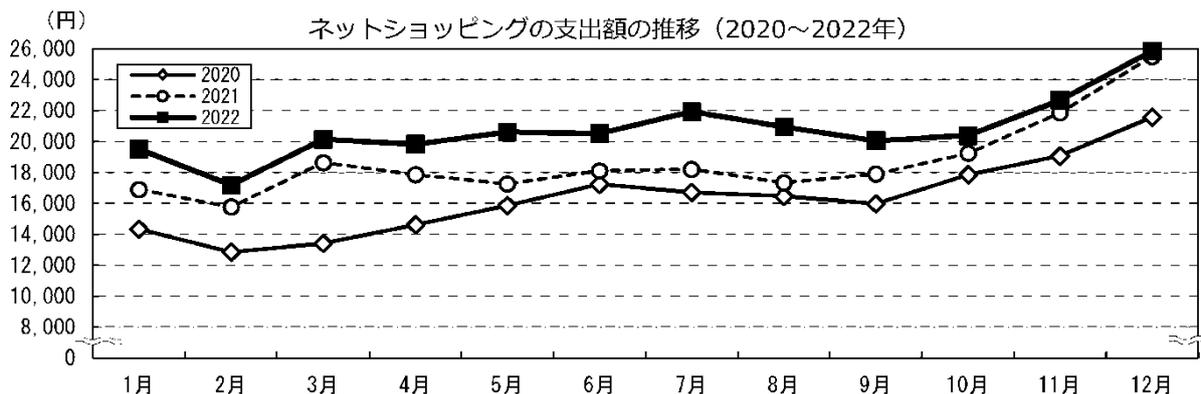
IV. 情報通信技術に関連する消費やインターネットを利用した購入状況（統計局・家計動向調査）

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）

－ 2022年（令和4年）12月分結果－

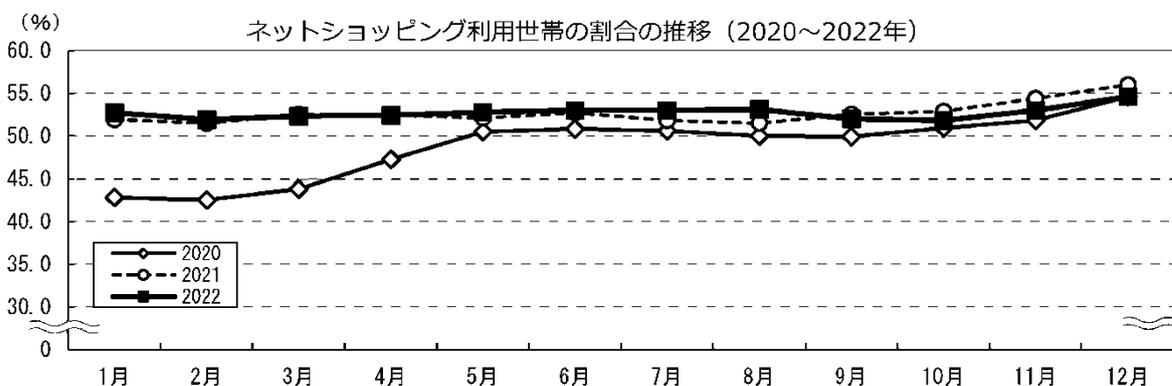
○ 支出額（円）

	2022年 12月	2021年 12月	名目増減率 (%)
ネットショッピングの支出額	25,866	25,507	1.4
ネットショッピング利用1世帯当たりの支出額	47,339	45,550	3.9



○ 利用世帯の割合（%）

	2022年 12月	2021年 12月	差 (ポイント)
ネットショッピング利用世帯の割合	54.6	56.0	-1.4



○ ネットショッピングの支出額の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	23.3	2.47
食料	4.6	1.06
チケット	17.8	0.49
保険	5.4	0.20

V. 業況や主要企業の紹介・分析、業界の課題と展望等

政府主導による賃上げに大手各社は要請に応じ実施することが報道等で賑わっているが、中小企業は原価高騰のうえ、価格転嫁が出来ない者も多く賃上げは難しい。今後は企業間の賃金格差拡大が予想されている。慢性的な人手不足も重なり厳しい経営状況が続く。