
食品スーパーにおける日用品売上の変化

～ ワンストップショッピングの実態をデータで見る ～

2022/1/31

出典：KSP-POS(食品SM)

* 本資料は弊社Webサイトに掲載の [オープンデータ利用規約] を遵守しご利用願います。



IS 699021 / ISO 27001

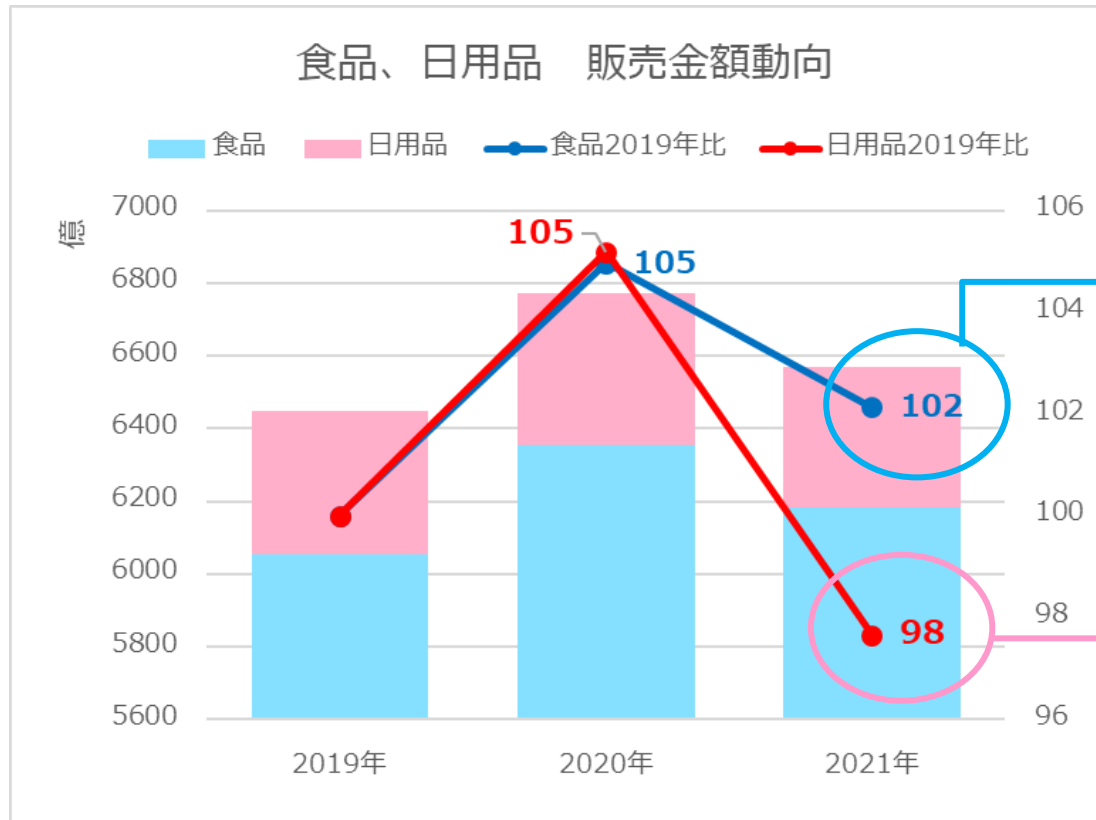
2020年食品スーパーはコロナ禍の巣ごもり需要、まとめ買いニーズなどで売上が伸長。2021年もその傾向が続き、日用品を含めたワンストップショッピングが注目されている。そこで、食品スーパーでの日用品の売上状況をまとめる。（値は特に記載がない限り2019年金額比）

- ✓ 2020年は食品、日用品とも105。2021年食品は102だったが、日用品は98とコロナ前より微減となった。
- ✓ 2021年日用品の主要4分類中（日用雑貨、家庭用品、化粧品、ペット用品）、化粧品が大幅減（77.7）で他3分類は微増。化粧品の大幅減が日用品98の要因。
- ✓ 特に、コロナ禍生活に直結する衛生系商品類（マスク、ハンドソープ、ウェットティッシュ等）、調理に直結する商品類（フリーザーバック、家庭用手袋等）の他、洗剤や掃除など日常生活で使用頻度の高い商品類が2021年も高い売上を維持し、食品スーパーで購入され続けている、つまりこれらの分類は、食品スーパーにとって買い物単価アップの重要な分類と言える。
- ✓ 最も伸長したのは、マスク（2020年468.7、2021年300.9）。主力品が7枚入りから30枚・50枚に変化したことで、平均単価は2019年+100円超となった。
- ✓ 家庭用手袋は、衛生面から調理や掃除シーンで使い切り手袋を使用する機会が増えたことで大幅伸長。
- ✓ 入浴剤は、おうち時間の充実や健康管理から人気。上位メーカー以外にも伸長していることからバラエティ志向が見られる。

* 食品は生鮮食品、店内調理の惣等のインスタコード商品は集計対象外。日用品はOTC医薬品等は集計対象外。

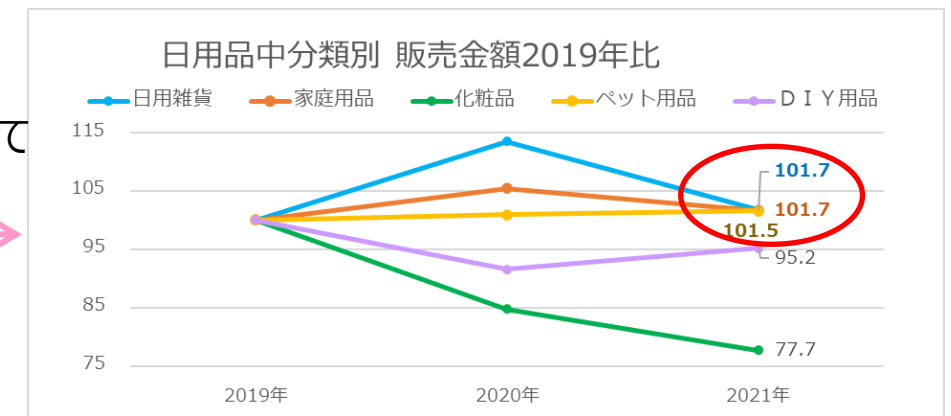
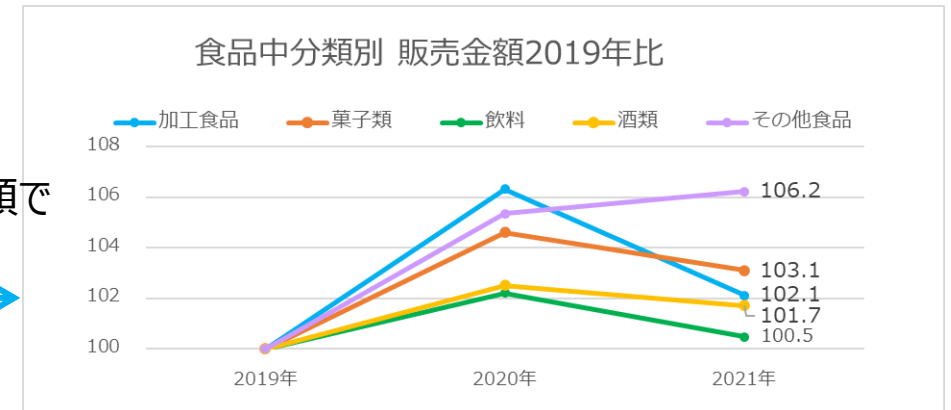
食品、日用品2019年比金額推移

- ✓ 2020年は3月以降生活が一変。巣ごもり需要で、食品スーパーにおける食品、日用品とも前年比105と伸長。
- ✓ 2021年も新型コロナウイルスの影響は続いたが、ウィズコロナ時代に合わせた暮らし方、ライフスタイルの確立が進み、まとめ買いや買い物時間の短縮ニーズによりワンストップショッピングが注目された。その中、食品は2019年比102と微増に対し、日用品は同98とコロナ前よりダウンした。
- ✓ ダウンの日用品だが、化粧品の大幅減（77.7）に対し微増している分類もあり、分類によって傾向が異なることがわかる。



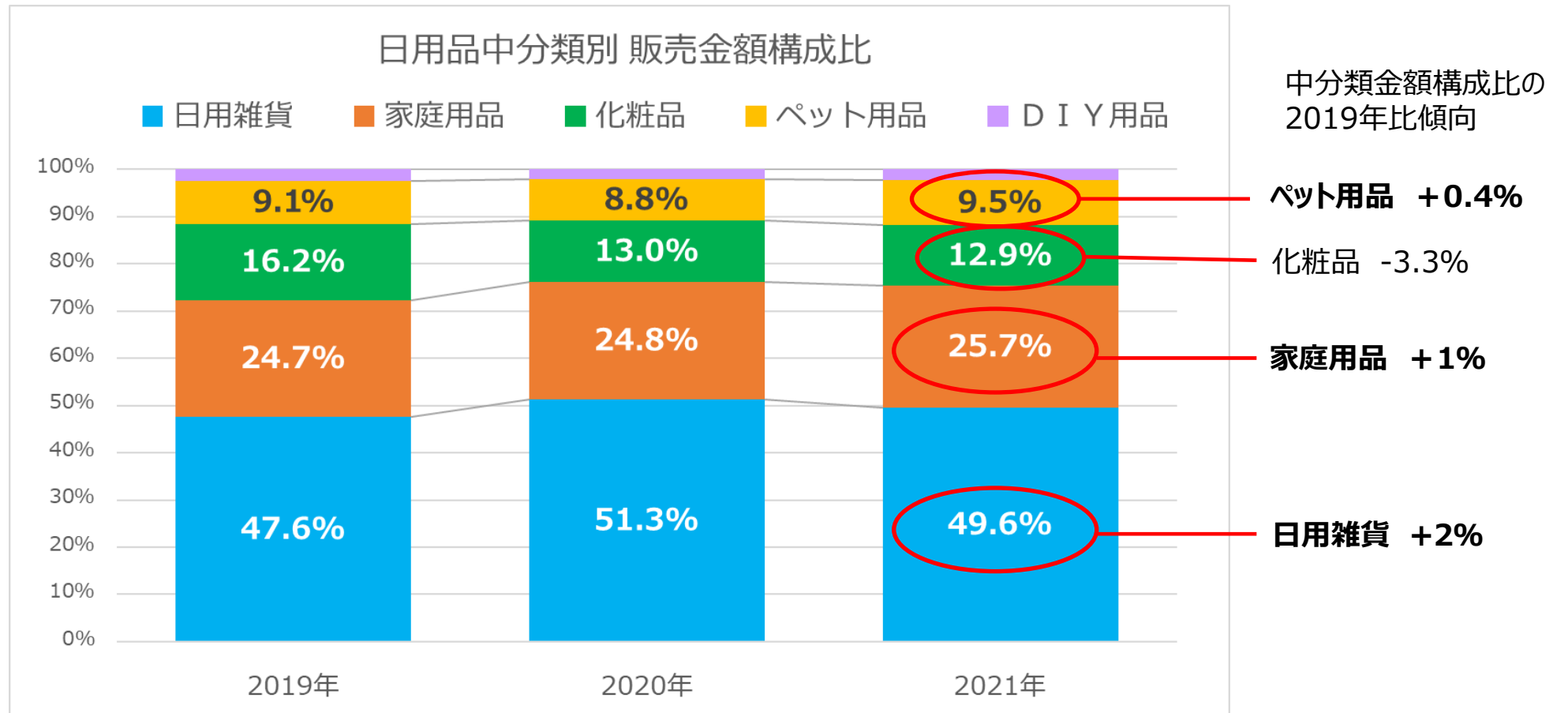
食品はすべての分類で2019年比増

日用品は分類によって傾向が異なる



日用品分類動向①

- ✓ 日用品中分類別金額構成比は、以下の通り。
 日用雑貨(50%前後) > 家庭用品(25%前後) > 化粧品(10%強)
 > ペット用品(10%弱) > DIY用品(2%強)
- ✓ 以降、主要中分類の中から、大幅にダウンしている化粧品を除いた上位3分類について傾向を見る。



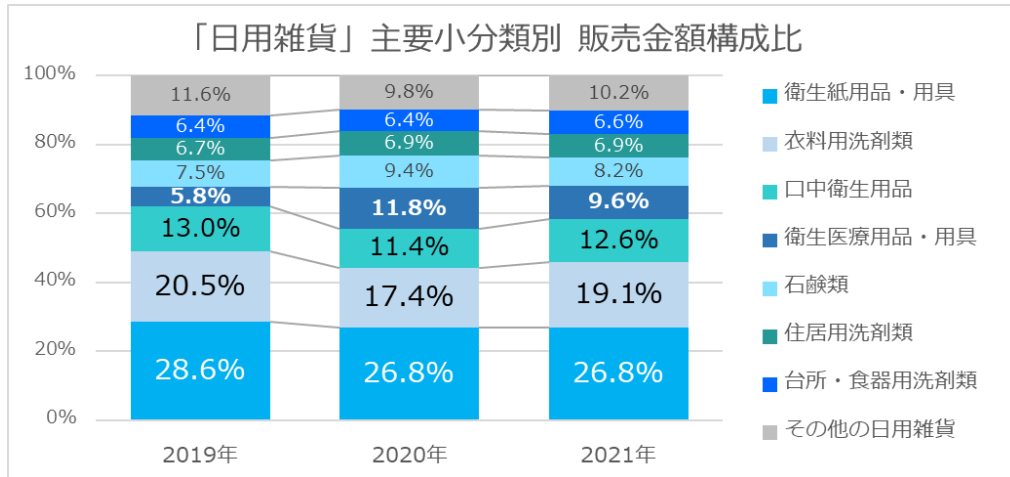
日用品分類動向② 日用雑貨分類

- ✓ 衛生医療用品・用具、石鹼類は2019年比大幅増。ウィズコロナに直結する分類は高い販売を維持。
- ✓ 日用雑貨の重点分類（日用雑貨内金額構成比5%以上）かつ2年連続2019年伸長細分類は以下。

衛生系の商品→マスク、ハンドソープ

おうち時間の充実、健康管理→入浴剤

長くなったおうち時間で使用→使い捨て紙クリーナー類、台所用洗剤



| 販売金額2019年比 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 衛生紙用品・用具 | 100 | 106.4 | 95.3 |
| 衣料用洗剤類 | 100 | 96.7 | 94.8 |
| 口中衛生用品 | 100 | 99.4 | 98.8 |
| 衛生医療用品・用具 | 100 | 232.2 | 168.6 |
| 石鹼類 | 100 | 143.3 | 111.3 |
| 住居用洗剤類 | 100 | 117.3 | 105.0 |
| 台所・食器用洗剤類 | 100 | 113.7 | 105.1 |
| その他の日用雑貨 | 100 | 95.8 | 90.0 |

■ 対2019年比で好調な主要細分類

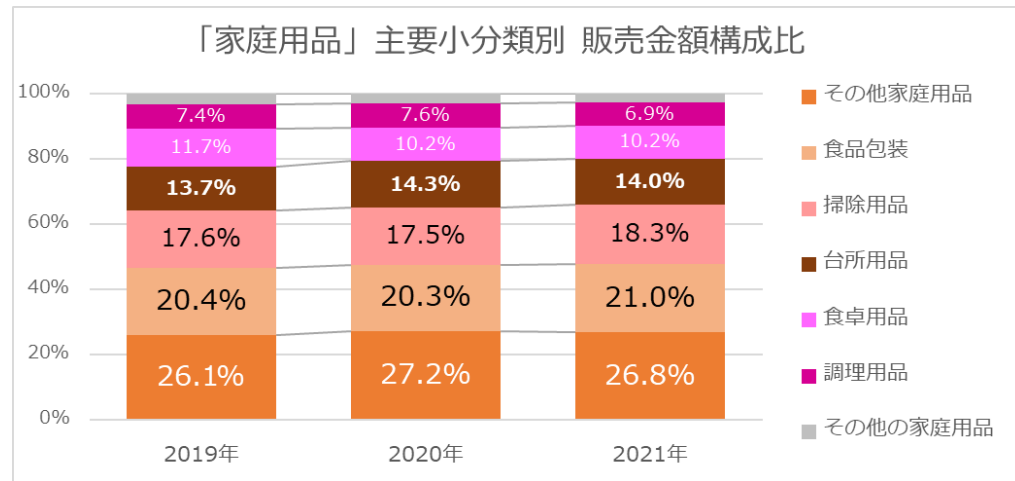
| 中分類名称 | 主要小分類名称 | 主要細分類名称 | 2019年 | 2020年*1 | 金額構成比*2 | 2021年*1 | 金額構成比*2 |
|-----------|-----------|--------------|-------|---------|---------|---------|---------|
| 日用雑貨 | 衛生医療用品・用具 | マスク | 100 | 468.7 | 23.4% | 300.9 | 18.6% |
| | | 使い捨てカイロ | 100 | 91.5 | 3.0% | 84.0 | 3.3% |
| | | 綿棒 | 100 | 129.2 | 1.9% | 121.1 | 2.2% |
| | | 救急絆創膏 | 100 | 105.7 | 1.7% | 107.0 | 2.1% |
| 石鹼類 | | ボディシャンプー・リンス | 100 | 100.8 | 6.9% | 96.5 | 8.2% |
| | | ハンドソープ | 100 | 320.0 | 11.0% | 153.9 | 6.5% |
| 住居用洗剤類 | | 入浴剤 | 100 | 108.2 | 6.2% | 112.5 | 8.0% |
| | | 使い捨て紙クリーナー類 | 100 | 112.5 | 7.1% | 103.8 | 8.1% |
| | | バス用洗剤 | 100 | 105.9 | 3.4% | 107.3 | 4.2% |
| | | トイレ用洗剤 | 100 | 101.3 | 2.3% | 101.9 | 2.9% |
| | | その他住居用洗剤類 | 100 | 626.6 | 1.9% | 213.6 | 0.8% |
| 台所・食器用洗剤類 | | 台所用洗剤 | 100 | 108.8 | 12.6% | 106.8 | 15.3% |
| | | 台所用漂白剤 | 100 | 107.2 | 2.7% | 92.7 | 2.9% |
| | | 台所用除菌・消臭剤 | 100 | 225.3 | 1.7% | 131.9 | 1.2% |

*1：販売金額の2019年比

*2：各中分類内金額構成比（5%以上着色）

日用品分類動向③ 家庭用品分類

- ✓ 家庭内調理機会の増加にともなって、2019年比大幅増の分類が見られる。
- ✓ 家庭用品の重点分類（家庭用品内金額構成比5%以上）かつ2年連続2019年伸長細分類は以下。
 その他食品包装（フリーザーバック等）、ゴミ袋、キッチンペーパー
- ✓ 金額構成比は小さいが伸長率が高い分類。
 家庭用手袋（食器洗い等で利用する手袋、掃除や調理等で利用する使い切り手袋等）



■ 対2019年比で好調な主要細分類

| 中分類名称 | 主要小分類名称 | 主要細分類名称 | 2019年 | 2020年*1 | 金額構成比*2 | 2021年*1 | 金額構成比*2 |
|-------|---------|-----------|-------|---------|---------|---------|---------|
| 家庭用品 | その他家庭用品 | 家庭用手袋 | 100 | 133.8 | 2.4% | 115.5 | 2.2% |
| | | 食品包装 | 100 | 102.3 | 15.1% | 101.0 | 15.3% |
| | 掃除用品 | ラッピングフィルム | 100 | 110.3 | 7.6% | 113.5 | 8.0% |
| | | その他食品包装 | 100 | 106.7 | 3.0% | 102.9 | 3.0% |
| | | アルミホイル | 100 | 104.8 | 20.4% | 106.2 | 21.2% |
| | 台所用品 | ゴミ袋 | 100 | 119.2 | 8.9% | 111.3 | 8.5% |
| | | キッチンペーパー | 100 | 103.0 | 3.2% | 99.2 | 3.2% |
| | | たわし・スポンジ | 100 | | | | |

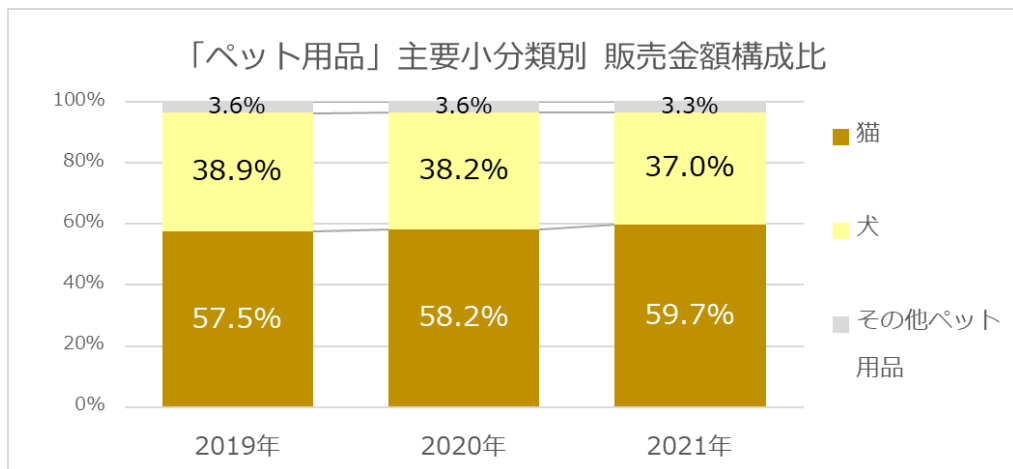
| 販売金額2019年比 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|------------|-------|-------|-------|
| その他家庭用品 | 100 | 110.0 | 104.3 |
| 食品包装 | 100 | 105.0 | 104.8 |
| 掃除用品 | 100 | 104.7 | 105.7 |
| 台所用品 | 100 | 110.7 | 104.3 |
| 食卓用品 | 100 | 91.9 | 89.0 |
| 調理用品 | 100 | 107.0 | 94.5 |
| その他の家庭用品 | 100 | 97.5 | 89.7 |

*1：販売金額の2019年比

*2：各中分類内金額構成比（5%以上着色）

日用品分類動向④ ペット用品分類

✓ ペット用品では猫フードが伸長しているが、犬フードはダウン。



■ 対2019年比で好調な主要細分類

| 中分類名称 | 主要小分類名称 | 主要細分類名称 | 2019年 | 2020年*1 | 金額構成比*2 | 2021年*1 | 金額構成比*2 |
|-------|---------|---------|-------|---------|---------|---------|---------|
| ペット用品 | 猫 | 猫フード | 100 | 102.8 | 54.2% | 106.8 | 55.9% |
| | | 猫用品・用具 | 100 | 98.3 | 6.1% | 94.8 | 5.9% |
| | 犬 | 犬フード | 100 | 98.8 | 33.9% | 96.5 | 32.8% |
| | | 犬用品・用具 | 100 | 101.1 | 5.8% | 96.1 | 5.4% |

| 販売金額2019年比 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 猫 | 100 | 102.2 | 105.5 |
| 犬 | 100 | 99.1 | 96.4 |
| その他ペット用品 | 100 | 100.3 | 93.2 |

*1：販売金額の2019年比

*2：各中分類内金額構成比（5%以上着色）

2021年伸長率(2019年比)主要細分類トップ20

✓ 2019年比最も伸長した分類は「マスク」の300.9で、2年連続大幅増となった。2位「ハンドソープ」、3位「ウェットティッシュ」と続く。これらは衛生・除菌系分類でコロナ禍生活に直結した分類がトップ3を占めた。

✓ 調理機会増の影響が見られる主な分類

- 5位「その他食品包装」
- 7位「キッチンペーパー」
- 17位「アルミホイル」

✓ 2021年より伸長した上位分類

- 6位「入浴剤」
- 8位「バス用洗剤」
- 9位「トイレ用芳香・消臭・防臭剤」
- 10位「猫フード」

✓ 洗剤や掃除系など日常分類でも伸長

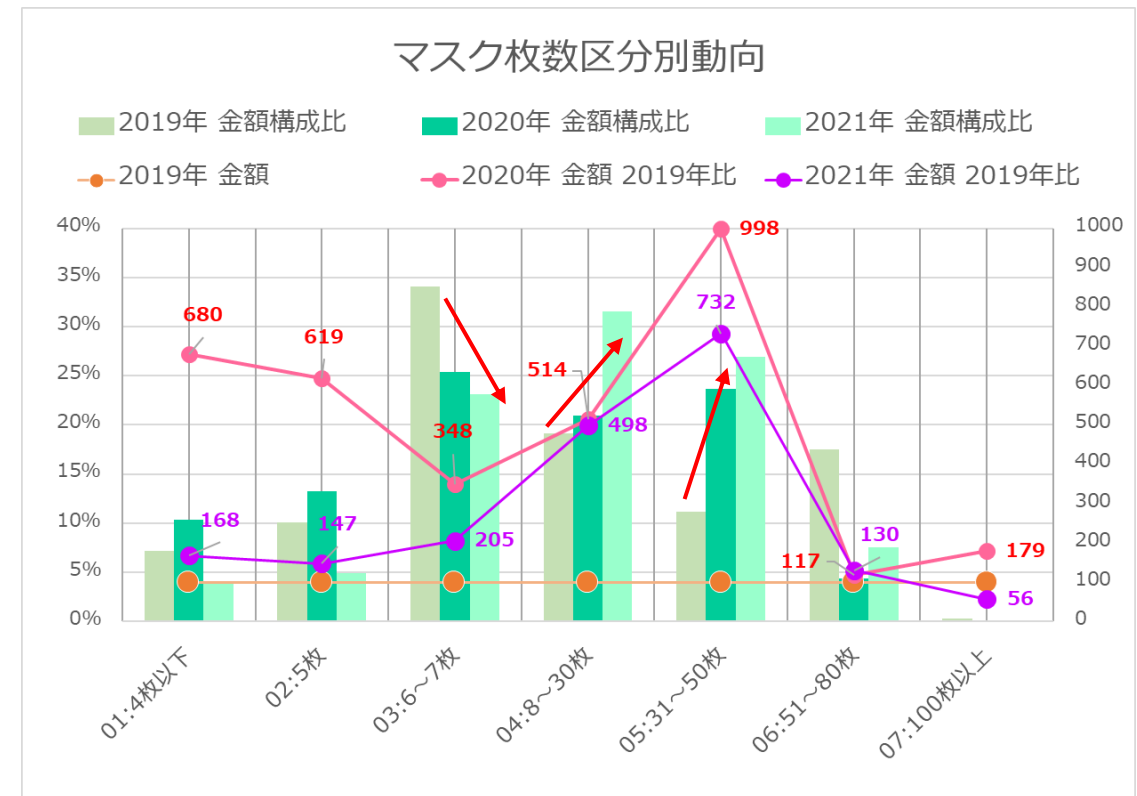
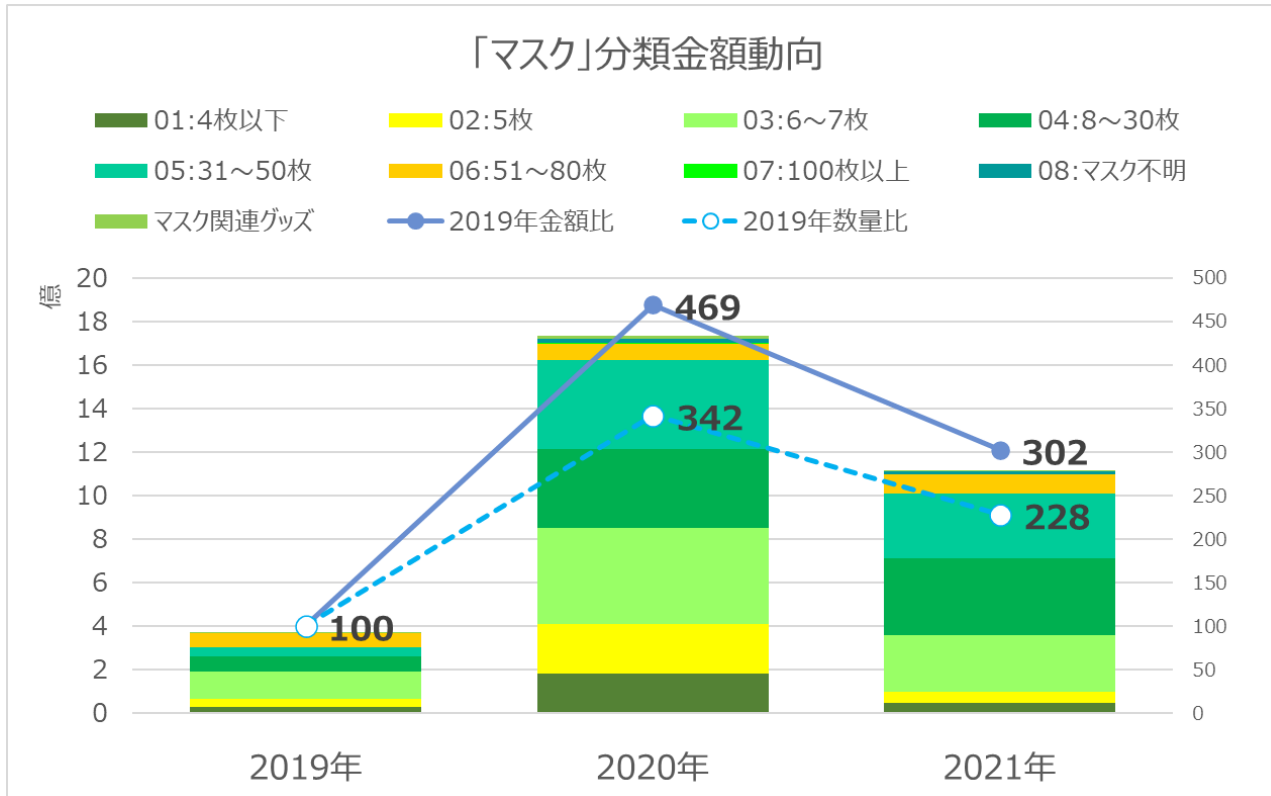
✓ 上記傾向の分類で、ワンストップショッピングの傾向が見られる

| No.1 | 細分類名称 | 中分類名称 | 小分類名称 | 2020年 | 2021年 | 備考 |
|------|---------------|-------|-----------|-------|-------|-----------------|
| 1 | マスク | 日用雑貨 | 衛生医療用品・用具 | 468.7 | 300.9 | |
| 2 | ハンドソープ | 日用雑貨 | 石鹼類 | 320.0 | 153.9 | |
| 3 | ウェットティッシュ | 日用雑貨 | 衛生紙用品・用具 | 198.5 | 121.2 | |
| 4 | 家庭用手袋 | 家庭用品 | その他家庭用品 | 133.8 | 115.5 | 食器洗い用、掃除・調理用手袋等 |
| 5 | その他食品包装 | 家庭用品 | 食品包装 | 110.3 | 113.5 | フリーザーバック等 |
| 6 | 入浴剤 | 日用雑貨 | 石鹼類 | 108.2 | 112.5 | 21年に20年より伸長 |
| 7 | キッチンペーパー | 家庭用品 | 台所用品 | 119.2 | 111.3 | |
| 8 | バス用洗剤 | 日用雑貨 | 住居用洗剤類 | 105.9 | 107.3 | 21年に20年より伸長 |
| 9 | トイレ用芳香・消臭・防臭剤 | 日用雑貨 | 芳香・消臭剤 | 105.8 | 107.3 | 21年に20年より伸長 |
| 10 | 猫フード | ペット用品 | 猫 | 102.8 | 106.8 | 21年に20年より伸長 |
| 11 | 台所用洗剤 | 日用雑貨 | 台所・食器用洗剤類 | 108.8 | 106.8 | 食器洗い用洗剤 |
| 12 | ゴミ袋 | 家庭用品 | 掃除用品 | 104.8 | 106.2 | 21年に20年より伸長 |
| 13 | ボディローション・クリーム | 化粧品 | ボディケア化粧品 | 108.0 | 105.6 | |
| 14 | 軽失禁用品・用具 | 日用雑貨 | 衛生紙用品・用具 | 102.2 | 103.9 | 21年に20年より伸長 |
| 15 | 使い捨て紙クリーナー類 | 日用雑貨 | 住居用洗剤類 | 112.5 | 103.8 | トイレ、部屋用紙クリーナー等 |
| 16 | 洗口液 | 日用雑貨 | 口中衛生用品 | 102.2 | 103.7 | 21年に20年より伸長 |
| 17 | アルミホイル | 家庭用品 | 食品包装 | 106.7 | 102.9 | |
| 18 | 漂白剤 | 日用雑貨 | 衣料用洗剤類 | 106.3 | 102.7 | |
| 19 | 弁当箱・ウェア | 家庭用品 | 食卓用品 | 98.8 | 101.5 | |
| 20 | その他台所用品 | 家庭用品 | 台所用品 | 104.8 | 101.4 | 水切り用ゴミ袋等 |

* 各中分類内金額構成比1%以上の分類

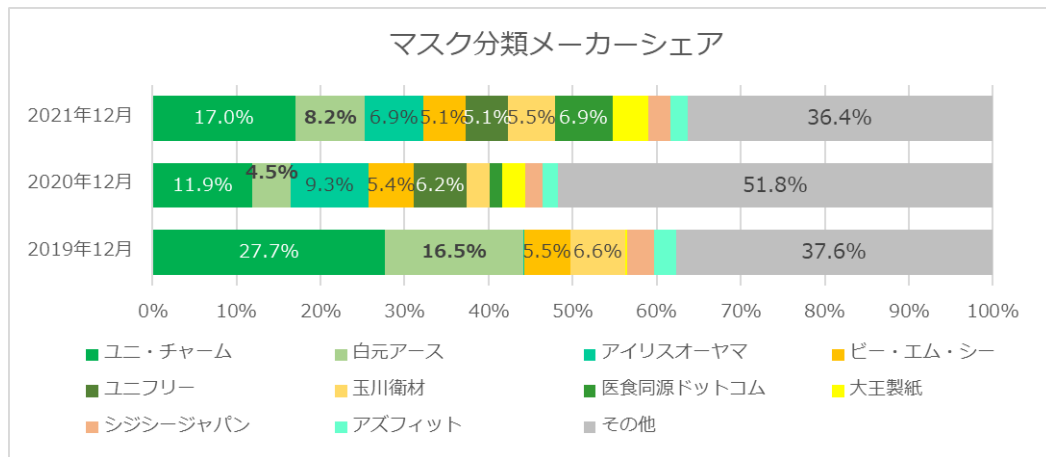
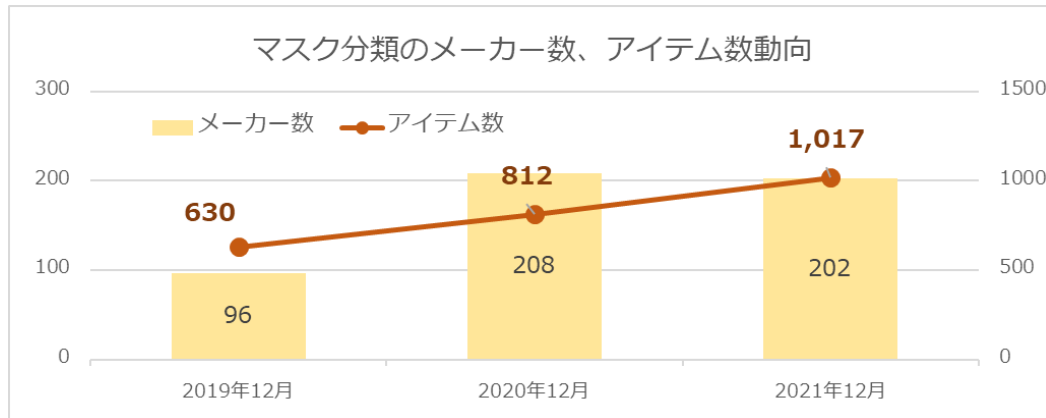
マスク分類①

- ✓ マスク分類の平均単価は2019年から大幅増。(カッコ内2019年との差)
 2019年 343円 → 2020年 470円 (+127円) → 2021年 454円 (+111円)
- ✓ 主力品は7枚入りから30枚～50枚に変化。
 7枚以下は大幅減 2019年51.3%→2021年32.0% -19.3%
 8～30枚は大幅増 2019年19.1%→2021年31.5% +12.4%
 31～50枚は大幅増 2019年11.1%→2021年27.0% +15.9%



マスク分類②

- ✓ マスク分類の出現アイテム数は大幅伸長。2019年の630から2021年は約1.6倍の1017へ拡大。
- ✓ 2021年12月のメーカー数は、2019年12月比2倍の202社。ユニ・チャーム、白元アースのトップ2は変わらないが（シェアは大きくダウン）、3位のアイリスオーヤマは2020年から出現しシェア6.9%を確保。上位メーカーの顔ぶれが若干変わっている。

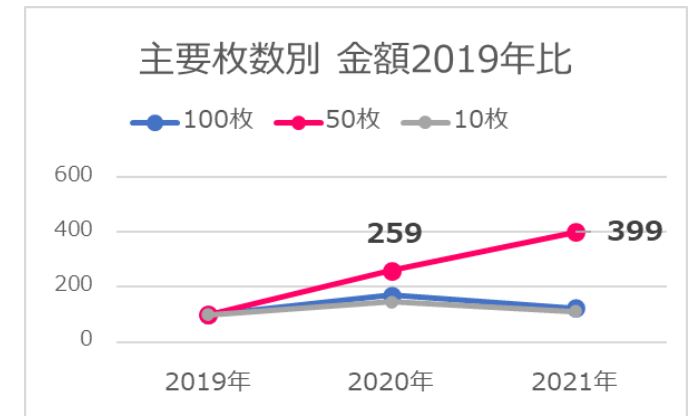
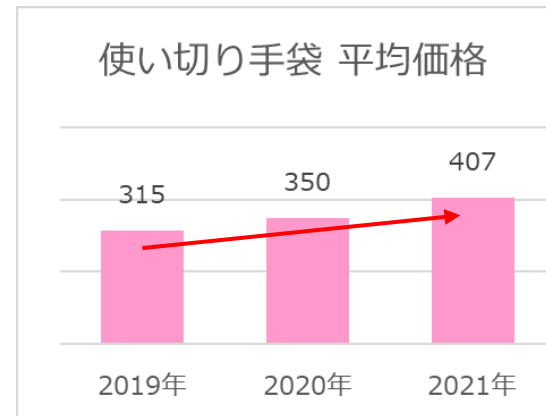
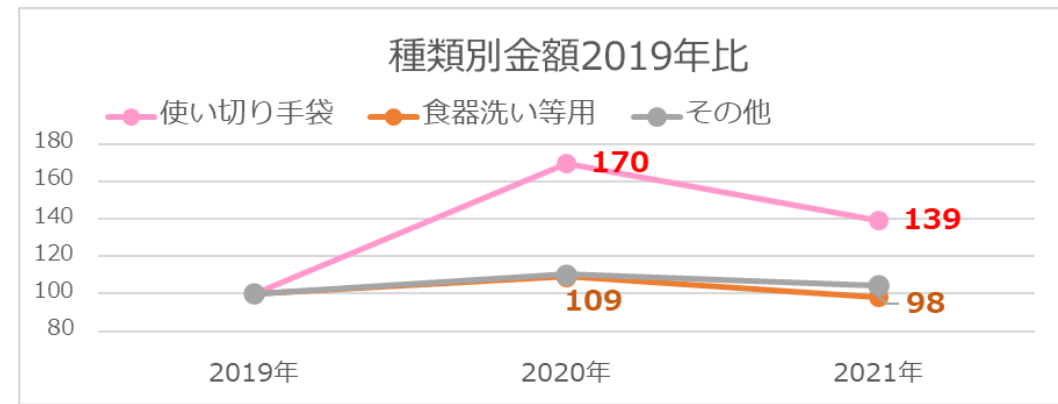
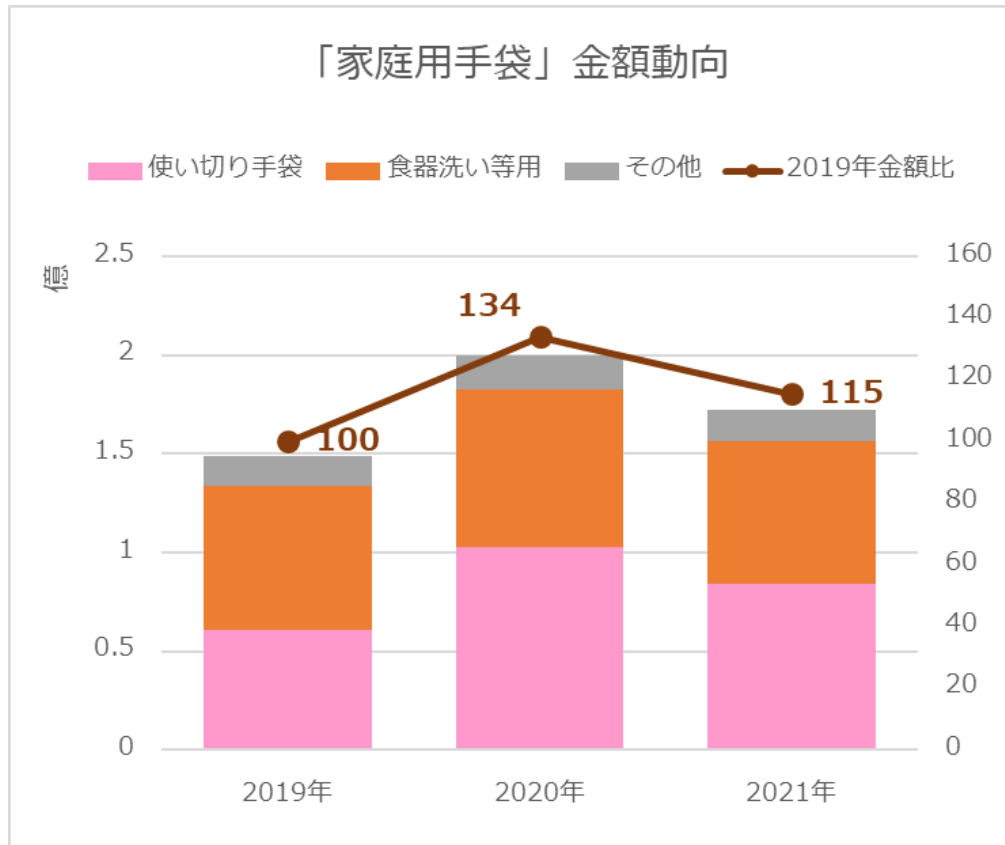


●2021年マスク分類売上上位20品

| No. | 商品コード | 商品名称 | メーカー | 金額構成比 | 数量/店 | 販売店率 |
|-----|---------------|---------------------------|----------|-------|---------|-------|
| 1 | 4903111950232 | 超快適マスク プリーツタイプ ふつう 7枚 | ユニ・チャーム | 3.4% | 167.35 | 78.8% |
| 2 | 4903111951376 | 超快適マスク プリーツタイプ ふつう 30枚 | ユニ・チャーム | 3.0% | 75.12 | 40.1% |
| 3 | 4580639720495 | ユニフリー なめらかマスク ふつう 50P | ユニフリー | 3.0% | 792.05 | 9.7% |
| 4 | 4967576530828 | アイリス やわらかマスクふつうサイズ 30枚 | アイリスオーヤマ | 2.8% | 206.61 | 21.8% |
| 5 | 4901870364338 | ベスト 3層プリーツマスク ふつう 60P | シジシージャパン | 2.7% | 456.88 | 13.4% |
| 6 | 4935089118833 | サンリツ ソフトプリーツマスクレギュ 50枚 | サンリツ | 1.6% | 984.35 | 4.4% |
| 7 | 4562350982123 | 99%カット冷感不織布マスク WH 50P | イトウ | 1.6% | 465.16 | 7.7% |
| 8 | 4580116955976 | BMC フィットマスク レギュラー 30枚 | ビー・エム・シー | 1.4% | 401.12 | 8.9% |
| 9 | 4967576497916 | ディスポーザブルマスク ふつう 30枚 | アイリスオーヤマ | 1.4% | 119.28 | 19.8% |
| 10 | 4971633910102 | エルモア 不織布マスク ふつうサイズ 30枚 | カミ商事 | 1.3% | 241.55 | 7.7% |
| 11 | 4967576481663 | アイリス サージカルマスク ふつうサイズ 7枚 | アイリスオーヤマ | 1.3% | 158.28 | 42.3% |
| 12 | 4903111950164 | 超快適マスク プリーツタイプ 小さめ 7枚 | ユニ・チャーム | 1.3% | 66.24 | 72.8% |
| 13 | 4902011830774 | ハイパーBマスク ウイルス飛沫ブロックふつう30枚 | 大王製紙 | 1.2% | 55.81 | 22.9% |
| 14 | 4903111951208 | 超快適マスク プリーツタイプ 小さめ 30枚 | ユニ・チャーム | 1.1% | 35.59 | 30.3% |
| 15 | 4580639720518 | ユニフリー なめらかマスク ちいさめ 50P | ユニフリー | 1.1% | 233.1 | 11.5% |
| 16 | 4570087140563 | WE T J 不織布マスク 50枚 | WE T J | 1.0% | 1351.53 | 2.0% |
| 17 | 4903111901937 | ユニチャーム 超立体マスク ふつう 7枚 | ユニ・チャーム | 1.0% | 75.55 | 48.7% |
| 18 | 4902407580160 | 白元アース 快適ガードプロ プリーツタイプR 5枚 | 白元アース | 0.9% | 75.57 | 45.6% |
| 19 | 4903111579952 | 超快適マスク 息ムレクリア ふつう 5+1枚 | ユニ・チャーム | 0.9% | 85.57 | 40.1% |
| 20 | 4901117674077 | コプロ サージカルマスク | コプロ | 0.9% | 453.86 | 3.4% |

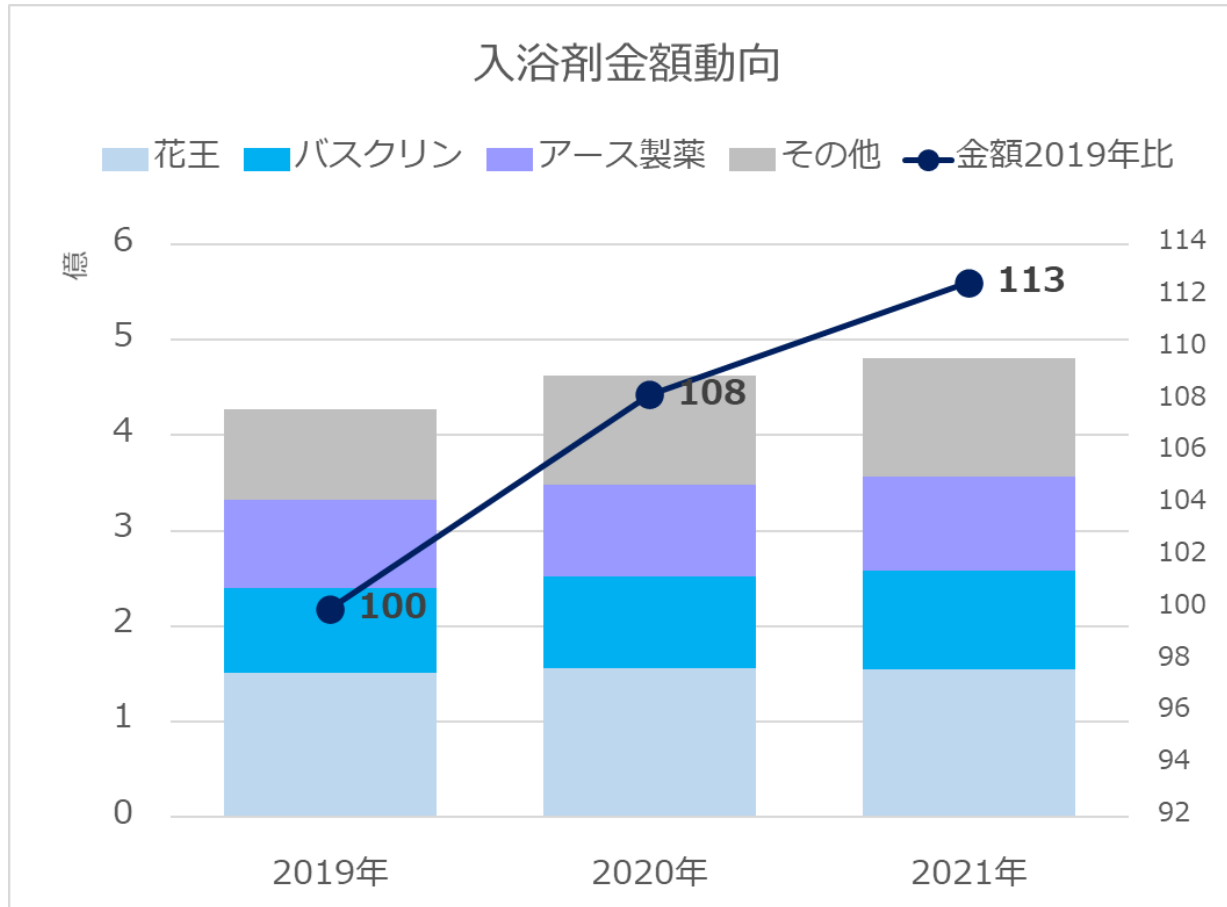
家庭用手袋分類

- ✓ 伸長している家庭用手袋の中でも、使い切り手袋の伸長率が高い。衛生面から、調理や掃除などで使い切り手袋を利用するシーンが増えていることが推測される。
- ✓ 使い切り手袋は平均価格が大幅増（+92円）。枚数別金額構成比では、3年とも100枚入りが約50%を占め最も高いが、50枚入りの伸長率が高い。



入浴剤分類

- ✓ 2021年は2019年比113と伸長。コロナ禍のおうち時間充実、健康管理などで支持されていると推測される。
- ✓ 上位メーカーの顔ぶれは変わらず、上位5メーカーで金額構成比90%を占める状況は変わらないが、6位以下でも大きく伸長しているメーカーが多く、入浴剤分類全体が活性化していることがわかる。



● 2021年上位メーカー別金額2019年比

| | メーカー名 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|----|--------------|-------|-------|-------|
| 1 | 花王 | 100 | 103 | 103 |
| 2 | バスクリン | 100 | 109 | 116 |
| 3 | アース製薬 | 100 | 103 | 106 |
| 4 | 白元アース | 100 | 120 | 132 |
| 5 | バンダイ | 100 | 136 | 165 |
| 6 | 日本流通産業 | 100 | 108 | 100 |
| 7 | クラシエホームプロダクツ | 100 | 105 | 107 |
| 8 | クナイプジャパン | 100 | 131 | 181 |
| 9 | ノルコーポレーション | 100 | 168 | 202 |
| 10 | アトリー物産 | 100 | 115 | 120 |
| 11 | ヘルス | 100 | 107 | 122 |
| 12 | サンタン | 100 | 133 | 235 |
| 13 | 牛乳石鹼共進社 | 100 | 151 | 142 |
| 14 | あらた | 100 | 93 | 76 |
| 15 | ライオンケミカル | 100 | 184 | 167 |