
まだまだ伸長は続く？ オートミールの売上を紐解く

～ 市場データ（KSP-POS）とIDレシートデータからアプローチ ～

2022/2/17

* 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

腸活や発酵性食物繊維などのキーワードで注目される「オートミール」は、多彩なレシピがメディアやSNSで紹介され、食品スーパーでも売上拡大中。POSデータ（KSP-POS）から伸長の実態や売場の状況、IDレシートデータから購入者の特徴を分析し、オートミール人気を紐解く。

- ✓ オートミールの2021年販売金額は、2019年比659%、2020年比234%！急速な需要拡大で、一時期品薄・品切れになった時期もあった。2021年12月には子供向けシリアルを抜き、シリアルカテゴリー全体の約15%を占めるまで成長。その勢いは止まらない。
- ✓ ケロッグや日清シスコなど大手メーカーの新規参入や、既存商品のリニューアル、相次ぐ新商品発売などで、カテゴリー全体が活性化。2021年後半も前期比200%超で推移していることから、今後も引き続き伸長が見込まれる。
- ✓ 以前より大容量品の販売が高くなっており、日常食としての定着、習慣化が推測される。現在は、プレーン味のオートミールを主食やスイーツなどに利用するレシピ訴求が中心だが、今後味付け商品など商品バラエティの拡充や簡便商品の出現などにより、一層購入者・オケージョン拡大のチャンスがあるのではないかな。
- ✓ 買い物レシートから見ると、オートミールは約7割が女性。よく利用する外食チェーンは上質系のFFやFR、よく購入する商品カテゴリーから日常的に調理をしている様子が見られ、どちらもフルグラ購入層とは違うペルソナがイメージされる。
- ✓ オートミール購入者の約2割は他シリアル商品未購入者で、リピート率も36%と比較的高い。実際の購入者が日常的に購入している商品から、子育て中で健康に気遣う意識が見られるなどリアルなインサイトが把握できる。

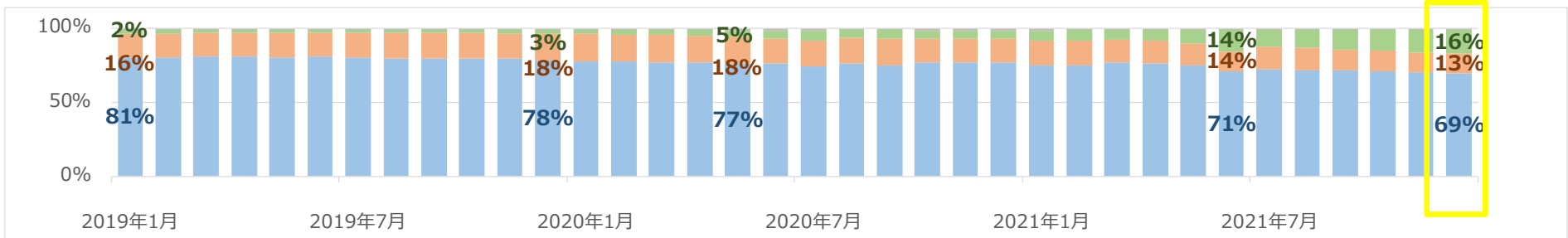
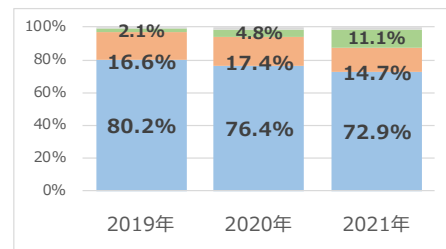
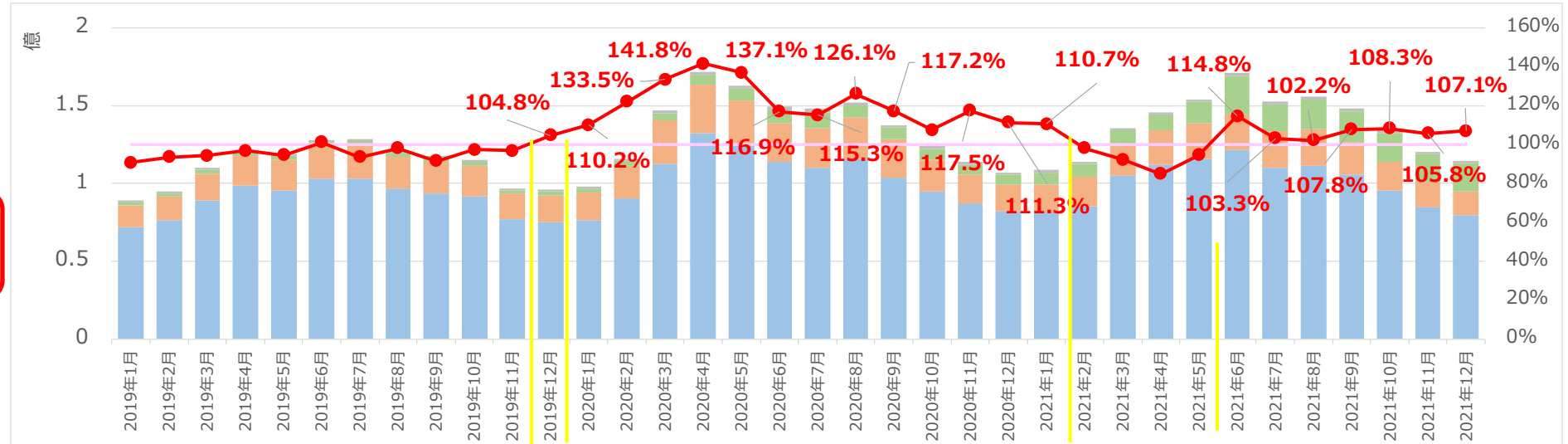
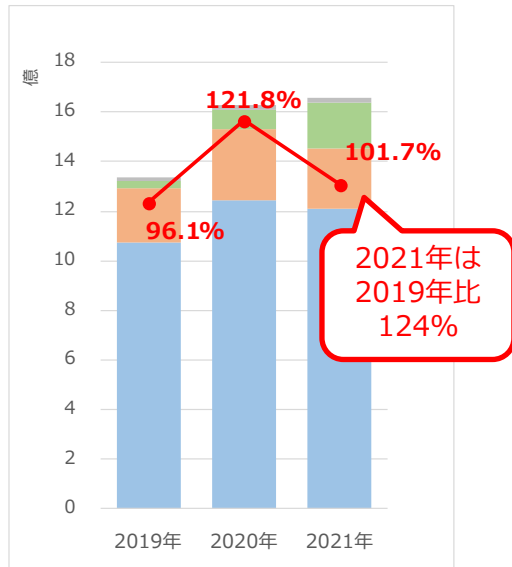
* KSP-POS（食品SM） 2018年1月～2021年12月継続店で集計。

* 子供向けシリアル：おまけがついたり、パッケージにキャラクター等が描かれるなど、子供をメインターゲットにしたシリアル、大人向けシリアル：輸入品シリアルまたは子供向けシリアル以外のシリアル商品

シリアルカテゴリー動向①

シリアルカテゴリーは直近2年で20%超伸長。オートミールの金額構成比は、2019年の2.1%から2021年11.1%に急伸。
 2019年12月～2021年1月まで14ヶ月連続前年比プラスとなった（2020年1月～翌1月までは2桁伸長）。2021年2月～5月はコロナ特需の裏年であることから前年割れとなったものの、6月から再度プラスに転じた。
 金額構成比では、2019年大人向けと子供向けで95%以上を占めていたが、2020年春以降オートミールの構成比が徐々に高まり、2021年12月には16%を占め子供向けを上回った。

■ シリアルカテゴリー動向（上：金額、下：金額構成比） ■ シリアル大人向け ■ シリアル子供向け ■ シリアルオートミール ■ その他 ■ 金額前期比

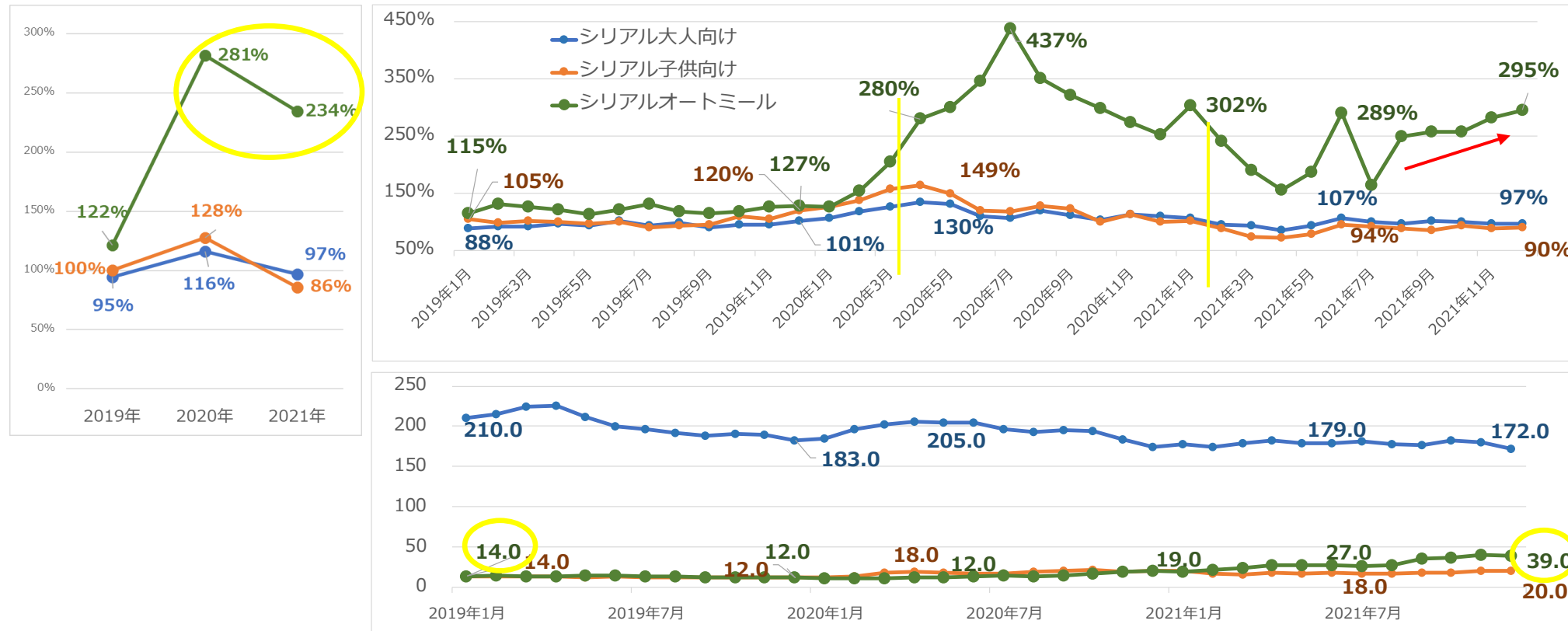


シリアルカテゴリー動向② 分類別伸長率

2020年は3分類とも伸長したが、2020年281%、2021年も234%（2019年比659%）でオートミールの金額前期比が突出している。

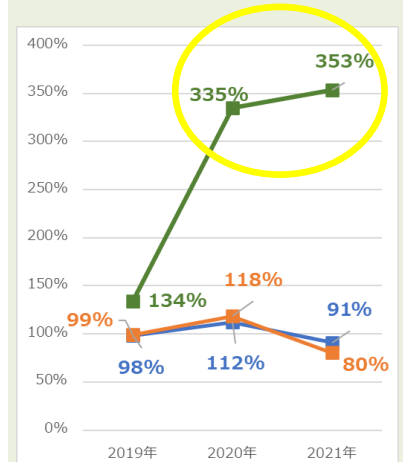
オートミールは、2020年4月以降多くの月で前期比250%超と大幅伸長。アップトレンドになって約2年経つが、直近でも伸長率は緩やかな右肩上がりとなっており今後も継続的な伸長が見込まれる。大人向け、子供向けは前年並みまたはマイナスで推移。オートミールがシリアルカテゴリーを押し上げていることがわかる。売上伸長にともない、出現アイテム数も急増。2021年12月は39アイテム出現し、2019年1月比2.8倍で、商品バラエティの拡大から消費者の選択肢も広がったと推測される。

■シリアル主要分類別動向（上：金額前期比、下：出現アイテム数）



■ドラッグストア 主要分類別動向（金額前期比）

ドラッグストアでのオートミール伸長率は、食品SMより高い。

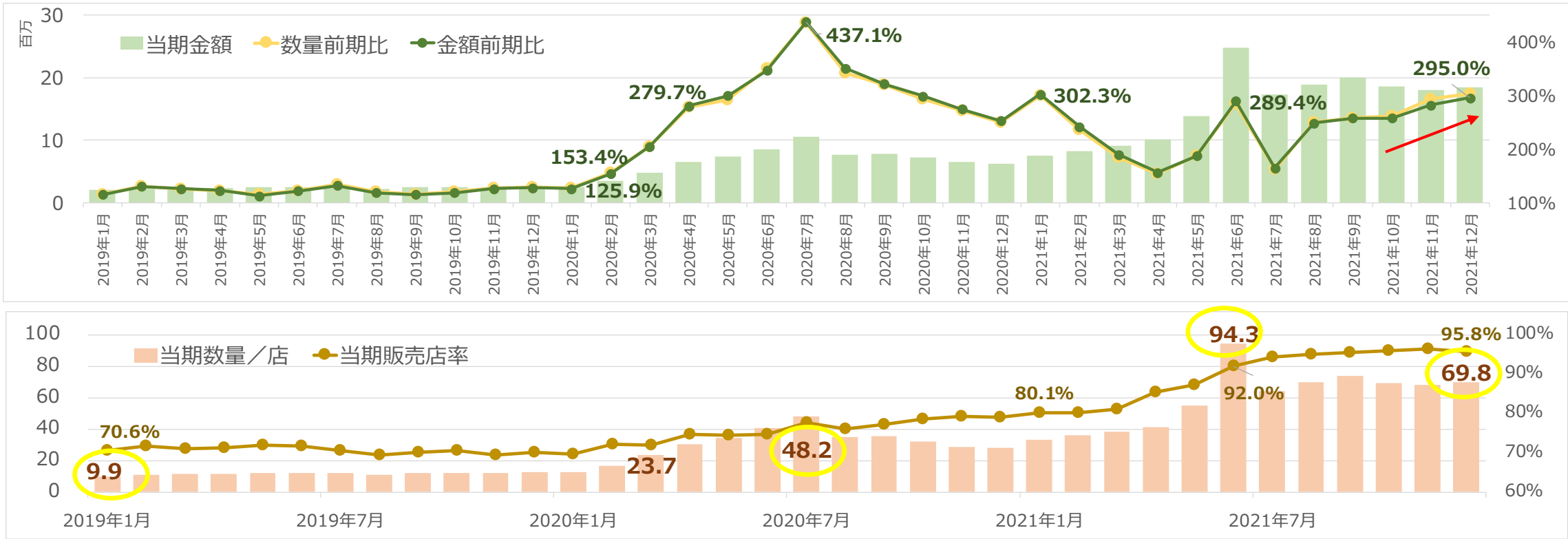


大幅伸長が続くオートミール動向①



前期比は一時期より鈍化したものの、直近の傾向からまだ伸長途中と言える。2019年1月時点で販売店率70%あったものの、数量/店は9.9。売り場に陳列されているが、回転が鈍い状態だった。2020年春以降、数量/店が一気に上昇し2020年7月48.2、2021年6月最大94.3となった。直近は70個前後を維持。1店舗当たり平均取扱いアイテム数も2019年1月の0.9個から、2021年12月は4.6個に拡大し、売り場の拡充も数字で裏付けられた。

■オートミール動向



■1店舗当たり平均取扱いアイテム数

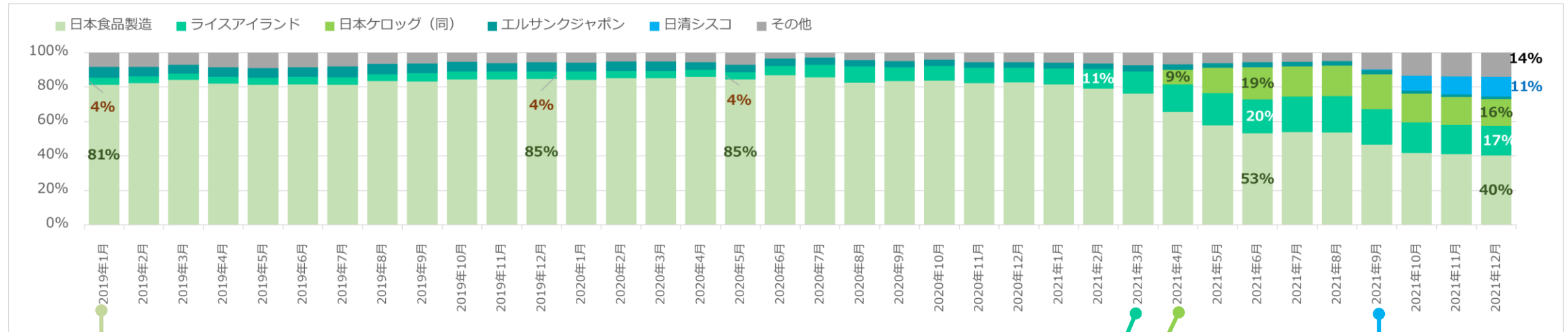
2019年												2020年												2021年											
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
0.9	0.9	0.9	0.9	1.0	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.4	2.1	2.3	2.4	2.5	2.5	3.5	4.6	4.7	4.6

大幅伸長が続くオートミール動向② メーカーシェア

2019年は、日本食品製造が金額シェア80%超を占める一強状態だった。カテゴリーの伸長とともに新規メーカーの参入や新商品発売が相次ぎ、メーカーシェアの状況は大きく変化。2021年12月は日本食品製造のシェアが40%に縮小（ただし、2021年の売上は2019年比425%）、ライスアイランドと日本ケロッグが15%強で続く。

2021年9月「日清シスコのホットシリアル」（4品）を新発売した日清シスコも、2021年12月金額シェア11%と一定のポジションを確立している。

■オートミール主要メーカーシェア（金額構成比）



2019年1月
日本食品製造
「日食 プレミアムピュア オートミール 300g」
1品で全体の60%を占めていた。

2021年4月1日新発売
「ケロッグオートミール」

2021年3月 ライスアイランド
新商品を発売

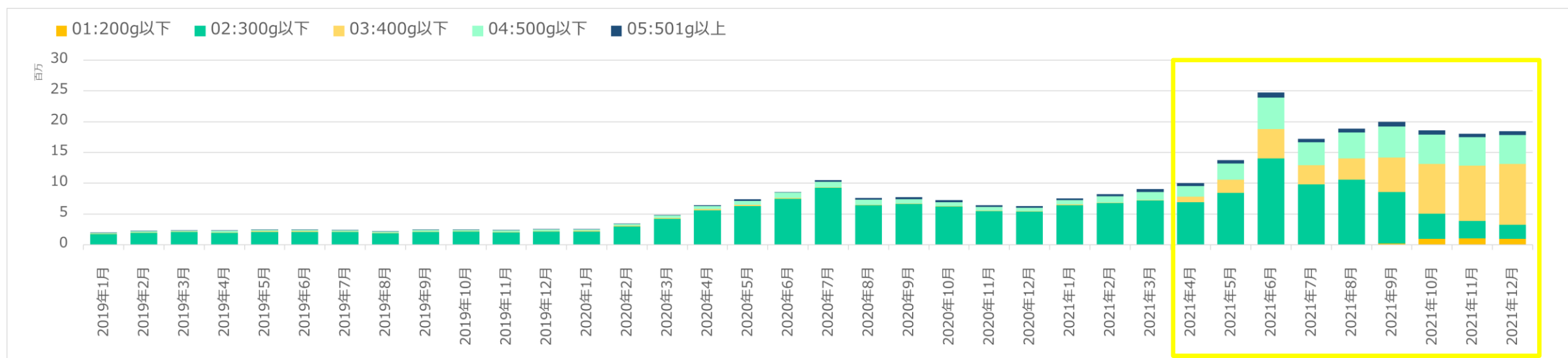
2021年9月27日新発売
「日清シスコのホットシリアル」シリーズ
味付き2品
フレークタイプ1品
スタンダードタイプ1品

日本食品製造
「日食 プレミアムピュア オートミール」10%増量の330gへ

大幅伸長が続くオートミール動向③ 容量区分別動向

ヘルシーで栄養価の高いオートミールを使ったレシピが数多く紹介され、積極的に食生活に取り入れる方が増えているといわれている。容量区分別動向を見ると、以前は201g～300gが主力だったが、2021年6月以降301g～400g、401g～500gの構成比が一気に高まった。2021年12月は301g～400gが金額構成比54%を占め、401g～500gも同26%を占める。大容量品が市場に増えたこと、オートミールが食生活に定着したこと、この両面から大容量商品が購入されていると推測される。

■ オートミール容量区分別動向（金額）



■ メディア等で紹介されている主なレシピ（一例）

米化（オートミールと水をまぜて加熱）

おにぎり、炒飯、リゾット、雑炊、
おかゆ、丼 など

小麦粉等の代わりに、スイーツの材料として使用

クッキー、パンケーキ、スコーン など

その他の使い方

餃子のたね、お好み焼き、 など

大幅伸長が続くオートミール動向④ ランキング

2019年1月（左表）のオートミールランキングは全14品。1位商品の金額構成比は61.2%で、寡占化され提案力の低い硬直カテゴリーだったと推測される。

一方、2021年12月（右表）は全39品出現。その内、21アイテムが2021年に新発売・リニューアルした商品で、活性化されたバラエティ提案のあるカテゴリーに変化している。

■ 2019年1月 オートミールランキング

No.	商品コード	商品名称	メーカー名称	当期金額	金額構成比	当期数量／店	当期販売店率
1	4904075000179	日食 プレミアムビュア オートミール 300g	日本食品製造	1,214,616	61.2%	7.68	59.2%
2	4904075000193	日食 オーガニックビュアオートミール袋 260g	日本食品製造	317,814	16.0%	11.19	10.6%
3	4544605241018	エルサック 有機オートミール 250g	エルサックジャパン	124,793	6.3%	9.64	5.1%
4	4900390708677	ライスアイランドグラノーラ上級者オートミール500	ライスアイランド	85,190	4.3%	10.13	2.1%
5	4904075000117	日食 オーツ 500g	日本食品製造	80,018	4.0%	8.29	2.2%
6	30000012109	クエーカー オートミールレギュラー 336g	米国	68,001	3.4%	5.29	2.8%
7	38527590308	クエーカー オールドFオートミール 510g	米国	38,089	1.9%	4.00	1.6%
8	4800274020010	クエーカー オートミールオリジナル 270g	フィリピン	25,848	1.3%	3.80	2.0%
9	4972222205159	アララ オーガニックジャンボオーツ 800g	キタノ商事	14,296	0.7%	6.33	0.4%
10	9556174815540	オートミールカップチキンマッシュルーム風味 28g	マレーシア	7,367	0.4%	3.78	1.2%
11	9556174815557	オートミールカップビーフ&キャロット風味 28g	マレーシア	3,247	0.2%	1.60	1.3%
12	30000011904	クエーカー オートミールメープルBS 430g	米国	2,946	0.1%	4.00	0.1%
13	4997923404830	私の台所 オートミール 100g	私の台所	2,421	0.1%	3.00	0.5%
14	4532416700015	アリサン 有機オートミール 500g	アリサン	470	0.0%	1.00	0.1%

■ 2021年12月 オートミールランキング上位20

No.	商品コード	商品名称	メーカー名称	出現日	当期金額	金額構成比	当期数量／店	当期販売店率
1	4904075007703	日食 プレミアムビュアオートミール 袋 340g	日本食品製造	2021年9月2日	4,574,272	24.8%	23.7	73.3%
2	4901113482140	ケロッグ オートミール 330g	日本ケロッグ（同）	2021年4月1日	2,872,390	15.6%	16.8	63.3%
3	4904075007710	日食 オーガニックビュアオートミール 袋 330g	日本食品製造	2021年9月2日	1,843,292	10.0%	19.0	36.0%
4	4901870301258	C G C オートミール 500g	シジシージャパン	2021年9月1日	1,291,159	7.0%	23.5	19.4%
5	4900390709766	ライスアイランド マルチオートミール 500g	ライスアイランド	2021年3月7日	1,275,627	6.9%	19.3	23.0%
6	4900390709735	ライスアイランド ミルキーオートミール 500g	ライスアイランド	2021年2月7日	1,001,505	5.4%	20.0	17.8%
7	4901620181659	日清シスコ おいしいオートM フレーク 200g	日清シスコ	2021年9月24日	707,355	3.8%	9.2	32.3%
8	4900390708677	ライスアイランドグラノーラ上級者オートミール500	ライスアイランド	2016年10月11日	577,247	3.1%	11.4	12.8%
9	4904075007727	日食 プレミアムビュアTオートミール 袋 340g	日本食品製造	2021年9月2日	483,563	2.6%	12.9	14.3%
10	4901620181581	日清シスコ オートミールトマトCリゾット風160g	日清シスコ	2021年9月20日	475,065	2.6%	4.8	41.8%
11	4901620181512	日清シスコ おいしいオートミール 300g	日清シスコ	2021年9月25日	465,486	2.5%	13.3	14.9%
12	4901620181550	日清シスコ オートミールチーズCリゾット風160g	日清シスコ	2021年9月20日	449,859	2.4%	5.1	37.4%
13	4562470475024	S S B オートミール ミニバイト 250g	エス・エス・ビー	2021年8月18日	278,498	1.5%	15.0	5.8%
14	4544605241018	エルサック 有機オートミール 250g	エルサックジャパン	2012年9月25日	277,583	1.5%	12.2	9.2%
15	4900390709469	ライスアイランド オートミール 1kg	ライスアイランド	2020年7月1日	270,730	1.5%	6.3	6.7%
16	4904075002142	日食 オーツクイッククッキング 500g	日本食品製造	2020年12月24日	239,831	1.3%	9.6	5.8%
17	4904075000179	日食 プレミアムビュア オートミール 300g	日本食品製造	2006年9月29日	236,158	1.3%	8.9	9.9%
18	4972222205159	アララ オーガニックジャンボオーツ 800g	キタノ商事	2014年4月20日	203,206	1.1%	7.7	3.9%
19	4800274020010	クエーカー オートミールオリジナル 270g	フィリピン	2018年6月25日	202,274	1.1%	8.2	10.2%
20	4902160313791	くらしモア オートミールクイックタイプ 500g	日本流通産業	2021年11月1日	191,785	1.0%	13.8	4.7%



日食
プレミアムビュアオートミール



ケロッグ オートミール



ライスアイランド
マルチオートミール



日清シスコ
おいしいオートM フレーク

ここからは、人に紐づく買い物レシートを使って、購入者の特徴を見ていく。代表的なシリアル「カルビー フルグラ」と、「日食 プレミアムピュアオートミール」及び「旭松食品 食物繊維食オートミール」の比較で、購入されている業態やチェーンを見ると、フルグラと日食オートミールでは大きな違いはない（ドン・キホーテの扱い分、フルグラはディスカウントストアの比率が高い）。一方カップタイプの旭松オートミールは、ローソンでの取り扱いによりCVSがSMと並んでおり、新たな顧客層へのアプローチを実践していることがわかる。

■ 購入される業態・チェーンの比率（購入数量）



フェリカネットワークス(株) IDレシートデータ（2021年1月～2022年1月）より

購入者の属性を比較してみると、フルグラは男女比がほぼ半々に近いのに対し、オートミール 2 品は約7割が女性。年代構成についてはフルグラと日食オートミールでは近しい傾向にあるが、旭松オートミールでは30-40代と60代以上に山が見られる。

未既婚、子有無まで見ていくと、こちらもフルグラと日食オートミールは傾向が近いが、旭松オートミールは層が若干異なり、未婚男性と既婚女性に購入されていることがわかる。コンビニを中心に客層の拡大が期待される。

■ 購入者属性（性年代、未既婚、子有無）

カルビー フルグラ n=2,232			
	男性	女性	男女計
～20代	15%	9%	24%
30代	8%	10%	17%
40代	7%	10%	17%
50代	7%	9%	15%
60代～	9%	17%	26%
	45%	55%	

日食 プレミアムピュアオートミール n=1,180			
	男性	女性	男女計
～20代	8%	13%	21%
30代	8%	10%	18%
40代	4%	10%	14%
50代	4%	11%	15%
60代～	9%	23%	32%
	33%	67%	

旭松 食物繊維食 オートミール n=148			
	男性	女性	男女計
～20代	2%	8%	10%
30代	7%	14%	21%
40代	5%	13%	17%
50代	2%	10%	12%
60代～	11%	28%	40%
	27%	73%	

カルビー フルグラ			
	男性	女性	男女計
未婚	40%	20%	25%
既婚	60%	80%	75%
子あり	40%	67%	60%
子なし	60%	33%	40%

日食 プレミアムピュアオートミール			
	男性	女性	男女計
未婚	34%	25%	27%
既婚	66%	75%	73%
子あり	41%	59%	56%
子なし	59%	41%	44%

旭松 食物繊維食 オートミール			
	男性	女性	男女計
未婚	59%	40%	43%
既婚	41%	60%	57%
子あり	32%	49%	47%
子なし	68%	51%	53%

フェリカネットワークス(株) IDレシートデータ（2021年1月～2022年1月）より

よく利用する外食や購入商品から購入者のペルソナをイメージしていく。外食ではフルグラ購入者は比較的リーズナブルなファミレスや和食系FFチェーンの利用が多いが、日食オートミール購入者はコーヒーショップや上質系のFF、FRを好む傾向。

よく購入する商品カテゴリ（期間併買）では、日食オートミール購入者には調理をしている感じが感じられるが、フルグラでは簡便食やお菓子系、旭松オートミールではインスタントや即食系のカテゴリが多い傾向がみられ、購入インサイトの違いが伺える。

■よく利用する外食チェーン比較

カルビー フルグラ（プレミアムピュアオートミールとの比較）

外食チェーン名	プレミアムピュア購入者とのリフト差
1 ガスト	4.0%
2 吉野家	3.1%
3 築地銀だこ	2.4%
4 丸亀製麺	2.4%
5 かっぱ寿司	1.8%
6 丸源ラーメン	1.8%
7 すき家	1.7%
8 はなまるうどん	1.6%
9 不二家	1.6%
10 リンガーハット	1.5%

日食 プレミアムピュアオートミール（フルグラとの比較）

外食チェーン名	フルグラ購入者とのリフト差
1 スターバックスコーヒー	7.0%
2 タリーズコーヒー	3.9%
3 ドトール	3.6%
4 モスバーガー	2.6%
5 ミスタードーナツ	2.3%
6 大戸屋	1.7%
7 ロイヤルホスト	1.5%
8 ケンタッキーフライドチキン	1.5%
9 リトルマーメイド	1.4%
10 ロッテリア	1.3%

旭松 食物繊維食 オートミール（フルグラとの比較）

外食チェーン名	フルグラ購入者とのリフト差
1 すき家	13.1%
2 タリーズコーヒー	9.4%
3 CAFFE VELOCE	7.3%
4 吉野家	7.2%
5 くら寿司	7.2%
6 ルピシア	6.0%
7 マクドナルド	6.0%
8 幸楽苑	5.9%
9 ココス	5.7%
10 フレッシュネスバーガー	5.6%

■よく購入する商品カテゴリ比較

カルビー フルグラ（プレミアムピュアオートミールとの比較）

外食チェーン名	プレミアムピュア購入者とのリフト差
1 牛乳	8.6%
2 食パン	7.0%
3 スナック	4.6%
4 ビスケット・クッキー	3.5%
5 カップ麺	3.5%
6 生菓子・半生菓子	2.8%
7 米菓	2.7%
8 冷凍調理品	2.5%
9 チョコレート	2.2%
10 リキュール類	2.1%

日食 プレミアムピュアオートミール（フルグラとの比較）

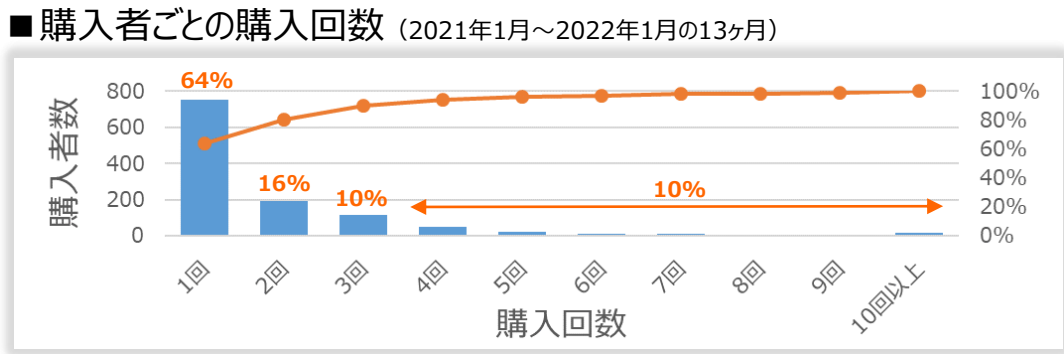
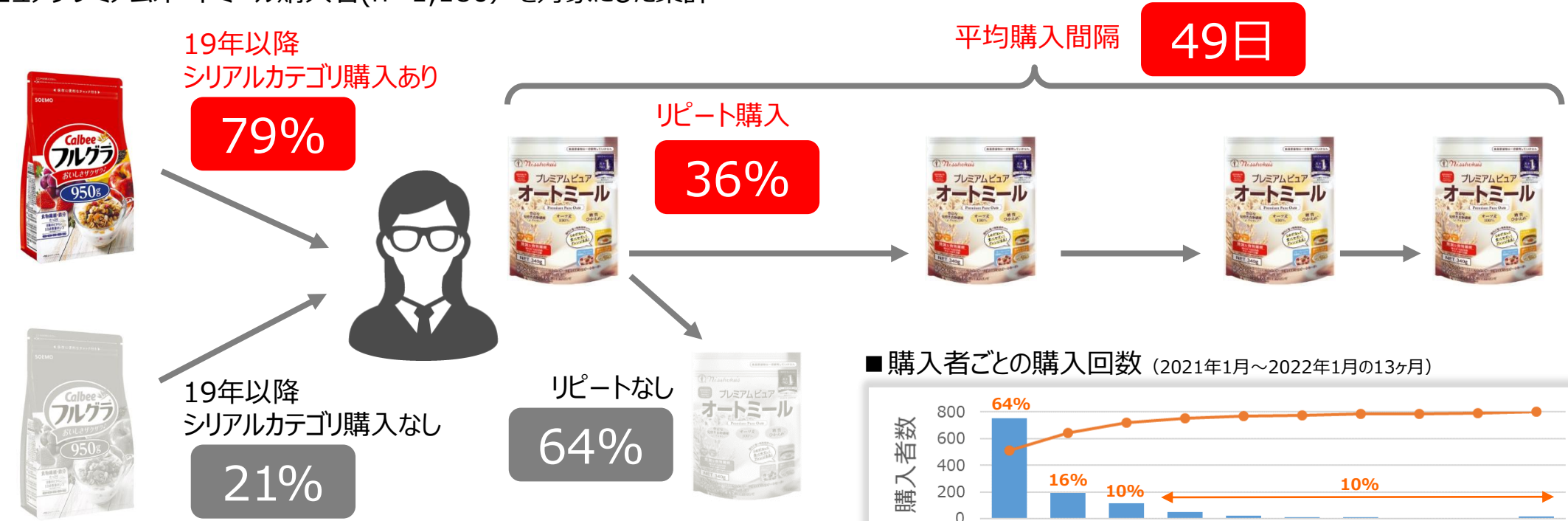
外食チェーン名	フルグラ購入者とのリフト差
1 野菜・果物生鮮	5.4%
2 *国産鶏肉もも・ムネ肉	4.0%
3 農産珍味	2.6%
4 ヨーグルト	2.6%
5 納豆	2.3%
6 肉類生鮮（たまご含む）	2.1%
7 豆乳	2.1%
8 その他大豆加工品・コンニャク	2.0%
9 *国産鶏肉その他鶏肉	1.8%
10 和惣菜	1.8%

旭松 食物繊維食 オートミール（フルグラとの比較）

外食チェーン名	フルグラ購入者とのリフト差
1 カップ麺	7.3%
2 インスタントスープ	7.0%
3 米飯加工品	6.0%
4 *お弁当（ご飯含む）	5.9%
5 スナック	5.8%
6 チョコレート	5.6%
7 *菓子パン	4.6%
8 スイーツデザート	4.6%
9 紅茶ドリンク	4.4%
10 洋惣菜	3.4%

人に紐づく買い物レシートを使うと、過去の購入履歴や、業態・チェーンもまたいだリピートを追跡できる。日食オートミール購入者の購入履歴を追ってみると、約8割がシリアルカテゴリの何らかの商品を購入していたものの、2割はエントリーがオートミールとなっている。リピート率は36%と比較的高く、4回以上購入した人も1割存在。リピーターにおける購入から次回までの間隔については、ロイヤルティによってばらけているが、平均すると49日間と、2カ月以内に購入をしている。

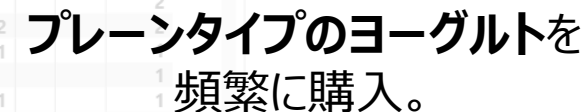
■日食 ピュアプレミアムオートミール購入者(n=1,180) を対象にした集計



フェリカネットワークス(株) IDレシートデータ (2021年1月～2022年1月) より

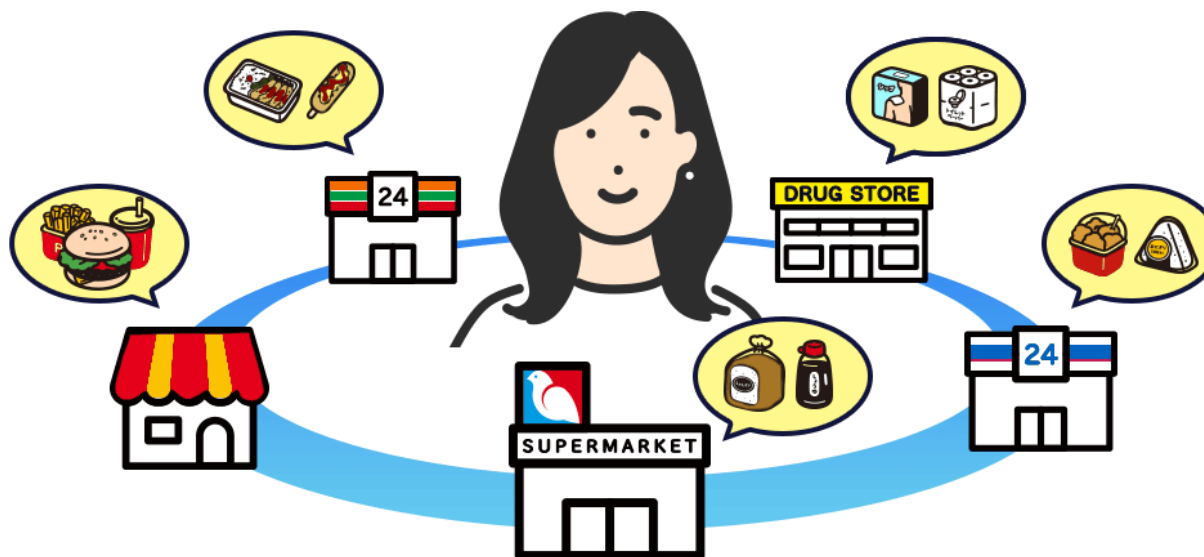


30代 男性
大阪府 会社員



ベビーフードとオートミールの
出現時期が重なっている。
離乳食にもオートミール活用か。

家計簿アプリを通じ収集した、消費者約**3万人**の購買レシートデータベースです。



メーカー企業
40社以上の
導入実績

流通商談での
利用もOK

特徴

人軸で、店舗・業態・商品カテゴリ横断の消費行動が見える！

ファミリーマートでこの惣菜を購入する人は、イオンで何を買っているか？が見えます。

コンビニ等のJANの無い弁当・惣菜・ホットスナック、外食もわかる！

「セブンイレブンの売れ筋スイーツ」「スタバでの人気フレーバー」が分かります。

インセンティブの無い 家計簿だから自然・リアル・網羅的！

調査会社のモニターはインセンティブ(金銭・ポイント等)がある場合があります。

こんな方にお使いいただいています。詳しい活用事例についてはお問い合わせください。

- ✓ 商談に使えるPOS代わりのデータが欲しい
- ✓ コンビニチェーンに刺さる提案がしたい
- ✓ 自社カテゴリ以外の併買商品が見たい

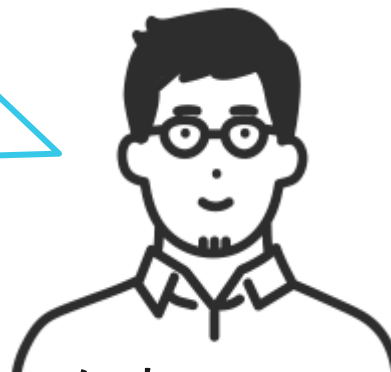


メーカー
営業担当者



リテール
担当者

- ✓ 店舗横断のリピート／離脱が知りたい
- ✓ 解像度の高い顧客理解をしたい
- ✓ 自社商品ファンのHML分析がしたい



メーカー
マーケティング担当者

- ✓ 自店が支持される理由や強みを知りたい
- ✓ 近隣チェーンとの併用状況が見たい
- ✓ 競合との違いを把握し戦略に生かしたい

* 弊社営業担当、またはこちらへご連絡ください（ksp-info@ksp-sp.jp）。
フェリカネットワークス様をご紹介します。

『KSP-POS』とは、株式会社KSP-SP(www.ksp-sp.com)が独自に収集・提供している市場POSデータです。食品卸売業様、食品メーカー様、食糧新聞社様などの専門誌にご利用いただいております。
動きが早い食品トレンドの把握や、お持ちのデータの評価用基準データ等として有効にお使いいただけます。

✓データ内容

業態	チェーン数・店舗数	ご提供内容
 食品スーパー マーケット	約150チェーン 約1010店舗	食品（生鮮食品、店内調理惣菜等のインストアコード商品除く）
		日用雑貨（OTC医薬品等除く）
 ドラッグストア	約10チェーン 約400店舗	食品（生鮮食品、店内調理惣菜等のインストアコード商品除く）

✓ご提供商品マスタ

食品は2種類の自社運用商品マスタをご提供しております。日用雑貨はJICFS分類を採用しております。

KSP標準分類：食品を約230に分類

KSP商品分類：食品を約800に分類

月額定額のクラウドサービスの他、スポットでのデータ販売も行っております。詳細はお問合せください。
(ksp-info@ksp-sp.jp)。

株式会社KSP-SP（**K**nowledge on **S**ales **P**romotion **S**ervice **P**rovider）は、「店頭」を活性化するために常に新鮮なデータ、ノウハウとシステムの開発・提供をめざす会社です。

お客様の店内購買決定率は約80%とも言われております。“売り”を作る上で製品と顧客の接点である店頭の提案・開発が益々重要となってきております。

当社は食品スーパーのPOSデータ・店頭情報、豊富な活用事例、並びにオリジナルな分析手法を元に、メーカーと流通の双方にニュートラルな消費者視点からデータ提供・レポートを行い、皆様の適正な収益向上、提案力向上に貢献してまいります。

当社は、それらを通じて従来の「カンや経験に基づく営業・マーケティング」から「科学的根拠に基づく戦略・戦術」への転換や、業務を効率的に運用するお手伝いをしてまいります。

株式会社KSP-SP

〒105-0013 東京都港区浜松町1-2-1 No.R浜松町 4 F

お問い合わせダイヤル 03-5472-7652

本レポートに関するお問い合わせ ksp-info@ksp-sp.jp

■免責事項

- ・掲載データの性格上、正確性、完全性、最新性、有用性または特定の目的についての適合性については、当社は保証していません。
- ・掲載データの利用により損害が生じた場合、いかなる場合においても当社は一切の責任を負いません。



<http://www.ksp-sp.com/>