

生活直撃？ 店頭販売価格の値上がりの現状は？

今年3月は前年比、キャノーラ油 151%、サラダ油 119%と食用油は高騰
食パン、小麦粉、マヨネーズ、レギュラーコーヒー、砂糖なども値上がり

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国約 6,000 店舗より収集している小売店販売データ、SRI+®(全国小売店パネル調査)をもとに、原油や原料費の高騰が続き日用消費財メーカーなどが商品の値上げを発表する中で、生活者がどのような影響を受けているのか、実際に購入をする店頭販売価格の値上げについて調査しました。

- [ポイント]**
- ◆ 食用油関連が昨夏から大幅値上がり続く。3月は前年同月比キャノーラ油 151%、サラダ油 119%
 - ◆ 小麦関連も年始から値上がり傾向。3月は食パン 107%、小麦粉は 105%に
 - ◆ 砂糖、そば、レギュラーコーヒーなども昨夏頃から前年を上回り続けている
 - ◆ 台所用洗剤など生活雑貨は3月時点では動きはないが、一部商品は高付加価値化などで値上がり

図表 1

● 食品の平均価格前年比トレンド (スーパーマーケット)

カテゴリー	単位	2021年												2022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	
調味料	キャノーラ油	容量単価	101	100	99	99	100	106	112	118	124	129	134	133	137	144	151
	サラダ油	容量単価	98	104	101	102	99	110	110	116	125	127	125	121	114	115	119
	マヨネーズ	容量単価	101	101	100	100	98	100	109	111	110	111	110	110	110	109	114
	マーガリン	容量単価	100	100	100	98	97	100	101	101	101	105	107	106	107	106	107
	砂糖	容量単価	103	103	100	97	101	105	104	104	106	105	105	106	107	107	109
主食	食パン	個数単価	100	100	100	99	99	100	100	101	100	100	100	100	105	107	107
	小麦粉	容量単価	103	104	102	100	102	101	101	102	104	102	103	103	104	105	105
	スパゲティ	容量単価	99	100	98	98	93	95	96	97	99	101	102	101	101	104	105
	そば	容量単価	102	105	103	106	103	100	100	102	103	104	103	105	108	104	104
嗜好品	レギュラーコーヒー	容量単価	104	104	102	99	100	102	101	102	103	103	107	109	107	110	111
菓子類	スナック	容量単価	101	101	102	101	100	100	101	101	102	102	99	101	101	102	104



データ: SRI+ 集計期間: 2021年1月-2022年3月 指標: 平均価格前年比
※前年比 105%以上を赤字で表示、食パンは1斤あたりの個数単価

食用油関連の店頭販売価格上昇が顕著。影響はマヨネーズ、マーガリンまで

原油や原料費の高騰が続き、昨年からの値上げを宣言するメーカーが増えている中、実際に生活者が商品を購入する店頭販売価格はどのように変化しているのでしょうか？ 大きな値上げの動きが見えたのは食用油でした(図表 1)。大手メ

一カー各社が2021年に4回の値上げに踏み切ったこともあり、昨年6月以降の店頭販売価格は大幅な値上がりが続いています。特に影響が大きかったのはキャノーラ油で、昨秋からは前年同月比で120%以上、今年3月に入ってから151%にまで急騰しました。またサラダ油も昨年9月～12月は前年同月比120%以上が続くなど、高止まりとなっています。油を原材料に使うマヨネーズは昨年7月から10%ほど、マーガリンも昨年10月から5%以上高い状態が続くなど、食用油高騰の影響が見られました。

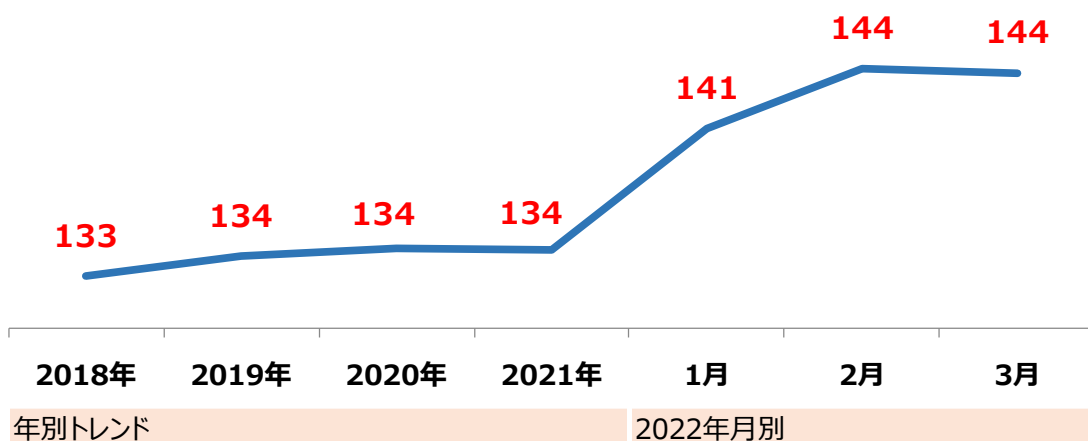
物価の優等生・食パン価格がついに値上がり。主食系的小麦粉、スパゲティー、そばなども

近年安定した価格が続いていた食パンですが、輸入小麦価格の高騰などもあり、今年に入ってから値上がり感が顕著に見えてきました。2018年からの推移では1斤あたりの価格は133～134円とほぼ一定でしたが(図表2)、2022年1月は141円、2・3月は144円と値上がりの傾向が見てとれます。小麦粉も今年3月は105%となっていますが、3月9日に政府は輸入小麦価格の引き上げを発表し、過去2番目の高さになっただけに、今後も値上がり傾向は続くことが予想されます。他にも今年3月は主食系で、そばやスパゲティーが5%程度、店頭販売価格が上昇しています。

図表2

●食パンの平均価格トレンド (スーパーマーケット)

平均価格 (円)



データ: SRI+ 集計期間: 2018年-2021年(各年1-12月計)、2022年1-3月 指標: 1斤あたり平均価格(税抜)

レギュラーコーヒー、砂糖も10%程度上昇も、台所用洗剤などは値上がりが見られず

飲み物では巣ごもり需要で大人気だったレギュラーコーヒーが、今年3月に前年同月比111%を記録しました。昨年11月から107%、109%、107%、110%と高い水準となっています。砂糖も昨年6月頃から高止まりが続くなど、食品・飲料などで上昇傾向が見られています。一方で3月時点では台所用洗剤や紙おむつ、ティッシュペーパーなどの生活雑貨については、店頭販売価格の大きな変化は見られませんでした。ただシャンプー、バス用クリーナー、洗濯用洗剤、トイレトペーパーなどは、高付加価値のものや新商品が売れていることもあり平均価格が上昇しています。4月からメーカーが値上げを宣言している商品もあり、今後は幅広いカテゴリーで影響が出ることも予想されます。インテージでは今後も、生活に直結する店頭販売価格や生活者の行動変化にも注目して、調査を発表していきます。

図表 3

● 日用雑貨の平均価格前年比トレンド（スーパーマーケット・ドラッグストア）

(%)

カテゴリー	単位	2021年												2022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		
ヘアケア用品	シャンプー	容量単価	105	107	108	107	105	105	106	105	105	104	105	105	106	105	103	
	ヘアリンス	容量単価	103	103	104	102	102	102	102	102	103	103	103	103	104	103	103	
洗剤	洗濯用洗剤	容量単価	110	109	109	107	109	110	110	109	108	105	104	104	103	106	105	
	台所用洗剤	容量単価	100	99	99	97	97	97	98	98	98	98	100	100	101	100	99	
住居用品	トイレ用クリーナー	容量単価	100	98	99	97	98	99	98	98	98	104	105	102	104	101	103	101
	バス用クリーナー	容量単価	99	100	100	97	96	96	97	99	109	107	107	107	105	105	105	
紙製品	子供用紙おむつ	枚数単価	98	97	97	98	98	99	100	98	99	101	100	100	99	101	100	
	ティッシュペーパー	枚数単価	97	96	93	93	94	95	96	96	97	96	97	97	97	97	97	
	トイレトペーパー	個数単価	103	99	97	98	101	103	104	104	104	104	104	105	105	105	105	105



データ: SRI+ 集計期間: 2021年1月-2022年3月 指標: 平均価格前年比
 ※前年比 105%以上を赤字で表示、ティッシュペーパーはボックスタイプ(保湿除く)

「2021年、売れたものランキング」もあわせてご参照ください。 https://www.intage.co.jp/news_events/news/2021/20211208.html

使用したデータ/関連プラットフォーム

【SRI+®(全国小売店パネル調査)】 <https://www.intage.co.jp/service/platform/sriplus/>

国内小売店パネル No.1※1 のサンプル設計数とチェーンカバレッジを誇る、スーパーマーケット、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、専門店など全国約 6,000 店舗より継続的に、日々の販売情報を収集している小売店販売データです。

※SRI+では、統計的な処理を行っており、調査モニター店舗を特定できる情報は一切公開しておりません

※1 2022年4月現在

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは 1960 年に創業。世界 11 の国と地域に拠点を持ちマーケティングリサーチ/インサイト事業でアジア No.1*のインテージグループを牽引し、国内外の企業・団体のマーケティング活動をトータルサポートしています。

「生活者理解の深化」と「データ活用的高度化」により顧客ビジネスの未来創造を支え、「Create Consumer-centric Values ~お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」という事業ビジョンの実現を目指しています。

*「ESOMAR Global Market Research 2021」ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies に基づく(グループ連結売上高ベース)

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原(しもがわら) / 木地(きじ)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>