

## 食品多数の新トレンド「2024年、売れたもののランキング」

1位・靴クリーナー、2位・パックが躍進。3位・米以下、15位まで過半数が食品・飲料

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+<sup>®</sup>(全国小売店パネル調査)をもとに、日用消費財の中で何がより売れたかを、推定販売金額の伸びから振り返る「2024年、売れたもののランキング」を発表しました。(データは10月分まで使用)

### [ポイント]

- ◆ 靴クリーナーとパックが1、2位。両商品ともコロナ禍の2020年以降は初トップ10入り
- ◆ 3位・米、4位・トマトジュースなど食品・飲料が15位までに8商品ランクイン。米関係は8月に急増
- ◆ インバウンド需要が下支え。5位・強心剤、7位・リップクリームが並ぶ
- ◆ 16位以下も、食品が6商品。30位までに12商品が入り、昨年の4を大きく上回る
- ◆ 販売苦戦ランキングは1位・検査薬、2位・マスク、3位・オートミールとコロナ禍で伸びた商品上位

図表1

### ●2024年の金額前年比・上位ランキング(1位~15位)

(単位:%)

順位	カテゴリー	分類	前年比	2019年比
1位	靴クリーナー	雑貨	153	110
2位	パック	化粧品	144	133
3位	米	食品	130	116
4位	トマトジュース	飲料	125	120
5位	強心剤	医薬品	118	112
6位	玩具メーカー菓子	食品	117	233
7位	リップクリーム	雑貨	116	110
8位	炭酸飲料	飲料	113	111
9位	冷凍水産	食品	113	251
10位	米飯類	食品	113	135
11位	発泡酒	アルコール	113	120
12位	キャンディ	食品	113	123
13位	ケチャップ	食品	113	128
14位	ほほべに	化粧品	113	83
15位	中性洗剤	雑貨	113	100



データ: SRI+ 集計期間: 2024年1-10月 指標: 販売金額の前年同期比、2019年比(1-10月)  
対象: 食品・飲料・日用雑貨品などのインテージ標準カテゴリー  
※小数点以下も加味したランキング、100以上を青色で表示

## 1位・靴クリーナーは前年1.5倍、2位・パックは1.4倍。新型コロナ後、年間初トップ10入り

ポストコロナの中、物価高や猛暑が直撃した2024年の日本。その中で1位となったのは靴クリーナーでした(図表1)。その中でもスニーカー用のシートタイプは、年初から売れていたものの暑さが厳しかった6月~9月は前年同月の2倍近くに迫るまで爆売れ。靴クリーナーは上半期首位のパックを抜いて153%となり、堂々の1位となりました。

2位に入ったパック(144%)は昨年15位から一気のジャンプアップ。大容量の商品などを中心に、韓国コスメの拡大、有名タレントによるブームけん引などもあり、コロナ前を大きく上回る販売金額となりました。両商品とも、新型コロナ発生後の2020年からの売れたものランキングで10位以内に入っていたことはなく、新たなトレンドとして躍進しました。

## 記憶に新しい令和の米騒動。3位・米を中心に食品・飲料が15位までに過半数

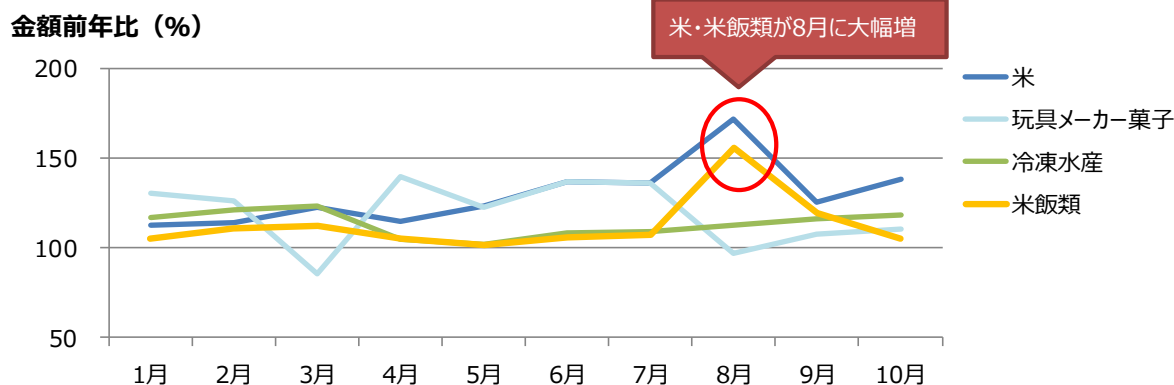
猛暑の記憶も色濃い今年。夏場に浮上した、もう1つの大きな社会トピックが米不足でした。スーパーの棚から米がなくなっていき、代わりにパックご飯が置かれる店も出る中、米の店頭価格も瞬く間に上昇していきました。その米が前年比130%で3位、10位にもパックご飯を中心とした米飯類(113%)がランクインしました。

特に米が足りないと報道機関などで繰り返し報じられ、新米が出回る直前だった8月には、騒動とともに販売金額もピークとなり、前年同月比で172%まで上昇しました(図表2)。また店頭の米の商品数の推移をみると、近畿や首都圏などを中心に前年の半分程度まで落ち込み、価格も上昇すると以前の価格にはもどらない状態が続いています。

令和の米騒動と言われる動きの横で、食品を中心に値上げが続いたのも今年の特徴でした。その結果もあり、上位15位までに6商品が入っています。6位の玩具メーカー菓子(117%)は人気テレビアニメやゲームなどの関連商品がけん引し、9位の冷凍水産(113%)はプライベートブランドの伸長が目立ち、12位のキャンディ(113%)もグミの好調に加え、感染症関連でのど飴なども売れました。また飲料も高騰したトマトの代替需要もあった4位・トマトジュース(125%)、無糖や甘さ控えめを訴求するヒット商品などもあり8位・炭酸飲料(113%)の2商品なども入りました。インバウンド需要も堅調で、5位・強心剤(118%)、7位・リップクリーム(116%)なども、訪日客の支持もプラスされ、販売金額を伸ばしました。

図表2

### ●食品の金額前年比の推移(2024年1-10月)



データ:SRI+ 集計期間:2024年1月~10月 指標:販売金額の前年同期比

## 16位~30位までを見ても、食品が6つランクイン。例年にない動きの理由は

この食品の上位進出の動きは16位以下の順にも色濃く表れています。19位・パウチ入り食材(111%)はツナなど缶入りから移行したものが好調。20位・煮干し(111%)は値上げの影響が大きく、23位のもずく・めかぶ(110%)は猛暑もプラスに作用していたようです。25位の冷凍農産(109%)は気候の厳しさが農作物の生産に直撃する中、割安感もあり求められました。日用雑貨では洗剤系が15位・中性洗剤を筆頭に16位以降も複数ランクインしていて、値上げの影響も色濃い中、洗濯用洗剤で使用が簡易な商品が人気を集めるなどの動きもありました。

図表 3

● 2024年の金額前年比・上位ランキング（16位～30位）

（単位：％）

順位	カテゴリー	分類	前年比	2019年比
16位	美容液	化粧品	112	95
17位	大人用紙おむつ	雑貨	111	143
18位	洗濯用洗剤	雑貨	111	131
19位	パウチ入り食材	食品	111	139
20位	煮干し	食品	111	101
21位	漂白剤	雑貨	111	125
22位	果汁飲料	飲料	111	126
23位	もずく・めかぶ	食品	110	110
24位	蜂蜜	食品	109	116
25位	冷凍農産	食品	109	163
26位	柔軟剤	雑貨	109	124
27位	鎮咳去痰剤	医薬品	109	126
28位	台所用洗剤	雑貨	109	132
29位	ゴマ油	食品	108	130
30位	鎮暈剤	医薬品	108	120



データ：SRI+ 集計期間：2024年1-10月 指標：販売金額の前年同期比、2019年比（1-10月）

対象：食品・飲料・日用雑貨品などのインテージ標準カテゴリー

※小数点以下も加味したランキング、100以上を青色で表示

※鎮咳去痰剤（ちんがいきよたんざい）：トローチ剤を除く鎮咳去痰に用いるために調製された内服薬、またはドロップ剤

※鎮暈剤（ちんうんざい）：乗り物酔いに基づくめまい、吐き気および頭痛などの症状の予防または緩和を目的として調製された内服用薬剤

2020年以降、目まぐるしく変わる売れ筋。昨年までの傾向は？

コロナ禍以降、毎年のように売れたものの傾向は大きく変わってきました。その変遷を見てみましょう。コロナ1年目の2020年はマスクなどの衛生系商品が爆発的に売れましたが、2021年になると巣ごもり需要もあり「1位・オートミール、2位・麦芽飲料」と健康訴求した食品などが上位に。2022年になると「1位・検査薬、2位・オートミール、3位・鎮暈剤（酔い止めなど）」と、コロナ対策から旅行に使う乗り物酔い止めまで With コロナとも言うべき多様な商品が入り、さらに昨年はインバウンド需要の復活で「1位・強心剤」やマスク要件の緩和などで「2位・口紅」などが上位に入りました。

図表 4

● 2021年・2022年・2023年の売れたもののランキング

<2021年>

<2022年>

<2023年>

（単位：％）

順位	カテゴリー	前年比
1位	オートミール	291
2位	麦芽飲料	182
3位	玩具メーカー菓子	137
4位	プロテイン粉末	131
5位	しわ取り剤	124
6位	ヘアトリートメント	122
7位	解熱鎮痛剤	121
8位	ノンアルコール飲料	117
9位	冷凍水産	116
10位	血圧計	115

順位	カテゴリー	前年比
1位	検査薬	277
2位	オートミール	156
3位	鎮暈剤	146
4位	口紅	145
5位	口腔用薬	136
6位	乳酸菌飲料	131
7位	液体だし	123
8位	鎮咳去痰剤	123
9位	使い捨てカイロ	123
10位	カビ防止剤	121

順位	カテゴリー	前年比
1位	強心剤	183
2位	口紅	164
3位	検査薬	159
4位	ビタミンB1剤	148
5位	総合感冒薬	143
6位	鎮咳去痰剤	139
7位	ほほへに	139
8位	乳酸菌飲料	139
9位	日焼け・日焼け止め	138
10位	口腔用薬	137



データ：SRI+ 集計期間：2021年・2022年・2023年（各年1-10月） 指標：販売金額の前年同期比

対象：食品・飲料・日用雑貨品などのインテージ標準カテゴリー

※小数点以下も加味したランキング

※口腔用薬（こうくうようやく）：口腔内の殺菌、消毒、口臭の除去を目的として調製された噴霧液剤、またはトローチ

※検査薬に含まれる「コロナ用の抗原検査キット」は、医療用・一般用（OTC）で、弊社で判明できた製品のみ（研究用の抗原検査キットは除く）

## 販売苦戦は1位・検査薬、2位・マスク、3位・オートミールなどコロナ禍に伸びたものが

最後に、今年販売苦戦したランキングも見てみましょう(図表5)。1位・検査薬(52%)、2位・マスク(75%)、3位・オートミール(79%)など、コロナ禍に大きく販売金額を伸ばしたものが上位に入っています。11位・プロテイン粉末(93%)なども同様ですが、これらの商品はコロナ前の2019年に比べると販売金額は大きく上回っている状態です。一方で生活様式の変化などで販売金額の減少が続いている商品もあります。

図表5

### ●2024年の金額前年比・下位ランキング

(単位: %)

順位	カテゴリ	分類	前年比	2019年比
1位	検査薬	医薬品	52	216
2位	マスク	雑貨	75	196
3位	オートミール	食品	79	837
4位	海藻サラダ	食品	82	63
5位	新ジャンル	アルコール	83	70
6位	しわ取り剤	雑貨	85	59
7位	ビネガードリンク	飲料	86	103
8位	女性用保健薬	医薬品	87	97
9位	体温計	雑貨	87	106
10位	殺菌消毒剤	医薬品	91	105
11位	プロテイン粉末	食品	93	182
12位	鼻炎治療剤	医薬品	94	111
13位	催眠鎮静剤	医薬品	94	94
14位	住居用ワックス	雑貨	94	68
15位	美容・健康ドリンク	飲料	94	112



データ: SRI+ 集計期間: 2024年1-10月 指標: 販売金額の前年同期比、2019年比(1-10月)  
対象: 食品・飲料・日用雑貨品などのインテージ標準カテゴリ  
※小数点以下も加味したランキング、100未満を赤字で表示

記録的な猛暑や来年も続きそうな値上げなどの国内要因に加え、海外情勢の変化など、人々の生活や行動に大きな影響を与える事象は、今後も継続的に起こることが予想されます。その結果、どのような影響が出ているかを広く多くの人に知らせるためにも、インテージでは今後も「売れたもののランキング」を発表していく予定です。

「2024年、上半期売れたもののランキング」をあわせてご参照ください。<https://www.intage.co.jp/news/1892/>  
「2023年、売れたもののランキング」もあわせてご参照ください。<https://www.intage.co.jp/news/1797/>

### 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/services/database/sriplus/>

国内小売店パネル No1※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 2024年12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。インテージグループとしてアジア No.1\*であるマーケティングリサーチ/インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

\*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」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/>