

令和の米騒動が直撃「2025 年上半期、売れたもののランキング」 圧倒的 1 位は米。2 位・おしろい、3 位・美容液、4 位・パックと化粧品続く

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、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「2025 年、上半期売れたもののランキング」を発表しました。(データは 5 月分まで使用)

[ポイント]

- ◆ 1 位は米。前年同時期比 184%。社会現象ともいえる価格高騰が要因。8 位にも米飯類が入る
- ◆ 2 位～4 位は化粧品。おしろいは UV ケア、美容液は高価格帯の商品が寄与。インバウンドも
- ◆ 上位 15 位までに食品・飲料は過半数の 8 つ。値上げの影響も、新しい需要をつかんだ商品あり
- ◆ 販売苦戦ランキング 1 位・オートミール、2 位・検査薬。コロナ禍で売り上げを伸ばしたものが入る

図表 1

● 2025 年上半期の金額前年比・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	米	食品	184	193
2 位	おしろい	化粧品	120	136
3 位	美容液	化粧品	119	109
4 位	パック	化粧品	119	148
5 位	カルシウム剤	医薬品	118	105
6 位	玩具メーカー菓子	食品	117	252
7 位	ココア	飲料	116	109
8 位	米飯類	食品	115	149
9 位	リップクリーム	雑貨	115	127
10 位	ハンド&スキンケア	雑貨	114	116
11 位	キャンディ	食品	114	134
12 位	冷凍水産	食品	114	291
13 位	エッセンス類	食品	114	108
14 位	靴クリーナー	雑貨	114	105
15 位	トマトジュース	飲料	114	129



データ: SRI+ 集計期間: 2025 年 1 - 5 月 指標: 販売金額の前年同期比、2019 年比(1-5 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 位は米。前年同時期に比べ 2 倍近い伸び。価格高騰の影響大きく、米飯類も 8 位

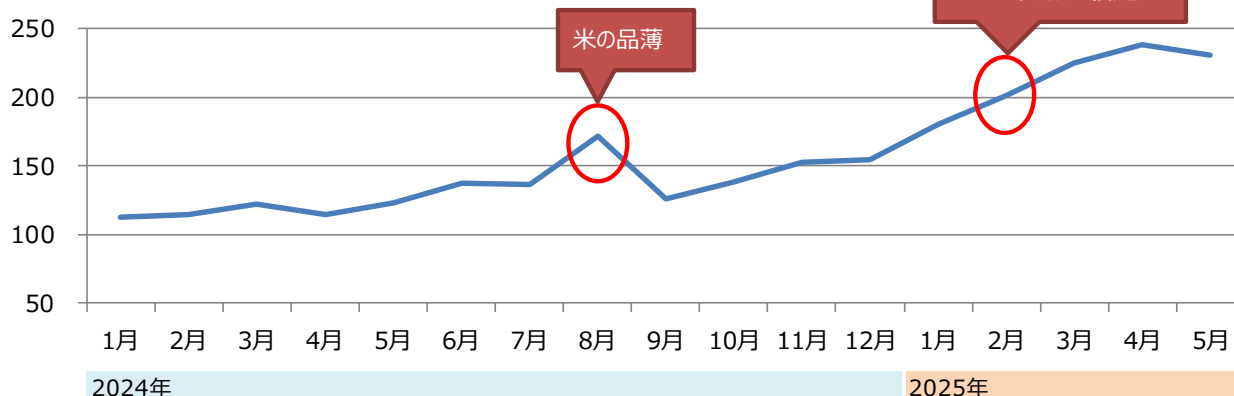
2023 年頃から本格化してきた物価高。昨夏頃から価格が高騰し、生活者に大きな影響を与えてきた米が 1 位となりました(図表 1)。昨年上半期は 9 位、昨年全体では 3 位と順位を上げてきていましたが、今年上半期では前年同期比で 184%、2 位以下に 60 ポイント以上をつけています。スーパーから米が消え、ついには備蓄米の放出が行われるなど、国民の最大の関心事の 1 つにまでなっています。米関連では 8 位にもパックご飯などの米飯類が 115%で入りました。

では米は、いつ頃から大きく販売金額が伸びていたのでしょうか？価格の大幅値上がり前の 2023 年同月を基準に、販売金額の動きを月別で見ましょう。2024 年は年初から 100%を上回っていましたが、米不足が大きな話題となった 8 月頃に 1 つのピークに(図表 2)。新米が流通する秋に向けて落ち着くと見られましたが、9 月から再度上昇が続き 2025 年 2 月には 2 倍超、5 月には 231%に達し、今後も目を離せない状況が続きそうです。

図表 2

●米の販売金額2023年比・月別トレンド

金額2023年比 (%)



データ:SRI+ 集計期間:2024 年 1 月~2025 年 5 月 指標:販売金額の 2023 年同月比

2 位~4 位は化粧品。コロナ禍初期は口紅などカテゴリー全体が大きく落ち込んだが復活

2 位に入ったのはおしろい(120%)。年々強くなる紫外線に対応したものや、化粧の上から塗りなおせるものが人気を集めて、コロナ前の 2019 年に比べると 136%と 4 割近い増加となりました。3 位・美容液(119%)は、アンチエイジングなどをうたった高価格帯の商品の伸びが寄与して、こちらもコロナ禍前の水準を超えています。4 位・パック(119%)は昨年上半期 1 位、全体でも 2 位の 2024 年を代表する商品で、毎日使う新しい形が定着するなどして人気を持続しています。

化粧品は新型コロナが国内で確認された 2020 年、そして翌年の 2021 年と、外出自粛やマスク着用などもあり大幅な売り上げ減となっていました。ただ人々が外に出るようになり、さらに海外から過去最高の旅行客が訪れるなどのインバウンド需要もあって急回復。化粧品全体では 2019 年同期に比べ 103%となっています。特に基礎化粧品は 110%とコロナ前に比べて 1 割増加しています。

図表 3

●化粧品のカテゴリー別・金額前年比

(単位：%)

カテゴリー	前年比	2019年比
化粧品計	105	103
基礎化粧品	108	110
クレンジング	103	120
洗顔クリーム	104	122
化粧水	102	94
乳液	106	93
栄養クリーム	105	107
美容液	119	109
パック	119	148
メイクアップ化粧品	101	95
化粧下地	99	80
ファンデーション	99	74
おしろい	120	136
ほほべに	103	88
口紅	92	82
眉目料	99	111



データ：SRI+ 集計期間：2025 年 1 -5 月 指標：販売金額の前年同期比、2019 年比(1-5 月)

上位 15 位のうち食品・飲料が過半数。好調なインバウンド需要が影響したものも

5 位のカルシウム剤(118%)は外国人旅行者にも人気で好調、9 位・リップクリーム(115%)、10 位・ハンド&スキンケア(114%)もインバウンド需要が後押ししました。6 位・玩具メーカー菓子(117%)は、様々な IP 作品の商品が好調で今年も上位に。コロナ禍の巣ごもり時にはマンガやアニメで人気となった商品が需要をけん引し、加えて昨今の推し活ブームにも乗り、販売金額は 6 年で 2.5 倍にも膨らんでいます。腸活需要を取り込んだ 7 位のココア(116%)など食品・飲料が上位 15 位までに 8 つと過半数を占めています。

過去 3 年間のトレンドを振り返ってみると、コロナの影響が色濃かった 2022 年、2023 年上半期でしたが、2024 年は外出需要とインバウンド、それに値上げの影響が大きかったことが分かります。そして今年は、その流れを受けつつも、米の強烈的な値上げが加わった形となりました。

図表 4

●2022年・2023年・2024年の売れたもののランキング

<2022年>

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	鎮痛剤	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

<2023年>

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	ほほべに	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

<2024年>

(単位：%)

順位	カテゴリー	前年比
1位	パック	154
2位	靴クリーナー	133
3位	強心剤	132
4位	トマトジュース	130
5位	リップクリーム	128
6位	ビタミンC剤	119
7位	ほほべに	118
8位	玩具メーカー菓子	118
9位	米	118
10位	煮干し	117



データ: SRI+ 集計期間: 2022 年、2023 年、2024 年(各年 1 - 5 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
※鎮咳去痰剤(ちんがいきょたんざい): 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

販売苦戦は 1 位・オートミール、2 位・検査薬。コロナ禍で売れたものが反動で上位に

最後に今年上半期、販売苦戦したランキングを見てみましょう(図表 5)。1 位・オートミール(78%)は健康需要を取り込みコロナ禍に大きく数字を伸ばしましたが、その反動が出ています。それでも 2019 年に比べると 7 倍以上の販売金額となっています。同じように 2 位・検査薬(78%)はコロナ用の抗原検査キットの売り上げが落ち着いたこと、4 位・乳酸菌飲料(87%)もコロナ禍に売れた睡眠訴求する商品の需要が一巡し前年マイナスになっていますが、2019 年に比べると大幅なプラスとなっています。5 位・新ジャンル(87%)は酒税法の改正による値上げで苦戦が続きます。他にも販売金額の減少が続く商品などが、ランキングに入りました。

図表 5

● 2025 年上半期の金額前年比・下位ランキング

(単位: %)

順位	カテゴリー	分類	前年比	2019 年比
1 位	オートミール	食品	78	714
2 位	検査薬	医薬品	78	153
3 位	女性用保健薬	医薬品	85	91
4 位	乳酸菌飲料	食品	87	161
5 位	新ジャンル	アルコール	87	63
6 位	育児用ミルク	食品	88	99
7 位	掃除機用紙パック	雑貨	88	82
8 位	しわ取り剤	雑貨	89	51
9 位	強心剤	医薬品	90	102
10 位	洗濯のり	雑貨	90	43
11 位	畜肉缶詰	食品	91	80
12 位	海藻サラダ	食品	91	55
13 位	眠気防止剤	医薬品	91	75
14 位	インスタントクリーム	食品	91	71
15 位	防水・撥水剤	雑貨	92	101



データ: SRI+ 集計期間: 2025 年 1 - 5 月 指標: 販売金額の前年同期比、2019 年比(1-5 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 未満を赤字で表示

※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)

日本人の主食となる米の大幅値上げに加え、生命の危機を覚えるほどの猛暑、さらには不安定な国際情勢など、生活者の購買活動や企業の経済活動に大きな影響を与える事象が続いています。そのような変化をとらえ理解していくために、インテージは今年 12 月にも年間の売れたもののランキングを発表する予定です。

「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/>
「2024 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/4906/>

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 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 2025 年 6 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/>