

ホルムズ危機影響は？「2026年上半期、売れたもののランキング」 物価高続く中 1位・麦芽飲料、2位・玩具メーカー菓子。昨年話題の米は

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、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「2026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・麦芽飲料は前年品薄の反動が大。2位・玩具メーカー菓子はVTuber関連の商品も貢献
- ◆ 3位・ほほべに、5位・しわ取り剤、7位・住居用クリーナーは新たなヒット商品がけん引
- ◆ ホルムズ危機もあり、8位・家庭用手袋、11位・食品包装用品など上位。3月以降の売り上げ急増
- ◆ 販売苦戦ランキングは医薬品が15位までに6つ。昨年売れたもの1位の米は販売苦戦10位

図表 1

● 2026年上半期の金額前年比・上位ランキング

(単位:%)

順位	カテゴリー	分類	前年比	2019年比
1位	麦芽飲料	飲料	155	293
2位	玩具メーカー菓子	食品	142	358
3位	ほほべに	化粧品	131	115
4位	インスタントコーヒー	飲料	131	139
5位	しわ取り剤	雑貨	127	64
6位	レギュラーコーヒー	飲料	122	178
7位	住居用クリーナー	雑貨	121	166
8位	家庭用手袋	雑貨	119	135
9位	殺虫剤	雑貨	118	143
10位	プロテイン粉末	食品	118	232
11位	食品包装用品	雑貨	118	169
12位	トマトジュース	飲料	117	150
13位	ラッピングフィルム	雑貨	116	135
14位	もずく・めかぶ	食品	116	123
15位	日焼け・日焼け止め	雑貨	116	111

昨年上半期 1位の米は一転、販売苦戦ランキング入り。では、今年のトレンドは？

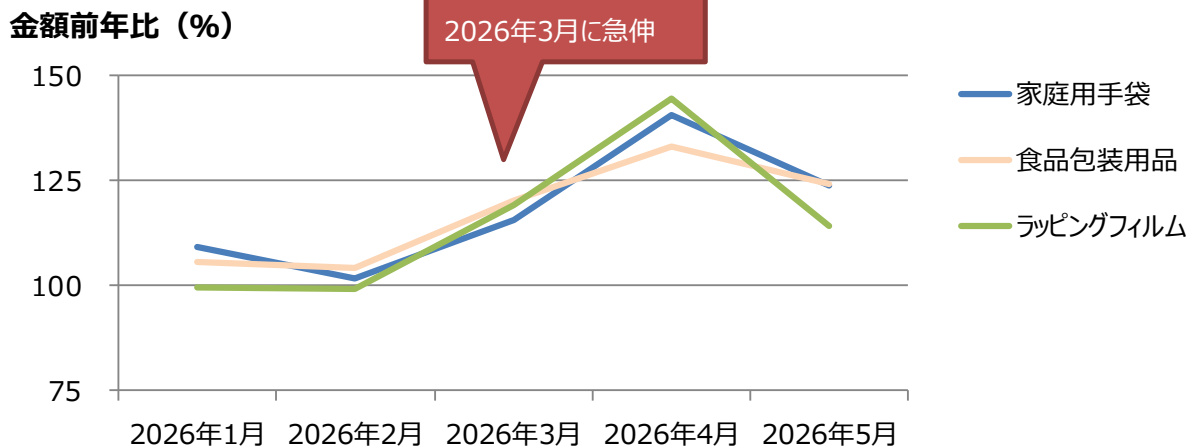
昨年上半期は、記録的な価格高騰で米が1位となっていました。今年は止まらない物価高に、2月末に勃発したホルムズ海峡問題など、社会的な不安定要素が重なる中、上半期の1位は麦芽飲料(155%)となりました(図表1)。人気による前年の品薄の反動や、実質的な値上げなどが要因に挙げられます。2位・玩具メーカー菓子、コロナ禍以降の漫画・アニメのIPコンテンツの強さに加え、VTuber関連の商品も強さを見せ、幅を広げています。3位・ほほべには目元付近まで効果が及ぶ新機軸の商品がけん引。5位・しわ取り剤はアイロン不要、7位・住居用クリーナーは洗剤スポンジ体型と、手軽で新機能を備えた商品がけん引したカテゴリーが上位に入っています。

世界を揺るがす、ホルムズ海峡危機の影響は？複数の商品がランクインし、3月以降売上増

2月28日に勃発したホルムズ海峡危機により、中東からの石油関連の輸送に大きな影響が出て、世界各地で原油不足などへの警戒感が強まりました。日本でも原油由来のナフサに関連した物資の不足が取りざたされるようになりました。その影響は生活者のレベルでも確認され、ビニールやゴムなどを素材とする8位・家庭用手袋(119%)、主に食品保存バッグである11位・食品包装用品(118%)、食品の温めや保存に使う13位・ラッピングフィルム(116%)が上位に入りました。各月の売り上げを見てみると、2月までは前年同月と比べて大きな変化はありませんでしたが、3月から急激に増加していることが分かります(図表2)。

図表 2

●ナフサ由来商品の金額前年比の推移 (2026年1-5月)



データ: SRI+ 集計期間: 2026年1-5月 指標: 販売金額の前年同期比

価格上昇が販売金額を引き上げたコーヒー、プロテイン粉末。一方ランキングは激変

ここまで挙げてきた商品は個別の要因に加えて、昨今の社会問題になっている値上げも後押しする形となっていますが、特に価格高騰の影響が見られるのが、4位・インスタントコーヒー(131%)、6位・レギュラーコーヒー(122%)です。両商品とも、前年比2割から3割ほど販売金額が上昇していますが、販売数量は伸び悩んでいます。10位・プロテイン粉末は値上がりに加え、今後も更に価格が伸びていくことを見越しての需要もありそうです。

過去3年間のトレンドを振り返ってみると2023年上半期は新型コロナとインバウンド需要、2024年は外出需要の影響が大きく、昨年は、その流れを受けつつも、米価格の上昇に象徴される物価高も本格的に加わっています(図表3)。ちなみに昨年・今年の上半期に連続して15位までに入ったのは玩具メーカー菓子(6位→2位)と、トマトジュース(15位→12位)の2商品のみでした。

図表 3

● 2023～2025年上半期の売れたもののランキング

<2023年>

<2024年>

<2025年>

(単位：%)

順位	カテゴリー	前年比
1位	検査薬	245
2位	強心剤	172
3位	口紅	158
4位	ビタミンB1剤	153
5位	乳酸菌飲料	151
6位	総合感冒薬	144
7位	液体だし	141
8位	鎮咳去痰剤	138
9位	ほほべに	134
10位	口腔用薬	134

順位	カテゴリー	前年比
1位	バック	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

順位	カテゴリー	前年比
1位	米	184
2位	おしろい	120
3位	美容液	119
4位	バック	119
5位	カルシウム剤	118
6位	玩具メーカー菓子	117
7位	ココア	116
8位	米飯類	115
9位	リップクリーム	115
10位	ハンド&スキンケア	114



データ：SRI+ 集計期間：2023年、2024年、2025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

※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

※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

新型コロナ関連の商品が、反動もあり上位に。インバウンド需要で人気だった商品も

最後に 2026 年上半期、販売苦戦ランキングを見てみましょう(図表 4)。1 位・検査薬(80%)は新型コロナ用の抗原検査キットの需要減、2 位・鎮咳去痰剤(83%)、4 位・マスク(86%)、5 位・体温計(87%)、9 位・総合感冒薬(90%)なども新型コロナ時の需要の反動がありそうです。3 位・強心剤(86%)、11 位・ビタミン B1 剤(91%)は外国人旅行客に人気でしたが、需要が一巡した影響も。注目は 10 位の米(90%)。昨年の売れたもののランキング 1 位から大きく立ち位置を変えましたが、コロナ禍前の 2019 年に比べると 1.7 倍の販売金額になっています。

図表 4

● 2026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	検査薬	医薬品	80	122
2位	鎮咳去痰剤	医薬品	83	106
3位	強心剤	医薬品	86	88
4位	マスク	雑貨	86	117
5位	体温計	雑貨	87	73
6位	フルーツ缶詰	食品	89	85
7位	靴クリーナー	雑貨	90	94
8位	乳酸菌飲料	飲料	90	145
9位	総合感冒薬	医薬品	90	100
10位	米	食品	90	174
11位	ビタミンB1剤	医薬品	91	108
12位	野菜ジュース	飲料	91	70
13位	うがい薬	医薬品	92	108
14位	100%ジュース	飲料	92	86
15位	スピリッツ・リキュール	アルコール	93	116



データ: SRI+ 集計期間: 2026 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)

物価高に加え猛暑、今年はさらにホルムズ海峡危機と、様々な事象が生活に影響を与えるが続いています。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。

「2025 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/6245/>

「2025 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/7051/>

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} 2026 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 2025」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【インテージグループ】 <https://www.intageholdings.co.jp/> (東証プライム市場 証券コード: 4326)

インテージグループは 1960 年の創業以来、さまざまなデータを収集・加工・分析し、当グループならではのインサイトを加えてお客さまに提供。その意思決定を支援してきました。お客さまのパートナーとして「問い」に寄り添い、生活者理解とテクノロジーを融合させて「次の一手」を導きます。

【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/>