

Press Release

報道関係者各位



株式会社マイベスト

2026 年 10 月 29 日

2026 年は「節約と奮発の二刀流」

急上昇 1 位はメロジョイのスクイーズ、豪雨翌日に脱出ハンマーが 179 倍

～月 3,000 万人の閲覧データで見る“4 つの消費行動”～

商品比較サービス「マイベスト」の運営をおこなう株式会社マイベスト（本社：東京都中央区、代表取締役 CEO：吉川 徹、以下マイベスト）は、2026 年 1 月 1 日から 10 月 18 日までの月 3,000 万人の閲覧データをもとに、2026 年の特徴的な 4 つの消費行動をまとめました。

※データは「マイベスト調べ」。対象はマイベストを利用した人の行動であり、消費全体を示すものではありません。マイベストは 2024 年から毎年、閲覧データで振り返る消費トレンドを発表しています。

■2026 年急上昇ランキング TOP10

2026 年 急上昇ランキングTOP10



※前年比は、サイト全体の閲覧数に占める各記事の閲覧シェアを、2025 年と 2026 年（いずれも 1 月 1 日～10 月 18 日）で比べた値。2026 年の閲覧数が上位 800 以内で、2025 年 1 月時点で公開していた記事が対象。書籍・映像作品、医薬品、たばこは除いています。

1 位のスクイーズは、握るとつぶれてゆっくり戻るおもちゃで、JC・JK 流行語の 2026 年上半期にもノミネートされました。

■データで見る、2026 年の 4 つの消費行動（マイベストの閲覧データをもとに紹介）

<①節約と奮発の二刀流>

TOP10 のうち 4 つは、安いイヤホン（安く済ませる）、スープメーカーとノンフライヤー（家で作る）、真空保存容器（長持ちさせる）と、出費を抑えるための商品でした。食品の値上げが 2 万品目を超えるなど（帝国データバンク調べ）、物価高が背景にあるとみられます。

一方で、大型テレビ（2.5 倍）、コンプレッサー式除湿機（2.3 倍）、生ごみ処理機（1.9 倍）など、3 万円以上が相場の家電も伸びました。節約するところは節約し、長く使うモノにはお金をかける、「メリハリ消費」がさらにはっきり表れた年です。

「節約するか、奮発するか」は、買う前の比べ方にも表れています。圧力 IH 炊飯器（3～10 万円程度）のコンテンツとあわせて読まれていたのは、いちばん手ごろなマイコン炊飯器（3 合炊きで 5,000～1 万円程度）でした。高くてもおいしく炊ける方式と、手ごろな方式を見比べていたことがうかがえます。一方、「安いイヤホン」のコンテンツを読んだ人は、「2,000 円以下」「3,000 円以下」のイヤホンのコンテンツもあわせて読んでいました。安いものの中から、さらに予算の

上限を決めて探していたようです。ただし、同じ条件で比べると、価格と評価は必ずしも比例しません。マイベストの白髪染めシャンプーの検証では、1,000 円を切る商品が 22 商品中 3 位に入りました。値段だけで決めず、何を重視するかを決めてから比べることが、失敗しない買い方につながります。

※「3 万円以上が相場」は、マイベストの各ランキング記事に掲載している上位 10 商品の最安価格の中央値が 3 万円以上のジャンル（2026 年 10 月時点）。前年比の算出方法は TOP10 と同じです。

＜②おうちで外食級＞

スープメーカー（2.7 倍）、ノンフライヤー（2.6 倍）、マキネット（2.1 倍）、高級トースター（2.1 倍）など、お店の味を家で再現する調理家電が伸びました。外食やカフェの値上げが続くなか、家で「ちょっといいもの」を作る動きが見られます。ノンフライヤーを読んだ人は、「一人用」のほか、フィリップスや COSORI などメーカー別のコンテンツもあわせて読んでいました。使う人数やメーカーまで絞り込んで選んでいたようです。

29 商品を比較したノンフライヤーの検証では、商品ごとに仕上りの差は大きく、生から揚げる料理と温め直しの両方をバランスよくおいしく作れる機種は限られていることが分かりました。何を作りたいかを決めてから選ぶのがおすすめです。

＜③着る・履くだけ対策＞

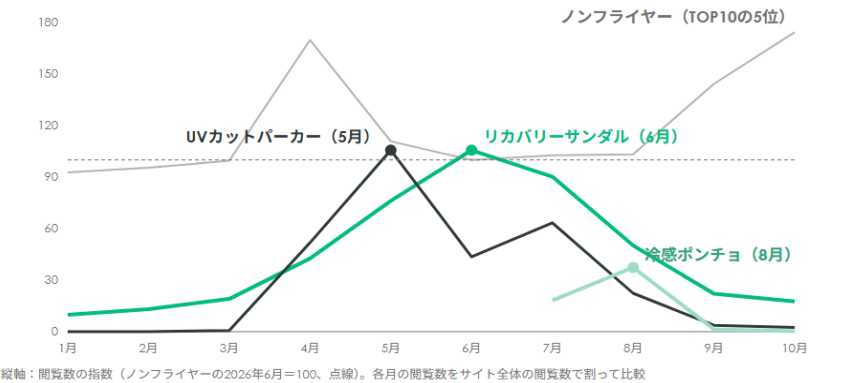
リカバリーサンダル、UV カットパーカー、冷感ポンチョが、今年新しく一気に読まれました。リカバリーサンダルは、6 月の閲覧数が同じ月のノンフライヤー（急上昇 TOP10 の 5 位）を上回っています。前年と比べられるジャンルでも、ファン付きベストは 2.1 倍に伸びた一方、ハンディファンは 1.1 倍にとどまりました。暑さや疲れへの対策が、「持ち歩く道具」から「身につけるモノ」へ移っていることがうかがえます。

UV カットパーカーを読んだ人は、ラッシュガードや日除け帽子、アームカバーもあわせて読んでいました。1 つで済ませず、体のまわりをまとめて対策しようとしていたようです。

リカバリーサンダルを読んだ人は、「メンズ向け」のほか、HOKA やクロックスなどブランド別のコンテンツもあわせて読んでいました。性別やブランドまで絞り込んで選んでいたようです。

今年、新しく読まれ始めたモノ

着るだけ・履くだけで対策できる3ジャンル



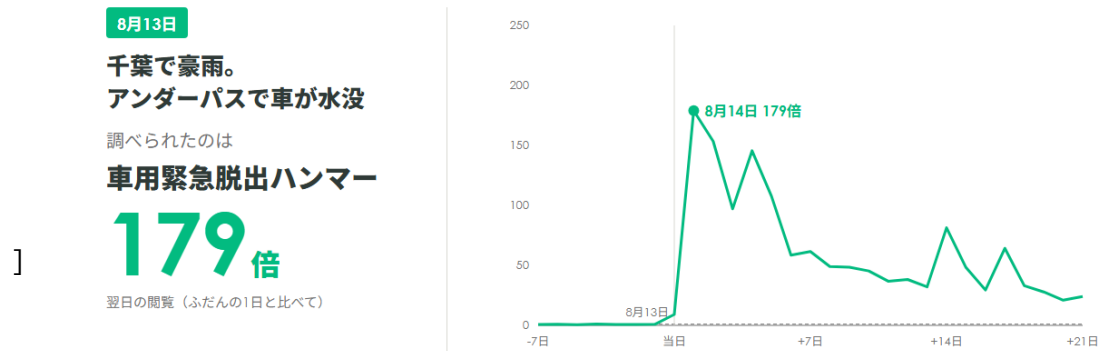
＜④あと備え＞

防災用品をはじめ、報道ニュースのあった日や直後に、関連する商品が一気に調べられました。

ニュースのあと、何が調べられたか

いつ	出来事	調べられたモノ	閲覧
4月1日	自転車の「青切符」がスタート ※差し運転も反則金の対象に	自転車用レインコート	2.6倍 前年同月比
6月12日	首都直下地震の基本計画が改定	感震ブレーカー	122倍 当日・ふだん比
7月28日	令和8年熊本地震（最大震度7）、停電も発生	大容量ポータブル電源	10倍 2日後・ふだん比
8月13日	千葉で豪雨、アンダーバスで車が水没	車用緊急脱出ハンマー	179倍 翌日・ふだん比
9月	お米が約2年ぶりに5kg2千円台へ	炊飯器	2.5倍 10月・前年同月比

ただ、関心は長続きしません。ニュースのあとに急増した3品目の1週間後の閲覧は、感震ブレーカーがピークの5%、脱出ハンマーが27%、ポータブル電源が34%まで下がっています。**災害が起きてから慌てて備える、"あと備え"**の動きです。地域で見ると、防災用品は宮崎県・高知県（全国平均の1.41倍）など、南海トラフ地震防災対策推進地域に含まれる県で多く読まれました。



災害時の道具は、いざというときに正しく使えるかどうか大切です。マイベストの車用緊急脱出ハンマーのコンテンツでは、「フロントガラスは粉々にならない作りの合わせガラス」と紹介しています。関心が高まったときこそ、買って終わりにせず、使い方まで確かめておくことが次の備えにつながります。

※画像の「ふだん」は、2025年1月1日～10月18日の1日平均。「前年同月」は、2025年の同じ月との比較です。いずれもサイト全体の閲覧数に占める閲覧シェアで比較しています。出来事と閲覧の増加は時期が重なることを示すもので、因果関係を示すものではありません。「あわせて読まれたコンテンツ」は、同じ訪問（セッション）の中で両方のコンテンツが読まれた割合がサイト平均より多かったもので、コンテンツ内のリンクからの閲覧も含まれます。都道府県はIPアドレスからの推定です。

■株式会社マイベスト

「インターネットを使った最高の選択体験を実現する」をミッションに掲げ、月間ユニークユーザー3,000万人以上が利用する国内最大級の商品比較サービス「マイベスト」を開発・運営しています。徹底した自社検証と専門家の知見にもとづく公平な基準で、商品・サービスのおすすめ情報を提供し、一人ひとりのベストな選択をサポート。現在は、日本以外にも8つの国と地域に展開しており、最高の選択体験を実現し世界を変えたいと考えています。



- ・所在地：東京都中央区築地 7-17-1 住友不動産築地ビル
- ・代表：吉川 徹
- ・創業：2016年10月
- ・事業内容：商品比較サービス「マイベスト」の運営
- ・コーポレートサイト：<https://my-best.com/company/>