

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2021年2月実績 速報版(パネル270)

1月実績 確報版(パネル270)

(2021年3月22日公表)

## 調査資料概要

### 【パネル270社集計】

食品を中心に扱うスーパーマーケットを対象に同一企業を集計

### 【集計項目】

商品分類別・エリア別・保有店舗別集計

集計企業数、総店舗数、総売場面積、店舗平均月商、売場1㎡あたり売上高

### 【速報版・確報版】

速報版:前月販売実績を速報値として公表 確報版:速報値に精度の高い集計を加え確報値として公表

### 【全店・既存店】

全店:前年同月全営業店舗と当月全営業店舗の比較 既存店:前年同月、当月共に営業の店舗による比較

### 【商品分類】

総売上高	食品合計	生鮮三部門	青果	野菜類、果実類、花
			水産	魚介類、塩干物
			畜産	食肉類、肉加工品
		惣菜	惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタペーパー、ファーストフード	
		日配	豆腐、こんにゃく、納豆、練製品、佃煮、漬物、パン、卵、乳製品、生菓子、冷凍食品、アイスクリーム	
		一般食品	調味料、瓶詰詰、乾物、米、小麦粉、乾麺、嗜好品、菓子、酒類	
非食品	日用雑貨品、医薬・化粧品、家具インテリア、家電製品、婦人衣料、紳士衣料、文具、玩具			
その他	テナント売上高、タバコ・ギフト販売、その他取次業(DPE、クリーニング、宅配便、レンタル、チケット販売等)			

### 【地方分類】

北海道・東北地方	北海道、青森、岩手、秋田、宮城。山形、福島
関東地方	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川
中部地方	新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知
近畿地方	三重、滋賀、奈良、和歌山、京都、大阪、兵庫
中国・四国地方	岡山、広島、鳥取、島根、山口、香川、徳島、愛媛、高知
九州地方・沖縄地方	福岡、佐賀、長崎、大分、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄
北日本日本海側	北海道の日本海側とオホーツク海側(宗谷南部)、東北日本海側
太平洋側	北海道の太平洋側とオホーツク海側(網走・北見・紋別地方)、東北太平洋側
東日本日本海側	北陸地方
太平洋側	関東甲信、東海地方
西日本日本海側	近畿日本海側、山陰、九州北部地方
太平洋側	近畿太平洋側、山陽、四国、九州南部
沖縄・奄美	鹿児島県奄美地方、沖縄地方

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会

一般社団法人 日本スーパーマーケット協会

オール日本スーパーマーケット協会

スーパーマーケット販売統計調査に関するお問い合わせ

tokei@super.or.jp

2021年3月22日

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会  
 一般社団法人 日本スーパーマーケット協会  
 オール日本スーパーマーケット協会

## スーパーマーケット販売統計調査 2021年2月実績 速報版 (パネル270)

	全店売上高 (万円)	構成比	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
総売上高	86,926,433	100.0%	99.6%	98.9%
食品合計	79,608,965	91.6%	100.6%	99.9%
生鮮3部門合計	30,452,824	35.0%	103.0%	102.1%
青果	12,243,593	14.1%	104.2%	103.3%
水産	7,739,313	8.9%	103.7%	102.9%
畜産	10,469,917	12.0%	101.1%	100.3%
惣菜	9,228,164	10.6%	101.2%	100.4%
日配	17,009,545	19.6%	99.1%	98.4%
一般食品	22,918,432	26.4%	98.6%	97.9%
非食品	5,279,725	6.1%	88.6%	89.5%
その他	2,037,786	2.3%	95.4%	95.5%

### 地方分類別集計

エリア	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
北海道・東北地方	11,928,471	43	99.7%	98.6%
関東地方	32,522,904	73	99.1%	98.5%
中部地方	10,806,715	53	100.9%	99.2%
近畿地方	18,658,796	44	100.7%	100.4%
中国・四国地方	8,635,335	34	99.9%	98.7%
九州・沖縄地方	4,374,211	23	96.3%	96.5%

### 保有店舗数別集計

保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	571,920	46	94.3%	94.3%
4~10店舗	4,081,197	81	95.9%	96.4%
11~25店舗	8,942,911	54	99.4%	98.9%
26~50店舗	15,661,812	45	98.9%	98.8%
51店舗以上	57,668,593	44	100.0%	99.1%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	85,176,295
総店舗数 (店舗)	8,024	店舗平均月商 (万円)	10,833
総売場面積 (㎡)	13,400,576	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.5

※売上高は税抜金額

※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

2021年3月22日

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会  
 一般社団法人 日本スーパーマーケット協会  
 オール日本スーパーマーケット協会

## スーパーマーケット販売統計調査 2021年1月実績 確報版 (パネル270)

	全店売上高 (万円)	構成比	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
総売上高	93,198,395	100.0%	106.8%	106.0%
食品合計	84,749,553	90.9%	107.7%	106.8%
生鮮3部門合計	33,816,700	36.3%	109.0%	108.1%
青果	13,249,818	14.2%	109.5%	108.6%
水産	8,679,541	9.3%	106.2%	105.3%
畜産	11,887,341	12.8%	110.7%	109.7%
惣菜	9,235,793	9.9%	100.8%	99.8%
日配	18,094,613	19.4%	107.7%	106.8%
一般食品	23,602,447	25.3%	108.6%	107.8%
非食品	6,185,663	6.6%	100.3%	100.4%
その他	2,263,229	2.4%	96.8%	96.8%

### 地方分類別集計

エリア	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
北海道・東北地方	12,635,444	43	107.4%	107.1%
関東地方	34,459,366	73	107.8%	107.2%
中部地方	11,565,542	53	108.3%	106.4%
近畿地方	20,468,348	44	104.6%	103.9%
中国・四国地方	9,260,494	34	108.3%	106.5%
九州・沖縄地方	4,809,200	23	101.6%	101.2%

### 保有店舗数別集計

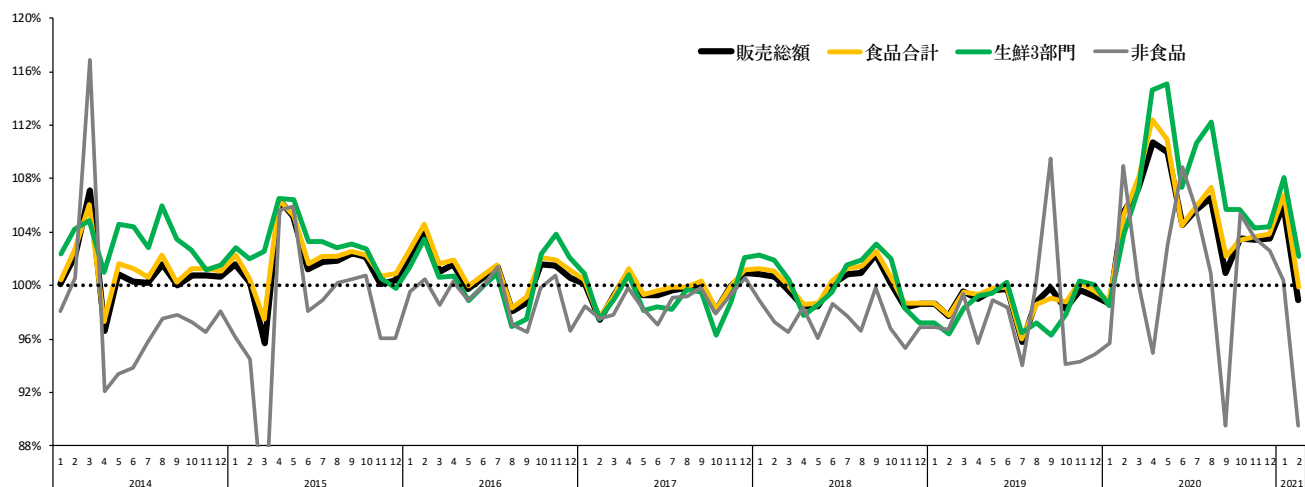
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	605,541	46	101.9%	102.4%
4~10店舗	4,371,317	81	103.8%	104.4%
11~25店舗	9,453,775	54	106.9%	106.6%
26~50店舗	16,056,946	44	107.2%	106.8%
51店舗以上	62,710,816	45	106.9%	105.8%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	91,452,753	
総店舗数 (店舗)	8,029	店舗平均月商 (万円)	11,608	
総売場面積 (㎡)	13,405,285	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.0	

※売上高は税抜金額

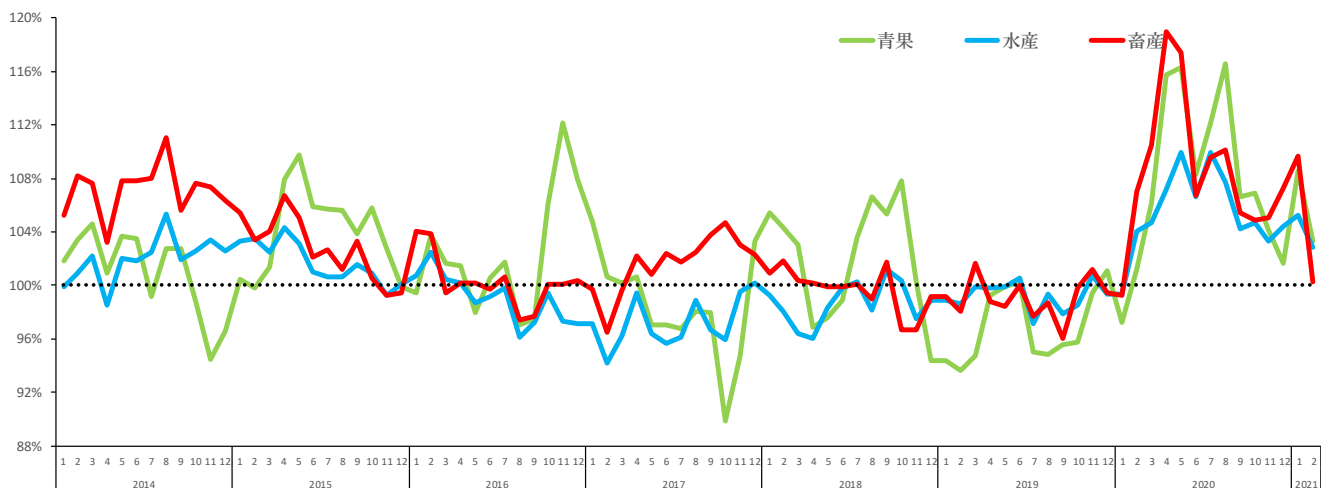
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計(パネル270) 既存店前年同月比推移 2014年1月～

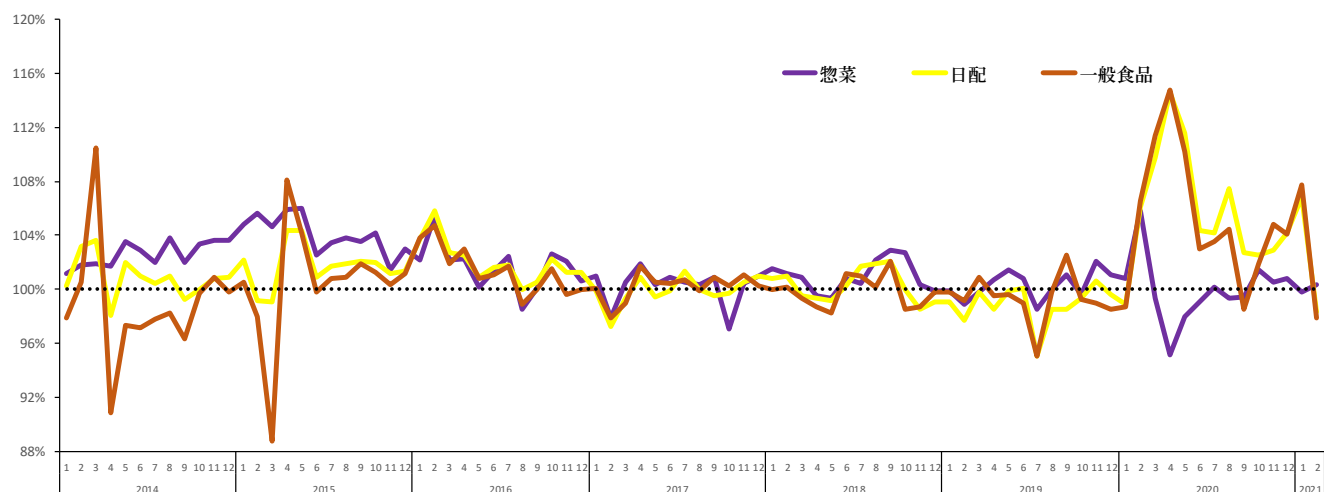
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2021年2月実績は速報版

## 2021年2月エリア別気候状況

**気温の特徴：全国的に高く、東・西日本でかなり高かった**

上旬：東・西日本と沖縄・奄美でかなり高かった。

中旬：北・東日本でかなり高く、西日本で高かった。

下旬：西日本と沖縄・奄美でかなり高く、東日本で高かった。

**2020年2月との比較：中旬は東日本太平洋以西でやや高く、下旬は北日本でやや低かった**

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2021年2月			2020年2月 (前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北日本 日本海側	-0.4	2.9	-0.4	-1.0	3.5	1.5	0.6	-0.6	-1.9
太平洋側	0.0	3.2	0.3	-0.5	3.5	1.4	0.5	-0.3	-1.1
東日本 日本海側	1.3	2.5	2.1	0.4	3.8	2.7	0.9	-1.3	-0.6
太平洋側	2.1	2.7	2.8	0.7	3.7	2.6	1.4	-1.0	0.2
西日本 日本海側	2.0	1.9	3.9	0.7	2.5	2.7	1.3	-0.6	1.2
太平洋側	2.0	1.9	3.3	0.5	2.4	2.4	1.5	-0.5	0.9
沖縄・奄美	1.9	-0.2	2.5	0.3	1.0	2.7	1.6	-1.2	-0.2



**日照時間の特徴：東日本太平洋側、西日本日本海側と沖縄・奄美で記録的に多かった**

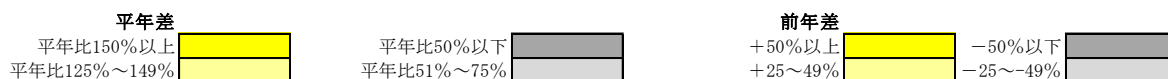
上旬：東日本太平洋側と西日本、沖縄・奄美でかなり多かった。一方、北日本日本海側でかなり少なく、北日本太平洋側で少なかった。

中旬：東・西日本日本海側でかなり多く、東・西日本太平洋側と沖縄・奄美で多かった。

下旬：東日本と西日本日本海側でかなり多く、北・西日本太平洋側と沖縄・奄美で多かった。

**2020年2月との比較：月を通じて北日本ではやや少なく、東・西日本ではやや多くなった**

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2021年2月			2020年2月 (前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北日本 日本海側	57	99	104	96	91	136	-39	8	-32
太平洋側	91	97	126	98	89	115	-7	8	11
東日本 日本海側	97	144	169	124	103	104	-27	41	65
太平洋側	123	120	133	124	94	107	-1	26	26
西日本 日本海側	155	127	152	124	104	121	31	23	31
太平洋側	142	115	126	121	88	122	21	27	4
沖縄・奄美	252	164	152	146	109	217	106	55	-65



**降水量の特徴：北日本日本海側でかなり多かった**

上旬：北日本日本海側でかなり多く、東・西日本日本海側で多かった。一方、沖縄・奄美でかなり少なく、北日本太平洋側で少なかった。

中旬：北日本と東日本日本海側でかなり多く、東・西日本太平洋側と沖縄・奄美で多かった。

下旬：東日本でかなり少なく、北日本太平洋側と西日本日本海側で少なかった。一方、沖縄・奄美で多かった。

**2020年2月との比較：上旬から中旬にかけてはやや多い地域が多く、下旬はやや少ない地域が多かった**

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2021年2月			2020年2月 (前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北日本 日本海側	169	194	87	105	107	89	64	87	-2
太平洋側	58	314	42	90	115	102	-32	199	-60
東日本 日本海側	123	172	14	93	122	75	30	50	-61
太平洋側	70	182	4	4	105	76	66	77	-72
西日本 日本海側	144	99	53	35	138	133	109	-39	-80
太平洋側	71	133	79	14	157	107	57	-24	-28
沖縄・奄美	22	184	139	85	29	13	-63	155	126



気象庁報道資料「2月の気候」を参考に事務局作成  
平年値は過去30年 (1981年~2010年) の平均

# スーパーマーケット景気動向調査

2021年3月調査結果（2月実績）  
（2021年3月22日公表）

スーパーマーケット中核店舗を対象として経営動向や景気判断を調査し、月次でスーパーマーケット経営を取り巻く内外の環境変化を定量的に明らかにすることを目的としています。またスーパーマーケット販売統計調査における売上変動の要因やカテゴリー別好不調要因を補足する役割を果たすことも期待しています。

## 【経営動向調査】

1. 経営状況：「売上」「収益」「生鮮品仕入原価」「食品仕入原価」「販売価格」「客単価」「来客数」スーパーマーケット中核店舗における各経営状況について

- ・前年同月と比較し「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階で評価
- ・前年同月を100とした当月の値を調査 ※2014年4月実績より

2. カテゴリー動向：「青果」「水産」「畜産」「惣菜」「日配」「一般食品」「非食品」スーパーマーケット中核店舗における各カテゴリーに販売動向について、

- ・前年同月と比較し「かなり好調」から「かなり不調」までの5段階で評価
- ・各カテゴリーの好不調要因についてのコメント

---

経営動向調査DI (Diffusion Index) の算出方法

回答構成比 (%) に以下の点数を乗じてDIを算出

かなり改善+0.5・やや改善+0.25・変わらない±0・やや悪化-0.25・かなり悪化-0.5

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「0」

## 【景況感調査】

1. 景況感：「景気状況」「消費者購買意欲」「店舗周辺の競合状況」「店舗周辺地域の景気」について、

- ・2～3ヵ月前と比較した現状について「かなり改善」から「かなり悪化」まで5段階で評価
- ・今後2～3ヵ月の見通しについて「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階で評価

---

景況感DI (Diffusion Index) の算出方法

回答構成比 (%) に以下の点数を乗じてDIを算出

かなり改善+1.0・やや改善+0.75・変わらない+0.5・やや悪化+0.25・かなり悪化+0

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「50」

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会  
一般社団法人 日本スーパーマーケット協会  
オール日本スーパーマーケット協会

### 3月調査（2月実績）結果概況

#### 景気判断DI 現状判断は大幅に、見通しも小幅に悪化

2月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断DI 現状判断は、前月から-7.4の39.8、見通し判断は前月から-3.6の35.8となり、共に前月から小幅な悪化となった。

経営動向調査は、売上高DI、収益DI共に大幅に下落し、共にマイナス値となった。引き続き巣ごもり傾向による堅調な食品需要に大きな変化はみられないが、うるう年の翌年にあたり営業日が一日少ないことに加え、前年に特需が起きた保存性の高い食品やマスクなどの衛生用品、紙製品の反動が加わったことが影響した。買上点数の増加による客単価DIの大幅なプラス、来店頻度の減少による来客数DI低下傾向にも大きな変化はなかった。

カテゴリー動向調査では、前年の休校要請により給食の代替として需要が高まった日配カテゴリーや、保存性の高いカテゴリー（畜産、一般食品、非食品DI）で前年の反動を大きく受け下落幅が大きくなった。一方で、今年の中食傾向が回復し、恵方巻も好調だった惣菜DIはわずかに上昇した。（カテゴリー動向については最終ページに詳細を掲載）

景況感調査では、特に景気判断DIや消費者購買意欲DIの現状判断や見通し判断で悪化傾向が強まった。一方で、競合状況DIや周辺地域判断DIは小幅な悪化にとどまっている。（長期傾向についてはp11参照）

感染拡大から1年が経過し、巣ごもり需要や調理志向は堅調に推移するなか、保存性の高い食品を中心に徐々に前年の反動が出始め、先行きへの警戒感が高まった。緊急事態宣言は解除されたが、しばらく家庭内食事志向は高止まりする可能性が高く、引き続き食品需要は堅調とみられる。特需からの反動減は小さくないであろうが、足元の消費トレンドに応える取り組みが継続されることを期待したい。

#### 景況感調査

##### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：39.8 (-7.4) 前月：47.2	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：42.2 (-7.4) 前月：49.6	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：43.6 (-0.8) 前月：44.4	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：42.0 (-1.5) 前月：43.5
--	---	---	---

##### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：35.8 (-3.6) 前月：39.4	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：38.7 (-5.7) 前月：44.4	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：41.8 (-0.3) 前月：42.1	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：39.0 (-0.7) 前月：39.7
--	---	---	---

#### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：-6.9 (-20.5) 前月：13.6	<b>客単価DI</b> 当月：19.4 (-6.4) 前月：25.8	<b>来客数DI</b> 当月：-26.3 (-5.8) 前月：-20.5	
<b>収益DI</b> 当月：-2.7 (-15.7) 前月：13.0	<b>販売価格DI</b> 当月：3.1 (+0.5) 前月：2.6	<b>生鮮品仕入原価DI</b> 当月：0.2 (-5.7) 前月：5.9	<b>食品仕入原価DI</b> 当月：0.3 (-3.5) 前月：3.8

#### カテゴリー動向

<b>青果DI</b> 当月：8.8 (-11.1) 前月：19.9	<b>水産DI</b> 当月：3.8 (-5.7) 前月：9.5	<b>畜産DI</b> 当月：-1.8 (-23.3) 前月：21.5	
<b>惣菜DI</b> 当月：-2.3 (+3.2) 前月：-5.5	<b>日配DI</b> 当月：-6.4 (-24.3) 前月：17.9	<b>一般食品DI</b> 当月：-8.3 (-24.3) 前月：16.0	<b>非食品DI</b> 当月：-22.6 (-31.2) 前月：8.6

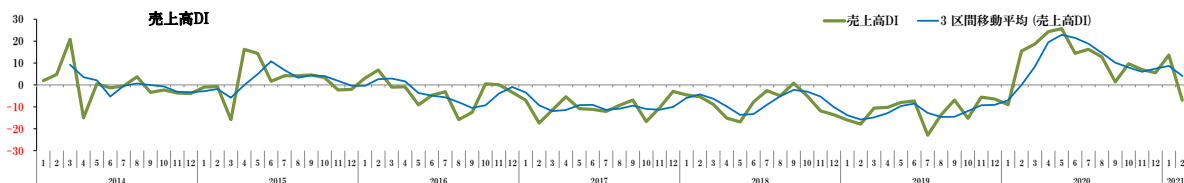
※DI値は前年同月との比較／（）内は前月DIからの変化

# 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

## 1. 売上高DI

前年うるう年の影響もあり、昨年1月以来のマイナス

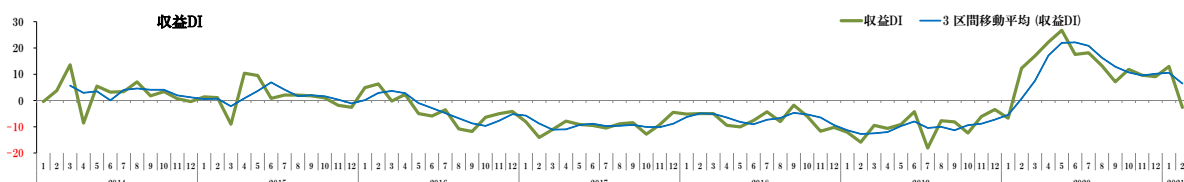
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	7.0	11.4	18.9	45.4	17.3	13.6
売上高 (当月)	<b>12.3</b>	<b>33.5</b>	<b>26.5</b>	<b>25.2</b>	<b>2.6</b>	<b>-6.9</b>



## 2. 収益DI

前年うるう年の影響もあり、昨年1月以来のマイナス

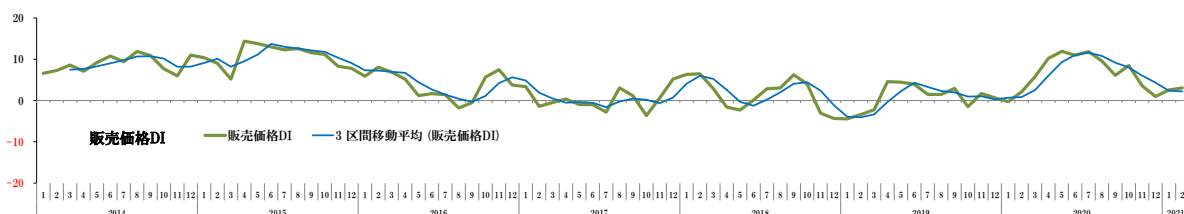
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.0	12.0	22.4	43.2	16.4	13.0
収益 (当月)	<b>10.7</b>	<b>26.7</b>	<b>29.3</b>	<b>29.3</b>	<b>4.0</b>	<b>-2.7</b>



## 3. 販売価格DI

横ばいで推移し、プラス圏を維持

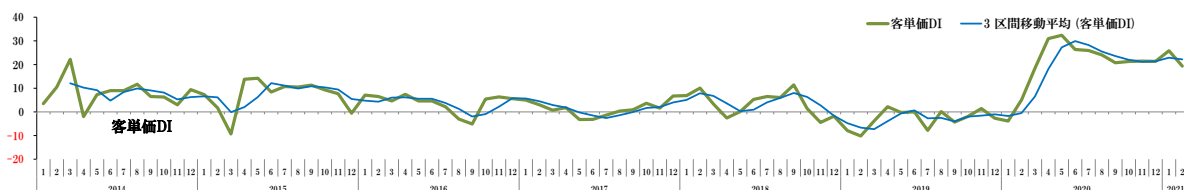
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.5	11.4	67.6	18.4	2.2	2.6
販売価格 (当月)	<b>0.6</b>	<b>11.0</b>	<b>65.6</b>	<b>20.8</b>	<b>1.9</b>	<b>3.1</b>



## 4. 客単価DI

前月から上昇幅縮小も、大幅なプラス圏を維持

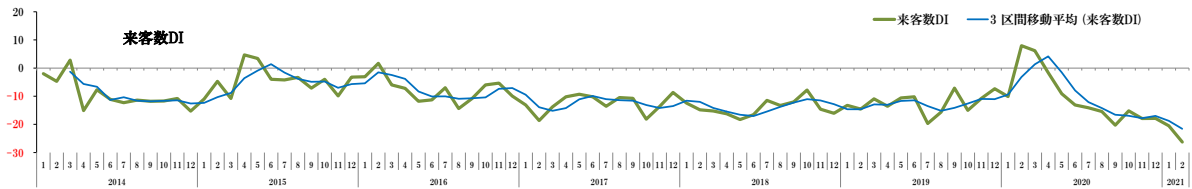
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.5	4.9	16.3	47.3	31.0	25.8
客単価 (当月)	<b>1.3</b>	<b>7.7</b>	<b>21.3</b>	<b>51.6</b>	<b>18.1</b>	<b>19.4</b>



## 5. 来客数 DI

二桁マイナス水準での推移が続く

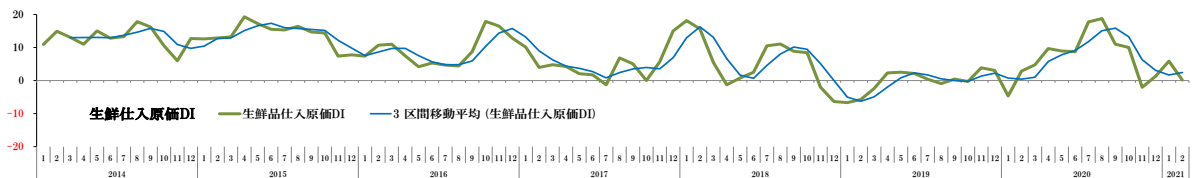
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	22.8	48.4	18.5	8.7	1.6	-20.5
来客数 (当月)	<b>34.2</b>	<b>43.9</b>	<b>16.1</b>	<b>4.5</b>	<b>1.3</b>	<b>-26.3</b>



## 6. 生鮮仕入原価 DI

当月下落し、ほぼ前年同期水準

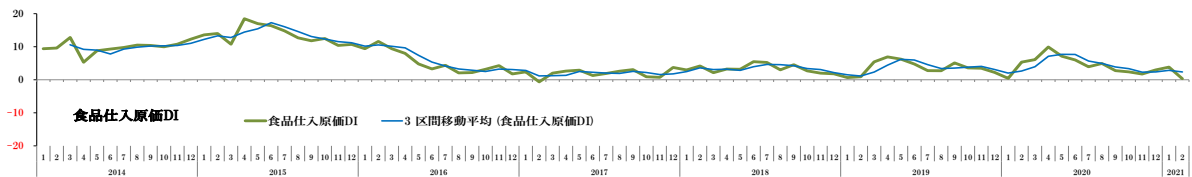
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	8.4	65.9	19.6	6.1	5.9
生鮮仕入原価 (当月)	<b>4.0</b>	<b>10.6</b>	<b>68.2</b>	<b>15.2</b>	<b>2.0</b>	<b>0.2</b>



## 7. 食品仕入原価 DI

当月小幅に下落し、ほぼ前年同期水準

回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
食品仕入原価 (前月)	0.5	4.4	77.6	14.2	3.3	3.8
食品仕入原価 (当月)	<b>3.9</b>	<b>7.9</b>	<b>73.0</b>	<b>13.2</b>	<b>2.0</b>	<b>0.3</b>

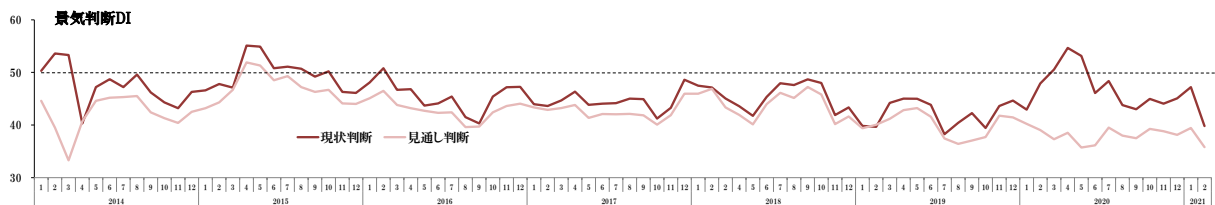


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は大幅に悪化、見通し判断も小幅に悪化

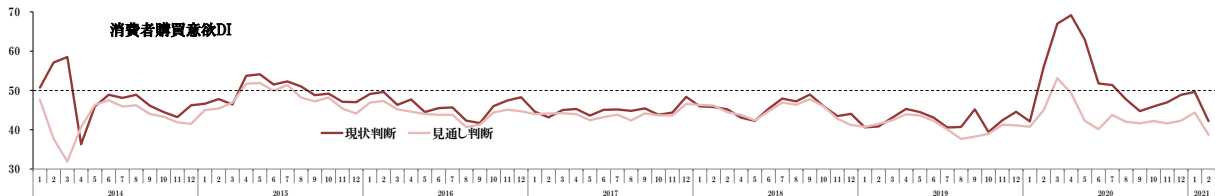
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	4.3	21.8	55.3	18.1	0.5	47.2
【現状】景況判断 (当月)	<b>3.8</b>	<b>36.9</b>	<b>55.4</b>	<b>3.8</b>	<b>0.0</b>	<b>39.8</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	5.9	35.8	52.9	5.3	0.0	39.4
【見通し】景況判断 (当月)	<b>7.7</b>	<b>45.2</b>	<b>43.2</b>	<b>3.9</b>	<b>0.0</b>	<b>35.8</b>



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状、見通し判断共に悪化

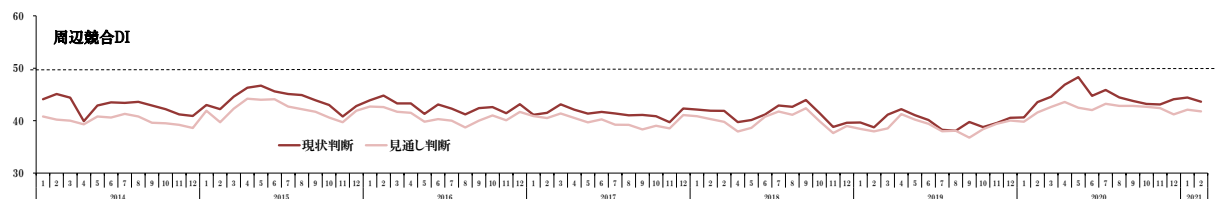
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	0.0	19.1	63.8	16.5	0.5	49.6
【現状】購買意欲 (当月)	<b>0.6</b>	<b>33.1</b>	<b>63.7</b>	<b>1.9</b>	<b>0.6</b>	<b>42.2</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.6	26.3	65.1	7.0	0.0	44.4
【見通し】購買意欲 (当月)	<b>1.9</b>	<b>43.9</b>	<b>51.6</b>	<b>2.6</b>	<b>0.0</b>	<b>38.7</b>



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通しとも横ばいでの推移

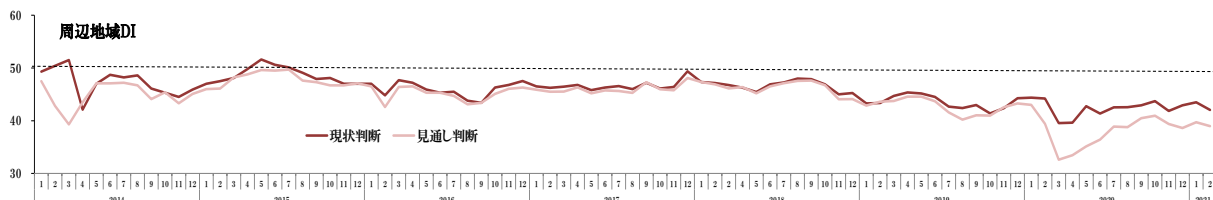
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	3.2	17.0	78.7	1.1	0.0	44.4
【現状】競合状況 (当月)	<b>2.5</b>	<b>21.0</b>	<b>75.8</b>	<b>0.6</b>	<b>0.0</b>	<b>43.6</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	4.8	23.0	71.1	1.1	0.0	42.1
【見通し】競合状況 (当月)	<b>3.2</b>	<b>27.1</b>	<b>69.0</b>	<b>0.6</b>	<b>0.0</b>	<b>41.8</b>



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状、見通しとも横ばいで推移

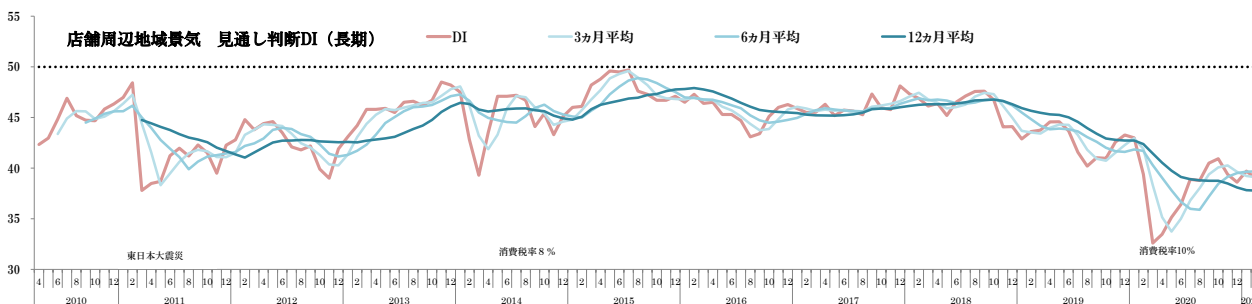
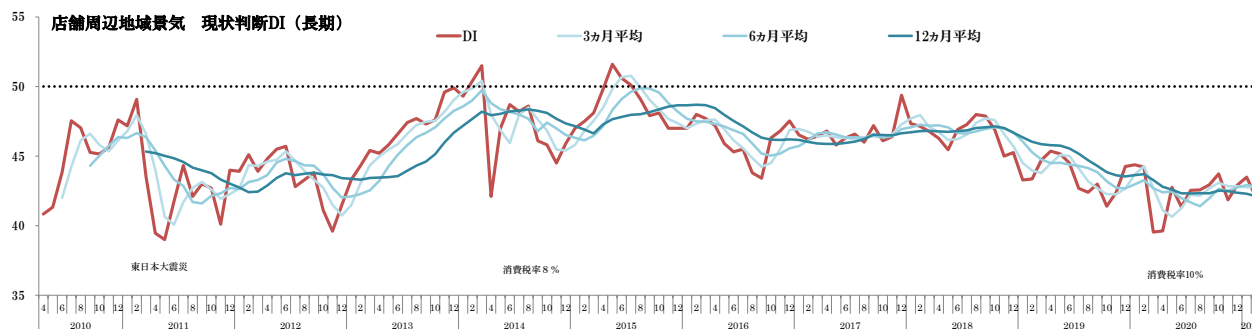
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	1.6	24.5	72.3	1.6	0.0	43.5
【現状】地域景気 (当月)	1.3	29.2	69.5	0.0	0.0	42.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	3.2	36.4	58.8	1.6	0.0	39.7
【見通し】地域景気 (当月)	0.7	43.4	55.3	0.7	0.0	39.0



#### ・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

周辺地域景気判断DIは、2011年3月の東日本大震災以降低迷を続けていたが、12年11月から16ヵ月にわたる改善が続き、14年3月には現状判断DIが51.5を記録した。14年4月の消費税率8%への引き上げにより、大幅に悪化したものの、その後徐々に持ち直しをみせ、2015年5月には現状判断DIは51.6にまで達し、調査開始以来の最高値を更新した。

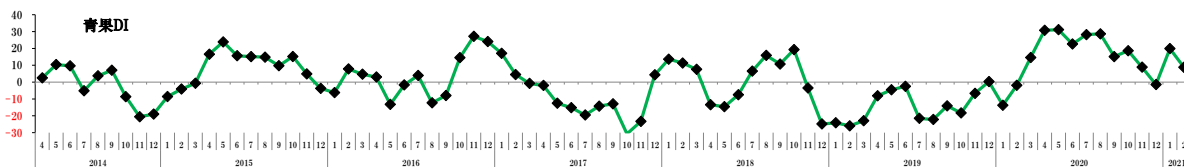
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したものの、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。以降は一進一退の推移となっている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：8.8（やや好調）

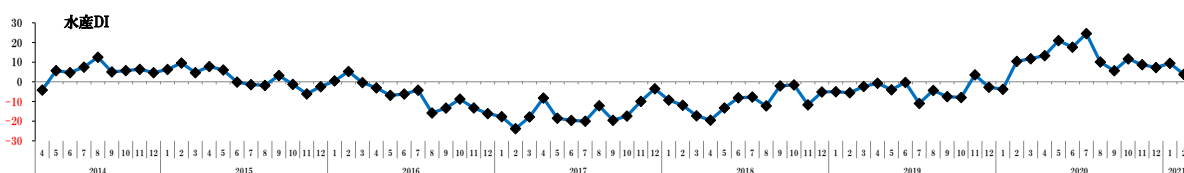
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果 (前月)	2.8	8.9	19.4	43.9	25.0	19.9
<b>青果 (当月)</b>	<b>3.9</b>	<b>19.6</b>	<b>26.8</b>	<b>36.6</b>	<b>13.1</b>	<b>8.8</b>



うるう年の翌年にあたり、営業日が一日少ない影響を受けたものの、緊急事態宣言発令に伴う巣ごもり需要が続き、販売点数増加により総じて堅調に推移した。調理用としてニーズの高いじゃがいもの相場が上昇したことで土物類が好調となった。前年と同様に気温が高い日が多く、鍋物関連の野菜が総じて不振となった。一方でトマトや洋菜などのサラダ商材は好調となった。果物ではリンゴが前年に比べ相場安傾向、いちごが相場高傾向となっているが、店舗により好不調の判断がわかれた。

#### 2. 水産DI：3.8（やや好調）

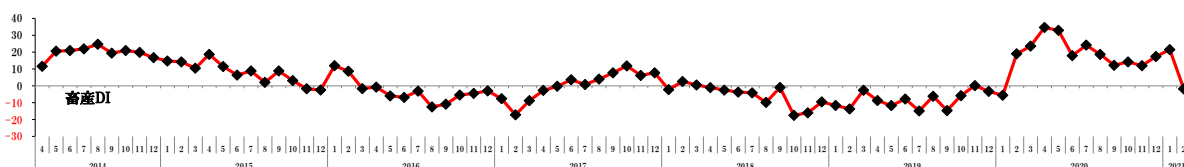
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産 (前月)	7.3	17.5	24.9	30.5	19.8	9.5
<b>水産 (当月)</b>	<b>6.6</b>	<b>21.2</b>	<b>33.8</b>	<b>27.2</b>	<b>11.3</b>	<b>3.8</b>



うるう年の翌年にあたり、営業日が一日少ない影響を受けたものの、緊急事態宣言発令に伴う家庭内食事需要が持続しており、簡便調理商品や保存が利く冷凍加工品、また気温の上昇と共に刺身類が引き続き好調となった。節分では、恵方巻を自宅で作る手巻き用商材が好調となった。農林水産省の緊急対策事業による生産者支援を追い風にマグロや鯛、ウナギやサーモンなどが好調とのコメントがみられた。家飲み機会の増加により、魚卵やちりめんなどの動きもよかった。

#### 3. 畜産DI：-1.8（やや不調）

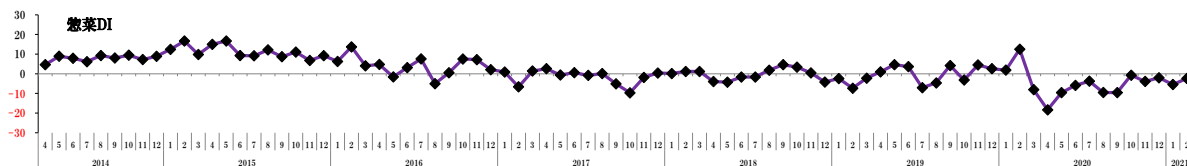
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産 (前月)	2.8	7.8	19.6	40.2	29.6	21.5
<b>畜産 (当月)</b>	<b>11.1</b>	<b>26.8</b>	<b>24.8</b>	<b>32.7</b>	<b>4.6</b>	<b>-1.8</b>



緊急事態宣言発令に伴う自宅調理傾向の高まりは継続しているものの、うるう年の翌年にあたり営業日が一日少ない影響や、前年この時期から保存性の高い食品の需要が増加した反動もみられやや伸び悩んだ。豚肉や鶏肉は気温上昇で鍋用は不振となったが、それ以外は堅調に推移した。国産相場が上昇しており、輸入を拮抗する動きもみられた。牛肉には国産、輸入問わず需要が集まっているが、和牛を安価に販売できた店舗では好調となった。ハムなど加工肉は前年からの反動減が大きく不振となった。

#### 4. 惣菜DI：-2.3（やや不調）

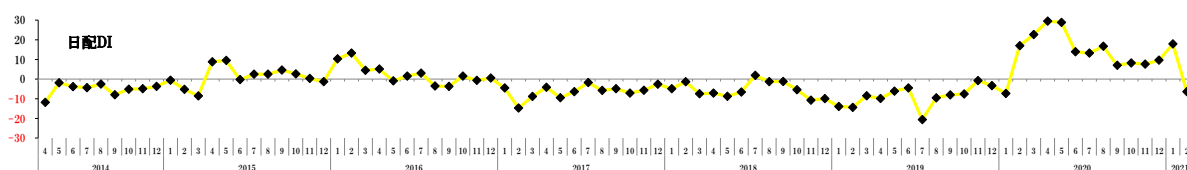
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	9.6	37.1	23.6	25.3	4.5	-5.5
<b>惣菜（当月）</b>	<b>8.7</b>	<b>32.2</b>	<b>24.2</b>	<b>29.5</b>	<b>5.4</b>	<b>-2.3</b>



節分の恵方巻の予約販売、当日販売共に予想を上回る好調であり、ロス率も大幅に改善したとのコメントが多い。中食ニーズにはやや回復傾向もみられており、米飯類やサラダ関連が好調となった。家飲み向けの焼鳥やつまみ類は引き続き堅調に推移している。駅弁フェアなど遠出できないお客様に向けたイベントが好調とのコメントもみられた。一方で、通勤客減少の影響を受けた夕方以降の来店客数減少、ばら売り中止による揚げ物の販売点数減などの苦戦も続いている。

#### 5. 日配DI：-6.4（やや不調）

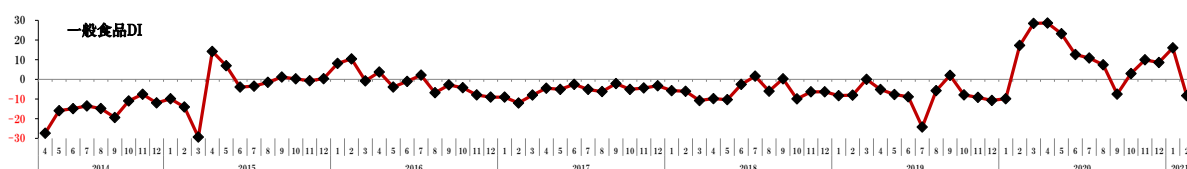
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	2.8	8.9	22.3	45.8	20.1	17.9
<b>日配（当月）</b>	<b>10.5</b>	<b>33.6</b>	<b>30.3</b>	<b>22.4</b>	<b>3.3</b>	<b>-6.4</b>



これまで堅調な家庭内需要と保存性を背景に好調に推移してきた冷凍食品やチルド食品の伸び率鈍化や、前年の休校要請による給食の代替需要として買いためが発生したパン類、麺類には反動減を指摘するコメントも散見された。一方で牛乳やチーズ、キムチや漬物などの日常使いの食材は好調が続いている。気温の高い日が多くホット商材やおでん・鍋商材は不振となった反面、アイスや飲料は好調となった。前年特需となった納豆には大きな反動減がみられた。巣ごもり生活の長期化を意識した高単価の食品やデザートは引き続き動きがよかった。

#### 6. 一般食品：-8.3（やや不調）

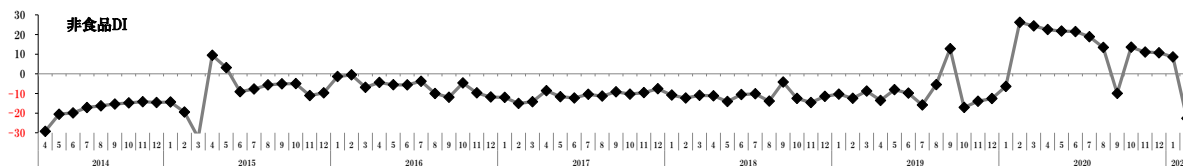
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	2.2	12.2	25.4	39.8	20.4	16.0
<b>一般食品（当月）</b>	<b>11.8</b>	<b>36.6</b>	<b>28.8</b>	<b>19.0</b>	<b>3.9</b>	<b>-8.3</b>



前年の食品備蓄傾向により特需となった保存性の高い食品（カップ麺、パスタなどの乾麺類、シリアル、カレー・レトルト類、缶詰、米、ミネラルウォーターなど）、簡便商材では反動減がみられた店舗もあった。一方で巣ごもり需要の継続により、調味料、粉物や手作りする食材などは引き続き好調となっている。飲食店の時短営業の影響もあり、家飲み傾向が顕著となっており、酒類や珍味などのつまみ類が引き続き好調となった。

## 7. 非食品 DI：-22.6（かなり不調）

回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
非食品（前月）	8.6	13.8	30.5	28.7	18.4	8.6
非食品（当月）	37.2	28.4	24.3	8.1	2.0	-22.6



前年マスクやハンドソープ、除菌関連の衛生用品を買い求める動きが強まり特需を記録した反動を受け、大幅減となった店舗がみられる。一方で品薄により十分に販売できなかった店舗では引き続き好調となった。デマにより買いだめが発生したティッシュやトイレットペーパー、キッチンペーパーなどの紙製品類については反動減となった店舗が多い。家庭用洗剤や調理補助用品は引き続き堅調な販売が続いている。

### カテゴリー別 DI による好不調判断

かなり好調：～ 20      好調：20 ～ 10      やや好調：10 ～ 0  
 やや不調：0 ～ -10      不調：-10 ～ -20      かなり不調：-20～

### 2021年3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 巣ごもり需要の継続
2. 保存性の高い食品の前年からの反動、うるう年からの反動
3. 気温が高い

### （参考）2020年3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 感染拡大による内食需要の高まり
2. うるう年により一日多い、天皇誕生日により祝日が一日多い
3. 気温が高い

### スーパーマーケット景気動向調査 集計数

2月実績速報版      157社  
 1月実績確報版      188社

### スーパーマーケット景気動向調査に関するお問い合わせ

スーパーマーケット統計事務局 [tokei@super.or.jp](mailto:tokei@super.or.jp)