

# スーパーマーケット販売統計調査

2014年3月実績 速報版(パネル306)

2月実績 確報版(パネル306)

2013年度集計結果 速報版

- 速報版(パネル306)について ※2013年4月実績よりパネル企業変更  
毎月「同一企業306社(パネル)」を対象として集計します。
- 確報版(パネル306)について ※2013年4月実績より集計定義を変更  
前月に集計した速報版(パネル306)について、より精度の高い集計を行い、  
改めて確報版として公表します。

## 【集計項目】

- 商品分類別売上高:全店売上高(万円)・構成比(%)・全店・既存店前年同月比(%)
- エリア別集計:全店売上高(万円)・全店・既存店前年同月比(%)
- 保有店舗別集計:全店売上高(万円)・全店・既存店前年同月比(%)
- 集計企業数、総店舗数、総売場面積
- 既存店総売上高(万円)、店舗平均月商、売場1㎡あたり売上高

※前年同月比(全店):前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較

※前年同月比(既存店):前年同月と当月共に営業の店舗における比較

## スーパーマーケット販売統計調査における商品分類

総売上高	食品合計	生鮮3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、インスタアペーカリー、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)			

## スーパーマーケット販売統計調査におけるエリア分類

北海道・東北エリア	北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島
首都圏エリア	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨
東海エリア	岐阜、静岡、愛知、三重
北信越エリア	福井、石川、富山、長野、新潟
関西エリア	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国・四国エリア	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州・沖縄エリア	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

2014年4月22日

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

一般社団法人 新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

2014年4月22日

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  
 一般社団法人 新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  
 2014年3月実績 速報版 (パネル306)

	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	84,476,008	100.0%	109.1%	106.9%
食品合計	72,444,294	85.8%	108.3%	105.8%
生鮮3部門合計	26,561,531	31.4%	107.0%	104.6%
青果	10,782,569	12.8%	106.6%	104.3%
水産	7,320,678	8.7%	104.4%	102.0%
畜産	8,458,283	10.0%	109.8%	107.3%
惣菜	7,348,152	8.7%	104.7%	101.7%
日配	15,165,469	18.0%	105.6%	103.2%
一般食品	23,369,141	27.7%	112.8%	110.3%
非食品	7,996,726	9.5%	117.7%	116.7%
その他	4,034,989	4.8%	109.7%	109.8%

## エリア別集計

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・東北エリア	14,040,652	50	110.9%	107.5%
首都圏エリア	32,316,932	89	109.9%	107.5%
北信越エリア	5,593,763	28	109.5%	105.9%
東海エリア	4,187,688	33	104.2%	102.8%
関西エリア	17,307,203	38	107.2%	105.7%
中国・四国エリア	6,410,427	39	107.8%	107.8%
九州・沖縄エリア	4,619,343	29	110.6%	110.2%

## 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	969,549	64	102.6%	102.6%
4~10店舗	4,714,275	89	106.7%	105.8%
11~25店舗	11,369,116	71	106.3%	105.8%
26~50店舗	16,300,069	43	109.2%	107.3%
51店舗以上	51,122,998	39	109.9%	107.2%
集計企業数 (社)	306	既存店総売上高 (万円)	80,311,268	
総店舗数 (店舗)	7,307	店舗平均月商 (万円)	11,561	
総売場面積 (㎡)	11,654,366	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.2	

※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

2014年4月22日

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  
 一般社団法人 新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  
 2014年2月実績 確報版 (パネル306)

	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	75,363,599	100.0%	105.2%	102.2%
食品合計	66,337,704	88.0%	105.8%	102.6%
生鮮3部門合計	24,945,734	33.1%	107.7%	104.3%
青果	10,183,240	13.5%	107.0%	103.5%
水産	6,545,732	8.7%	103.9%	101.0%
畜産	8,216,762	10.9%	111.7%	108.1%
惣菜	6,853,882	9.1%	105.4%	101.9%
日配	14,526,516	19.3%	106.1%	103.1%
一般食品	20,011,572	26.6%	103.4%	100.4%
非食品	6,016,061	8.0%	102.3%	101.1%
その他	3,009,840	4.0%	98.0%	98.4%

## エリア別集計

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・東北エリア	13,064,102	50	104.5%	102.1%
首都圏エリア	28,318,864	89	108.4%	103.9%
北信越エリア	4,804,882	28	105.5%	102.3%
東海エリア	3,960,277	33	100.4%	100.1%
関西エリア	15,843,697	38	102.5%	100.2%
中国・四国エリア	5,526,617	39	103.7%	102.3%
九州・沖縄エリア	3,845,160	29	102.6%	102.0%

## 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	887,824	65	98.6%	99.9%
4~10店舗	4,070,426	88	102.6%	102.5%
11~25店舗	9,751,277	70	101.6%	101.3%
26~50店舗	14,147,630	44	103.8%	101.9%
51店舗以上	46,506,442	39	106.6%	102.5%
集計企業数 (社)	306	既存店総売上高 (万円)	70,346,082	
総店舗数 (店舗)	7,289	店舗平均月商 (万円)	10,339	
総売場面積 (㎡)	11,601,234	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.5	

※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

2014年4月22日

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  
 一般社団法人 新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  
 2013年度集計（2013年4月～2014年3月）速報版（パネル306）

	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	959,951,973	100.0%	103.0%	100.5%
食品合計	843,839,198	87.9%	103.5%	100.7%
生鮮3部門合計	316,810,314	33.0%	104.8%	101.9%
青果	128,811,648	13.4%	105.3%	102.4%
水産	87,602,367	9.1%	102.6%	99.9%
畜産	100,396,298	10.5%	106.0%	103.0%
惣菜	87,320,493	9.1%	103.9%	100.8%
日配	181,295,720	18.9%	103.0%	100.3%
一般食品	258,412,671	26.9%	102.2%	99.5%
非食品	79,050,450	8.2%	100.4%	99.4%
その他	37,062,325	3.9%	99.5%	99.8%

## エリア別集計

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・東北エリア	157,369,906	50	103.5%	100.6%
首都圏エリア	362,167,241	89	104.8%	101.0%
北信越エリア	63,390,165	28	102.9%	100.9%
東海エリア	50,006,436	33	99.0%	99.1%
関西エリア	202,567,061	38	101.4%	99.7%
中国・四国エリア	72,454,037	39	101.9%	100.5%
九州・沖縄エリア	51,997,127	29	102.5%	101.4%

## 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	11,619,903	64	98.7%	98.4%
4～10店舗	52,753,992	87	99.3%	99.7%
11～25店舗	134,783,562	74	101.1%	99.8%
26～50店舗	195,712,481	44	105.8%	100.4%
51店舗以上	565,082,035	37	103.0%	100.9%

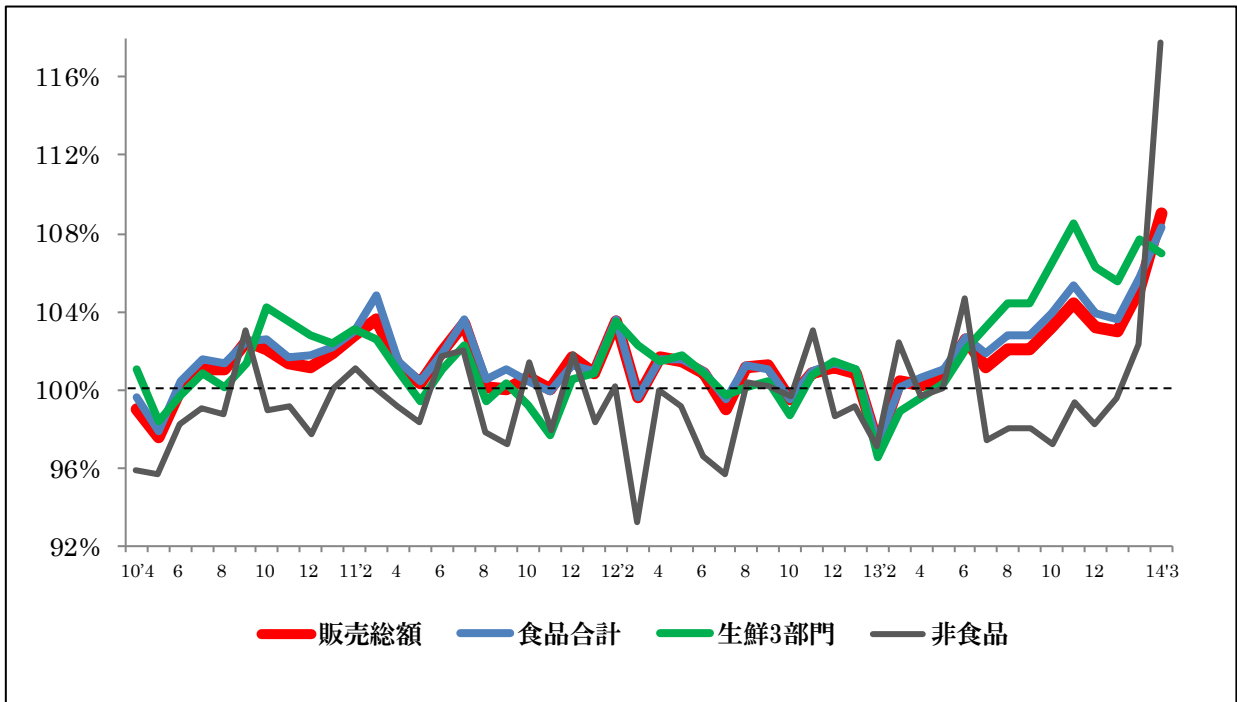
※保有店舗数カテゴリーは2013年4月時点での保有店舗数による分類

集計企業数（社）	306	既存店総売上高（万円）	922,290,210
		店舗平均月商（万円）	11,045
		売場1㎡あたり売上高（万円）	6.9

※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推移 2010年4月～2014年3月(全店ベース対前年同月比)

販売総額・食品合計・生鮮3部門・非食品

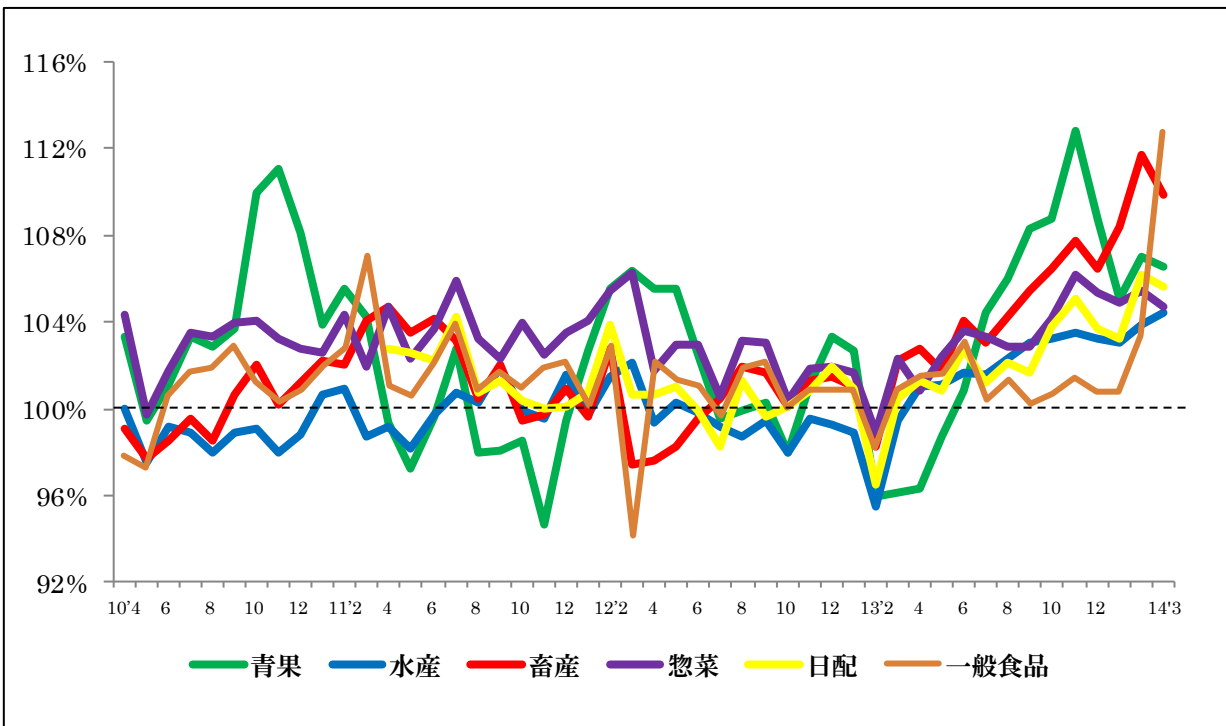


※2010年4月～2014年2月までは確報版による前年同月比、2014年3月は速報版による前年同月比

※2011年3月までは、「非食品」に「その他」を含む

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2014年3月(全店ベース対前年同月比)

青果・水産・畜産・惣菜・日配・一般食品



※2010年4月～2014年2月までは確報版による前年同月比、2014年3月は速報版による前年同月比

※2011年3月までは、「一般食品」に「日配」を含む

## エリア別 2014年3月気候状況(平均気温・日照時間・降水量)

### ①平均気温

**2014年3月(平年との比較)**

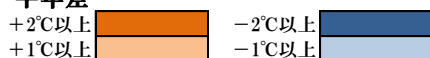
上旬は全国的に気温の低い地域が多く、下旬は全国的にかなり高くなった

**前年同月(2013年3月)と比較**

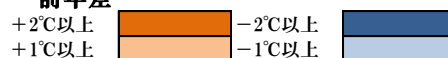
上旬は全国的にかなり気温低く、中旬はでやや低く、下旬は全国的に高くなった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2014年3月			2013年3月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	-1.3	-0.9	1.5	0.4	0.5	-1.0	-1.7	-1.4	2.5
東北地方	-1.5	-0.4	2.7	1.3	0.9	-0.7	-2.8	-1.3	3.4
関東甲信地方	-1.7	0.7	2.8	3.2	3.6	1.4	-4.9	-2.9	1.4
北陸地方	-1.6	0.0	2.8	2.3	1.7	-0.6	-3.9	-1.7	3.4
東海地方	-1.1	0.5	1.9	2.1	2.6	1.3	-3.2	-2.1	0.6
近畿地方	-1.2	0.7	2.3	2.3	2.1	0.3	-3.5	-1.4	2.0
中国地方	-1.2	0.8	2.5	2.8	1.6	0.3	-4.0	-0.8	2.2
四国地方	-0.9	0.8	2.0	2.3	2.0	0.9	-3.2	-1.2	1.1
九州北部	-0.6	1.0	2.1	2.7	1.9	0.3	-3.3	-0.9	1.8
九州南部・奄美地方	-0.4	0.2	1.2	2.3	2.3	0.7	-2.7	-2.1	0.5

**平年差**



**前年差**



### ②日照時間

**2014年3月(平年との比較)**

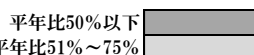
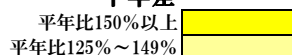
下旬は全国的にやや長くなったが、ほぼ平年並みの日照時間であった

**前年同月(2013年3月)と比較**

上旬は全国的にやや短く、下旬は全国的にやや長い日照時間であった

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2014年3月			2013年3月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	86	124	111	67	64	109	19	60	2
東北地方	97	70	112	89	107	93	8	-37	19
関東甲信地方	90	110	140	127	130	87	-37	-20	53
北陸地方	85	84	120	123	133	100	-38	-49	20
東海地方	89	114	133	126	122	99	-37	-8	34
近畿地方	95	119	120	132	136	88	-37	-17	32
中国地方	96	116	116	143	126	101	-47	-10	15
四国地方	107	120	129	136	120	92	-29	0	37
九州北部	116	114	121	140	111	101	-24	3	20
九州南部・奄美地方	96	127	159	159	139	94	-63	-12	65

**平年差**



**前年差**



### ③降水量

**2014年3月(平年との比較)**

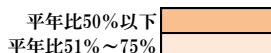
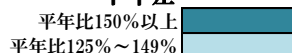
中旬から下旬にかけて、東北や北陸を中心に降水量が多い地域があった

**前年同月(2013年3月)と比較**

北海道地方の除き、特に中旬以降は前年に比べ降水量が多くなった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2014年3月			2013年3月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	120	106	48	225	150	56	-105	-44	-8
東北地方	96	289	180	57	77	14	39	212	166
関東甲信地方	148	128	61	38	75	19	110	53	42
北陸地方	88	236	189	71	127	25	17	109	164
東海地方	181	116	113	52	95	6	129	21	107
近畿地方	93	156	150	69	128	8	24	28	142
中国地方	54	158	149	62	110	20	-8	48	129
四国地方	79	123	89	62	77	43	17	46	46
九州北部	39	95	157	59	116	18	-20	-21	139
九州南部・奄美地方	94	139	68	17	78	48	77	61	20

**平年差**



**前年差**



気象庁ホームページより引用  
平年値は過去30年(1981年~2010年)の平均  
スーパーマーケット統計事務局作成

# スーパーマーケット景気動向調査

## 2014年4月調査結果(3月実績)

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について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】

#### 調査項目①

スーパーマーケット中核店舗における「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」について、前年同月及び前月と比較し「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階で調査

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」

#### 調査項目②

「青果」「水産」「畜産」「惣菜」「日配」「一般食品」「非食品」の各カテゴリーについて、当月における好調カテゴリーと不調カテゴリーとその要因を調査

### 【景況感調査】

#### 調査項目

「景気状況」、「消費者購買意欲」、「周辺の競合状況」、「周辺地域の景気」について、2~3か月前と比較した現状及び今後2~3か月の見通しを「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階で調査

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+0.0

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「50」

2014年4月22日

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  
一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会

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  
tokei@super.or.jp

# I. 調査結果概況

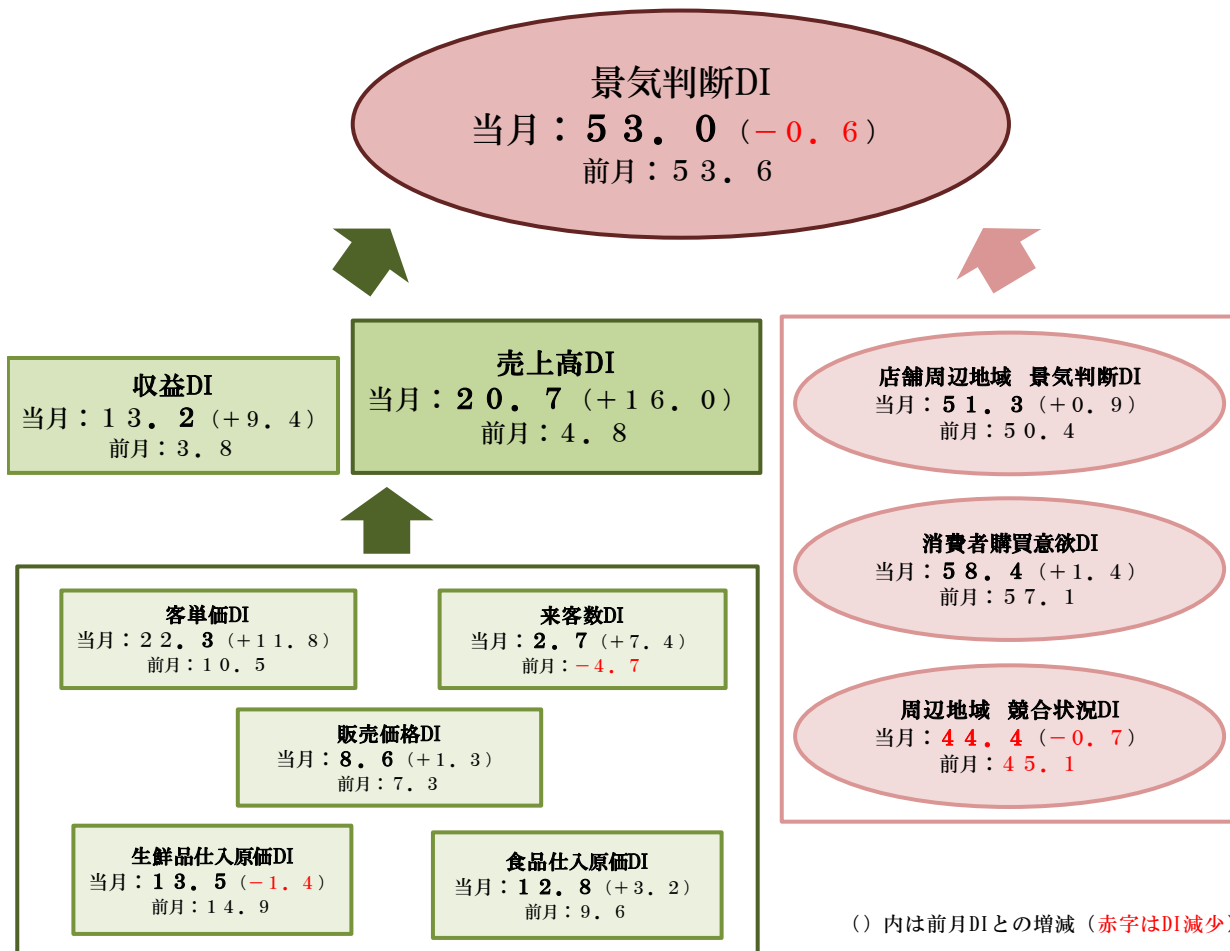
## 駆け込みによる特需で現状判断高水準も、先行きへの不安はさらに顕著に

3月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断は、53.0と高水準を維持した結果となった。

経営動向調査によると売上DIが20.7と駆け込み特需により前月比+16.0となり、収益DI 13.2（前月比+9.4）と共に大幅な上昇をみせている。来客数DIも2.7（前月比+7.4）と改善をみせたものの、客単価DI 22.3（前月比+11.5）の上昇による貢献が大きい。各仕入原価DIは大きな動きなく、高水準を維持している。

景況感調査は4月の消費税率引き上げ後の警戒感がさらに強まる結果となった。現状判断は高水準を維持する一方で、見通し判断では景気判断32.9（前月比-6.6）、消費者購買意欲31.7（前月比-6.0）と前月より下落した。そのため現状判断と見通し判断DIのかい離幅はさらに拡大し、景気判断DIでは20近くに達した。次月以降、かい離は縮小していくと予想されるがその方向性が注目される。一定期間の駆け込み需要の反動を経て、回復基調に回帰するのか、先行き判断の動向を特に注視したい。

### 2014年3月 スーパーマーケット中核店舗における景況感・経営動向



#### 2014年3月キーワード TOP 3

1. 消費税率引き上げ前の買いだめ需要
2. 4月以降の反動
3. 天候要因(気温差、週末雨)

#### スーパーマーケット経営動向調査

当月：3月速報版集計 232社  
前月：2月確報版集計 243社

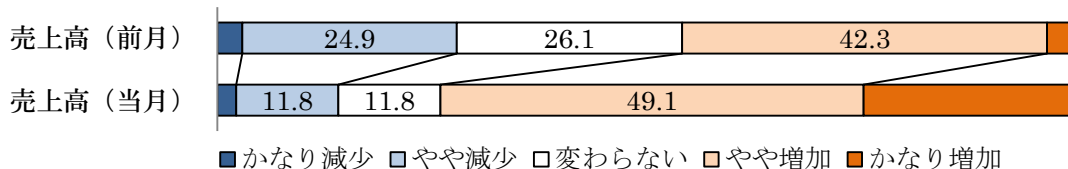


# 1. 経営動向調査（前年同月との比較）

## ①売上高 DI

「かなり増加」が大幅に増加し、「やや減少」「変わらない」が減少（DIは大幅に上昇）

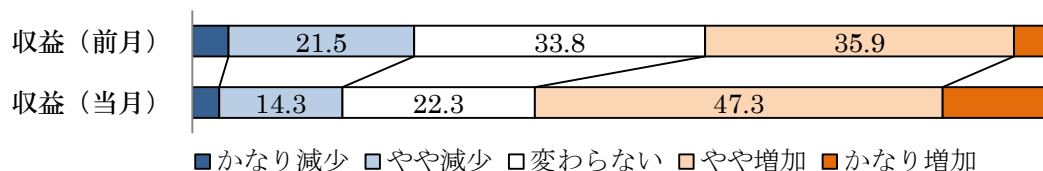
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（前月）	2.9	24.9	26.1	42.3	3.7	4.8
売上高（当月）	2.2	11.8	11.8	49.1	25.0	20.7



## ②収益 DI

「かなり増加」「やや増加」が増加し、「やや減少」「変わらない」が減少（DIは大幅に上昇）

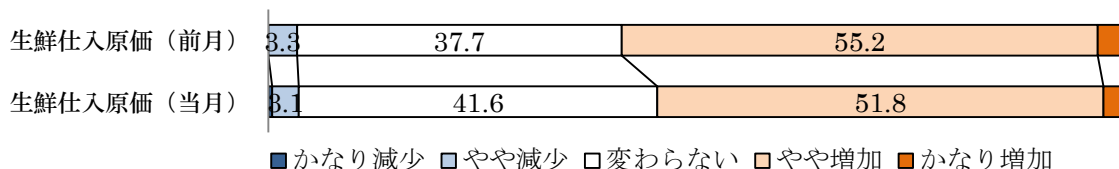
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（前月）	4.2	21.5	33.8	35.9	4.6	3.8
収益（当月）	3.1	14.3	22.3	47.3	12.9	13.2



## ③生鮮仕入原価 DI

回答構成比に大きな変化なし（DIは横ばい）

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	3.3	37.7	55.2	3.8	14.9
生鮮仕入原価（当月）	0.4	3.1	41.6	51.8	3.1	13.5



## ④食品仕入原価 DI

「やや増加」が小幅に増加し、「変わらない」が減少（DIは小幅に上昇）

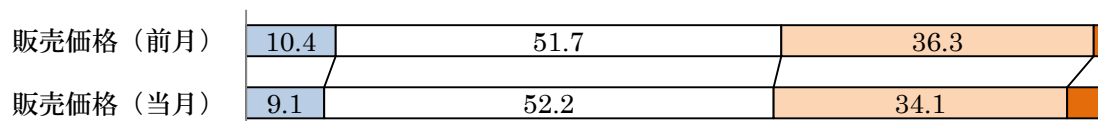
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
食品仕入原価（前月）	0.4	5.8	49.6	43.3	0.8	9.6
食品仕入原価（当月）	0.4	3.9	43.7	48.0	3.9	12.8



### ⑤販売価格 DI

回答構成比に大きな変化なし (DIは横ばい)

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)	0.0	10.4	51.7	36.3	1.7	7.3
販売価格 (当月)	0.0	9.1	52.2	34.1	4.7	8.6

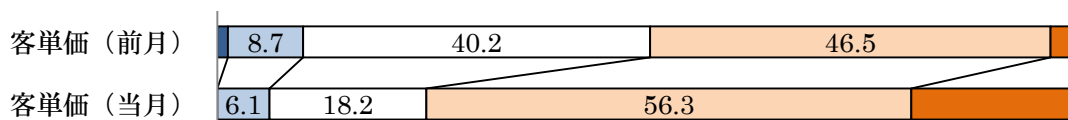


■かなり減少 □やや減少 □変わらない □やや増加 ■かなり増加

### ⑥客単価 DI

「かなり増加」「やや増加」が増加し、「変わらない」が減少 (DIは大幅に上昇)

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)	1.2	8.7	40.2	46.5	3.3	10.5
客単価 (当月)	0.0	6.1	18.2	56.3	19.5	22.3

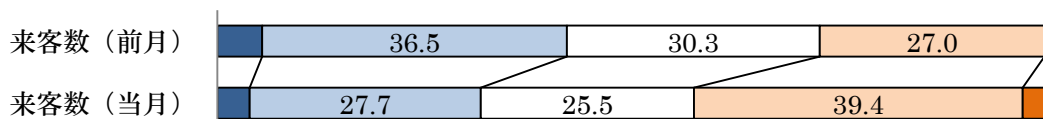


■かなり減少 □やや減少 □変わらない □やや増加 ■かなり増加

### ⑦来客数 DI

「やや増加」が増加し、「やや減少」が減少 (DIは上昇)

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)	5.4	36.5	30.3	27.0	0.8	-4.7
来客数 (当月)	3.9	27.7	25.5	39.4	3.5	2.7



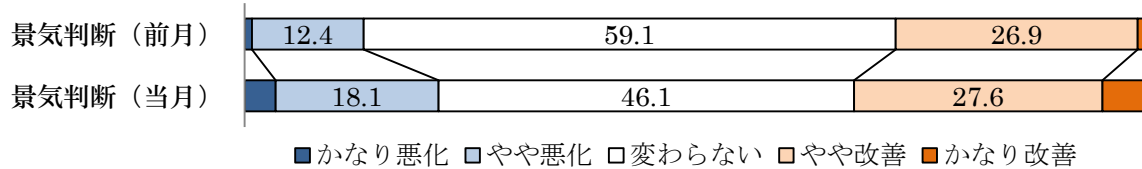
■かなり減少 □やや減少 □変わらない □やや増加 ■かなり増加

## 2. 景況感調査（現状判断：2～3ヵ月前との比較）

### ①景気判断 DI

「変わらない」が減少（DIは横ばい）

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
景気判断（前月）	0.8	12.4	59.1	26.9	0.8	53.6
景気判断（当月）	3.4	18.1	46.1	27.6	4.7	53.0



### ②消費者購買意欲 DI

「かなり改善」が増加し、「変わらない」が減少（DIは小幅に上昇）

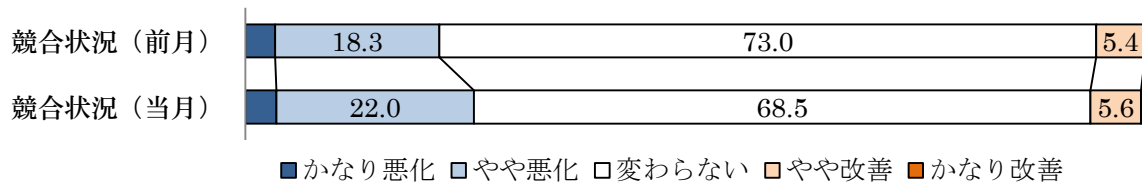
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
購買意欲（前月）	0.4	8.7	54.4	35.3	1.2	57.1
購買意欲（当月）	4.7	14.2	32.8	39.2	9.1	58.4



### ③周辺競合状況 DI

「変わらない」が小幅に減少（DIは小幅に下降）

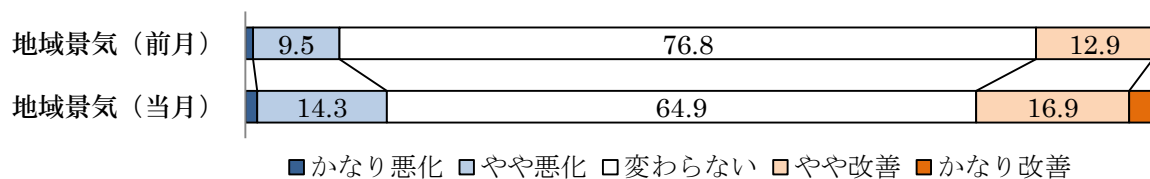
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
競合状況（前月）	3.3	18.3	73.0	5.4	0.0	45.1
競合状況（当月）	3.4	22.0	68.5	5.6	0.4	44.4



### ④周辺地域景気状況 DI

「変わらない」が減少（DIは小幅に上昇）

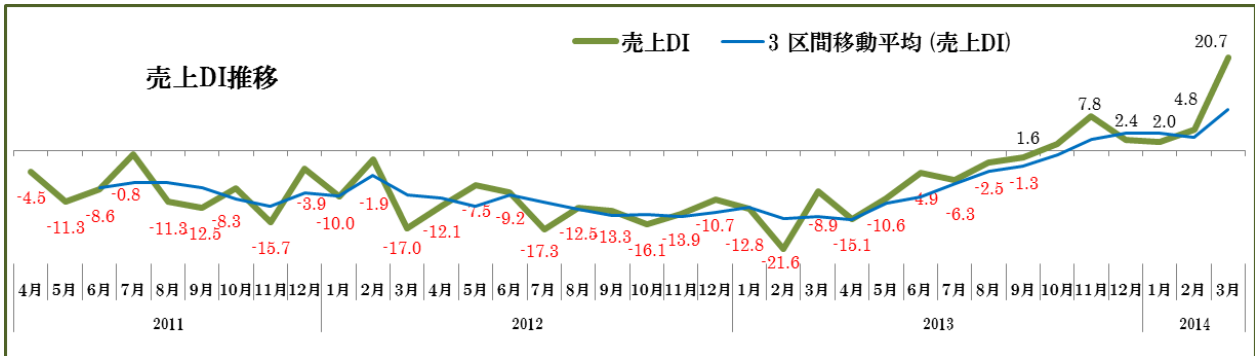
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
地域景気（前月）	0.8	9.5	76.8	12.9	0.0	50.4
地域景気（当月）	1.3	14.3	64.9	16.9	2.6	51.3



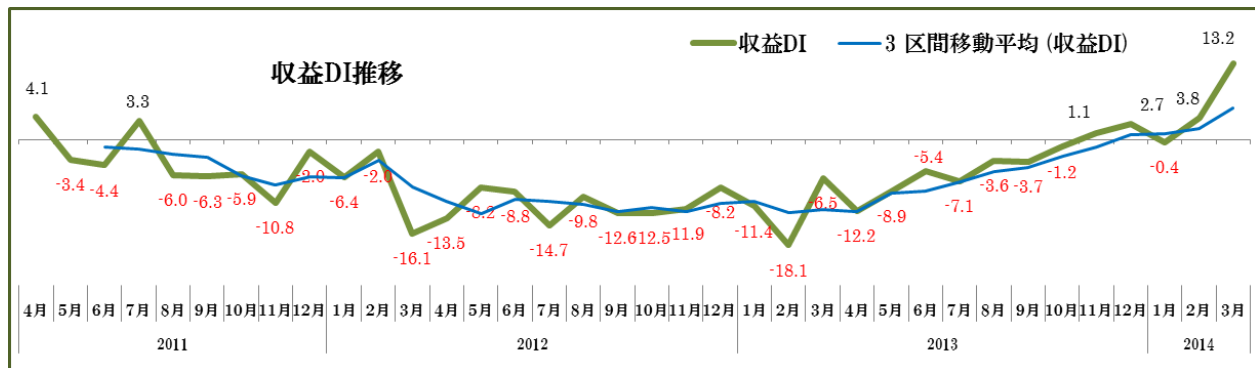
## II. 調査結果推移 (2011年4月～)

### 1. スーパーマーケット経営動向調査

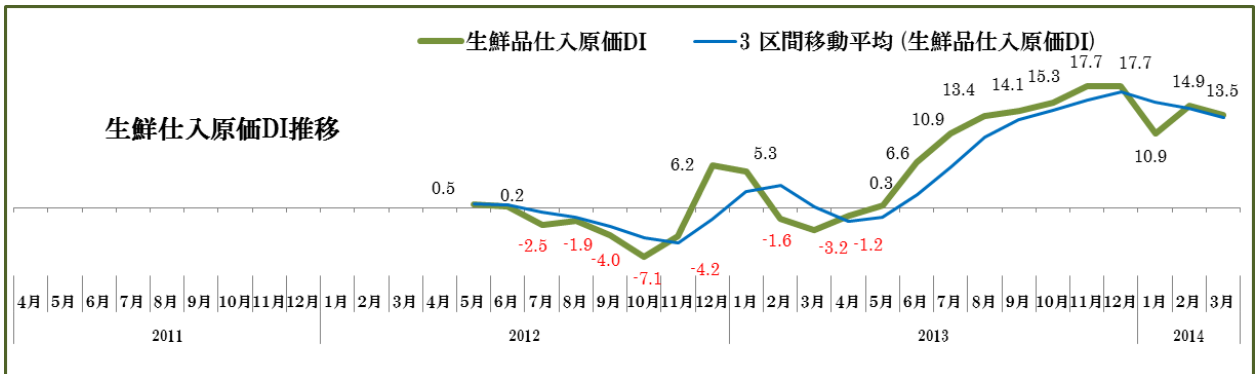
①売上高DI 駆け込み需要により急上昇(最高値更新)、6か月連続でプラスを維持



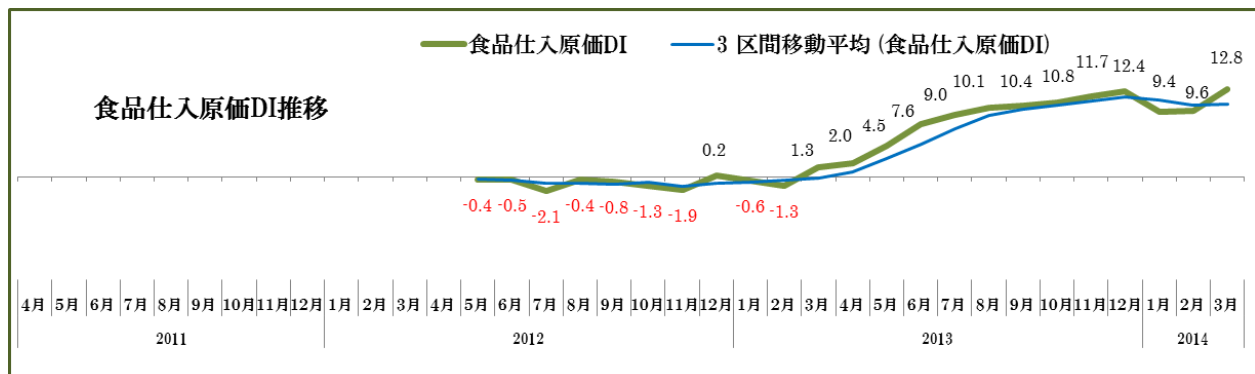
②収益DI 駆け込み需要により急上昇(最高値更新)ゆるやかな上昇傾向続く



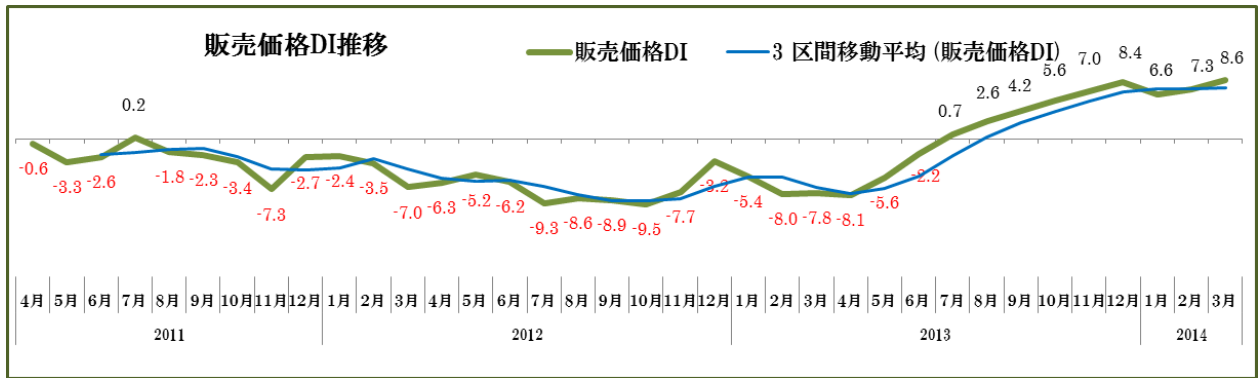
③生鮮仕入原価DI 高水準もゆるやかに下降傾向



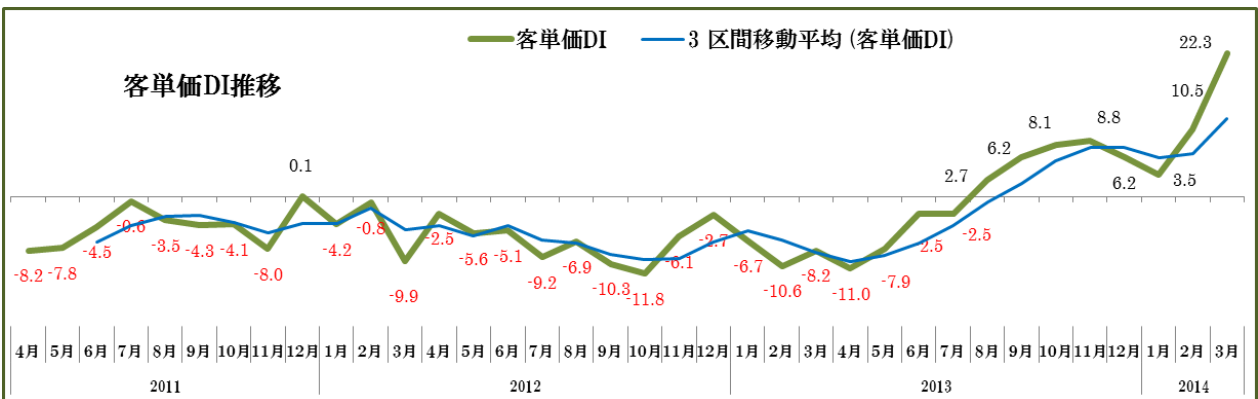
④食品仕入原価DI 当月上昇も直近は横ばい傾向も高水準



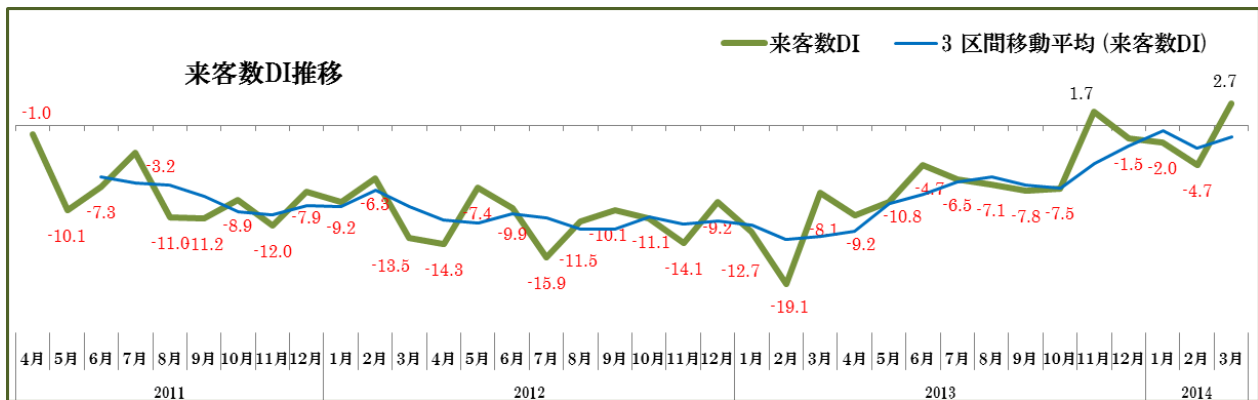
⑤販売価格 DI 当月上昇も直近は横ばい傾向も高水準



⑥客単価 DI 駆け込み需要により急上昇（最高値更新）上昇傾向続く



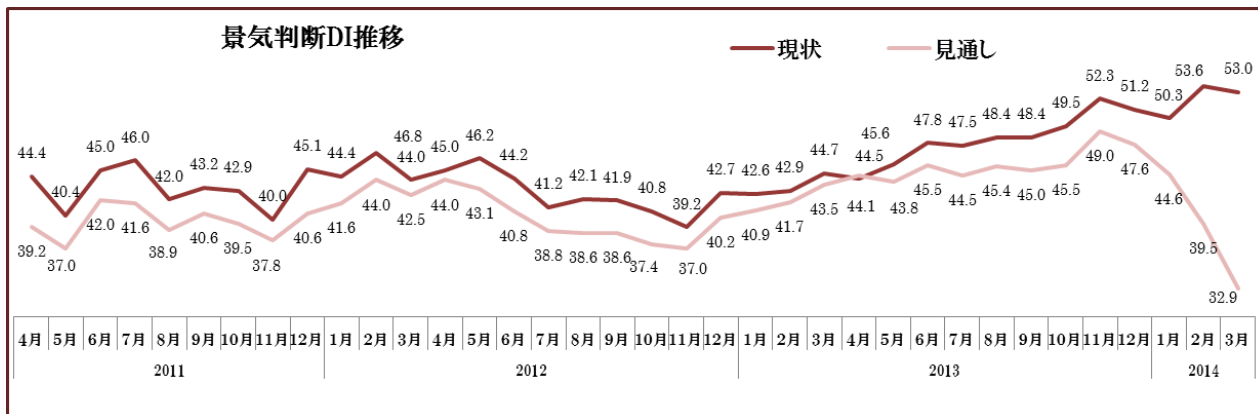
⑦来客数 DI 当月上昇も方向感定まらず



## 2. スーパーマーケット景況感調査

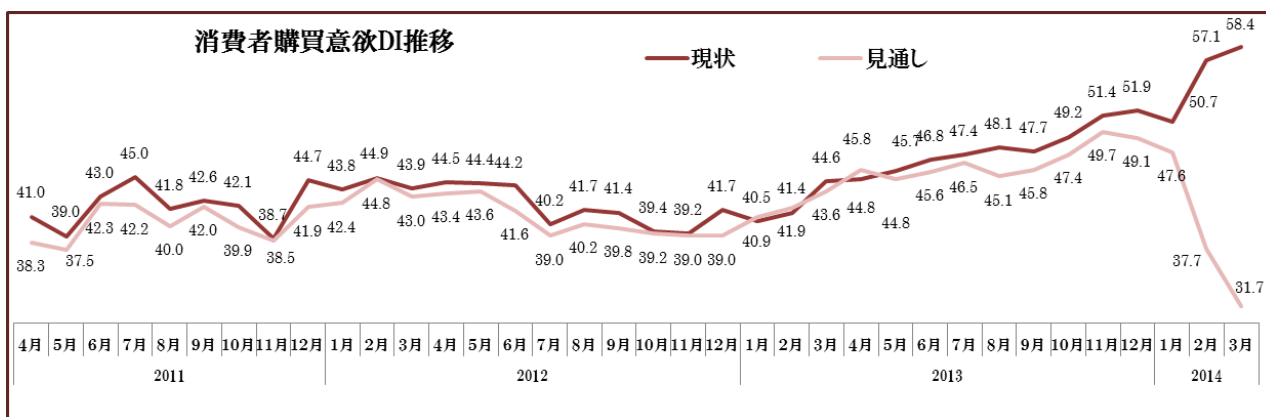
### ①景気状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断は小幅に下降も高水準を維持、見通し判断は大きく下降し、かい離幅広がる



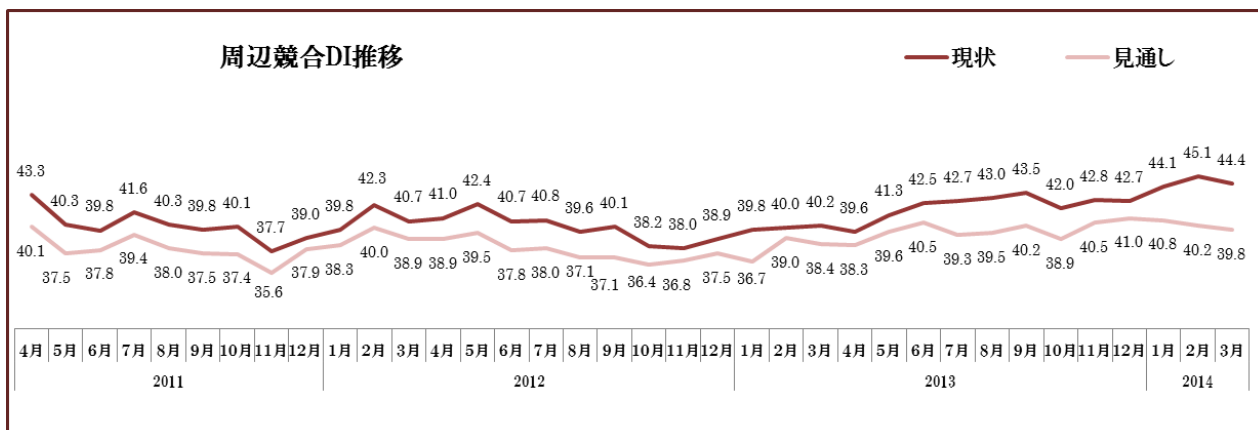
### ②消費者購買意欲 DI（現状判断・見通し）

現状判断は小幅に上昇し最高値を更新、見通し判断は大きく下降、かい離幅広がる



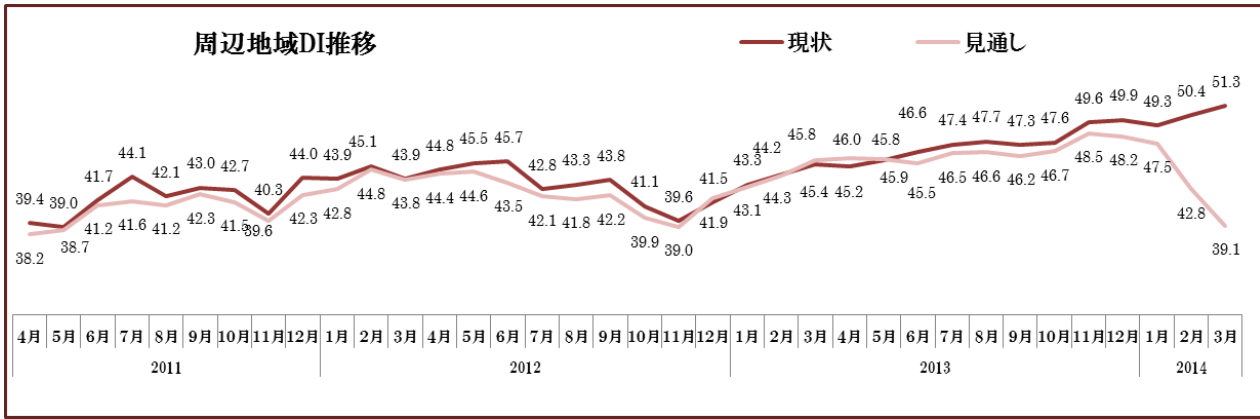
### ③周辺競合状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断、見通し判断は共に横ばい傾向が続く



#### ④周辺地域景気DI（現状判断・見通し）

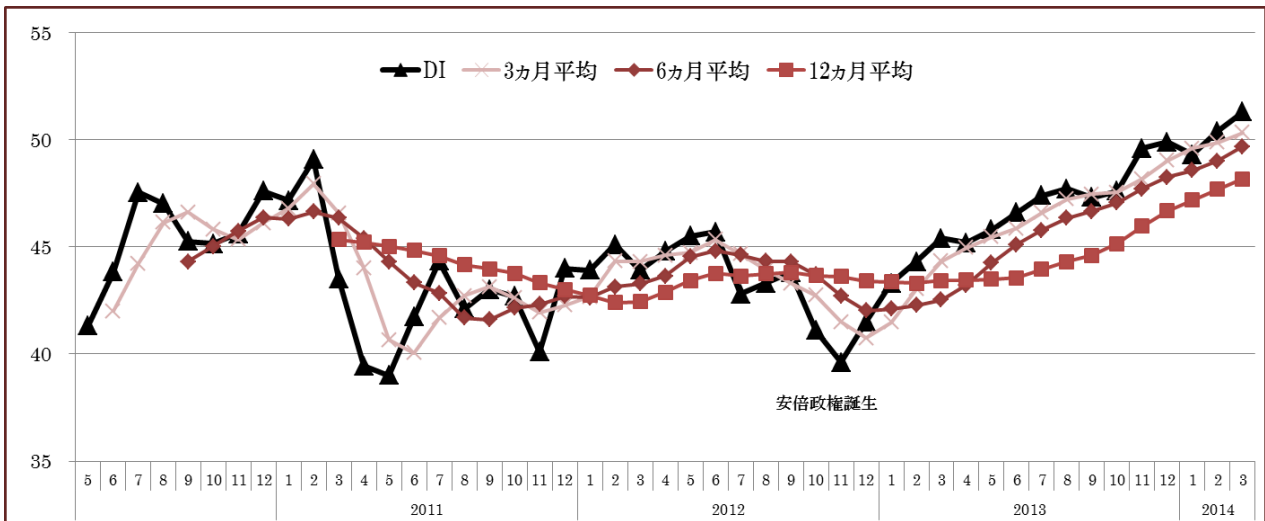
現状判断は小幅に改善し2カ月連続で50を上回るも見通し判断は大きく下降し、かい離幅広がる



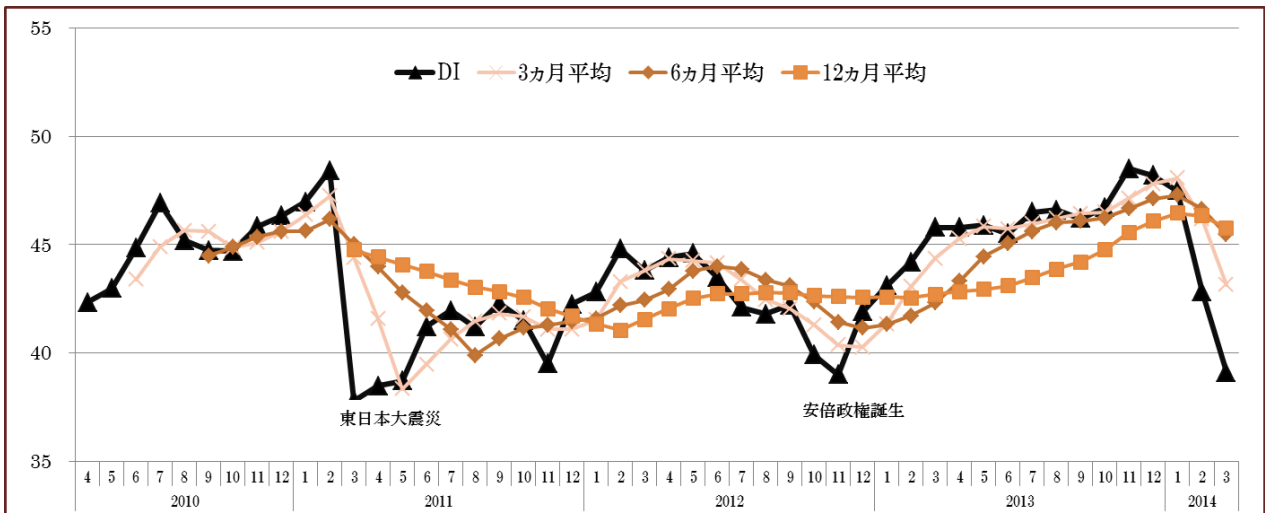
#### ※移動平均（周辺地域景気DI 現状・見通し判断）

当月現状判断DIでは小幅に改善し、各平均線は上向きの推移を維持している。一方で見通し判断は大幅な悪化となり、現状と見通し判断の乖離はさらに拡大しており、消費税率引き上げに対する警戒感が顕著に表れる結果となった。見通し判断DIは、すべての平均線が下向きとなり、2012年11月からの上昇基調は一旦ピークを過ぎたことになる。

##### ①現状判断（中長期傾向）



##### ②見通し判断（中長期傾向）



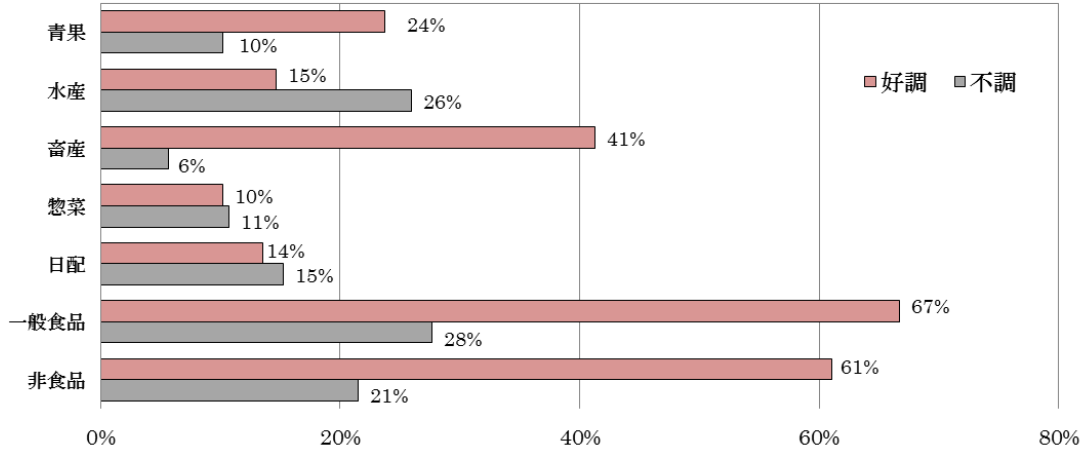
### III. カテゴリー別動向

#### ① 好調・不調カテゴリー（回答割合）

好調：①「一般食品」②「非食品」③「畜産」

不調：①「一般食品」②「水産」③「非食品」

2014年3月 カテゴリー別好不調（回答割合）

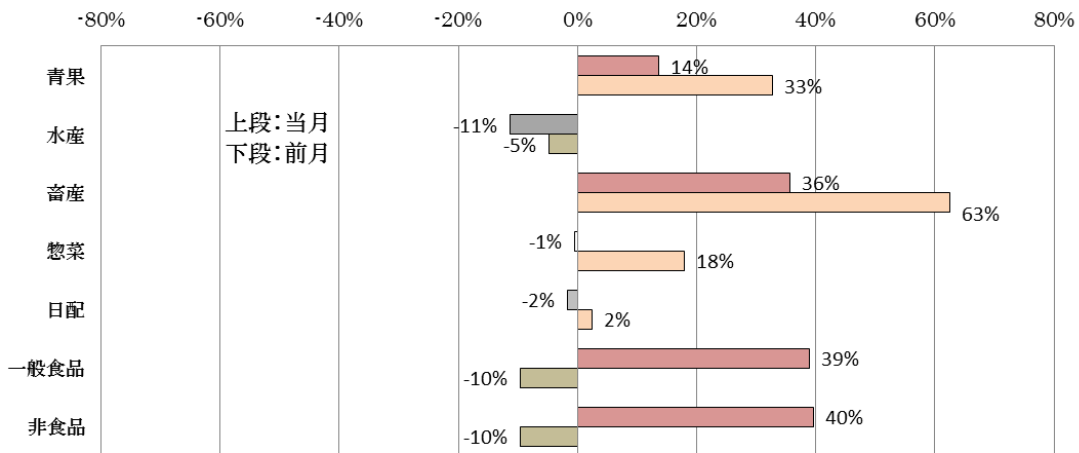


#### ② 好調・不調カテゴリー（回答差）

好調>不調：①「非食品」②「一般食品」③「畜産」

好調<不調：①「水産」

2014年3月 カテゴリー別好不調（好調%－不調%）



※集計企業数=177社

#### ③ 主な好調・不調コメント

	好調コメント	不調コメント
青果	青果相場高、相場安定、花	果物
水産	取組み強化	相場高、品薄
畜産	駆け込み需要、牛肉、(豚肉、加工品)	
惣菜	取組み強化	花見需要のずれ、週末の雨
日配	駆け込み需要	ベーカリー、冷菓(気温の低下)、冷凍食品
一般食品	駆け込み需要(酒、米、調味料)	菓子
非食品	駆け込み需要(日用品、たばこ)	他業態との競合

( ) は少数コメント