

スーパーマーケット販売統計調査資料

4 月実績 速報版(パネル 270)

3 月実績 確報版(パネル 270)

2019 年度集計確報版

(2020 年 5 月 21 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)			

【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

2020年5月21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 2020年4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	98,304,788	100.0%	112.3%	110.7%
食品合計	89,721,278	91.3%	114.4%	112.5%
生鮮3部門合計	34,764,766	35.4%	116.5%	114.6%
青果	14,143,204	14.4%	117.5%	115.8%
水産	8,286,805	8.4%	109.0%	107.2%
畜産	12,334,756	12.5%	121.0%	118.9%
惣菜	8,872,267	9.0%	96.4%	95.3%
日配	19,673,145	20.0%	117.0%	114.7%
一般食品	26,411,100	26.9%	116.7%	114.8%
非食品	6,023,748	6.1%	97.5%	93.9%
その他	2,559,770	2.6%	90.1%	91.4%

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	13,288,798	43	110.4%	108.5%
関東地方	37,352,519	73	116.0%	114.4%
中部地方	12,115,758	53	113.4%	110.8%
近畿地方	20,792,027	44	109.2%	108.1%
中国・四国地方	9,758,415	34	110.6%	109.6%
九州・沖縄地方	4,997,271	23	102.5%	100.7%

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	731,469	47	106.6%	108.4%
4~10店舗	4,716,121	78	109.1%	110.2%
11~25店舗	10,820,551	58	112.2%	110.7%
26~50店舗	16,880,145	43	110.7%	108.9%
51店舗以上	65,156,502	44	113.0%	111.2%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	96,222,529
総店舗数 (店舗)	8,023	店舗平均月商 (万円)	12,253
総売場面積 (㎡)	13,392,006	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.3

※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

2020年5月21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
 2020年3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	96,129,578	100.0%	108.6%	107.2%
食品合計	87,615,441	91.1%	109.6%	108.1%
生鮮3部門合計	33,019,912	34.3%	108.8%	107.2%
青果	13,286,906	13.8%	107.6%	106.1%
水産	8,326,750	8.7%	106.5%	104.7%
畜産	11,406,256	11.9%	112.0%	110.5%
惣菜	9,177,811	9.5%	100.7%	99.4%
日配	19,064,752	19.8%	111.5%	109.7%
一般食品	26,352,966	27.4%	112.7%	111.4%
非食品	6,038,654	6.3%	103.2%	100.3%
その他	2,475,532	2.6%	94.2%	95.0%

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	13,198,945	43	105.9%	104.1%
関東地方	36,823,257	73	111.0%	109.9%
中部地方	11,736,189	53	108.0%	106.1%
近畿地方	19,857,712	44	108.5%	107.1%
中国・四国地方	9,543,256	34	106.9%	106.2%
九州・沖縄地方	4,970,219	23	102.9%	100.7%

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	670,432	46	101.6%	103.9%
4~10店舗	4,587,177	78	105.1%	105.7%
11~25店舗	10,656,039	59	108.3%	107.0%
26~50店舗	16,718,016	43	107.8%	106.5%
51店舗以上	63,497,913	44	109.2%	107.5%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,745,483	
総店舗数 (店舗)	8,016	店舗平均月商 (万円)	11,992	
総売場面積 (㎡)	13,385,208	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.2	

※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

2020年5月21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 2019年度実績（パネル270）速報版

	全店売上高（万円）	構成比	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
総売上高	1,091,725,137	100.0%	101.3%	100.0%
食品合計	979,124,055	89.7%	101.5%	100.3%
生鮮3部門合計	370,550,927	33.9%	101.0%	99.7%
青果	148,637,679	13.6%	99.9%	98.8%
水産	95,429,424	8.7%	101.5%	100.1%
畜産	126,483,823	11.6%	102.0%	100.5%
惣菜	111,730,128	10.2%	102.3%	100.9%
日配	213,162,320	19.5%	101.8%	100.4%
一般食品	283,680,681	26.0%	101.6%	100.7%
非食品	77,805,888	7.1%	99.7%	98.6%
その他	34,795,194	3.2%	98.4%	98.1%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
北海道・東北地方	150,938,537	43	100.9%	99.7%
関東地方	405,760,525	73	101.9%	100.8%
中部地方	134,549,673	53	101.5%	100.0%
近畿地方	232,709,794	44	100.6%	99.3%
中国・四国地方	108,660,499	34	100.8%	99.8%
九州・沖縄地方	59,106,109	23	100.6%	99.3%

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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	7,577,275	45	96.3%	96.2%
4～10店舗	50,158,957	77	98.6%	99.0%
11～25店舗	116,969,793	59	100.4%	100.0%
26～50店舗	196,981,228	45	101.1%	99.8%
51店舗以上	720,037,885	44	101.7%	100.2%

※保有店舗数カテゴリーは2019年4月時点での保有店舗数による分類

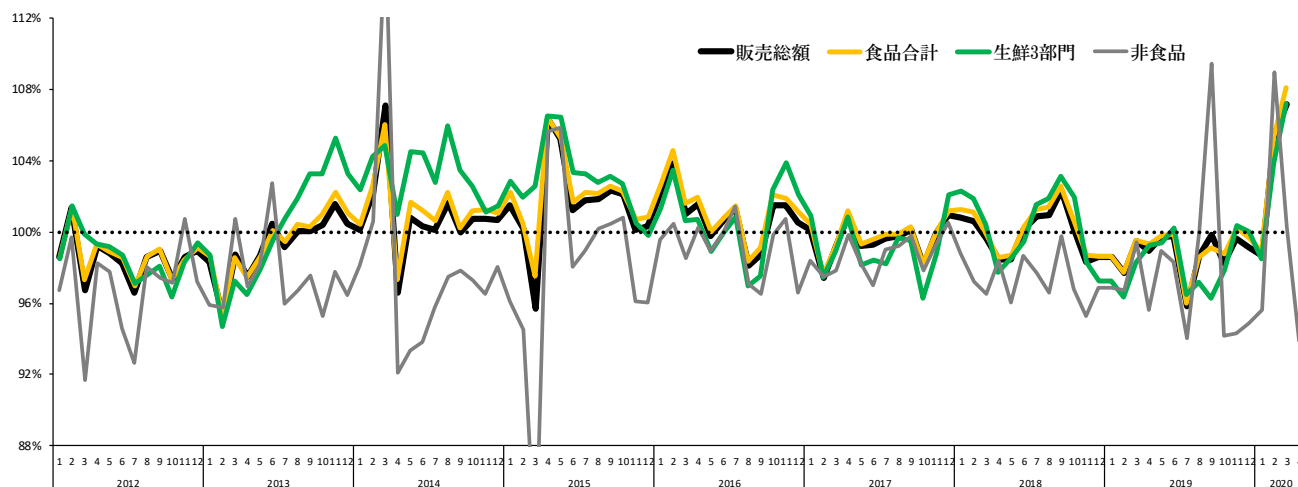
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,059,336,025
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

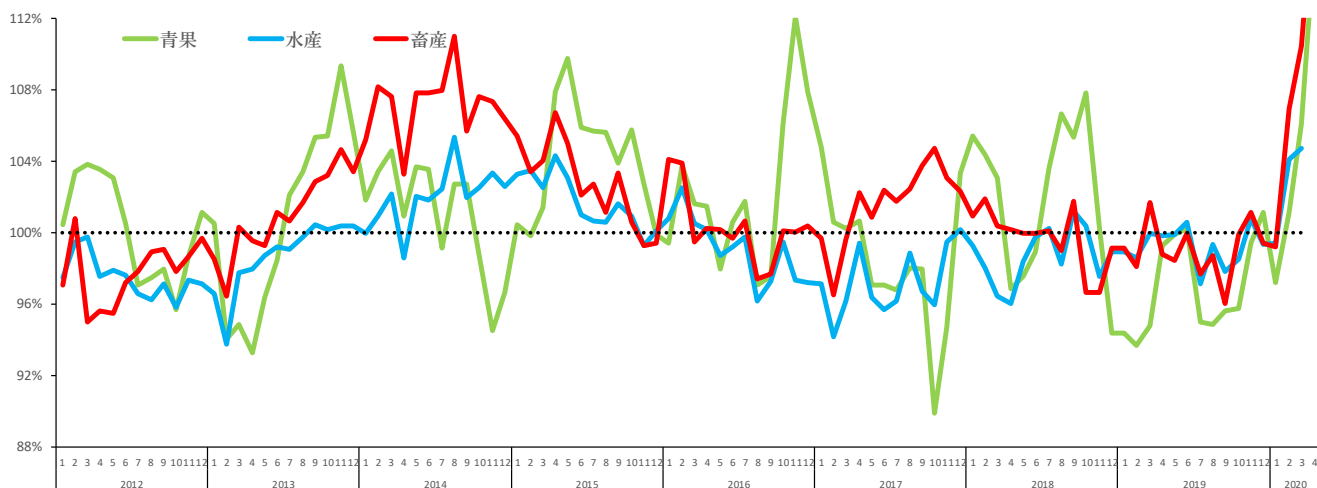
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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 2012年1月～

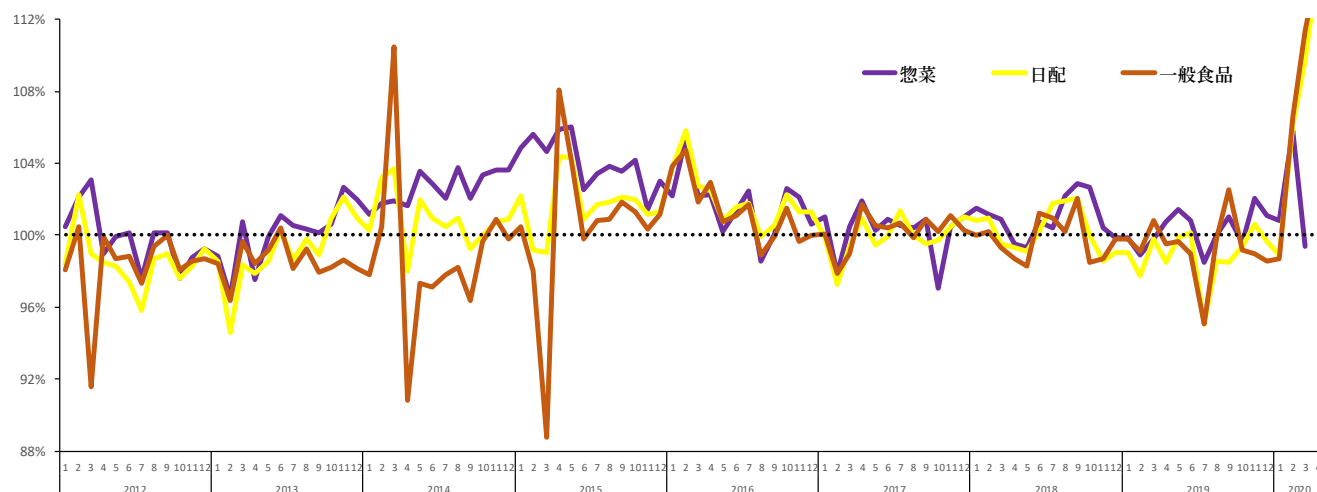
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2020年4月実績は速報値

2020年4月エリア別気候状況

気温の特徴：西日本と沖縄・奄美では、気温がかなり低かった

上旬：北日本で高く、西日本と沖縄・奄美では低かった。

中旬：全国的に低かった。

下旬：東・西日本と沖縄・奄美でかなり低く、北日本で低かった。

2019年4月との比較：北・東日本でやや高く、中旬以降は低い気温となった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2020年4月			2019年4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	0.5	-0.7	-1.6	-1.4	1.5	0.4	1.9	-2.2	-2.0
太平洋側	0.9	-1.3	-0.8	-1.5	1.8	0.4	2.4	-3.1	-1.2
東日本 日本海側	-0.2	-1.1	-2.3	-1.5	-0.3	-0.2	1.3	-0.8	-2.1
太平洋側	0.2	-1.5	-1.5	-1.5	-0.4	0.6	1.7	-1.1	-2.1
西日本 日本海側	-0.6	-1.1	-2.0	-0.4	-0.2	0.6	-0.2	-0.9	-2.6
太平洋側	-0.4	-1.1	-2.0	-0.8	-0.4	1.1	0.4	-0.7	-3.1
沖縄・奄美	-0.9	-0.9	-2.5	0.6	0.2	2.3	-1.5	-1.1	-4.8



日照時間の特徴：東日本太平洋側と西日本では、日照時間がかなり多かった

上旬：東日本太平洋側と西日本でかなり多く、東日本日本海側では多かった。一方、北日本と沖縄・奄美では少なかった。

中旬：北日本日本海側と沖縄・奄美でかなり多かった。一方、西日本日本海側で少なかった。

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

2019年4月との比較：中旬はやや少なく、下旬は西日本を中心に多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2020年4月			2019年4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	84	134	81	108	152	111	-24	-18	-30
太平洋側	85	106	98	118	145	104	-33	-39	-6
東日本 日本海側	110	94	97	95	139	62	15	-45	35
太平洋側	144	97	132	136	128	69	8	-31	63
西日本 日本海側	148	83	140	138	125	56	10	-42	84
太平洋側	145	103	139	148	128	65	-3	-25	74
沖縄・奄美	80	138	80	126	83	108	-46	55	-28



降水量の特徴：北・東日本で多く、沖縄・奄美でかなり少なかった

上旬：北日本でかなり多く、東日本日本海側では多かった。

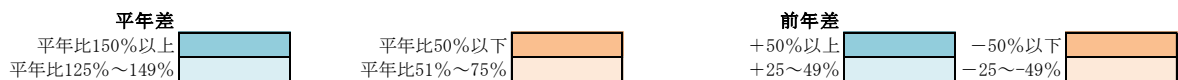
中旬：東日本太平洋側と西日本でかなり多く、北日本太平洋側と東日本日本海側で多かった。一方、沖縄・奄美でかなり少なかった。

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

2019年4月との比較：中旬は本州でかなり多く、下旬はかなり少なくなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2020年4月			2019年4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	179	82	106	72	61	67	107	21	39
太平洋側	202	166	57	63	67	80	139	99	-23
東日本 日本海側	145	164	78	122	44	181	23	120	-103
太平洋側	72	305	11	89	40	166	-17	265	-155
西日本 日本海側	72	232	8	94	16	163	-22	216	-155
太平洋側	72	205	34	75	39	158	-3	166	-73
沖縄・奄美	87	28	34	127	138	107	-40	-110	-73

※4月下旬西日本太平洋側の降水量は観測なし（黒塗り部分）



気象庁報道資料「4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

2020年5月調査結果（4月実績）
（2020年5月21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

5月調査（4月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は改善続く

4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+3.4の53.9、見通し判断は前月から+1.4の38.7となり、共に小幅に改善した。

経営動向調査では、売上高DI、収益DIは大幅な上昇をみせ、DIは共に20台を記録した。買物頻度の抑制により来客数DIは低下したものの、小中高一斉休校や在宅勤務の増加などで内食需要が高まり、客単価DIは大幅な上昇をみせた。

カテゴリー動向調査では、行楽や行事の中止、バラ売り販売の自粛の影響があった惣菜カテゴリーDIのみがマイナスとなり、それ以外のカテゴリーDIは二桁のプラス値となった。なかでも買い置きが可能なカテゴリー、生鮮品では青果や畜産、日配や一般食品カテゴリーの数値が大きくなった。在宅時間の増加により、家庭用品への需要も高まっており非食品DIも引き続き高水準を記録した。

景況感調査は、景気判断DIや消費者購買意欲DIの現状判断では引き続き改善がみられ、特に消費者購買意欲DIは69.1を記録した。その一方で、店舗周辺地域景気判断DIは小幅な悪化が続くなど先行きへの不安は継続している。（長期傾向についてはp11参照）

緊急事態宣言が発令され外出自粛が続くなか、混雑の緩和など消費者への感染拡大防止の対策だけでなく、従業員の安全にも配慮し、食品供給を支えた食のライフラインとしての役割を果たした期間となった。現在感染の拡大は一旦ピークを迎えつつあるが、今後も感染拡大防止と自粛解除後の消費者行動や食品ニーズに応える役割への期待は大きい。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月：53.9 (+3.4) 前月：50.5	消費者購買意欲DI 当月：69.1 (+2.1) 前月：67.0	周辺地域 競合状況DI 当月：47.0 (+2.4) 前月：44.6	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：37.7 (-1.8) 前月：39.5
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月：38.7 (+1.4) 前月：37.3	消費者購買意欲DI 当月：49.7 (-3.4) 前月：53.1	周辺地域 競合状況DI 当月：43.6 (+1.0) 前月：42.6	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：31.8 (-0.8) 前月：32.6
--	---	---	---

経営動向調査 経営状況

売上高DI 当月：23.3 (+4.6) 前月：18.7	客単価DI 当月：30.2 (+11.8) 前月：18.4	来客数DI 当月：0.0 (-6.2) 前月：6.2	
収益DI 当月：20.5 (+3.6) 前月：16.9	販売価格DI 当月：9.4 (+3.7) 前月：5.7	生鮮品仕入原価DI 当月：8.6 (+3.9) 前月：4.7	食品仕入原価DI 当月：9.2 (+3.1) 前月：6.1

カテゴリー動向

青果DI 当月：30.3 (+15.7) 前月：14.6	水産DI 当月：12.0 (+0.2) 前月：11.8	畜産DI 当月：34.4 (+10.8) 前月：23.6	
惣菜DI 当月：-18.4 (-10.3) 前月：-8.1	日配DI 当月：29.0 (+6.3) 前月：22.7	一般食品DI 当月：28.4 (-0.1) 前月：28.5	非食品DI 当月：22.7 (-1.7) 前月：24.4

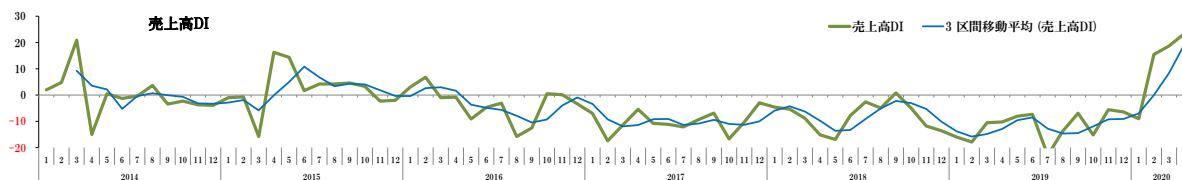
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

当月さらに上昇し、3ヵ月連続で大幅なプラス値を記録

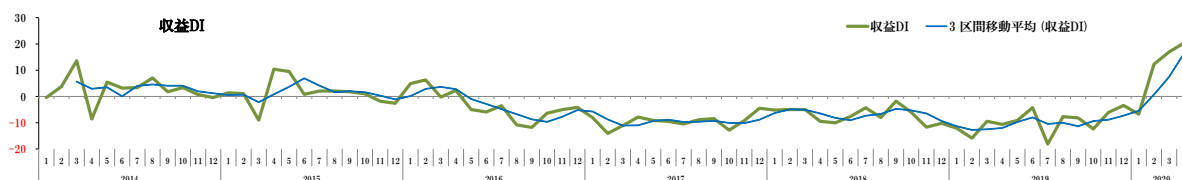
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	5.5	11.5	13.7	41.5	27.9	18.7
売上高 (当月)	8.1	8.1	6.8	36.5	40.5	23.3



2. 収益DI

当月さらに上昇し、3ヵ月連続で大幅なプラス値を記録

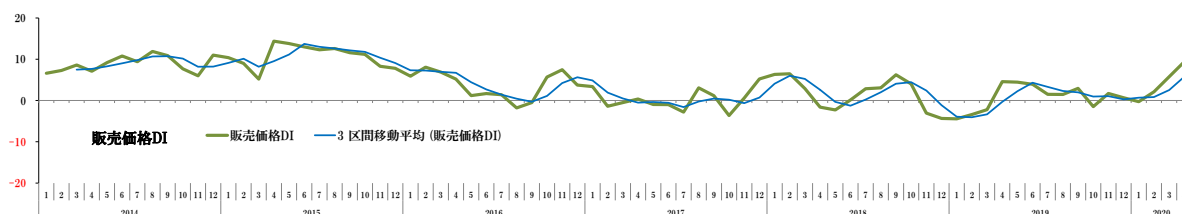
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	3.9	13.9	13.3	48.3	20.6	16.9
収益 (当月)	6.9	8.3	13.2	38.9	32.6	20.5



3. 販売価格DI

当月やや上昇し、プラス幅を拡大

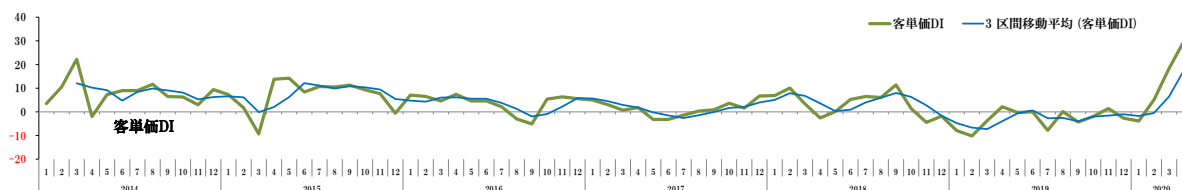
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	1.1	6.6	65.6	21.9	4.9	5.7
販売価格 (当月)	0.7	4.1	56.8	33.6	4.8	9.4



4. 客単価DI

当月大幅に上昇し、二桁水準を記録

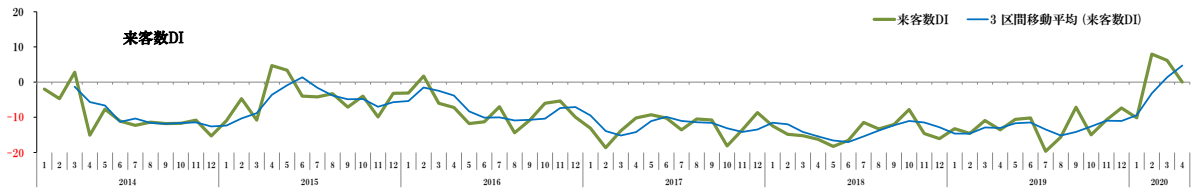
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.6	11.5	18.1	48.9	19.8	18.4
客単価 (当月)	0.0	5.5	7.6	47.6	39.3	30.2



5. 来客数 DI

当月わずかに減少し前年同月水準まで低下

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)	7.1	18.7	25.3	40.1	8.8	6.2
来客数 (当月)	11.1	25.7	25.0	28.5	9.7	0.0



6. 生鮮仕入原価 DI

当月小幅に上昇し、プラス水準を維持

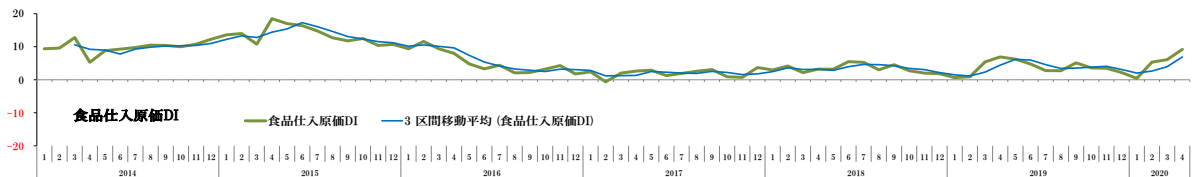
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.8	12.8	51.4	28.5	4.5	4.7
生鮮仕入原価 (当月)	0.7	10.5	49.0	33.6	6.3	8.6



7. 食品仕入原価 DI

当月小幅に上昇し、プラス水準を維持

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
食品仕入原価 (前月)	2.2	4.4	66.1	21.1	6.1	6.1
食品仕入原価 (当月)	0.7	2.8	63.2	25.7	7.6	9.2

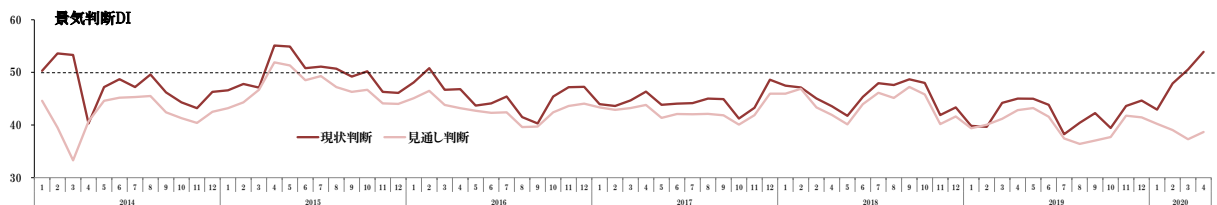


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は引き続き改善、見通し判断はやや下げ止まり

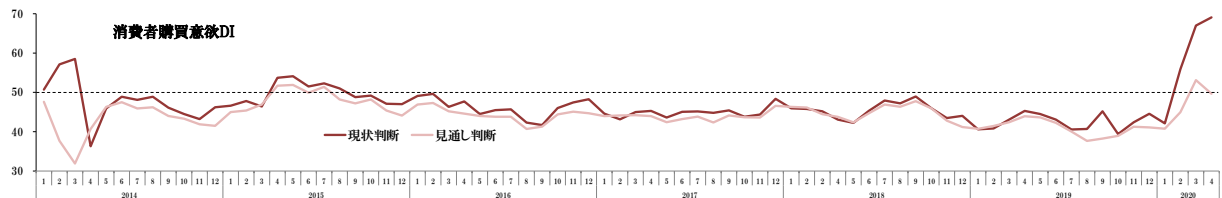
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	9.8	18.5	36.4	30.4	4.9	50.5
【現状】景況判断 (当月)	10.8	18.2	27.0	32.4	11.5	53.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	19.1	30.1	36.1	12.0	2.7	37.3
【見通し】景況判断 (当月)	16.2	34.5	29.1	18.9	1.4	38.7



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断引き続き改善し過去最高水準を更新、見通し判断はやや悪化

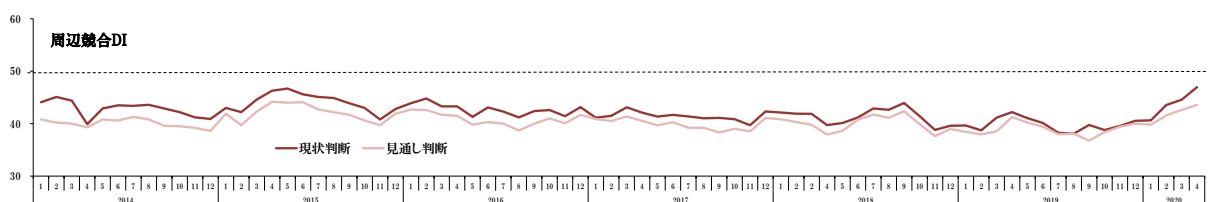
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	4.3	8.2	21.7	46.7	19.0	67.0
【現状】購買意欲 (当月)	4.1	6.8	20.3	46.6	22.3	69.1
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	6.0	19.0	40.2	26.1	8.7	53.1
【見通し】購買意欲 (当月)	6.8	25.0	34.5	30.4	3.4	49.7



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に改善

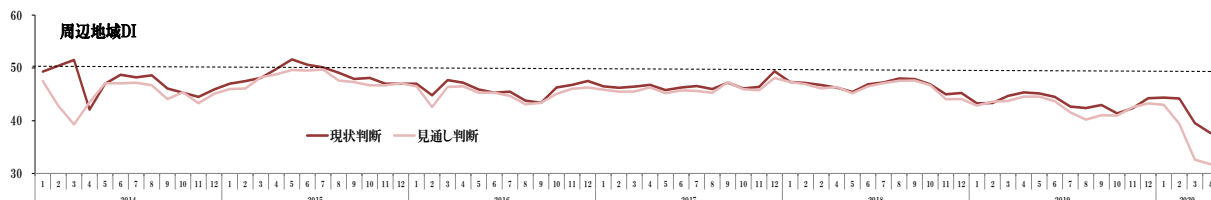
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	5.4	16.3	73.9	3.3	1.1	44.6
【現状】競合状況 (当月)	4.7	12.2	74.3	8.1	0.7	47.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	7.1	20.2	68.3	3.8	0.5	42.6
【見通し】競合状況 (当月)	4.7	20.3	70.9	4.1	0.0	43.6



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に悪化

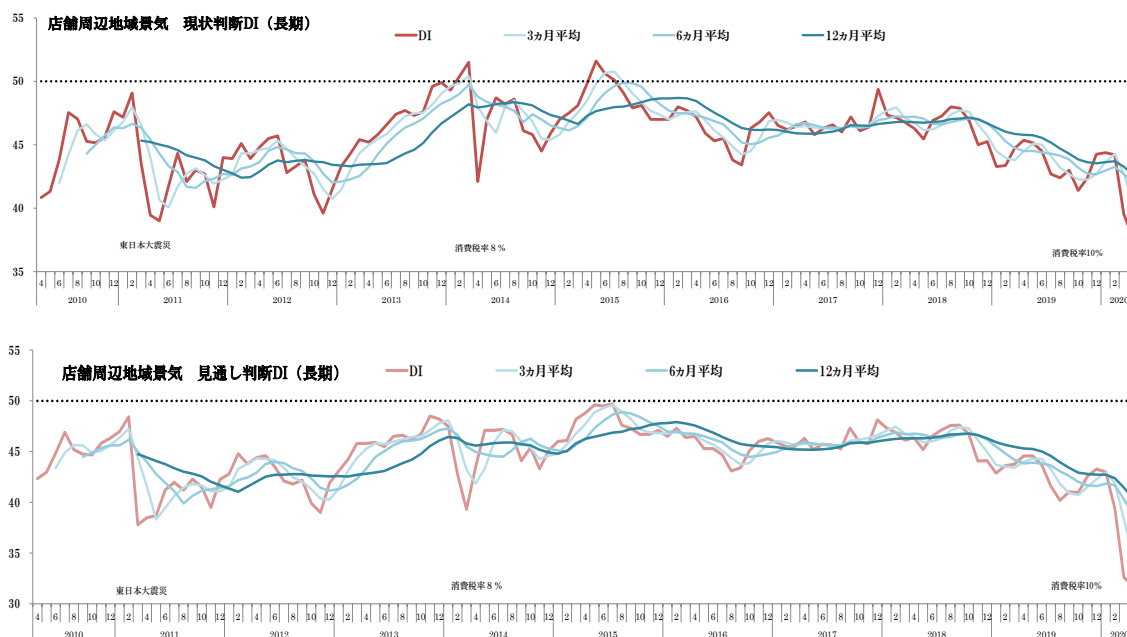
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	11.4	32.1	45.1	9.8	1.6	39.5
【現状】地域景気 (当月)	15.5	29.1	46.6	6.8	2.0	37.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	22.3	30.4	42.4	4.3	0.5	32.6
【見通し】地域景気 (当月)	21.6	35.8	36.5	6.1	0.0	31.8



・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。

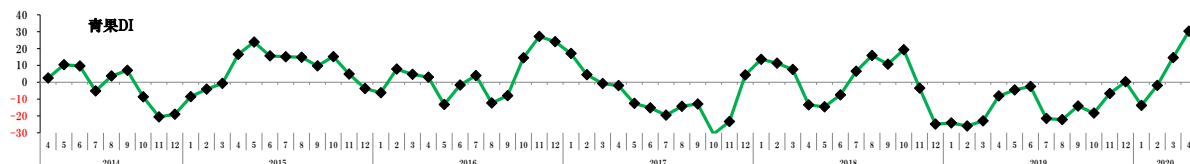
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月から新型コロナウイルスの影響により、大幅な低下が続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：30.3（かなり好調）

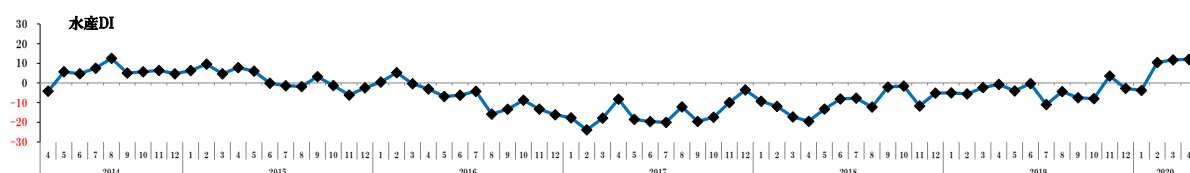
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果 (前月)	5.2	11.6	23.1	39.9	20.2	14.6
青果 (当月)	2.7	3.4	10.3	37.0	46.6	30.3



一斉休校や在宅勤務により家庭での食事機会が増加の影響で買い上げ点数が大幅に増加し、一部野菜では相場上昇もみられたことで一品単価も上昇しており全体にかなり好調となった。また関東地区に商品供給が集中し、地方では品薄が発生したとのコメントもみられた。ベーシックで汎用性の高い野菜や保存の利く野菜（キャベツやにんじん、大根、玉ねぎ、長ねぎなど）が好調となった。サラダ関連野菜の動きがよく、カット野菜など簡便性の高い商品も好調となった。果物類では輸入オレンジ、キウイフルーツが好調となった。バナナへの需要も高いが、入荷が不安定なため伸び悩んだ。イチゴやりんごなどの国産果物は好不調がわかれている。花は需要が減少し不調となった店舗が多かった。

2. 水産DI：12.0（好調）

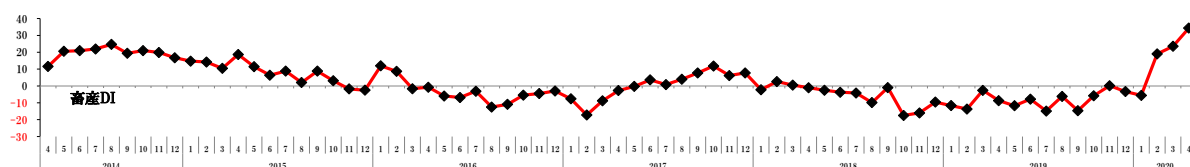
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産 (前月)	5.2	14.9	24.1	39.1	16.7	11.8
水産 (当月)	4.8	17.1	22.6	36.3	19.2	12.0



肉食需要の高まりによりおおむね好調となったが、特に保存できる冷凍魚（冷凍エビ、シーフードミックス、半調理品など）、塩鮭、干物、加工品などが好調に推移した。調理用の切身類や旬のホタルイカ、サワラ、ブリなども相場が安定したほか、飲食店での需要の減少により、質の良い魚介類が、値ごろな価格で入荷できた店舗もみられた。一方で、一部消費者は生食を敬遠する傾向もみられ、丸魚や刺身類は伸び悩んだ。

3. 畜産DI：34.4（かなり好調）

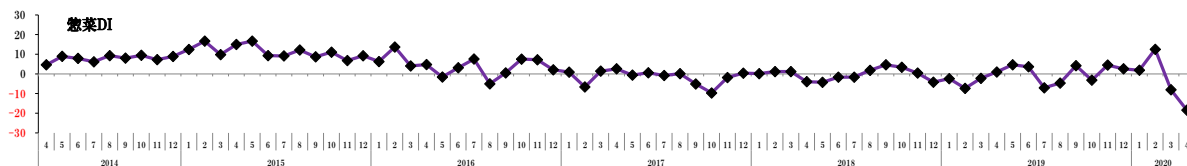
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産 (前月)	1.1	9.7	19.4	33.1	36.6	23.6
畜産 (当月)	2.7	1.4	10.2	27.2	58.5	34.4



家庭での食事機会が増加の影響で需要が高まるなか、保存性の高さが評価されたほか、一斉休校による子供の在宅率の増加の影響が大きく、精肉・加工肉ともに好調に推移した。牛肉では、和牛や銘柄牛が、外食からの需要減少により単価が下落して好調となった。全般的に大容量の需要が高く、なかでもハンバーグや餃子向けの挽肉などが好調だった。豚肉や鶏肉でも需要が大幅に拡大しているものの、相場上昇により伸び悩んだ店舗もみられた。加工品では、主力のハム・ソーセージ・ベーコンに加え、レトルトのハンバーグなどの簡便商材も好調となった。今後、輸入品の調達難による相場高も予想されており、価格上昇を心配するコメントもみられた。

4. 惣菜DI：-18.4（不調）

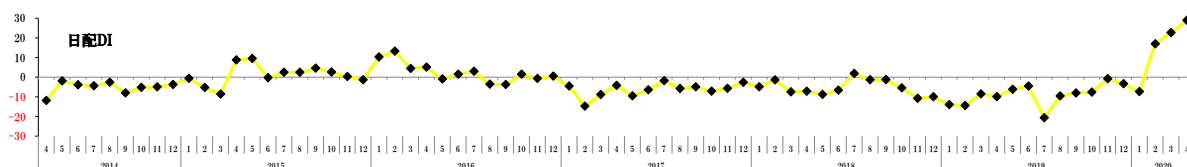
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	12.1	33.5	32.9	17.3	4.0	-8.1
惣菜（当月）	23.4	42.1	19.3	15.2	0.0	-18.4



来客数増が追い風になった店舗もみられるが、ばら売り販売中止による影響を受けたほか、行楽や行事の中止により、オードブルや寿司盛り合わせなどを中心に需要が激減しており、不調となった。家庭内での調理機会の増加による需要の減少、在宅勤務により仕事帰りに惣菜を買うニーズの減少しており、特に夕方以降が不振となった。

5. 日配DI：29.0（かなり好調）

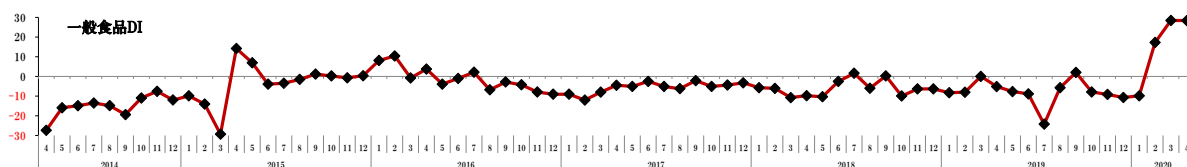
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	1.2	8.1	16.9	46.5	27.3	22.7
日配（当月）	2.1	4.8	12.4	36.6	44.1	29.0



一斉休校や在宅勤務により家庭内消費需要が大幅に増加し、かなり好調となった。牛乳やバター、チーズなどの乳製品をはじめ、保存可能な冷凍食品やチルド麺やチルドピザ、パン類などが好調となった。免疫力アップとしてヨーグルトや納豆、キムチなど発酵食品が特に好調であり、一部店舗では納豆に欠品も見られた。生クリームなどはお菓子づくりの材料が好調とのコメントもみられた。前年との気温差によりアイス類は動きが悪かった。

6. 一般食品：28.4（かなり好調）

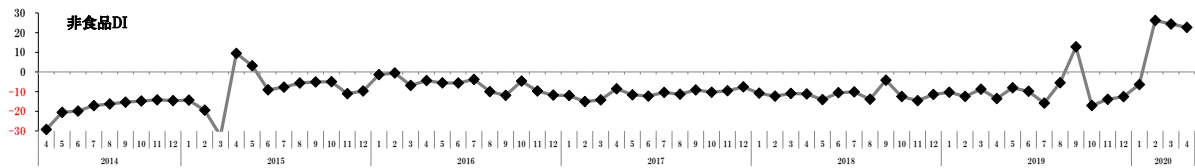
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	0.6	8.1	10.4	38.7	42.2	28.5
一般食品（当月）	3.4	4.8	12.3	33.6	45.9	28.4



一斉休校や在宅勤務により家庭内消費需要が大幅に増加しかなり好調となった。日持ちする食品として（米、袋麺やカップ麺、レトルト食品、パスタやパスタソース、乾麺・めんつゆ、シリアル、菓子、缶詰）、家庭内での調理用粉物（ホットケーキやお好み焼きなど）や調味料など、ほぼすべてのカテゴリーで非常に好調に推移し、需要の急増により一部商品には、品薄や欠品により機会ロスが発生した。酒類は、行楽需要は減ったものの「家飲み」需要の高まりにより伸びており、チューハイ、サワー類、ワインなどが好調となった。行楽需要の減少や休校の影響による弁当材料向けの食材、外出時の購入機会が多いガム・タブレット類などは動きが悪かった。

7. 非食品 DI：22.7（かなり好調）

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
非食品（前月）	3.5	6.5	16.5	35.9	37.6	24.4
非食品（当月）	7.0	7.0	19.0	21.8	45.1	22.7



新型コロナウイルスに感染対策として、ハンドソープ、ハンドクリーム、除菌剤、漂白剤、ウェットティッシュ、炊事手袋などが好調に推移した。家庭内調理機会の増加により、ラップや保存パックなどの調理補助品、お菓子づくり用品も好調に推移した。また、在宅時間が増えた影響で、台所洗剤、住居用洗剤、入浴剤などの売上も好調となった。トイレットペーパーやティッシュペーパーなど紙製品の需要も引き続き高い。マスクについては、4月下旬ごろから徐々に入荷量が確保できるようになった。外出機会の減少により、化粧品や衣料、紙コップや紙皿、レジャーシートなどの行楽用品は不振だった。

カテゴリ別 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～

2020年5月調査（4月実績）キーワードTOP3

1. 在宅時間増加による需要の増大
2. 家庭内調理機会の増加
3. 買物頻度抑制による保存可能食品の需要増大

（参考）2019年5月調査（4月実績）キーワードTOP3

1. 天候要因（気温が低い、花見時期の天候）
2. 曜日めぐり（日曜日が一日少ない、GW10連休）
3. 近隣との競合（チラシ、特売）

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

4月実績速報版 167社
 3月実績確報版 192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