

# スーパーマーケット販売統計調査資料

11月実績 速報版(パネル 270)

10月実績 確報版(パネル 270)

(2020年12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

2020年12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  
 2020年11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	90,585,782	100.0%	104.4%	103.3%
食品合計	81,526,611	90.0%	104.7%	103.6%
生鮮3部門合計	31,276,712	34.5%	105.4%	104.1%
青果	12,158,542	13.4%	105.1%	104.1%
水産	7,839,292	8.7%	104.6%	103.1%
畜産	11,278,878	12.5%	106.2%	104.9%
惣菜	9,060,795	10.0%	101.6%	100.4%
日配	17,639,445	19.5%	104.0%	102.8%
一般食品	23,549,658	26.0%	105.7%	104.6%
非食品	6,699,605	7.4%	104.0%	103.4%
その他	2,359,614	2.6%	97.8%	98.2%

## 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	12,530,411	43	106.8%	105.9%
関東地方	33,660,508	73	104.5%	103.6%
中部地方	11,211,845	53	106.6%	104.0%
近畿地方	19,294,380	44	102.1%	101.4%
中国・四国地方	9,149,997	34	105.4%	104.1%
九州・沖縄地方	4,738,642	23	101.9%	101.3%

## 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	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	653,688	47	100.2%	101.7%
4~10店舗	4,283,679	80	101.6%	102.0%
11~25店舗	9,887,413	56	104.2%	102.6%
26~50店舗	15,613,823	43	104.1%	104.0%
51店舗以上	60,147,178	44	104.7%	103.4%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	88,698,048
総店舗数 (店舗)	8,025	店舗平均月商 (万円)	11,288
総売場面積 (㎡)	13,410,340	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.8

※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12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  
 2020年10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	92,233,872	100.0%	104.3%	103.5%
食品合計	83,754,714	90.8%	104.4%	103.4%
生鮮 3 部門合計	32,893,013	35.7%	106.7%	105.6%
青果	13,469,898	14.6%	108.0%	106.9%
水産	8,050,412	8.7%	105.8%	104.7%
畜産	11,372,702	12.3%	105.9%	104.9%
惣菜	9,213,957	10.0%	102.7%	101.5%
日配	18,212,988	19.7%	103.1%	102.5%
一般食品	23,434,756	25.4%	103.0%	101.9%
非食品	6,159,938	6.7%	107.1%	105.3%
その他	2,319,271	2.5%	97.0%	97.4%

## 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	12,715,348	43	107.3%	106.6%
関東地方	34,387,971	73	104.0%	103.2%
中部地方	11,445,710	53	106.1%	104.3%
近畿地方	19,503,858	44	102.0%	101.9%
中国・四国地方	9,346,462	34	106.3%	104.3%
九州・沖縄地方	4,834,523	23	101.7%	101.3%

## 保有店舗数別集計

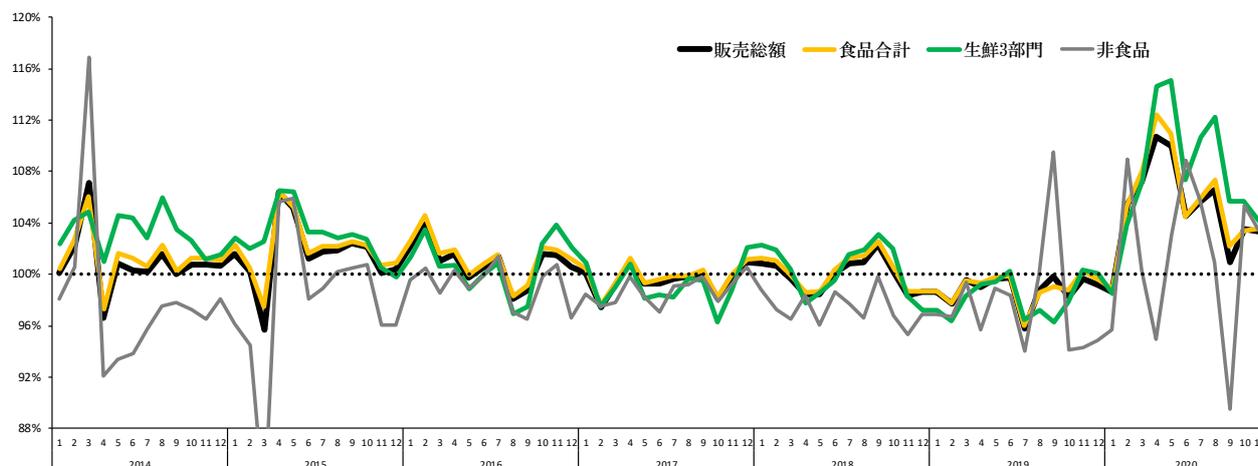
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1～3店舗	668,815	47	100.7%	102.5%
4～10店舗	4,411,911	80	100.9%	101.8%
11～25店舗	10,132,110	56	105.3%	103.3%
26～50店舗	16,076,354	43	105.4%	105.4%
51店舗以上	60,944,682	44	104.1%	103.1%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	90,365,195	
総店舗数 (店舗)	8,010	店舗平均月商 (万円)	11,515	
総売場面積 (㎡)	13,395,021	売場 1 ㎡あたり売上高 (万円)	6.9	

※売上高は税抜金額

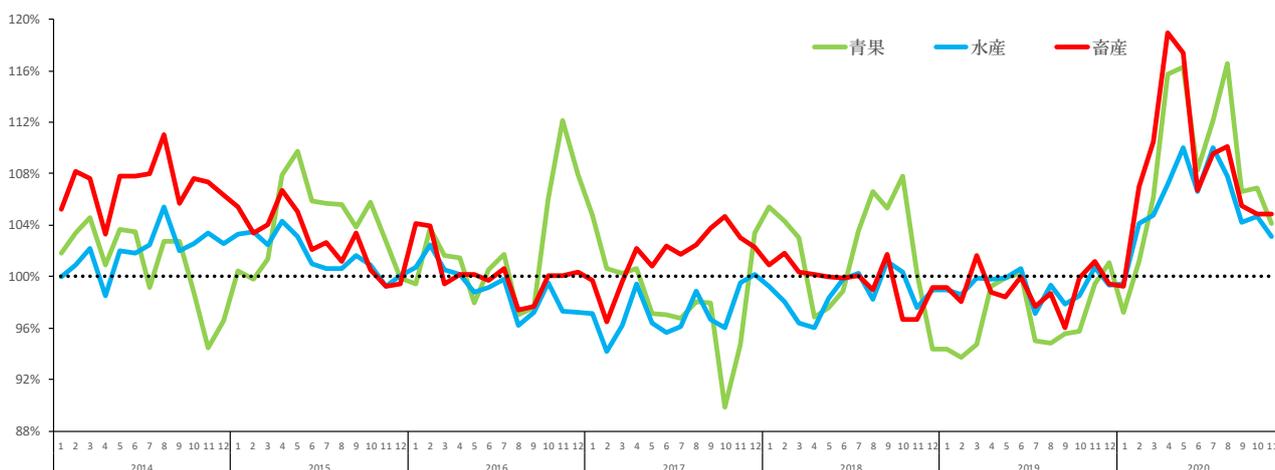
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

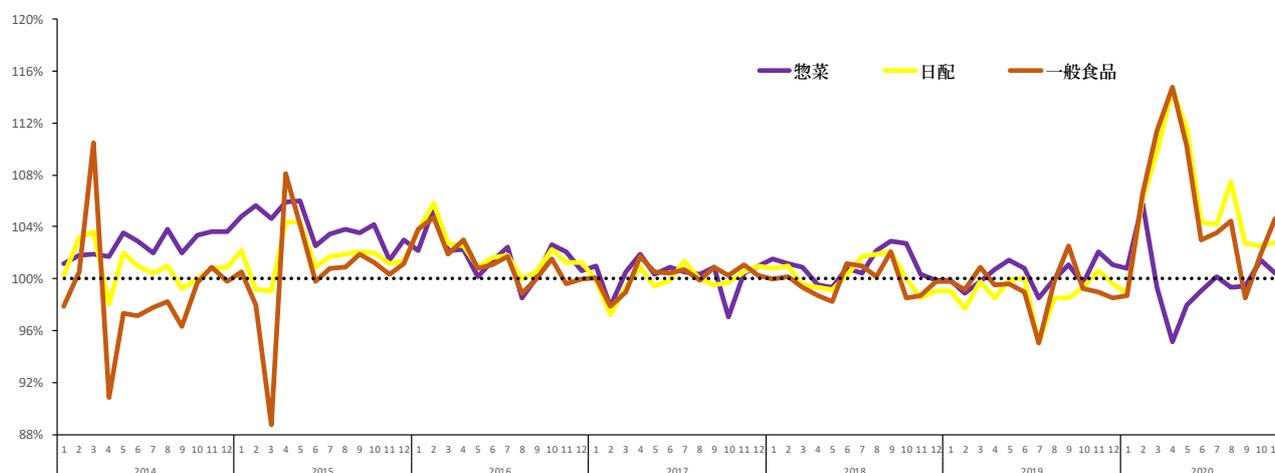
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2020年11月実績は速報版

## 2020年11月エリア別気候状況

### 気温の特徴：東・西日本と沖縄・奄美でかなり高かった

上旬：北日本と沖縄・奄美で高く、東・西日本では平年並だった。

中旬：全国的にかなり高かった。

下旬：東日本でかなり高く、西日本と沖縄・奄美で高かった。

2019年11月との比較：北日本は月を通して高く、その他地域では中旬以降かなり高い気温となった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2020年11月			2019年11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	0.7	2.4	0.6	-0.7	-0.2	-0.4	1.4	2.6	1.0
太平洋側	0.9	2.2	0.7	-0.5	0.3	-0.6	1.4	1.9	1.3
東日本 日本海側	-0.3	3.1	1.2	-0.4	1.3	0.3	0.1	1.8	0.9
太平洋側	0.0	2.8	2.1	0.3	1.7	1.0	-0.3	1.1	1.1
西日本 日本海側	-0.4	3.3	1.1	0.2	0.8	1.5	-0.6	2.5	-0.4
太平洋側	-0.4	2.9	1.4	0.0	0.8	1.4	-0.4	2.1	0.0
沖縄・奄美	0.8	2.0	1.2	0.2	0.1	1.5	0.6	1.9	-0.3



### 日照時間の特徴：東日本日本海側でかなり多かった

上旬：東日本日本海側ではかなり少なく、北日本日本海側、沖縄・奄美で少なかった

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

下旬：東日本日本海側、西日本太平洋側、沖縄・奄美で多かった。一方、北日本と西日本日本海側で少なかった。

2019年11月との比較：上旬は全国的に少なく、中旬は日本海側で多く、東日本と西日本太平洋側で多かった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2020年11月			2019年11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	71	128	70	80	104	122	-9	24	-52
太平洋側	96	120	84	122	116	103	-26	4	-19
東日本 日本海側	57	216	121	139	129	113	-82	87	8
太平洋側	100	145	108	151	138	67	-51	7	41
西日本 日本海側	105	160	82	142	123	104	-37	37	-22
太平洋側	105	139	109	150	144	82	-45	-5	27
沖縄・奄美	85	128	126	117	124	73	-32	4	53



### 降水量の特徴：東日本太平洋側でかなり少なかった

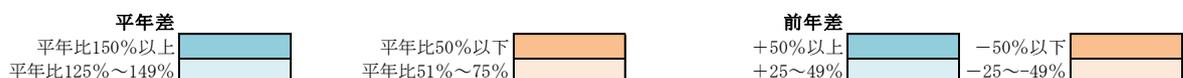
上旬：北・東日本日本海側と西日本太平洋側で多かった。一方、東日本太平洋側で少なかった。

中旬：東日本日本海側でかなり少なく、東日本太平洋側と沖縄・奄美で少なかった。

下旬：西日本太平洋側でかなり少なく、北・東日本、西日本日本海側、沖縄・奄美で少なかった。

2019年11月との比較：上旬は全国的にかなり多く、中旬以降はかなり少ない地域が多かった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2020年11月			2019年11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	149	105	68	54	98	33	95	7	35
太平洋側	78	68	38	26	101	36	52	-33	2
東日本 日本海側	143	23	75	25	112	27	118	-89	48
太平洋側	48	19	9	6	72	192	42	-53	-183
西日本 日本海側	78	68	39	14	56	54	64	12	-15
太平洋側	149	54	8	1	40	77	148	14	-69
沖縄・奄美	57	41	32	24	115	158	33	-74	-126



気象庁報道資料「11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12月調査結果（11月実績）  
（2020年12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

## 12月調査（11月実績）結果概況

### 景気判断DIは現状・見通しともに前月水準で推移

11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-0.7の44.3、見通し判断は前月から-0.6の38.7となり、共に前月から大きな変化はみられなかった。

経営動向調査では、売上高DI、収益DI共に前月に比べプラス幅がやや縮小したが、来店頻度の低下による来客数DIの低迷、買上点数の増加による客単価DIの大幅なプラスの傾向が継続している。

カテゴリー動向調査では、家庭内消費需要が再び高まりをみせるなか、惣菜DIを除くすべてのDIがプラス圏で推移している。青果DIは相場安の影響を受け、前月からプラス幅を縮小した。イベント中止やバラ売り販売自粛の影響を受けている惣菜DIは唯一マイナスを記録している。（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、景気判断DIは前月とほぼ同水準で推移しているものの、周辺地域景気DIは小幅ながら弱含みの推移となった。（長期傾向についてはp11参照）

陽性者数の推移やGoToトラベル・イート一時停止などの施策により、消費者行動が大きく変化する状況が続いている。一方で食生活に関しては、引き続き家庭内消費は堅調な状況が続いている。ギフトや年末年始の予約販売が好調に推移していることからわかるように、年末年始は帰省や旅行、忘年会や新年会を控え、自宅で過ごす消費者が多くなることが予想される。外食需要が低下した食品や地域産品などの販売強化に期待を寄せる声も高まっており、スーパーマーケット業界の果たす役割は引き続き大きい。行政や生産者との連携を強化し、支援や協力を推進していくことが求められる。

#### 景況感調査

##### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：44.3 (-0.7) 前月：45.0	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：46.6 (+0.7) 前月：45.9	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：43.3 (+0.1) 前月：43.2	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：42.2 (-1.5) 前月：43.7
--	---	---	---

##### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：38.7 (-0.6) 前月：39.3	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：41.4 (-0.8) 前月：42.2	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：42.3 (-0.4) 前月：42.7	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：39.3 (-1.6) 前月：40.9
--	---	---	---

#### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：7.6 (-2.1) 前月：9.7	<b>客単価DI</b> 当月：21.7 (+0.4) 前月：21.3	<b>来客数DI</b> 当月：-18.0 (-2.8) 前月：-15.2	
<b>収益DI</b> 当月：9.8 (-2.1) 前月：11.9	<b>販売価格DI</b> 当月：3.9 (-4.6) 前月：8.5	<b>生鮮品仕入原価DI</b> 当月：-1.7 (-11.7) 前月：10.0	<b>食品仕入原価DI</b> 当月：2.1 (-0.3) 前月：2.4

#### カテゴリー動向

<b>青果DI</b> 当月：9.4 (-9.2) 前月：18.6	<b>水産DI</b> 当月：8.5 (-3.2) 前月：11.7	<b>畜産DI</b> 当月：12.4 (-1.8) 前月：14.2	
<b>惣菜DI</b> 当月：-3.2 (-2.5) 前月：-0.7	<b>日配DI</b> 当月：7.9 (-0.3) 前月：8.2	<b>一般食品DI</b> 当月：9.9 (+6.9) 前月：3.0	<b>非食品DI</b> 当月：10.2 (-3.4) 前月：13.6

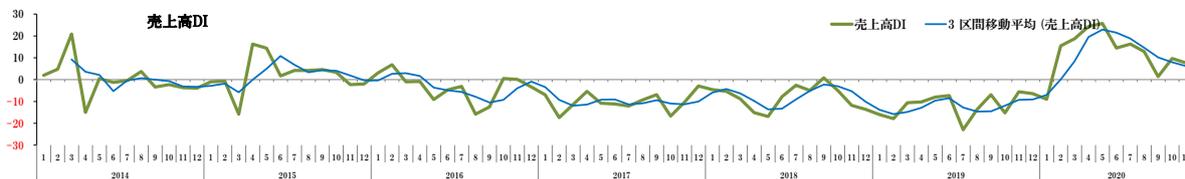
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

# 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

## 1. 売上高DI

プラス幅をやや縮小も堅調に推移

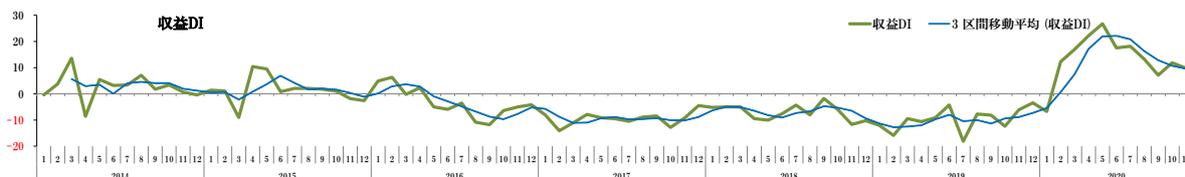
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	4.4	18.8	21.5	44.2	11.0	9.7
<b>売上高 (当月)</b>	<b>5.3</b>	<b>19.4</b>	<b>24.1</b>	<b>41.8</b>	<b>9.4</b>	<b>7.6</b>



## 2. 収益DI

プラス幅をやや縮小も高水準で推移

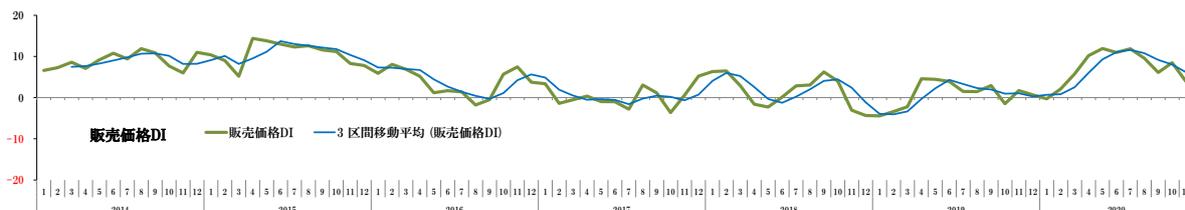
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	4.5	10.7	32.8	36.7	15.3	11.9
<b>収益 (当月)</b>	<b>4.9</b>	<b>16.0</b>	<b>27.0</b>	<b>39.3</b>	<b>12.9</b>	<b>9.8</b>



## 3. 販売価格DI

プラス圏を維持

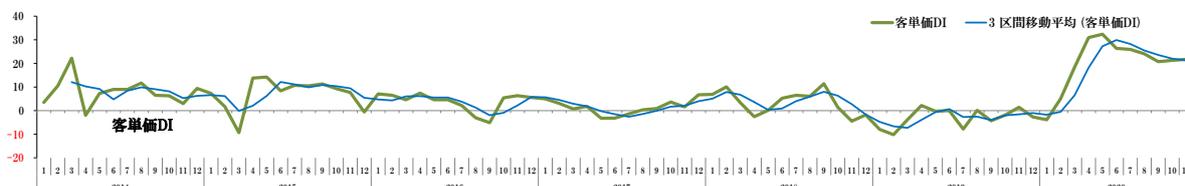
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	3.3	60.6	32.8	2.8	8.5
<b>販売価格 (当月)</b>	<b>1.2</b>	<b>10.8</b>	<b>61.7</b>	<b>24.0</b>	<b>2.4</b>	<b>3.9</b>



## 4. 客単価DI

大幅なプラス水準を維持

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
客単価 (前月)	0.0	4.4	23.8	54.1	17.7	21.3
<b>客単価 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>7.7</b>	<b>17.3</b>	<b>55.4</b>	<b>19.6</b>	<b>21.7</b>



## 5. 来客数 DI

マイナス幅をやや拡大

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
来客数 (前月)	16.6	44.8	23.8	12.7	2.2	-15.2
来客数 (当月)	17.9	48.8	22.0	10.1	1.2	-18.0



## 6. 生鮮仕入原価 DI

青果相場安で1月以来のマイナス値に

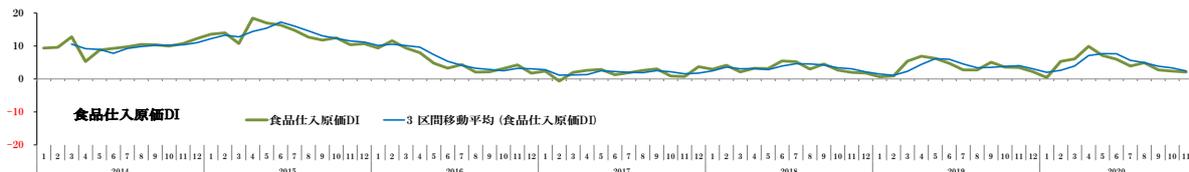
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	3.4	58.3	33.1	5.1	10.0
生鮮仕入原価 (当月)	3.1	24.5	50.9	19.0	2.5	-1.7



## 7. 食品仕入原価 DI

プラス圏で底堅い推移が続く

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
食品仕入原価 (前月)	2.3	5.6	73.4	17.5	1.1	2.4
食品仕入原価 (当月)	1.8	4.2	78.2	15.2	0.6	2.1

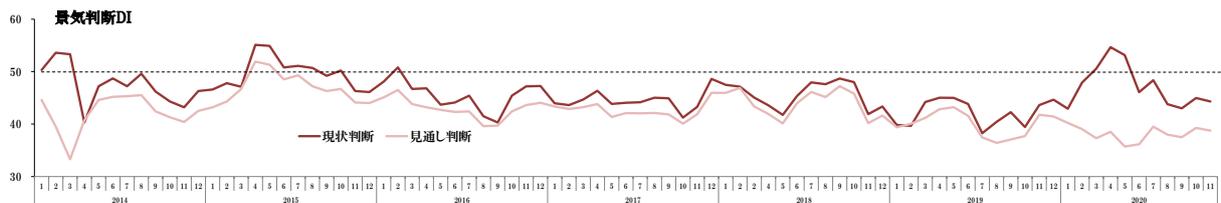


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景気判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景気判断 DI

現状、見通しともほぼ前月水準で推移

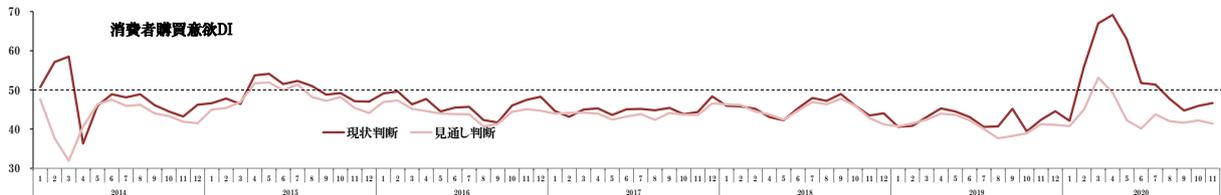
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	2.7	29.3	53.8	13.6	0.5	45.0
【現状】景気判断 (当月)	2.3	29.2	57.9	9.9	0.6	44.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	3.3	42.9	47.3	6.5	0.0	39.3
【見通し】景気判断 (当月)	4.7	43.3	45.6	5.3	1.2	38.7



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状、見通しともほぼ前月水準で推移

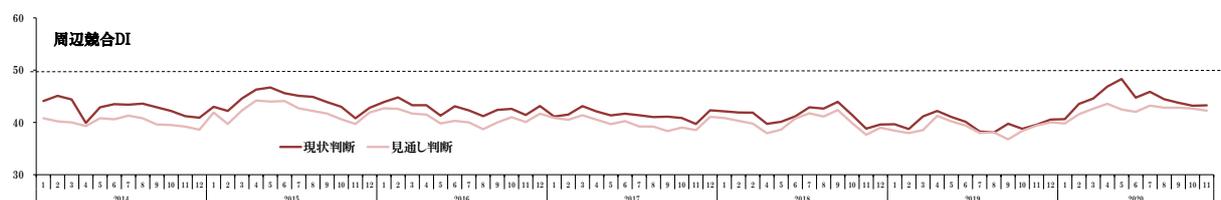
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.1	27.7	58.2	12.5	0.5	45.9
【現状】購買意欲 (当月)	0.6	28.7	55.0	15.2	0.6	46.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.1	36.1	55.7	7.1	0.0	42.2
【見通し】購買意欲 (当月)	2.9	37.4	51.5	7.6	0.6	41.4



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通しともほぼ前月水準で推移

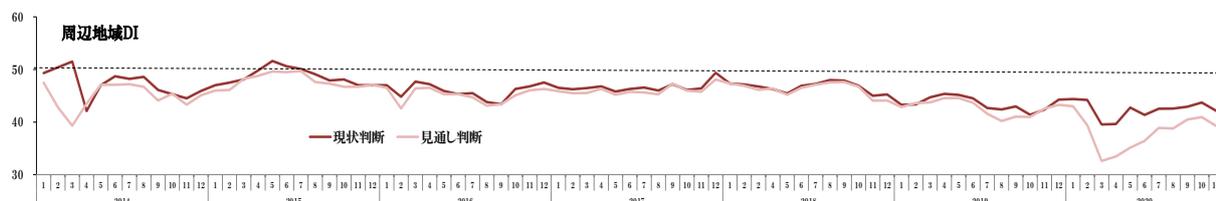
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	2.7	23.4	72.3	1.6	0.0	43.2
【現状】競合状況 (当月)	2.3	24.6	70.8	2.3	0.0	43.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	2.7	25.0	71.2	1.1	0.0	42.7
【見通し】競合状況 (当月)	2.9	26.9	68.4	1.8	0.0	42.3



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状、見通しともに小幅に悪化をみせる

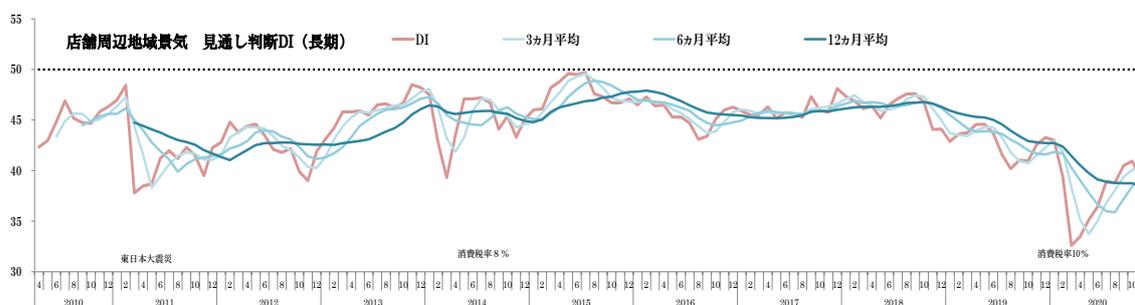
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	1.6	26.2	67.8	4.4	0.0	43.7
【現状】地域景気 (当月)	0.6	32.0	65.7	1.8	0.0	42.2
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	1.1	35.2	62.6	1.1	0.0	40.9
【見通し】地域景気 (当月)	1.8	40.6	56.5	1.2	0.0	39.3



#### ・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。

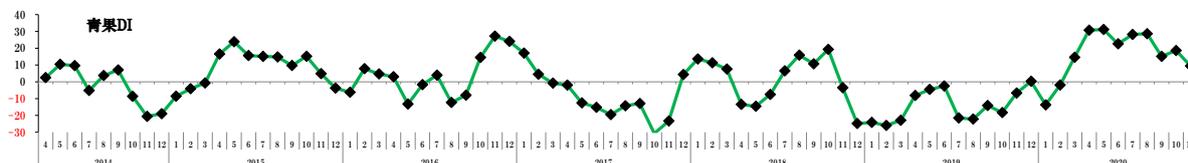
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したものの、5月から持ち直しの動きが続いており、10月以降は単月DIが各移動平均線の上昇で推移している。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：9.4（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）	3.4	8.0	21.6	44.9	22.2	18.6
<b>青果（当月）</b>	<b>4.9</b>	<b>19.1</b>	<b>24.7</b>	<b>35.8</b>	<b>15.4</b>	<b>9.4</b>

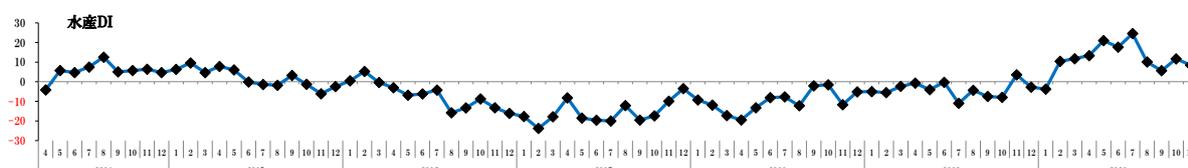


台風の上陸もなく安定した天候が続き、相場は全般に安値で推移した。引き続き堅調な需要を背景に買入点数は大幅増となったものの、大型葉物類を中心に単価が伸び悩んだ影響を受けた。

調理需要により、じゃがいもやねぎ類など土物類が引き続き好調となっている。トマトや洋菜などのサラダ商材、白菜やキノコ類など鍋関連の食材の動きがよかった。果物では昨年不調となっていた柿類、国産果物みかんの品質がよく好調となっている。一方で輸入果物は好不調まちまちとなった。

#### 2. 水産DI：8.5（やや好調）

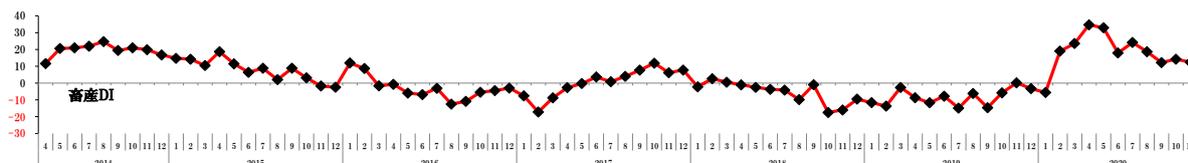
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	4.6	12.0	26.9	45.1	11.4	11.7
<b>水産（当月）</b>	<b>3.7</b>	<b>20.4</b>	<b>27.2</b>	<b>35.8</b>	<b>13.0</b>	<b>8.5</b>



再び家庭内消費が強まっており、刺身類や簡便調理商品、保存できる冷凍魚が好調とのコメントが多くみられた。旬のさんま、秋鮭は不漁で相場が高く不振となった。一方でカキやタラなど鍋関連商材の動きがよかった。まぐろや鯛などの高級魚、外食需要が減少しているブリやハマチ、タイなどの養殖魚が相場安や農林水産省の緊急対策事業による販売支援を追い風に好調となった。

#### 3. 畜産DI：12.4（好調）

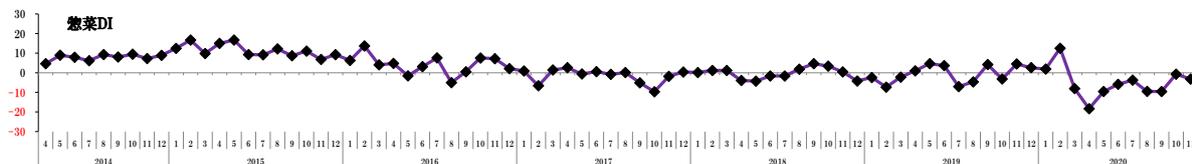
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	4.0	10.2	26.7	43.2	15.9	14.2
<b>畜産（当月）</b>	<b>4.9</b>	<b>13.5</b>	<b>23.3</b>	<b>43.6</b>	<b>14.7</b>	<b>12.4</b>



家庭内消費需要が堅調であり、全般的に好調に推移した。鍋用食材の引き合いが強く、なかでも鶏肉がよく売れた。牛肉は、平日は輸入肉や切り落とし、週末は和牛ステーキ用など高単価の牛肉が好調となっている。豚肉は鍋商材の動きがよいが、国産豚が相場高で伸び悩んだ店舗も。ハムなどの畜産加工品は、家庭用、ギフト共に好調とのコメントが多くみられた。

#### 4. 惣菜DI：-3.2（やや不調）

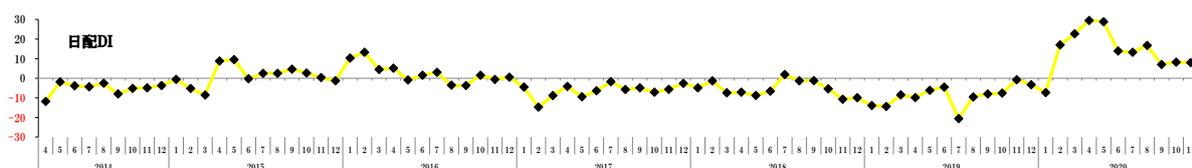
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	8.0	27.4	30.9	26.9	6.9	-0.7
<b>惣菜（当月）</b>	<b>6.7</b>	<b>33.1</b>	<b>29.4</b>	<b>27.6</b>	<b>3.1</b>	<b>-3.2</b>



中旬以降、感染の再拡大を背景に家庭内調理需要が増え伸び悩みをみせた。引き続きバラ売り販売自粛、イベント中止などの影響を受けている。日中の弁当類にはやや回復傾向がみられるが、夜時間帯は通勤客の減少により伸び悩んだ店舗も多い。麺類などホット惣菜、家飲み向けおつまみ惣菜は堅調に推移した。青果相場安の影響で、サラダ関連は不調となった店舗が多い。年末やおせち関連の予約販売が好調に推移している。

#### 5. 日配DI：7.9（やや好調）

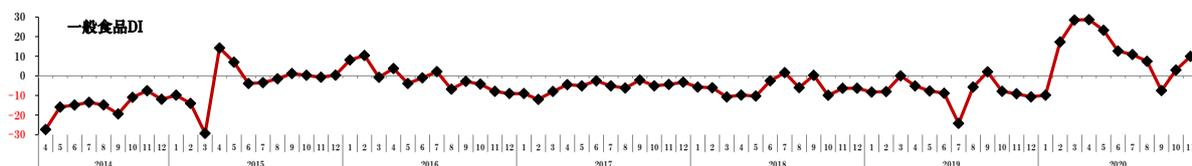
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	5.1	14.8	30.7	40.9	8.5	8.2
<b>日配（当月）</b>	<b>3.7</b>	<b>20.7</b>	<b>26.2</b>	<b>39.0</b>	<b>10.4</b>	<b>7.9</b>



堅調な家庭内消費需要を背景に、チルド商品、冷凍食品で好調な動向が継続している。気温が低下したことでホット商材やおでん・鍋商材、キムチなどの発酵食品や機能性ヨーグルトの動きがよくなった。供給が回復しつつあるバター、そしてチーズなどの乳製品は好調が継続している。高単価のデザート類やデザート調理解商材、家飲みのつまみとなる商品も好調となった。パン類は不調となった店舗が多い。

#### 6. 一般食品：9.9（やや好調）

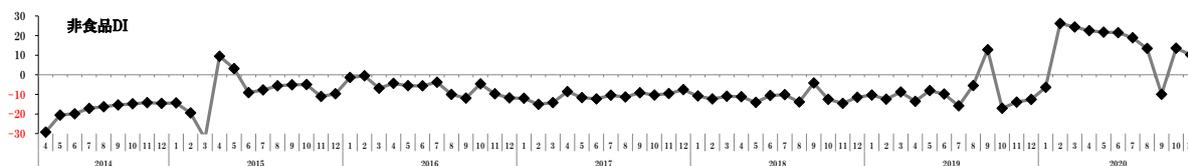
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	5.1	26.0	29.9	29.9	9.0	3.0
<b>一般食品（当月）</b>	<b>5.4</b>	<b>15.7</b>	<b>25.3</b>	<b>41.0</b>	<b>12.7</b>	<b>9.9</b>



堅調な家庭内消費需要を背景に、新米や調味料、粉物や手作り用食材、レトルト、インスタントなど、いずれも好調となっている。気温の低下によりインスタントコーヒーやスープ類、鍋つゆなどが特に好調となった。一方で飲料類は伸び悩んだ。青果相場安により漬物用調味料やドレッシングの動きがよくなった。菓子類も好調に推移した。酒類は酒税改定の影響が緩和し回復傾向がみられた。ギフト商材はダウントレンドが続いていたが、今年は好調な動向となっている店舗が多い。

## 7. 非食品 DI：10.2（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）	6.4	12.7	27.2	27.7	26.0	13.6
非食品（当月）	6.2	15.5	28.0	31.7	18.6	10.2



マスクやハンドソープ、除菌用アルコールなど衛生用品の需要が高まっている。ラップなどの台所用品、洗剤をはじめとする家庭用品がいずれも好調となっている。レジ袋有料化義務化の影響から、マイバケット、マイバッグの売上が伸びているとのコメントもみられた。タバコは10月の増税の影響から回復傾向がみられた。

### 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～

### 2020年12月調査（11月実績）キーワードTOP3

1. 家庭内調理需要の高まり
2. 青果相場安
3. ギフト、年末予約好調

### （参考）2019年12月調査（11月実績）キーワードTOP3

1. 平年より高く、前年より低い気温
2. 青果相場安
3. 駆け込み需要の反動（酒、非食品）

### スーパーマーケット景気動向調査 集計数

11月実績速報版      183社  
 10月実績確報版      171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)