

スーパーマーケット販売統計調査資料

2021年4月実績 速報版(パネル270)

3月実績 確報版(パネル270)

2020年度集計 確報版

(2021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

2021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
 2021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)	2019年同月比 (全店)	2019年同月比 (既存店)
総売上高	94,997,517	100.0%	94.6%	94.0%	105.5%	104.4%
食品合計	86,363,382	90.9%	93.8%	93.1%	106.5%	105.4%
生鮮3部門合計	32,604,216	34.3%	92.4%	91.7%	107.5%	105.9%
青果	13,047,767	13.7%	91.3%	90.6%	107.1%	105.8%
水産	8,304,584	8.7%	97.8%	97.0%	106.9%	105.1%
畜産	11,251,865	11.8%	90.1%	89.3%	108.4%	106.7%
惣菜	9,821,581	10.3%	109.0%	108.0%	105.1%	103.4%
日配	18,752,298	19.7%	92.9%	92.2%	107.7%	106.2%
一般食品	25,185,286	26.5%	91.3%	90.8%	105.7%	104.7%
非食品	6,372,397	6.7%	102.4%	101.9%	100.9%	101.2%
その他	2,261,786	2.4%	103.7%	104.0%	89.2%	93.2%

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	12,706,658	43	96.5%	96.0%
関東地方	35,062,761	73	93.2%	92.6%
中部地方	11,363,153	53	94.6%	93.2%
近畿地方	21,720,978	44	94.9%	94.7%
中国・四国地方	9,406,910	34	95.3%	94.0%
九州・沖縄地方	4,737,056	23	97.6%	97.6%

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	614,731	46	88.1%	88.1%
4~10店舗	4,312,070	81	89.7%	89.7%
11~25店舗	9,463,935	54	93.9%	93.9%
26~50店舗	16,104,704	44	93.5%	94.0%
51店舗以上	64,502,077	45	95.2%	94.3%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,341,648	
総店舗数 (店舗)	8,244	店舗平均月商 (万円)	11,523	
総売場面積 (㎡)	13,714,366	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

※前々年比集計 (既存店) : 前々年比と当月で保有店舗数に変化のない企業を対象

2021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
 2021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	94,550,231	100.0%	96.0%	95.6%
食品合計	86,248,395	91.2%	96.0%	95.6%
生鮮3部門合計	33,083,795	35.0%	97.6%	97.1%
青果	13,382,714	14.2%	98.5%	98.1%
水産	8,545,482	9.0%	100.0%	99.4%
畜産	11,155,599	11.8%	94.8%	94.3%
惣菜	9,793,133	10.4%	103.7%	103.1%
日配	18,623,310	19.7%	95.2%	94.8%
一般食品	24,748,157	26.2%	91.8%	91.6%
非食品	5,885,961	6.2%	95.1%	95.1%
その他	2,423,454	2.6%	98.9%	99.6%

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	12,921,118	43	98.1%	98.5%
関東地方	34,862,618	73	94.6%	94.2%
中部地方	11,344,789	53	96.8%	95.7%
近畿地方	21,238,195	44	96.2%	95.9%
中国・四国地方	9,387,634	34	98.0%	97.0%
九州・沖縄地方	4,795,878	23	96.6%	96.4%

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	612,266	46	92.1%	92.6%
4~10店舗	4,342,043	81	91.4%	92.0%
11~25店舗	9,430,879	54	95.9%	95.5%
26~50店舗	16,247,815	44	95.8%	96.2%
51店舗以上	63,917,227	45	96.4%	95.7%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	92,982,614	
総店舗数 (店舗)	8,232	店舗平均月商 (万円)	11,486	
総売場面積 (㎡)	13,880,349	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

2021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年度実績（パネル270） 確報版

	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	1,149,044,061	100.0%	105.1%	104.0%
食品合計	1,037,852,789	90.3%	105.9%	104.6%
生鮮3部門合計	402,866,344	35.1%	108.4%	107.1%
青果	162,564,963	14.1%	109.2%	108.1%
水産	102,237,321	8.9%	106.7%	105.4%
畜産	138,064,061	12.0%	108.6%	107.3%
惣菜	114,331,480	10.0%	100.9%	99.8%
日配	226,178,012	19.7%	105.9%	104.4%
一般食品	294,476,953	25.6%	104.5%	103.4%
非食品	78,723,882	6.9%	100.6%	99.7%
その他	32,467,389	2.8%	96.0%	96.4%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
北海道・東北地方	158,958,296	43	105.3%	104.4%
関東地方	428,746,942	73	105.9%	104.9%
中部地方	142,554,480	53	106.4%	104.1%
近畿地方	243,719,866	44	103.7%	103.0%
中国・四国地方	115,221,595	34	106.0%	104.5%
九州・沖縄地方	59,842,882	23	100.8%	100.0%

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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	8,326,002	47	100.5%	102.0%
4～10店舗	53,801,725	78	101.9%	102.6%
11～25店舗	126,967,901	58	105.1%	103.8%
26～50店舗	198,568,658	43	104.8%	104.3%
51店舗以上	761,379,774	44	105.4%	104.1%

※保有店舗数カテゴリーは2020年4月時点での保有店舗数による分類

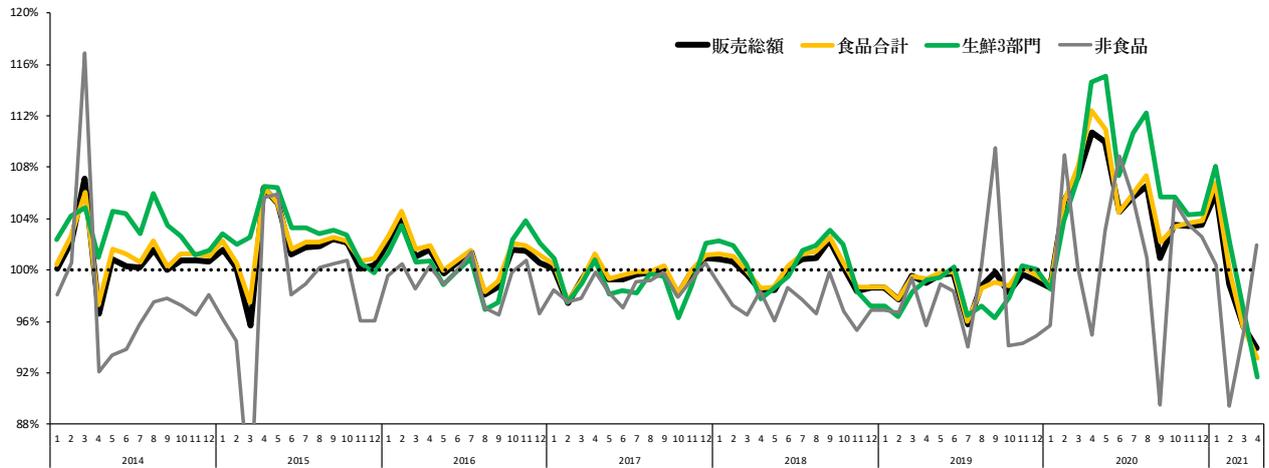
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,125,863,704
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

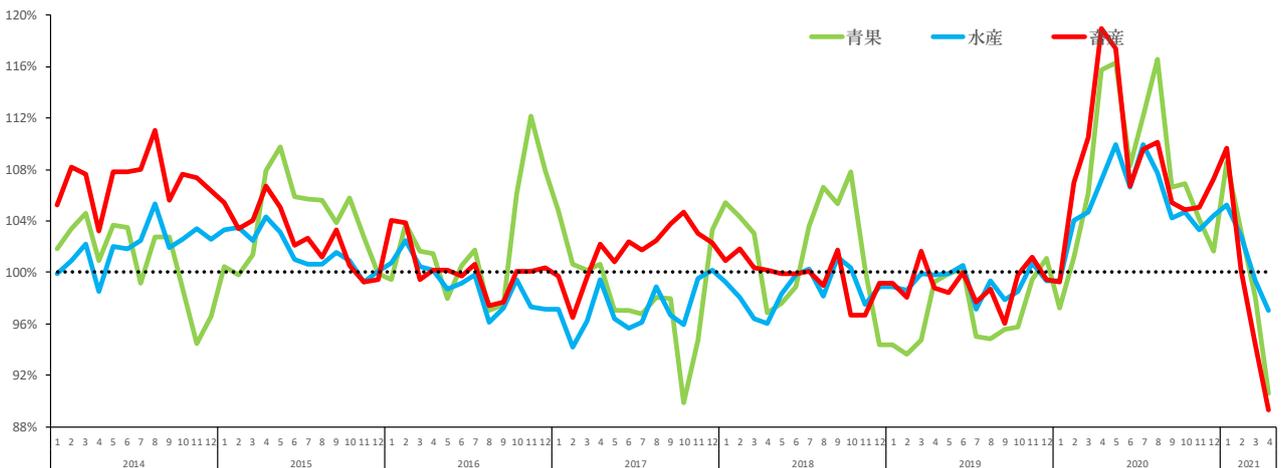
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

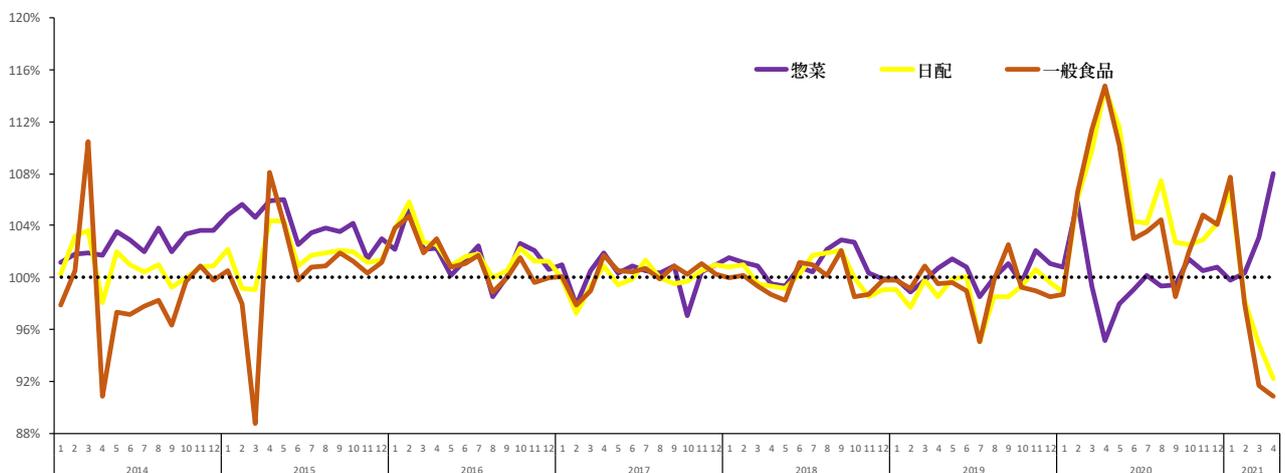
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2021年4月実績は速報版

2021年4月エリア別気候状況

気温の特徴：全国的に気温は高かった

上旬：全国的に高く、西日本ではかなり高かった。

中旬：北日本で高く、東・西日本と沖縄・奄美で平年並だった。

下旬：西日本で高かった。北・東日本と沖縄・奄美では平年並だった。

2020年4月との比較：全国的に前年より高い気温になった地域が多く、かなり高くなった時期もあった。

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2021年4月			2020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	1.0	1.5	-0.7	0.6	-0.8	-1.8	0.4	2.3	1.1
太平洋側	0.8	2.1	-0.5	0.9	-1.6	-1.0	-0.1	3.7	0.5
東日本 日本海側	0.7	0.3	-1.2	-0.4	-1.2	-2.4	1.1	1.5	1.2
太平洋側	1.5	0.0	0.1	0.0	-1.8	-1.7	1.5	1.8	1.8
西日本 日本海側	1.8	-0.2	0.8	-0.8	-1.3	-2.2	2.6	1.1	3.0
太平洋側	1.4	-0.4	0.5	-0.7	-1.3	-2.1	2.1	0.9	2.6
沖縄・奄美	1.1	0.2	-0.7	-0.9	-1.1	-2.5	2.0	1.3	1.8

平年差

+2°C以上

+1°C以上

-2°C以上

-1°C以上

前年差

+2°C以上

+1°C以上

-2°C以上

-1°C以上

日照時間の特徴：全国的に日照時間は多かった

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

中旬：東日本太平洋側、西日本日本海側、沖縄・奄美で多く、北日本、東日本日本海側、西日本太平洋側で平年並だった。

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

2020年4月との比較：前年よりやや多い地域が多かった。

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2021年4月			2020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	131	100	124	85	133	80	46	-33	44
太平洋側	121	105	122	86	106	96	35	-1	26
東日本 日本海側	146	108	126	111	90	100	35	18	26
太平洋側	109	111	135	137	93	134	-28	18	1
西日本 日本海側	131	114	109	144	82	140	-13	32	-31
太平洋側	103	108	121	138	100	138	-35	8	-17
沖縄・奄美	122	127	122	72	138	82	50	-11	40

平年差

平年比150%以上

平年比125%~149%

平年比50%以下

平年比51%~75%

前年差

+50%以上

+25~49%

-50%以下

-25~-49%

降水量の特徴：北日本の降水量はかなり多く、沖縄・奄美の降水量はかなり少なかった

上旬：北・東日本太平洋側と西日本、沖縄・奄美で少なかった。

中旬：北日本でかなり多く、東日本では多かった。一方、沖縄・奄美ではかなり少なかった。

下旬：東日本日本海側でかなり多く、北・西日本太平洋側で多かった。

2020年4月との比較：上旬は北日本でかなり少なく、中旬は北日本でかなり多く西日本でかなり少なく、下旬が全国的にかなり多くなった。

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2021年4月			2020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	77	225	123	163	90	113	-86	135	10
太平洋側	63	211	198	188	186	59	-125	25	139
東日本 日本海側	63	149	157	130	166	69	-67	-17	88
太平洋側	53	146	103	74	301	13	-21	-155	90
西日本 日本海側	34	79	100	71	235	7	-37	-156	93
太平洋側	51	116	157	77	222	0	-26	-106	157
沖縄・奄美	94	31	86	93	28	39	1	3	47

平年差

平年比150%以上

平年比125%~149%

平年比50%以下

平年比51%~75%

前年差

+50%以上

+25~49%

-50%以下

-25~-49%

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（1991年~2020年）の平均

スーパーマーケット景気動向調査

2021年5月調査結果（4月実績）
（2021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は現状・見通しともに小幅な悪化

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-1.3の36.3、見通し判断は前月から-0.7の32.9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共に二桁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、前年の食品備蓄行動による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、紙製品の反動が大きかったことが影響した。青果相場安による生鮮品仕入れ原価、競合により販売価格DIも低下し、マイナスとなった。来店頻度を抑える行動の継続により来客数DIは引き続きマイナスとなった。

カテゴリ動向調査では、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、保存性の高い畜産、一般食品、非食品カテゴリーで前年の反動を大きく受け、前年プラス幅が大きかったカテゴリーほど下落幅が大きくなった。一方で、前年不振であった惣菜DIはわずかにプラスとなった。（カテゴリ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や消費者購買意欲DIの悪化傾向が継続しており、現状判断DIは30台まで悪化している。（長期傾向についてはp11参照）

未だに緊急事態宣言が出され、ワクチン接種も進まない中で、今後の地域経済や購買意欲の回復に見通しが立たない状況が続いており、一方で競合は激しさを増している。販売実績に昨年の反動が出ることは想定されていたことであり、生活が大きく変化した今、前年同月比に必要以上に振り回されることなく、着実に日々の営業、販売活動を充実させることが求められるのではないだろうか。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：36.3 (-1.3)
前月：37.6

消費者購買意欲DI
当月：37.9 (-3.0)
前月：40.9

周辺地域 競合状況DI
当月：42.6 (+0.9)
前月：41.7

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：38.7 (-1.7)
前月：40.4

見通し判断

景気判断DI
当月：32.9 (-0.7)
前月：33.6

消費者購買意欲DI
当月：36.5 (-1.7)
前月：38.2

周辺地域 競合状況DI
当月：41.0 (+0.2)
前月：40.8

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：36.7 (-2.1)
前月：38.8

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-24.8 (-2.4)
前月：-22.4

客単価DI
当月：-16.5 (-20.7)
前月：4.2

来客数DI
当月：-15.8 (+9.2)
前月：-25.0

収益DI
当月：-23.0 (-3.6)
前月：-19.4

販売価格DI
当月：-4.5 (-4.4)
前月：-0.1

生鮮品仕入原価DI
当月：-2.7 (-3.3)
前月：0.6

食品仕入原価DI
当月：-2.0 (+1.2)
前月：-3.2

カテゴリ動向

青果DI
当月：-25.7 (-12.5)
前月：-13.2

水産DI
当月：-13.5 (-5.3)
前月：-8.2

畜産DI
当月：-30.3 (-7.7)
前月：-22.6

惣菜DI
当月：14.7 (+9.4)
前月：5.3

日配DI
当月：-25.8 (-5.1)
前月：-20.7

一般食品DI
当月：-30.0 (+0.1)
前月：-30.1

非食品DI
当月：-24.3 (+1.7)
前月：-26.0

※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

前年比では2ヵ月連続の大幅マイナス

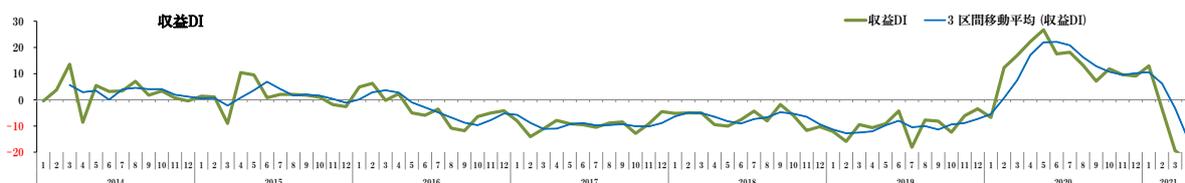
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	28.6	44.3	16.8	8.6	1.6	-22.4
売上高 (当月)	38.4	38.4	8.6	13.2	1.3	-24.8



2. 収益DI

前年比では2ヵ月連続の大幅マイナス

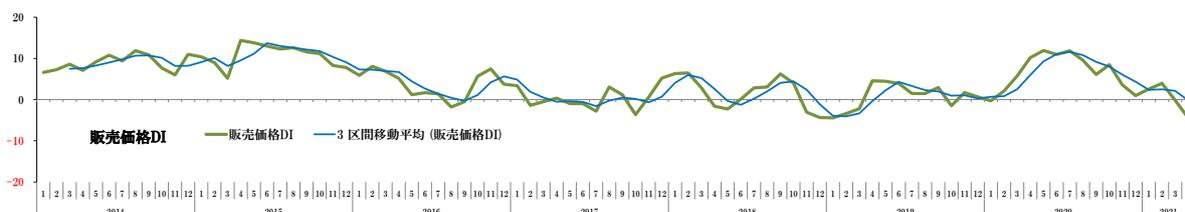
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	25.7	39.1	23.5	10.6	1.1	-19.4
収益 (当月)	33.6	36.9	17.4	12.1	0.0	-23.0



3. 販売価格DI

2020年1月以来のマイナス域での推移

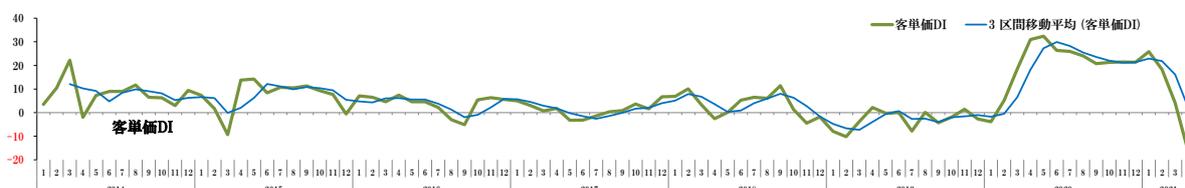
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.5	16.8	65.2	17.4	0.0	-0.1
販売価格 (当月)	2.6	23.2	63.6	10.6	0.0	-4.5



4. 客単価DI

前年比では大幅なマイナス

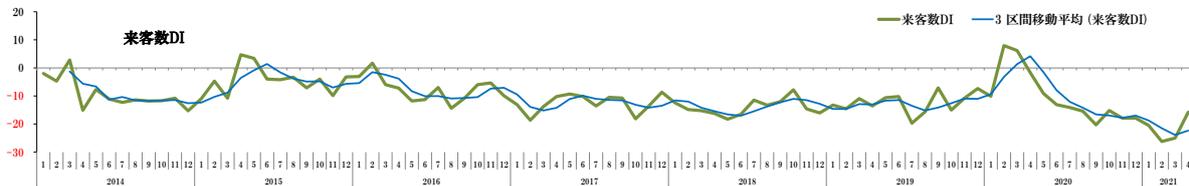
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	2.2	18.9	40.0	37.8	1.1	4.2
客単価 (当月)	20.0	41.3	24.7	12.7	1.3	-16.5



5. 来客数 DI

マイナス幅縮小も、来店頻度抑制で二桁マイナス続く

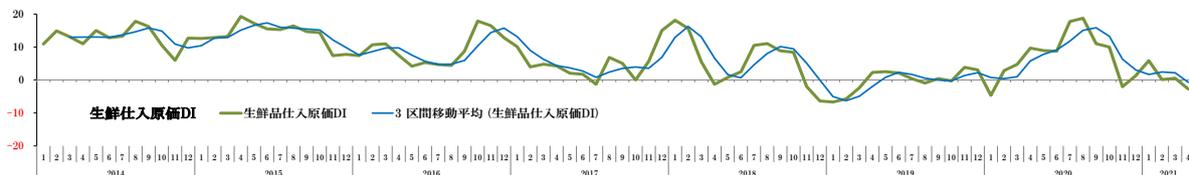
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	28.3	49.5	17.4	3.8	1.1	-25.0
来客数 (当月)	20.1	44.3	16.8	16.1	2.7	-15.8



6. 生鮮仕入原価 DI

ほぼ前年同期水準で推移

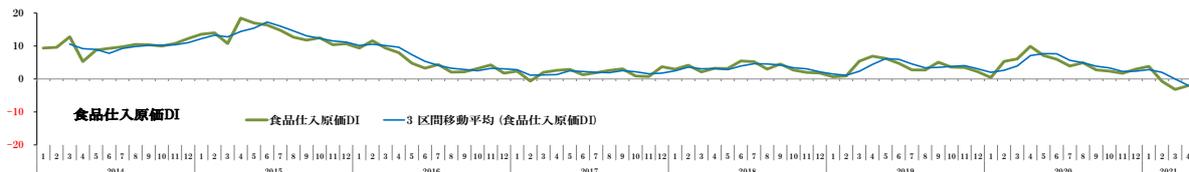
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	3.4	11.8	65.2	18.5	1.1	0.6
生鮮仕入原価 (当月)	4.8	17.7	61.9	15.0	0.7	-2.7



7. 食品仕入原価 DI

小幅に下落しマイナス圏で推移

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
食品仕入原価 (前月)	6.0	11.5	71.4	11.0	0.0	-3.2
食品仕入原価 (当月)	6.0	12.1	66.4	14.8	0.7	-2.0

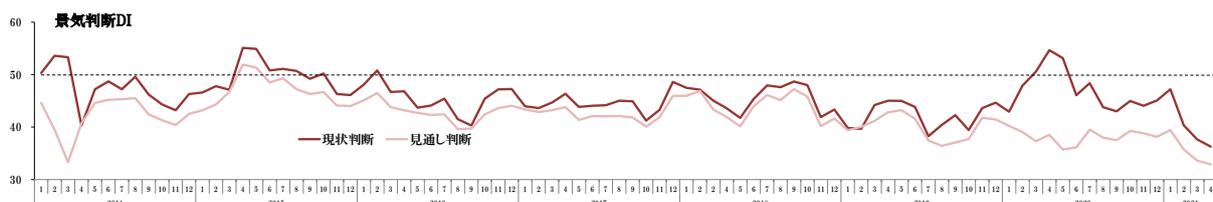


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

先行き不透明で現状、見通し共に低調に推移

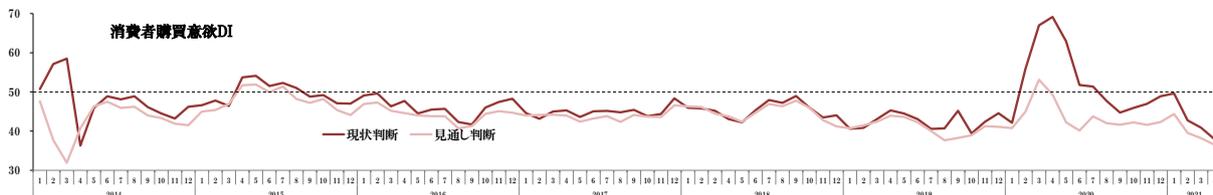
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	5.9	41.9	48.4	3.2	0.5	37.6
【現状】景況判断 (当月)	7.9	43.7	43.7	4.6	0.0	36.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	11.8	44.1	41.9	2.2	0.0	33.6
【見通し】景況判断 (当月)	11.8	48.0	36.8	3.3	0.0	32.9



2. 消費者購買意欲 DI

現状、見通し共に小幅に悪化

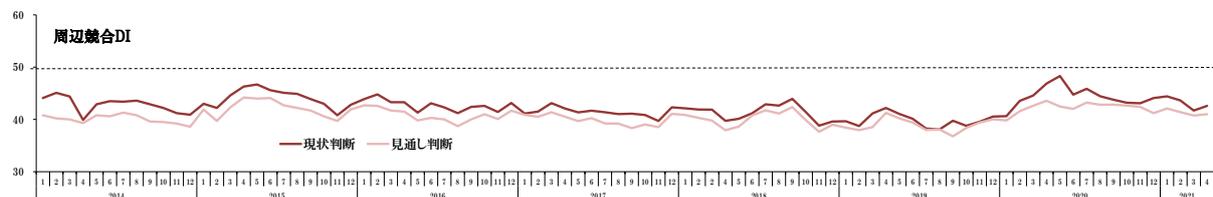
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.2	36.6	57.0	4.3	0.0	40.9
【現状】購買意欲 (当月)	4.0	44.4	47.7	4.0	0.0	37.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	4.8	40.3	52.2	2.7	0.0	38.2
【見通し】購買意欲 (当月)	4.6	47.4	45.4	2.6	0.0	36.5



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

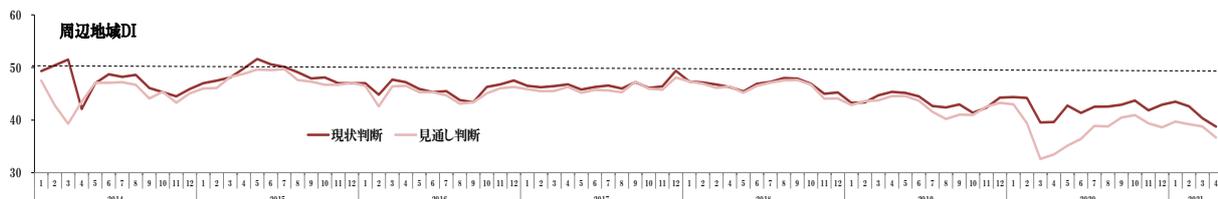
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	3.3	26.6	70.1	0.0	0.0	41.7
【現状】競合状況 (当月)	3.3	23.7	72.4	0.7	0.0	42.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	4.9	28.3	65.8	1.1	0.0	40.8
【見通し】競合状況 (当月)	4.6	28.1	66.0	1.3	0.0	41.0



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

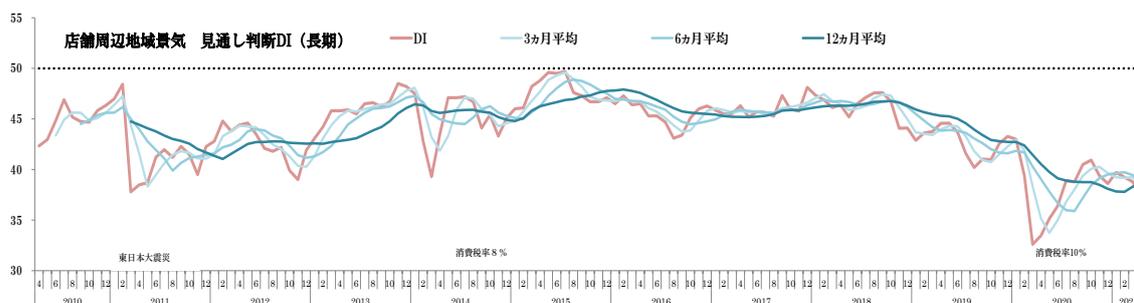
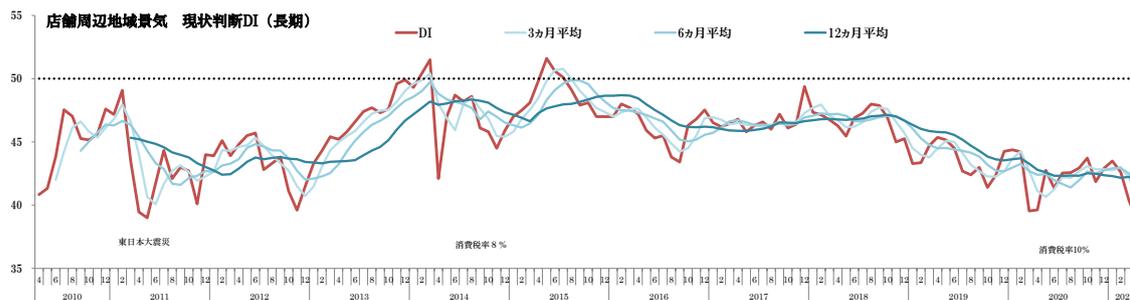
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	2.2	36.4	59.2	2.2	0.0	40.4
【現状】地域景気 (当月)	2.6	41.7	53.6	2.0	0.0	38.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	3.2	39.5	56.2	1.1	0.0	38.8
【見通し】地域景気 (当月)	5.3	45.4	46.7	2.6	0.0	36.7



・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。

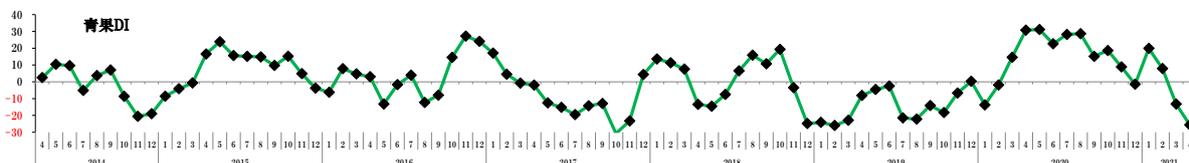
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したのが、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。その後21年2月以降は悪化傾向が鮮明になっている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-25.7（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
青果（前月）	17.4	36.5	29.2	15.2	1.7	-13.2
青果（当月）	39.5	36.7	12.2	10.2	1.4	-25.7

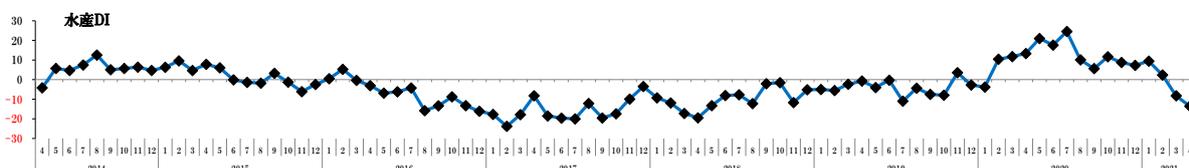


家庭内食事需要は強含みな状況が続いているものの、前年緊急事態宣言下で購入された商品に反動減がみられたことに加え、前年に比べ青果相場が安値で推移したことの影響を大きく受けた。

特に保存期間が長く、家庭料理ニーズの高いタマネギやじゃがいも、ニンジンなど土物類は大きな前年割れとなった。一方で気温が高い日が多く、トマトや洋菜などのサラダ商材、ショウガやネギなどの薬味類の販売が好調となった店舗もみられたが、相場安の影響を受け伸び悩んだ。果物は柑橘類やバナナには反動減がみられたが、キウイフルーツや、台湾産が注目されたパイナップルなどは好調となった。引き続きカットフルーツの動きもよかった。

2. 水産DI：-13.5（不調）

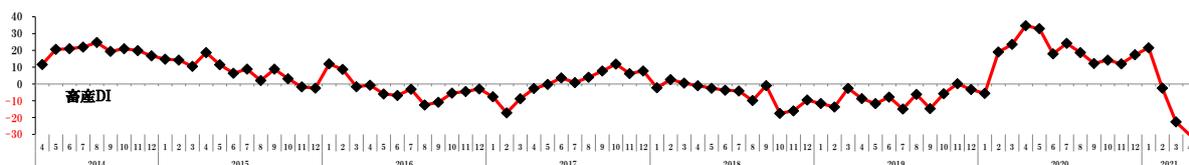
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	11.4	34.7	34.1	15.3	4.5	-8.2
水産（当月）	18.5	41.1	20.5	15.8	4.1	-13.5



他のカテゴリー同様に、前年に買上点数が増加した簡便調理商品や、保存できる塩干、冷凍加工品に大きな反動減がみられた。前年敬遠された生魚や貝類は回復している一方で、入荷が不安定であったとの指摘もあった。マグロやカツオなど刺身類は前年不振の反動に加え、「家飲み」ニーズもあって好調となった店舗もみられた。

3. 畜産DI：-30.3（かなり不調）

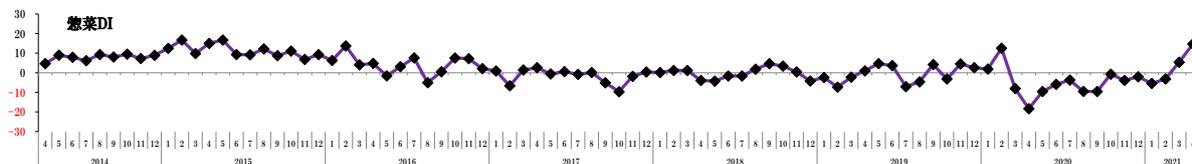
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	28.7	43.3	19.1	7.9	1.1	-22.6
畜産（当月）	44.9	36.1	14.3	4.8	0.0	-30.3



自宅調理傾向は継続しているものの、前年に保存に優れた畜産品の需要が急増した反動を受けた。豚肉や鶏肉は国産相場が上昇しており、輸入品を拡販する動きもみられたが、特に挽肉で前年との反動が大きかった。牛肉は国産牛や味付け肉に反動が大きいが、国産相場の上昇により輸入肉の動きがよかった。ハムなど加工肉は前年からの反動減が顕著にみられる。

4. 惣菜DI：14.7（好調）

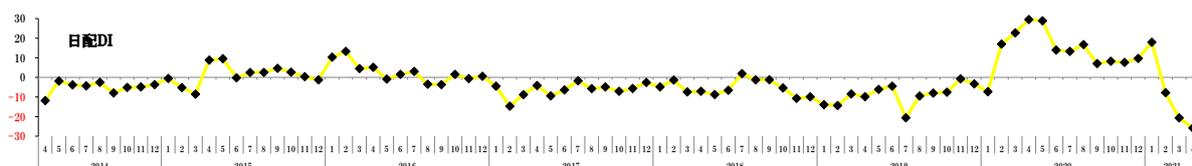
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	3.9	25.3	25.8	35.4	9.6	5.3
惣菜（当月）	2.8	15.9	22.8	37.2	21.4	14.7



前年、内食の急伸や通勤客の減少、バラ売り中止の影響で伸び悩んだため、今年は回復がみられた。中食ニーズも引き続き好調であり、サラダ関連や自宅で調理しにくい商品群、寿司類や揚げ物、てんぷらなどが好調に推移した。「家飲み」向けの焼鳥やつまみ類も引き続き堅調。イベント関連のオードブルもやや回復傾向がみられた。

5. 日配DI：-25.8（かなり不調）

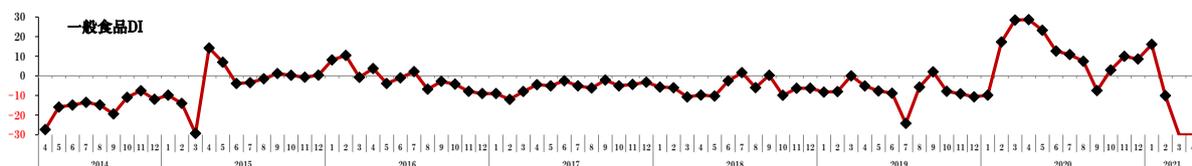
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	23.9	45.0	22.2	7.8	1.1	-20.7
日配（当月）	31.8	48.0	14.2	4.1	2.0	-25.8



家庭内食事需要と保存性を背景に冷凍食品などの動きは引き続き良いが、前年買いだめの反動もみられた。特に反動減が大きかったのは、前年の休校要請による給食の代替需要が高まったパン類、麺類、牛乳やチーズ、キムチや漬物など。気温の高い日が多くホット商材は不振。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。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：-30.0（かなり不調）

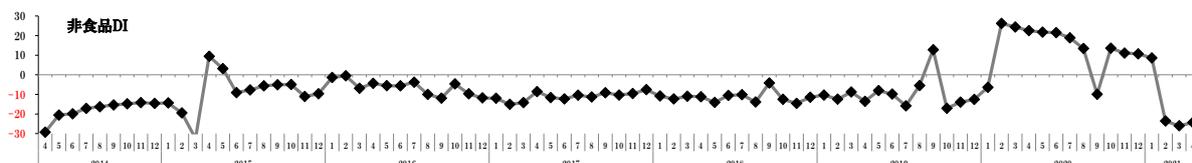
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	41.0	42.7	12.4	3.4	0.6	-30.1
一般食品（当月）	43.6	38.9	12.1	4.7	0.7	-30.0



前年の食品備蓄行動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）、簡便商材では大きな反動減がみられた。一方で家庭内調理需要の継続により、調味料、粉物や手作り用食材などは引き続き好調だが、反動もみられ伸び悩んだ店舗が多い。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、ビールを中心とした酒類や珍味などのつまみ類が引き続き好調。節約志向に加え競合店舗との価格競争により売価下落を指摘するコメントもみられた。

7. 非食品 DI：-24.3（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）	42.4	29.9	18.1	8.5	1.1	-26.0
非食品（当月）	37.9	34.5	17.9	6.2	3.4	-24.3



前年にハンドソープや除菌関連などの衛生用品で特需となった反動を受け、大幅減となった。一方でマスクなどが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も反動減が大きかった。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5月調査（4月実績）キーワード TOP3

1. 前年緊急事態宣言下からの反動
2. 青果相場安
3. 周辺競合激化

（参考）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

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 152社
 3月実績確報版 186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