

スーパーマーケット販売統計調査資料

2021年7月実績 速報版(パネル270)

6月実績 確報版(パネル270)

2021年上半期(1~6月)実績 確報版(パネル270)

(2021年8月20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8月20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7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	98,641,470	100.0%	100.5%	99.5%	106.8%	105.6%
食品合計	89,471,582	90.7%	101.0%	99.8%	107.8%	106.4%
生鮮3部門合計	33,166,581	33.6%	97.2%	96.0%	108.6%	107.0%
青果	13,174,304	13.4%	96.6%	95.5%	109.8%	108.4%
水産	8,856,183	9.0%	97.8%	96.6%	108.2%	106.4%
畜産	11,136,093	11.3%	97.4%	96.2%	107.8%	106.1%
惣菜	10,523,045	10.7%	107.5%	106.0%	108.7%	106.9%
日配	19,608,056	19.9%	102.7%	101.6%	108.2%	106.5%
一般食品	26,173,901	26.5%	102.2%	101.2%	106.4%	105.4%
非食品	6,737,712	6.8%	95.9%	95.4%	102.0%	103.0%
その他	2,432,221	2.5%	96.8%	97.1%	89.9%	90.8%

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	13,358,497	43	101.4%	101.2%
関東地方	36,376,754	73	100.8%	99.8%
中部地方	11,858,228	53	101.8%	100.0%
近畿地方	22,087,514	44	98.8%	97.9%
中国・四国地方	9,935,802	34	102.5%	101.0%
九州・沖縄地方	5,024,675	23	97.9%	97.3%

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	624,701	46	96.1%	96.1%
4~10店舗	4,386,395	81	94.9%	95.0%
11~25店舗	9,815,029	54	100.5%	100.2%
26~50店舗	16,839,728	44	99.8%	99.1%
51店舗以上	66,975,617	45	101.0%	99.8%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	96,743,816	
総店舗数 (店舗)	8,264	店舗平均月商 (万円)	11,936	
総売場面積 (㎡)	13,710,251	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

※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8月20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6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	96,008,088	100.0%	99.9%	99.0%
食品合計	87,405,127	91.0%	101.1%	100.1%
生鮮3部門合計	33,177,708	34.6%	99.5%	98.5%
青果	13,653,376	14.2%	100.1%	99.1%
水産	8,354,842	8.7%	100.2%	99.0%
畜産	11,169,490	11.6%	98.4%	97.3%
惣菜	9,931,857	10.3%	107.7%	106.2%
日配	19,213,305	20.0%	100.5%	99.6%
一般食品	25,082,257	26.1%	101.1%	100.4%
非食品	6,351,662	6.6%	87.9%	87.3%
その他	2,251,344	2.3%	96.2%	95.9%

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	12,901,183	43	99.9%	99.7%
関東地方	35,192,825	73	100.6%	99.9%
中部地方	11,382,372	53	98.8%	97.5%
近畿地方	22,228,739	44	100.2%	99.0%
中国・四国地方	9,578,198	34	101.3%	98.9%
九州・沖縄地方	4,724,771	23	94.8%	94.3%

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	612,264	46	93.4%	93.8%
4~10店舗	4,512,708	82	95.3%	95.4%
11~25店舗	9,521,393	54	99.2%	98.6%
26~50店舗	16,422,146	44	99.1%	98.4%
51店舗以上	64,939,577	44	100.6%	99.5%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	94,180,541
総店舗数 (店舗)	8,201	店舗平均月商 (万円)	11,707
総売場面積 (㎡)	13,714,935	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

2021年8月20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年上半期（1～6月）実績確報版（パネル270）

	全店売上高（万円）	構成比	前年同期比 （全店）	前年同期比 （既存店）
総売上高	565,460,079	100.0%	98.8%	98.1%
食品合計	513,038,726	90.7%	99.3%	98.4%
生鮮3部門合計	196,915,226	34.8%	99.1%	98.3%
青果	78,962,185	14.0%	99.0%	98.2%
水産	50,205,184	8.9%	101.1%	100.2%
畜産	67,747,857	12.0%	97.9%	97.0%
惣菜	58,842,090	10.4%	105.2%	104.2%
日配	111,984,317	19.8%	98.5%	97.4%
一般食品	145,297,094	25.7%	97.8%	97.2%
非食品	37,042,212	6.6%	94.2%	94.0%
その他	15,379,142	2.7%	98.3%	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	前年同期比 （全店）	前年同期比 （既存店）
北海道・東北地方	76,639,618	43	99.8%	99.4%
関東地方	208,673,043	73	98.4%	97.8%
中部地方	68,401,263	53	98.8%	97.6%
近畿地方	127,064,492	44	98.9%	98.3%
中国・四国地方	56,280,636	34	100.2%	98.6%
九州・沖縄地方	28,401,027	23	97.6%	97.4%

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	前年同期比 （全店）	前年同期比 （既存店）
1～3店舗	3,678,012	46	93.2%	93.6%
4～10店舗	26,017,692	81	94.3%	94.7%
11～25店舗	56,767,331	54	98.3%	97.9%
26～50店舗	96,986,117	44	98.7%	98.4%
51店舗以上	382,010,927	45	99.3%	98.4%

※保有店舗数カテゴリーは2021年1月時点での保有店舗数による分類

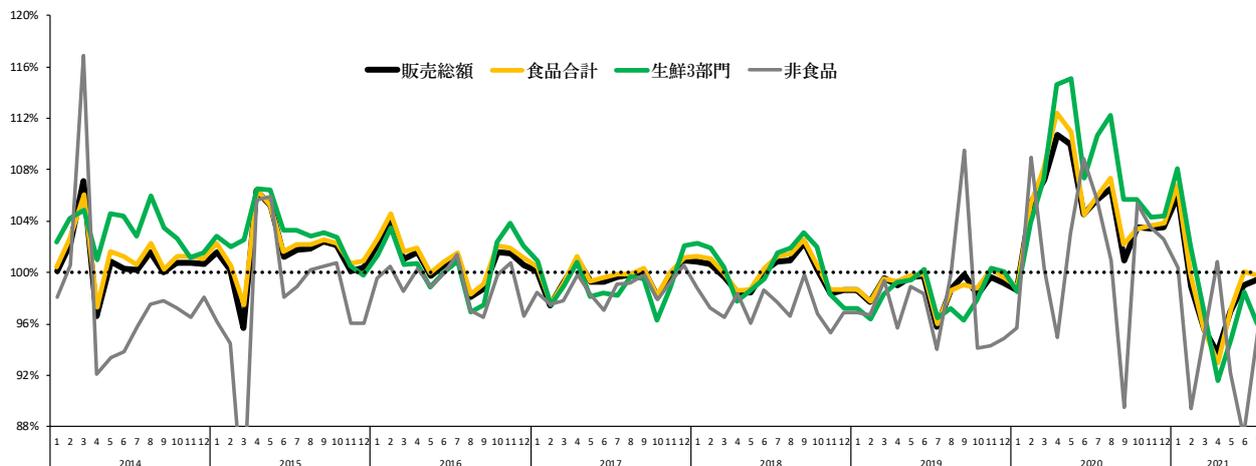
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	555,136,497
----------	-----	-------------	-------------

※売上高は税抜金額

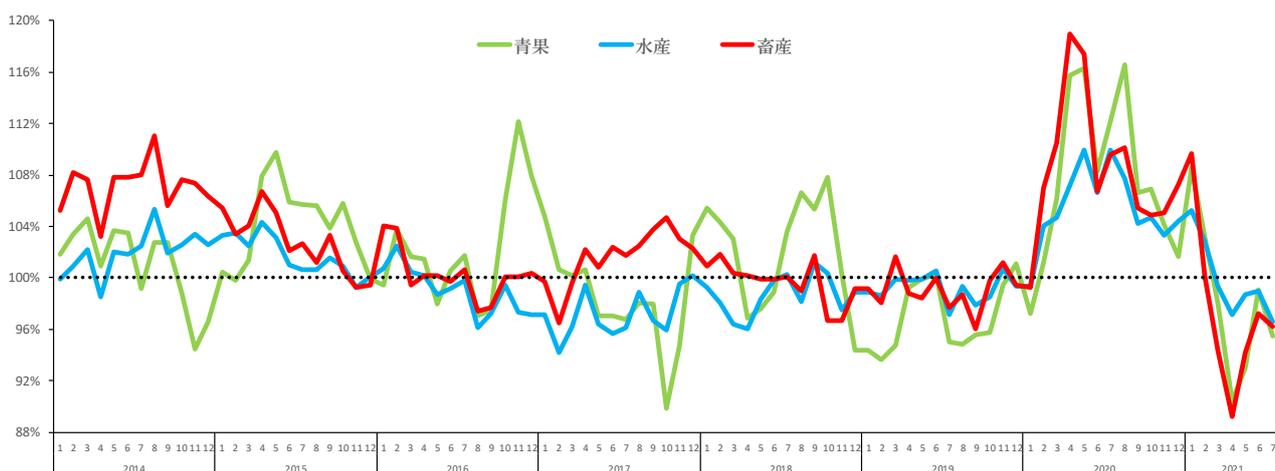
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

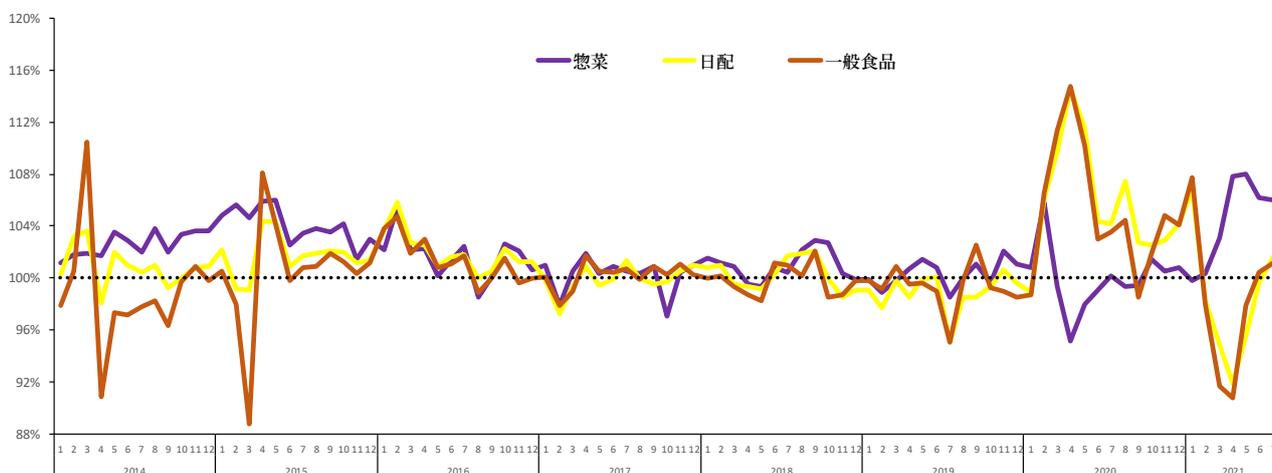
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2021年7月実績は速報版

2021年7月エリア別気候状況

気温の特徴：北日本でかなり高く、西日本で高かった。

上旬：西日本で高く、北・東日本と沖縄・奄美で平年並だった。

中旬：北日本でかなり高く、東・西日本と沖縄・奄美で平年並だった。

下旬：北日本でかなり高かった。一方、沖縄・奄美でかなり低かった。

2020年7月との比較：前年に比べ、上旬は西日本で高く、中旬以降は北日本を中心にかなり高くなった。

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2021年7月			2020年7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	3.5	3.2	0.8	-0.1	-0.9	0.2	3.6	4.1
太平洋側	0.2	3.2	2.8	0.9	-1.0	-1.2	-0.7	4.2	4.0
東日本 日本海側	0.9	1.6	0.9	-0.9	-1.7	-1.7	1.8	3.3	2.6
太平洋側	-0.3	0.8	0.8	-0.2	-2.1	-1.4	-0.1	2.9	2.2
西日本 日本海側	1.2	0.7	0.6	-1.5	-2.0	-1.4	2.7	2.7	2.0
太平洋側	0.8	-0.6	0.3	-1.2	-1.9	-0.8	2.0	1.3	1.1
沖縄・奄美	0.1	0.2	-0.7	0.3	0.4	0.4	-0.2	-0.2	-1.1

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：北・東日本日本海側でかなり多く、北日本太平洋側と西日本日本海側で多かった。

上旬：北・東日本太平洋側でかなり少なく、東日本日本海側と西日本で少なかった。

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

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

2020年7月との比較：中旬以降、前年よりかなり多い日照時間となった。

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2021年7月			2020年7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	86	208	191	103	133	92	-17	75	99
太平洋側	43	196	144	81	75	62	-38	121	82
東日本 日本海側	57	193	147	24	65	30	33	128	117
太平洋側	33	151	135	36	52	33	-3	99	102
西日本 日本海側	48	129	139	55	56	45	-7	73	94
太平洋側	53	104	135	46	58	66	7	46	69
沖縄・奄美	120	108	59	76	93	101	44	15	-42

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：北日本でかなり少なかった。一方、東日本太平洋側でかなり多く、沖縄・奄美で多かった。

上旬：東日本太平洋側でかなり多く、東日本日本海側と西日本で多かった。一方、北日本日本海側で少なかった。

中旬：北日本でかなり少なく、東・西日本日本海側で少なかった。一方、西日本太平洋側で多かった。

下旬：北日本日本海側と西日本でかなり少なく、北日本太平洋側で少なかった。

2020年7月との比較：全国的にかなり降水量が少なかった。

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2021年7月			2020年7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	63	26	19	145	63	151	-82	-37	-132
太平洋側	108	14	53	124	80	152	-16	-66	-99
東日本 日本海側	170	43	64	239	133	219	-69	-90	-155
太平洋側	287	66	82	249	179	248	38	-113	-166
西日本 日本海側	141	40	9	231	139	303	-90	-99	-294
太平洋側	124	173	14	268	124	219	-144	49	-205
沖縄・奄美	37	49	358	113	196	83	-76	-147	275

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「7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8月調査結果（7月実績）
（2021年8月20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

8月調査（7月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は小幅な改善

7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 +1.1 の 42.4、見通し判断は前月から -0.2 の 37.7 となり、現状判断は小幅に改善、見通し判断に大きな変化はなかった。

経営動向調査は、売上高DI、収益DI いずれも前月よりマイナス幅を縮小した。前年は分散登校などが続き需要が高かった保存性の高い食品や、マスクなどの衛生用品、紙製品の反動が響いているものの、引き続き在宅傾向が高く、堅調な食品需要が続いている。

カテゴリー動向調査では、相場安となった青果や、前年特需となった畜産など生鮮品が不振となる一方で、気温上昇によって夏物商材が好調の日配品や一般食品は前年並みまで回復、また前年不振であった惣菜DI は大幅なプラスとなった。（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、現状判断に小幅な回復傾向もみられるものの、全体的に大きな基調の変化はみられず、前月水準での推移となった。（長期傾向についてはP11 参照）

引き続き、感染拡大への警戒感が高い状況であり、飲食店への時短や酒類提供自粛などの要請が続いている地域も多く、家飲み需要、家庭内消費需要は堅調に推移している。しかし、気温の上昇やオリンピック観戦などを背景に調理を敬遠する傾向も指摘されており、相場の影響を受けているとはいえ、これまで好調を牽引していた生鮮品にやや陰りがみられるなど、これまでとは傾向が異なる動向となった。また節約志向の高まりや、高単価商品の不振を指摘するコメントも散見されている。先が見えない生活のなかで、消費動向の変化に警戒する必要がある。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月：42.4 (+1.1) 前月：41.3	消費者購買意欲DI 当月：43.8 (+1.6) 前月：42.2	周辺地域 競合状況DI 当月：43.2 (+1.9) 前月：41.3	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：43.0 (+0.9) 前月：42.1
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月：37.7 (-0.2) 前月：37.9	消費者購買意欲DI 当月：41.3 (+0.9) 前月：40.4	周辺地域 競合状況DI 当月：41.9 (+1.7) 前月：40.2	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：40.6 (-0.3) 前月：40.9
--	---	---	---

経営動向調査 経営状況

売上高DI 当月：-7.7 (+5.2) 前月：-12.9	客単価DI 当月：-3.5 (+5.5) 前月：-9.0	来客数DI 当月：-8.1 (-0.6) 前月：-7.5	
収益DI 当月：-10.5 (+3.9) 前月：-14.4	販売価格DI 当月：-1.5 (+2.2) 前月：-3.7	生鮮品仕入原価DI 当月：3.4 (-0.9) 前月：4.3	食品仕入原価DI 当月：6.4 (+1.1) 前月：5.3

カテゴリー動向

青果DI 当月：-18.8 (-6.7) 前月：-12.1	水産DI 当月：-14.0 (-5.3) 前月：-8.7	畜産DI 当月：-15.2 (+0.7) 前月：-15.9	
惣菜DI 当月：14.6 (+1.6) 前月：13.0	日配DI 当月：0.7 (+10.6) 前月：-9.9	一般食品DI 当月：-0.5 (+12.4) 前月：-12.9	非食品DI 当月：-18.2 (+6.8) 前月：-25.0

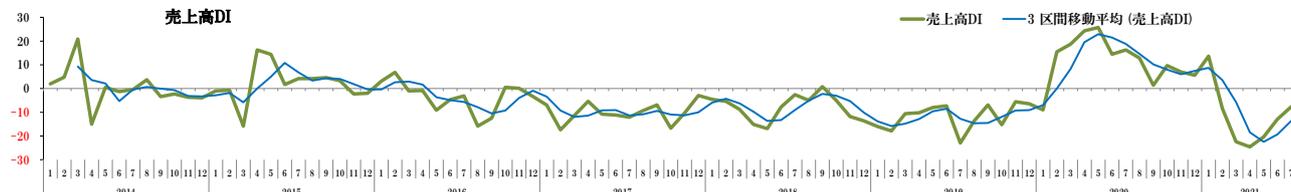
※DI 値は前年同月との比較 / () 内は前月 DI からの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前年同月との比較は5ヵ月連続マイナスも、マイナス幅は縮小

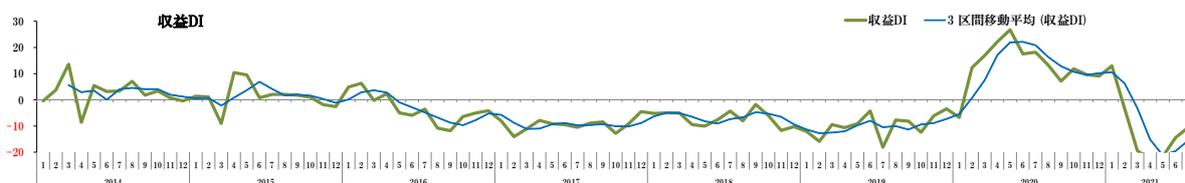
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	20.5	33.0	26.1	18.8	1.7	-12.9
売上高 (当月)	13.1	34.0	27.5	21.6	3.9	-7.7



2. 収益DI

前年同月との比較は5ヵ月連続マイナスも、マイナス幅は縮小

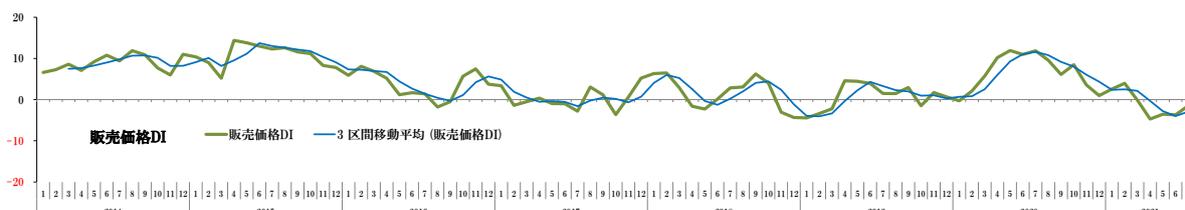
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	20.0	36.6	26.9	14.3	2.3	-14.4
収益 (当月)	15.3	32.7	34.0	14.7	3.3	-10.5



3. 販売価格DI

3ヵ月連続のマイナス域での推移

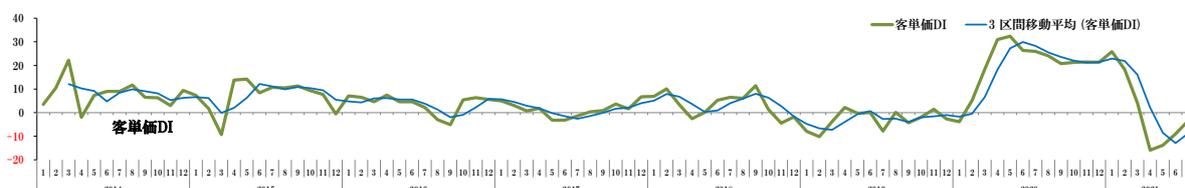
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	4.0	19.3	64.2	12.5	0.0	-3.7
販売価格 (当月)	1.3	17.9	66.2	14.6	0.0	-1.5



4. 客単価DI

当月小幅に上昇し、マイナス幅を縮小

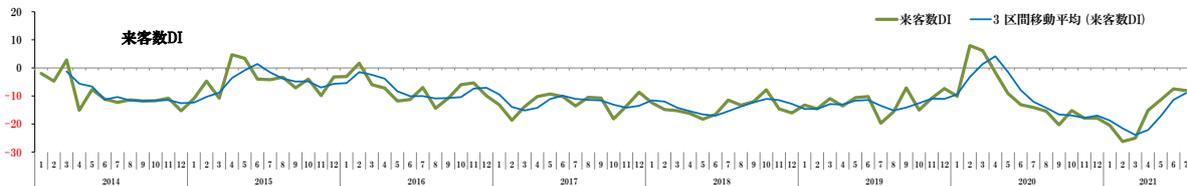
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	9.1	36.0	37.7	16.0	1.1	-9.0
客単価 (当月)	5.3	27.6	44.1	21.7	1.3	-3.5



5. 来客数 DI

ほぼ前月水準で推移

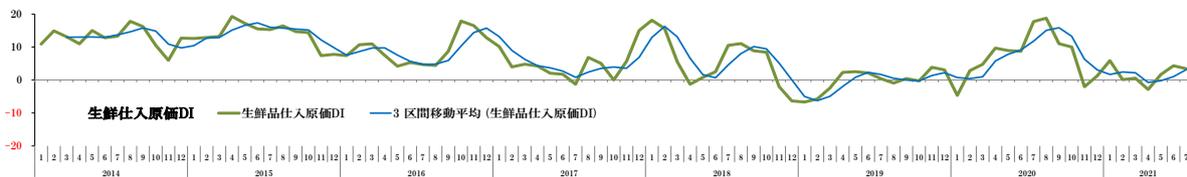
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	13.2	34.5	26.4	20.7	5.2	-7.5
来客数 (当月)	13.8	29.6	34.2	19.7	2.6	-8.1



6. 生鮮仕入原価 DI

プラス域でほぼ前月水準で推移

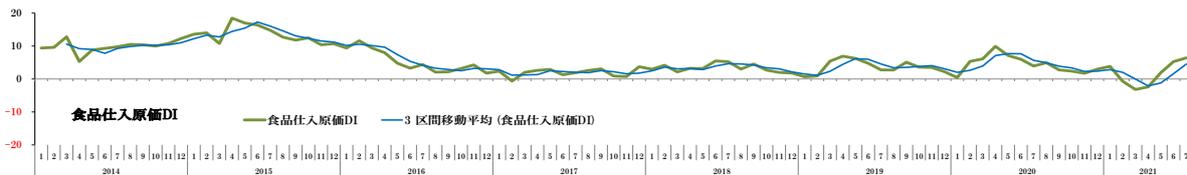
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.9	10.4	55.5	28.9	2.3	4.3
生鮮仕入原価 (当月)	1.4	16.4	51.4	28.8	2.1	3.4



7. 食品仕入原価 DI

プラス域でほぼ前月水準で推移

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
食品仕入原価 (前月)	2.9	5.7	61.1	28.0	2.3	5.3
食品仕入原価 (当月)	2.0	6.1	58.1	31.8	2.0	6.4

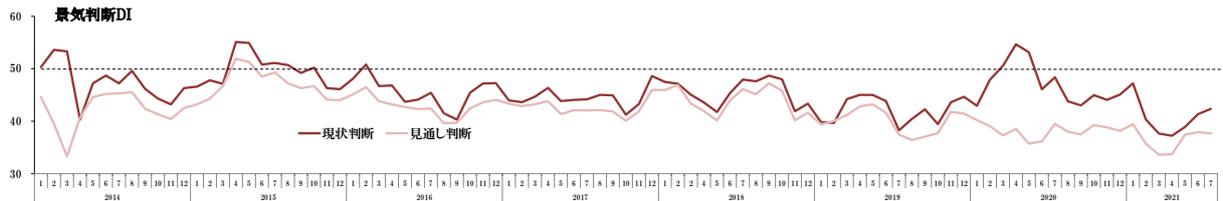


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は横ばい推移

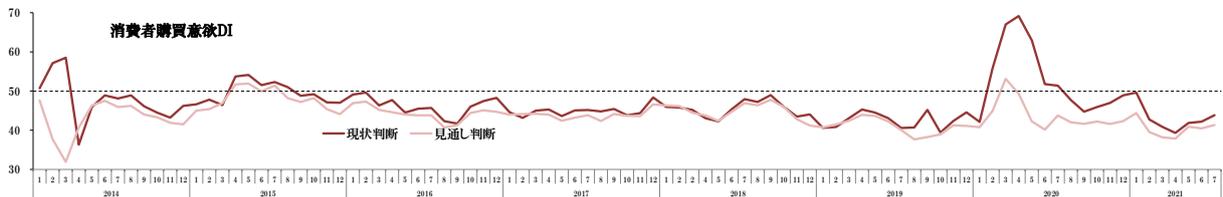
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	5.0	32.4	54.7	7.8	0.0	41.3
【現状】景況判断 (当月)	3.2	32.5	55.8	8.4	0.0	42.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	7.3	38.8	48.9	5.1	0.0	37.9
【見通し】景況判断 (当月)	5.8	39.6	52.6	1.9	0.0	37.7



2. 消費者購買意欲 DI

現状、見通し判断ともに小幅に改善

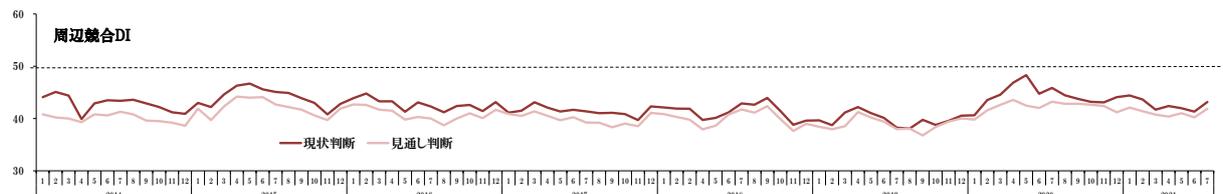
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.8	31.3	60.3	5.6	0.0	42.2
【現状】購買意欲 (当月)	0.6	29.9	63.0	6.5	0.0	43.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	3.4	34.8	58.4	3.4	0.0	40.4
【見通し】購買意欲 (当月)	1.3	34.0	62.7	2.0	0.0	41.3



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通し判断ともに小幅に改善

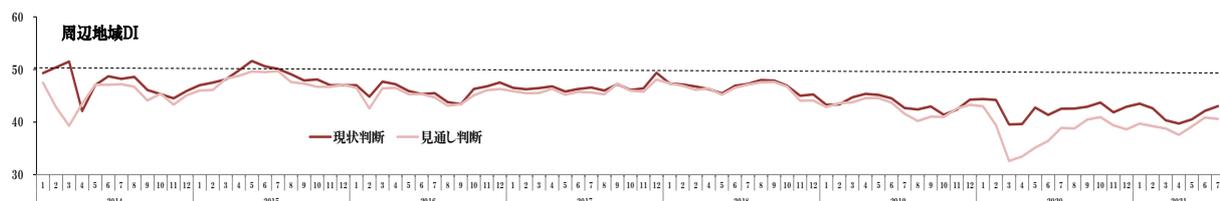
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	5.0	25.7	68.2	1.1	0.0	41.3
【現状】競合状況 (当月)	2.6	22.1	75.3	0.0	0.0	43.2
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	6.7	26.8	65.4	1.1	0.0	40.2
【見通し】競合状況 (当月)	3.9	24.7	71.4	0.0	0.0	41.9



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は横ばい推移

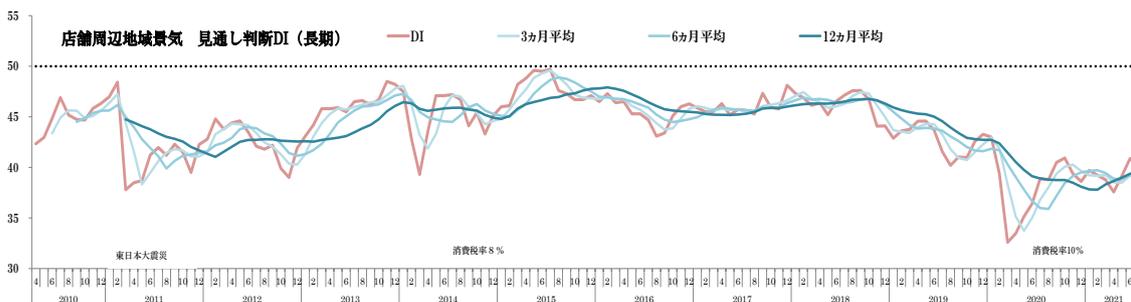
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	1.7	29.2	68.0	1.1	0.0	42.1
【現状】地域景気 (当月)	0.6	27.9	70.1	1.3	0.0	43.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	2.8	32.6	62.9	1.7	0.0	40.9
【見通し】地域景気 (当月)	1.9	33.8	64.3	0.0	0.0	40.6



・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。

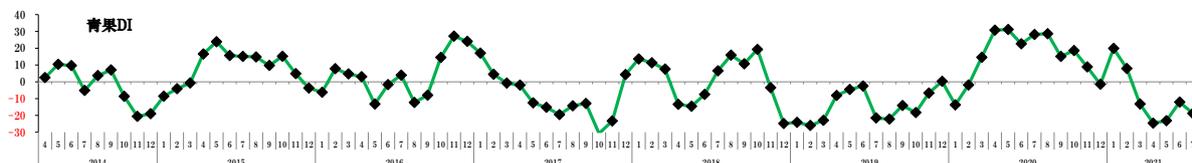
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したのが、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。その後21年2月からは悪化するも、5月以降は小幅ながら改善傾向が続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-18.8（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）	14.7	43.5	20.0	18.8	2.9	-12.1
青果（当月）	24.8	41.6	19.5	12.1	2.0	-18.8

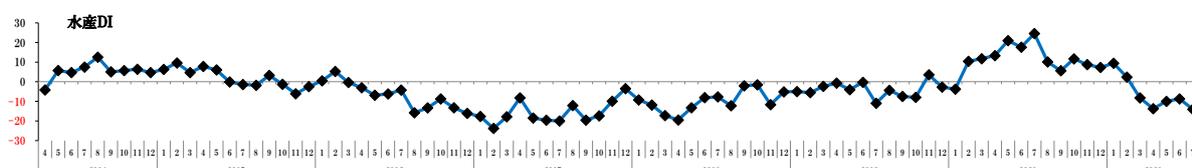


引き続き内食需要は堅調に推移しているが、前年は長雨により高騰した青果相場が今年は安値で推移した影響を受けた。前年、家庭での調理ニーズの高まりとともに、保存が利く野菜として特に好調であったタマネギやじゃがいも、ニンジンなど土物類、洋菜、キュウリなどのサラダ商材、キャベツなどの葉物類は、前年の反動も加わり不振となった。気温上昇により、ネギなどのやくみ、香味商材は好調に推移した。

国産果物はスイカやメロン、桃などが好調に推移し、カットフルーツも動きがよかった。輸入果物ではパイナップルが好調も、バナナやキウイフルーツには前年からの反動もみられた。

2. 水産DI：-14.0（不調）

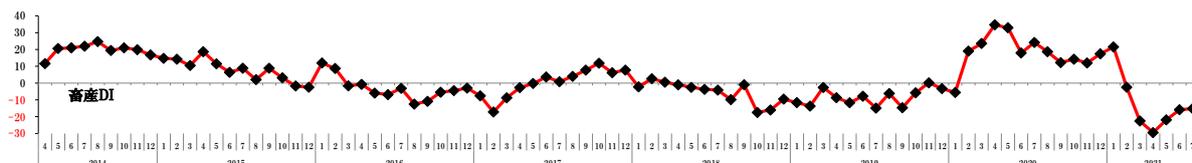
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	11.8	39.1	27.2	16.0	5.9	-8.7
水産（当月）	15.5	43.2	28.4	7.4	5.4	-14.0



前年に需要が高まった簡便調理商品や、保存の利く塩干、冷凍加工品などに反動減がみられた。気温上昇もあり、マグロやカツオなど刺身類、寿司用の盛り合わせなどは好調となった。土用の丑を中心に、うなぎは動きがよい店舗が多いが、前年との比較では好不調がわかれた。生魚や切身については不漁により入荷が不安定となった魚種が多く、不振となった。

3. 畜産DI：-15.2（不調）

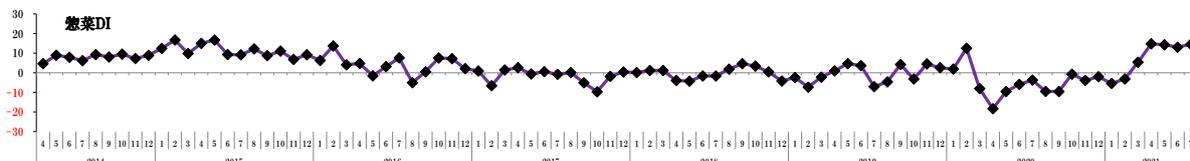
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	20.6	40.0	25.9	9.4	4.1	-15.9
畜産（当月）	17.6	42.6	26.4	10.1	3.4	-15.2



保存に優れた畜産品の需要が増加した前年からの反動減が続いており、特に加工肉や挽肉で前年との反動が大きかった。牛肉は、気温上昇により焼肉用の動きがよく、相場高の輸入牛に比べ、国産牛が好調となった。一方でブランド牛の不振を指摘するコメントもみられた。豚肉はしゃぶしゃぶ用が好調、鶏肉は相場高の影響を受け伸び悩んだ店舗が多い。ハム・ソーセージなど加工肉は、ギフト関連商材に回復傾向がみられた一方で、一般商品には前年好調の反動もみられた。

4. 惣菜DI：14.6（好調）

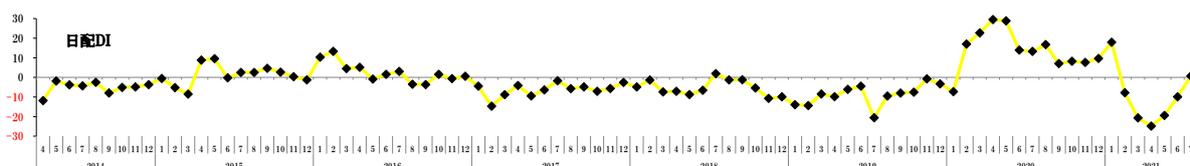
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	3.6	16.8	22.2	38.9	18.6	13.0
惣菜（当月）	2.1	15.8	21.9	42.5	17.8	14.6



前年は家庭内調理の急伸や通勤客の減少、バラ売り中止などの影響で伸び悩んだが、今年は回復傾向が続いている。在宅勤務の増加で中食ニーズが堅調。昼食向けの米飯類やベーカリー、気温上昇により寿司類や冷麺類、サラダなどの冷惣菜、自宅で調理しにくい商品群である揚げ物も好調に推移した。外食店の時短営業に加え、家飲み、自宅でのオリンピック観戦需要として、焼鳥やつまみ類も引き続き堅調に推移した。

5. 日配DI：0.7（やや好調）

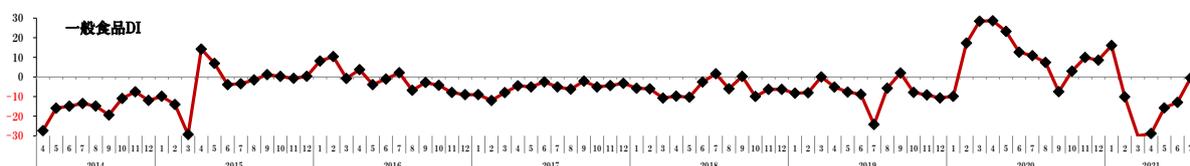
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	11.8	35.5	35.5	14.8	2.4	-9.9
日配（当月）	8.8	23.0	33.1	27.0	8.1	0.7



前年好調だった牛乳やヨーグルト、納豆やキムチや漬物などの反動減が続いている一方で、気温上昇によりアイスや飲料、冷やし中華など涼味系の麺類も好調となった。鶏卵は相場高が続いており、好不調まちまちとなった。オリンピック観戦や、調理敬遠志向に対応した冷凍食品の動きがよかった。デザート類も引き続き好調に推移している。

6. 一般食品：-0.5（やや不調）

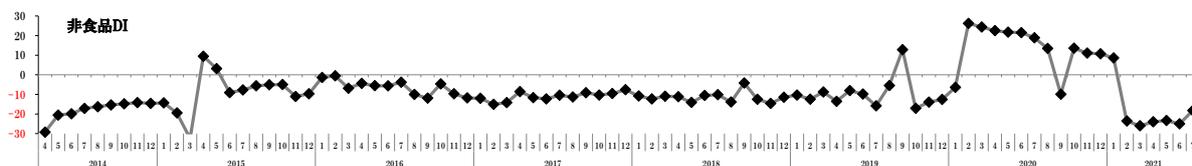
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	17.4	37.8	26.7	15.1	2.9	-12.9
一般食品（当月）	10.7	22.0	36.0	21.3	10.0	-0.5



前年に需要が高まった保存性の高い食品（米、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、缶詰など）、簡便商材、穀粉類や製菓材料など手づくり商材で反動減がみられた。家庭内調理需要は継続しており、調味料は引き続き好調となった。気温の上昇とともにそうめんなど涼味商材、水、飲料の動きがよかった。飲食店の時短営業、酒類提供自粛要請やオリンピック観戦による「家飲み」により、ビールを中心に酒類や珍味などのつまみ類が好調となった。

7. 非食品 DI：-18.2（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）	36.7	35.5	19.3	7.8	0.6	-25.0
非食品（当月）	33.1	24.3	29.1	9.5	4.1	-18.2



マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品で特需となった前年からの反動が続いている。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。日用雑貨、家庭雑貨も前年からの好調が一巡しており、伸び悩んだ。気温上昇による季節商材はやや好調となった。

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～

2021年8月調査（7月実績）キーワードTOP3

1. 気温の上昇による季節商材好調と調理敬遠
2. 青果相場安、畜産相場高
3. 前年からの反動とオリンピック観戦需要

（参考）2020年8月調査（7月実績）キーワードTOP3

1. 家庭内消費需要増大
2. 長雨や豪雨、冷夏による夏物不振
3. 客単価の上昇

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

7月実績速報版 154社
 6月実績確報版 179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