

スーパーマーケット販売統計調査資料

2022 年 3 月実績 速報版(パネル 270)

2 月実績 確報版(パネル 270)

(2022 年 4 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、揚げ物、おにぎり、寿司、インスタアベーカー、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

2022年4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 2022年3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	96,617,649	100.0%	102.3%	100.9%
食品合計	88,030,551	91.1%	102.5%	101.0%
生鮮3部門合計	33,849,956	35.0%	102.5%	100.9%
青果	14,006,450	14.5%	105.4%	103.8%
水産	8,554,451	8.9%	100.1%	98.5%
畜産	11,289,056	11.7%	100.8%	99.1%
惣菜	10,387,130	10.8%	106.6%	104.6%
日配	18,722,518	19.4%	101.8%	100.3%
一般食品	25,070,946	25.9%	101.5%	100.2%
非食品	6,230,762	6.4%	100.3%	98.9%
その他	2,356,388	2.4%	93.1%	94.3%

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	13,165,392	43	102.1%	102.0%
関東地方	35,640,142	73	102.4%	100.3%
中部地方	11,794,820	53	103.7%	102.2%
近畿地方	21,373,280	44	99.8%	99.2%
中国・四国地方	9,664,138	34	103.9%	101.3%
九州・沖縄地方	4,979,876	23	104.3%	104.7%

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	617,400	46	98.2%	98.2%
4～10店舗	4,359,274	82	96.8%	96.8%
11～25店舗	9,021,896	52	102.2%	100.7%
26～50店舗	18,246,778	47	102.8%	100.9%
51店舗以上	64,372,301	43	102.5%	101.2%

集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	94,456,664
総店舗数（店舗）	8,308	店舗平均月商（万円）	11,629
総売場面積（㎡）	13,782,561	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

2022年4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
 2022年2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	91,308,354	100.0%	102.3%	100.8%
食品合計	83,704,245	91.7%	102.4%	100.9%
生鮮3部門合計	31,625,631	34.6%	101.6%	100.0%
青果	12,857,509	14.1%	102.9%	101.4%
水産	7,862,158	8.6%	99.4%	97.9%
畜産	10,905,965	11.9%	101.8%	100.0%
惣菜	9,829,946	10.8%	105.1%	103.1%
日配	18,059,371	19.8%	102.8%	101.3%
一般食品	24,189,297	26.5%	102.1%	100.8%
非食品	5,478,339	6.0%	99.6%	97.9%
その他	2,125,813	2.3%	96.4%	97.3%

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	12,165,558	43	101.9%	101.1%
関東地方	33,348,968	73	102.4%	100.5%
中部地方	11,140,386	53	102.8%	100.6%
近畿地方	20,978,373	44	100.8%	100.2%
中国・四国地方	9,118,318	34	104.4%	101.9%
九州・沖縄地方	4,556,751	23	104.4%	104.7%

保有店舗数別集計

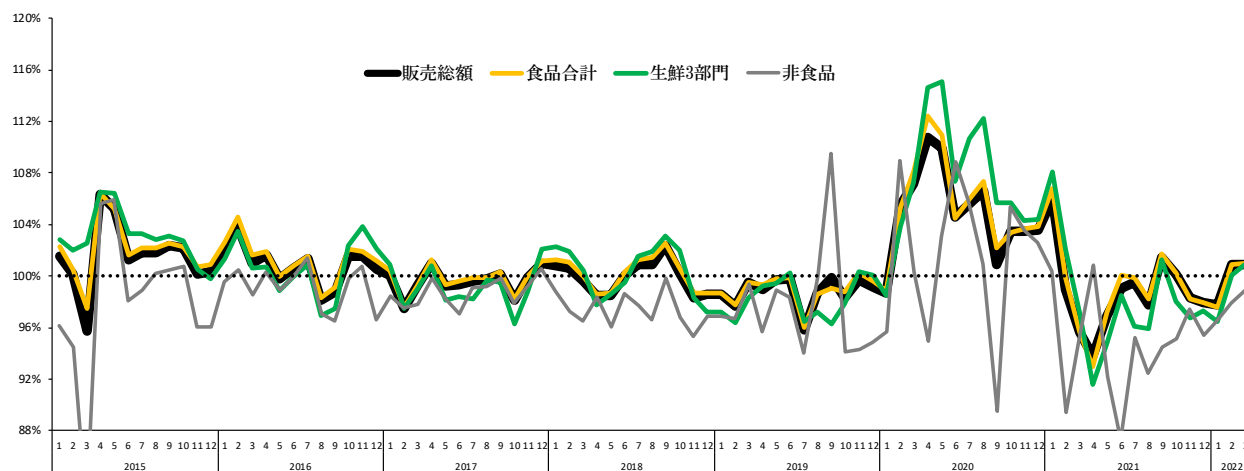
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	577,003	46	96.0%	96.0%
4～10店舗	4,151,662	82	97.3%	97.3%
11～25店舗	8,552,579	52	101.5%	100.7%
26～50店舗	16,035,133	45	102.2%	100.1%
51店舗以上	61,991,977	45	102.7%	101.3%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		89,233,635
総店舗数（店舗）	8,309	店舗平均月商（万円）		10,989
総売場面積（㎡）	13,806,313	売場1㎡あたり売上高（万円）		6.6

※売上高は税抜金額

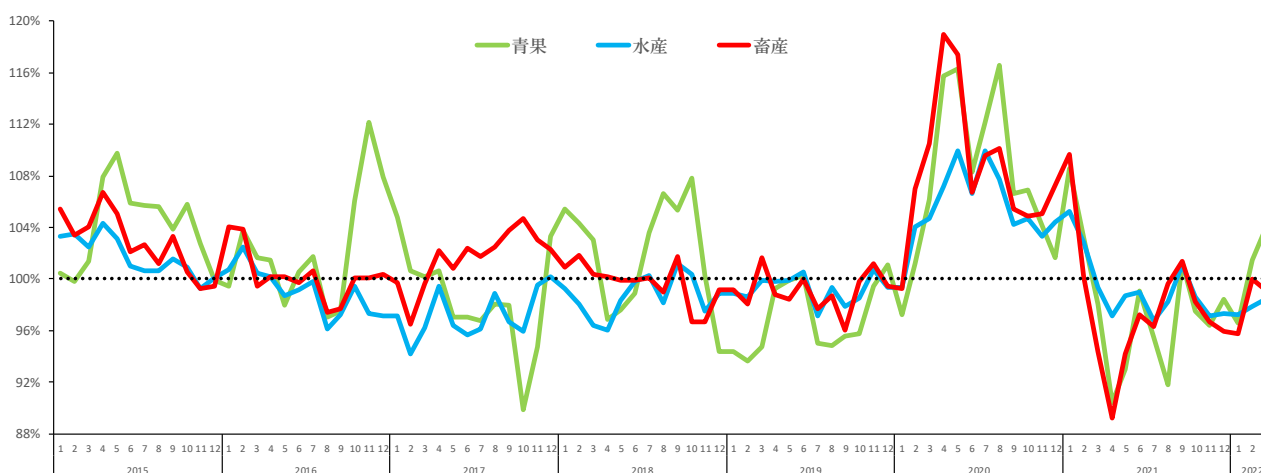
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計調査 前年同月比(既存店)推移 2015年1月～

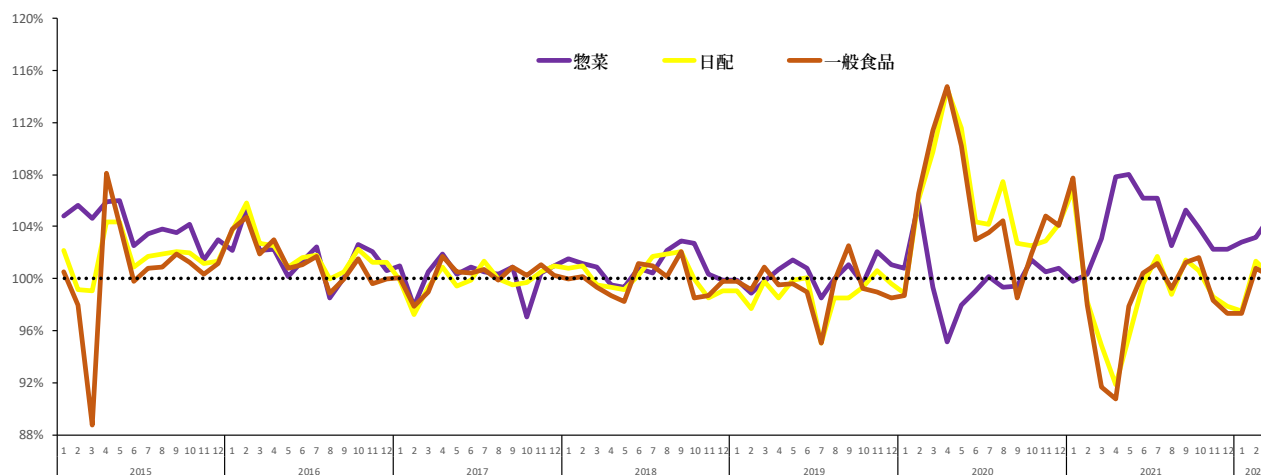
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2022年3月実績は速報版

2022年3月エリア別気候状況

3月の気温：西日本と沖縄・奄美でかなり高く、北・東日本で高かった。

上旬：北日本で高かった。東・西日本と沖縄・奄美で平年並だった。

中旬：東・西日本と沖縄・奄美でかなり高く、北日本で高かった。

下旬：全国的に高かった。

2021年3月との比較：上旬と下旬で低くなった地域が多かった

	平年との比較（℃）						今年と前年との差（℃）		
	2022年3月			2021年3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	1.1	1.3	1.5	1.0	2.0	4.0	0.1	-0.7	-2.5
太平洋側	0.8	1.1	1.5	1.5	2.4	4.1	-0.7	-1.3	-2.6
東日本 日本海側	-0.1	2.4	1.3	1.7	1.6	3.7	-1.8	0.8	-2.4
太平洋側	0.3	3.4	1.3	2.4	2.8	3.9	-2.1	0.6	-2.6
西日本 日本海側	-0.1	3.6	1.6	2.2	2.9	2.7	-2.3	0.7	-1.1
太平洋側	-0.3	3.9	1.3	2.3	2.8	2.5	-2.6	1.1	-1.2
沖縄・奄美	0.7	1.9	1.2	1.7	2.0	1.0	-1.0	-0.1	0.2

平年差

+2℃以上

+1℃以上

-2℃以上

-1℃以上

前年差

+2℃以上

+1℃以上

-2℃以上

-1℃以上

3月の日照時間：東日本太平洋側と沖縄・奄美で多かった。

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

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

下旬：沖縄・奄美でかなり少なく、東日本太平洋側と西日本で少なかった。

2021年3月との比較：上旬は西日本を中心に多く、中旬は北日本を中心に少なく、下旬は西日本を中心に少なかった。

	日照時間 平年比（％）						今年と前年との差（％）		
	2022年3月			2021年3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	116	65	104	135	124	99	-19	-59	5
太平洋側	119	68	107	123	105	90	-4	-37	17
東日本 日本海側	130	80	96	121	118	112	9	-38	-16
太平洋側	135	112	83	82	113	111	53	-1	-28
西日本 日本海側	150	92	82	95	107	131	55	-15	-49
太平洋側	135	108	69	87	107	119	48	1	-50
沖縄・奄美	161	170	34	101	196	93	60	-26	-59

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%

3月の降水量：東日本で少なかった。北・西日本と沖縄・奄美では平年並だった。

上旬：東・西日本でかなり少なく、北日本太平洋側と沖縄・奄美で少なかった。

中旬：北・東日本太平洋側でかなり多く、東・西日本日本海側で多かった。

下旬：西日本と沖縄・奄美で多かった。一方、東日本日本海側では少なかった。

2021年3月との比較：上旬は西日本を中心にかなり少なく、中旬は全国的に多く、下旬は北日本で少なく、西日本でやや多くなった

	降水量 平年比（％）						今年と前年との差（％）		
	2022年3月			2021年3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	87	120	94	117	60	118	-30	60	-24
太平洋側	50	280	83	123	151	206	-73	129	-123
東日本 日本海側	32	136	52	64	78	84	-32	58	-32
太平洋側	11	175	86	67	200	171	-56	-25	-85
西日本 日本海側	26	147	127	126	91	82	-100	56	45
太平洋側	28	133	144	110	109	103	-82	24	41
沖縄・奄美	67	108	147	79	11	110	-12	97	37

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%

スーパーマーケット景気動向調査

2022 年 4 月調査結果（3 月実績）
（2022 年 4 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

4 月調査（3 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

3 月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断 DI の現状判断は、前月から -0.9 の 44.7、見通し判断は前月から -0.3 の 38.7 となり、現状判断、見通し判断とも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、堅調な内食需要を背景に売上高 DI、収益 DI とともにプラスとなった。畜産相場や水産相場の高値傾向による生鮮品仕入原価 DI、原料価格等の高騰による食品仕入原価 DI は、2011 年の調査開始以来最高水準に上昇をみせており、販売価格、客単価の高止まりが続いている。一方で、買物頻度を抑える傾向は継続し、来客数 DI が低い状況が続いている。

カテゴリー動向調査では、相場が高値傾向にあった青果 DI では前月に比べ、ふた桁のプラスとなった。また外食を控える意識や催事・花見需要の回復を受けた惣菜の DI も 14.1 とプラス幅が大きくなっている。（カテゴリー動向については最終ページに詳細を掲載）

景況感調査は、全体的に大きな変化はみられず、前月と同水準で推移している。（長期傾向については P11 参照）

まん延防止等重点措置が全面解除された後も、内食傾向が続いており、食品販売は堅調な推移となった。一方で、すでに食品や原材料、包装資材などで価格改定が相次いでいる上、ウクライナ情勢や円安による影響を受け、さらなる価格上昇への警戒感の高まり、マスメディアによる「節約志向」「激安」などの報道も強まっている。今後の状況次第ではあるが、外出機会の増加や外食への需要流出など、2 年以上続いた内食需要にも徐々に変化してくることも予想される。しかしながら、外出や節約志向には地域差や年代差が大きく、すべての消費者が一樣に行動変容するわけではない。社会のムードに流されることなく、顧客動向の変化をキャッチし、対応を図っていくことが極めて重要な局面が続くことになるだろう。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：44.7 (-0.9)
前月：45.6

消費者購買意欲DI
当月：45.0 (-0.8)
前月：45.8

周辺地域 競合状況DI
当月：43.0 (+0.6)
前月：42.4

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：43.2 (-1.0)
前月：44.2

見通し判断

景気判断DI
当月：38.7 (-0.3)
前月：39.0

消費者購買意欲DI
当月：40.3 (-1.0)
前月：41.3

周辺地域 競合状況DI
当月：40.5 (-0.2)
前月：40.7

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：41.8 (+0.5)
前月：41.3

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：1.2 (+0.9)
前月：0.3

客単価DI
当月：10.2 (-3.6)
前月：13.8

来客数DI
当月：-10.3 (+2.4)
前月：-12.7

収益DI
当月：1.0 (+2.1)
前月：-1.1

販売価格DI
当月：16.2 (+1.9)
前月：14.3

生鮮品仕入原価DI
当月：16.2 (-0.3)
前月：16.5

食品仕入原価DI
当月：19.4 (+1.5)
前月：17.9

カテゴリー動向

青果DI
当月：10.9 (+10.1)
前月：0.8

水産DI
当月：-8.2 (+0.9)
前月：-9.1

畜産DI
当月：-5.1 (-3.6)
前月：-1.5

惣菜DI
当月：14.1 (+2.5)
前月：11.6

日配DI
当月：-1.8 (-5.0)
前月：3.2

一般食品DI
当月：-1.9 (-2.5)
前月：0.6

非食品DI
当月：-2.0 (+2.8)
前月：-4.8

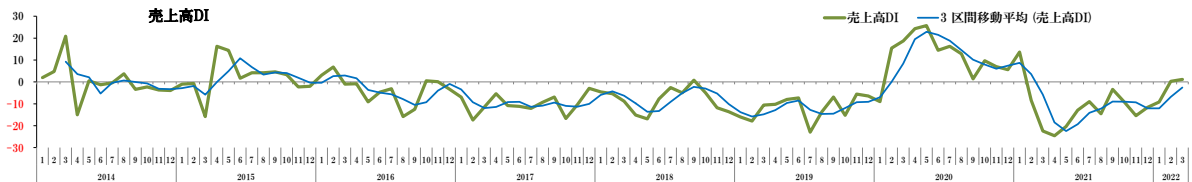
※DI 値は前年同月との比較／○内は前月 DI からの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高 DI

2 か月連続で小幅にプラス圏を維持

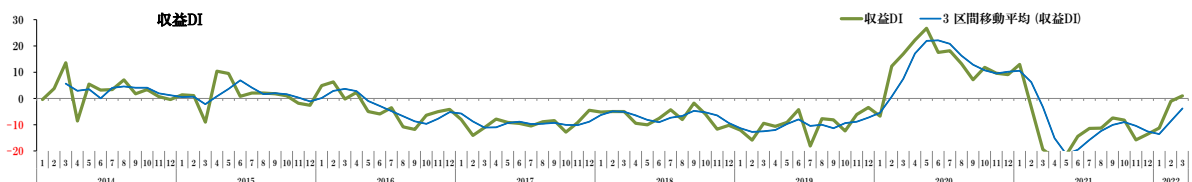
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	7.6	28.2	26.5	30.6	7.1	0.3
売上高 (当月)	3.4	30.2	28.2	34.9	3.4	1.2



2. 収益 DI

小幅ながらプラス圏に浮上

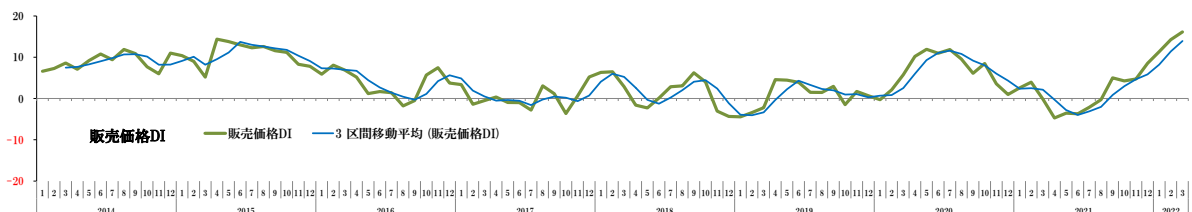
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	10.9	26.7	26.7	27.3	8.5	-1.1
収益 (当月)	4.1	28.6	32.0	29.9	5.4	1.0



3. 販売価格 DI

7 か月連続で上昇し、調査開始以来の最高値を更新

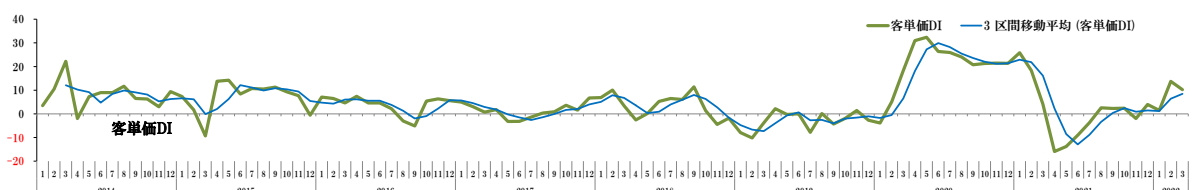
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	0.6	42.9	55.4	1.2	14.3
販売価格 (当月)	0.0	0.7	37.4	58.5	3.4	16.2



4. 客単価 DI

二桁プラス水準で横ばい推移

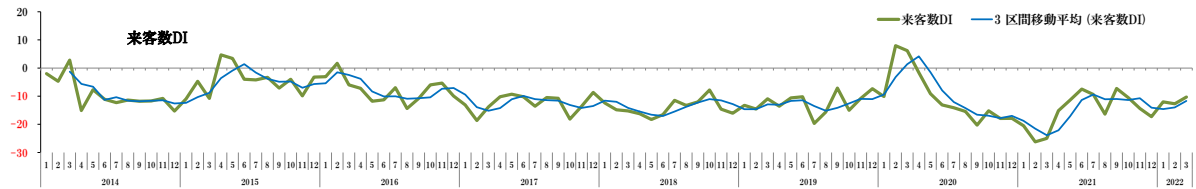
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.0	10.1	29.6	55.6	4.7	13.8
客単価 (当月)	0.7	15.4	29.5	51.0	3.4	10.2



5. 来客数 DI

小幅にマイナス幅を縮小も、二桁マイナス圏が続く

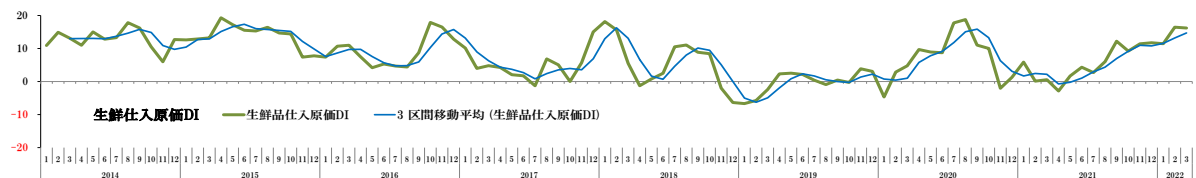
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	12.4	42.0	31.4	12.4	1.8	-12.7
来客数 (当月)	8.8	40.5	35.1	14.2	1.4	-10.3



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から横ばいで、二桁プラス圏で高止まり傾向

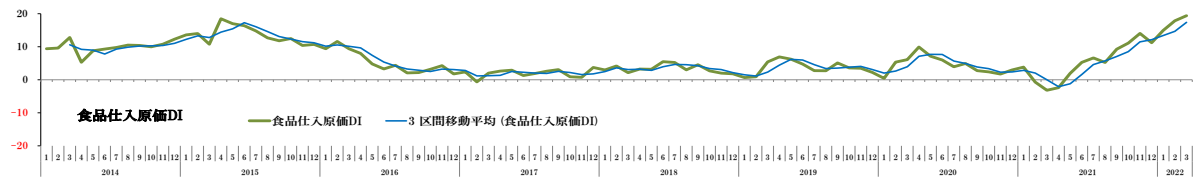
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.8	6.1	28.7	51.2	12.2	16.5
生鮮仕入原価 (当月)	0.7	4.2	33.8	52.1	9.2	16.2



7. 食品仕入原価 DI

上昇傾向が続き、11 ヶ月連続プラス値、調査開始以来の最高値を更新

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)	1.8	4.2	27.3	53.9	12.7	17.9
食品仕入原価 (当月)	0.7	2.8	25.9	59.4	11.2	19.4

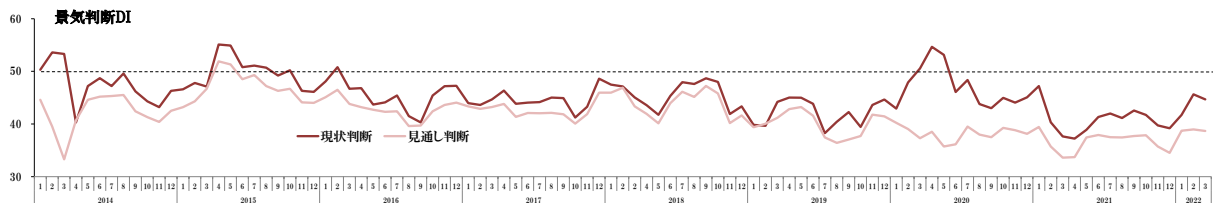


Ⅱ．景況感調査（2014 年 4 月～／周辺地域景気判断 2010 年 4 月～）

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断はわずかに悪化、見通し判断は前月と同水準

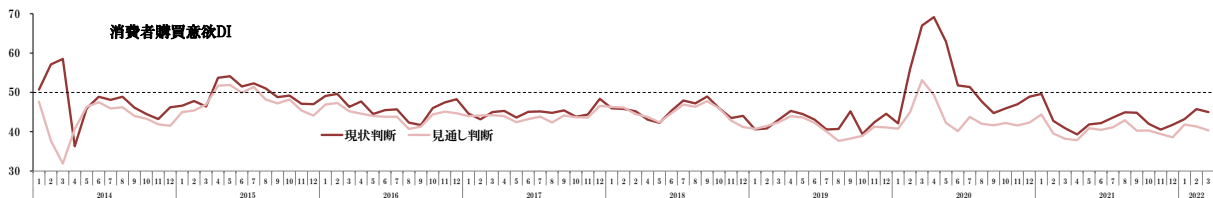
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	2.9	25.6	58.1	12.8	0.6	45.6
【現状】景気判断（当月）	2.7	28.7	56.7	11.3	0.7	44.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	5.3	40.6	47.6	5.9	0.6	39.0
【見通し】景気判断（当月）	4.7	41.3	48.7	5.3	0.0	38.7



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断ともに小幅な悪化

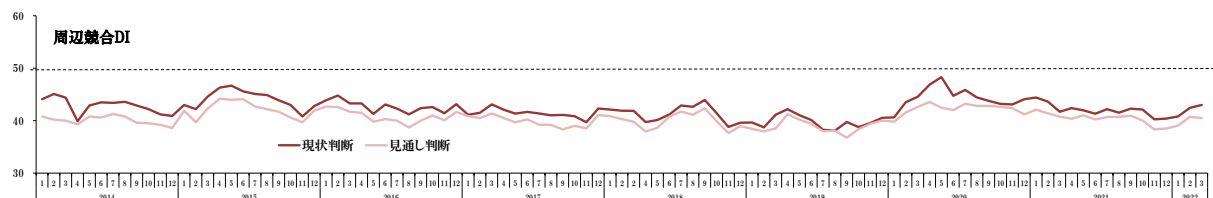
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	1.8	23.4	65.5	8.8	0.6	45.8
【現状】購買意欲（当月）	2.7	23.3	66.0	7.3	0.7	45.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	1.2	38.2	54.7	5.9	0.0	41.3
【見通し】購買意欲（当月）	4.0	34.7	57.3	4.0	0.0	40.3



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断ともに前月水準で推移

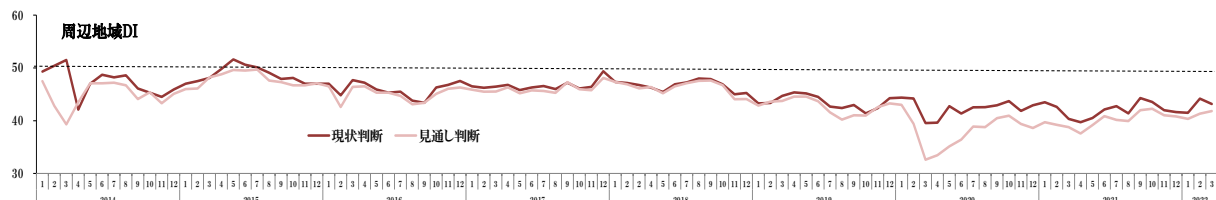
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	3.5	25.0	69.8	1.7	0.0	42.4
【現状】競合状況（当月）	2.0	27.3	67.3	3.3	0.0	43.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	4.7	30.0	62.9	2.4	0.0	40.7
【見通し】競合状況（当月）	4.0	32.7	60.7	2.7	0.0	40.5



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断は小幅に悪化、見通し判断は前月と同水準

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	22.7	72.7	2.9	0.0	44.2
【現状】地域景気（当月）	2.0	24.7	72.0	1.3	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】地域景気（前月）	1.2	35.3	60.6	2.9	0.0	41.3
【見通し】地域景気（当月）	2.7	29.3	66.0	2.0	0.0	41.8

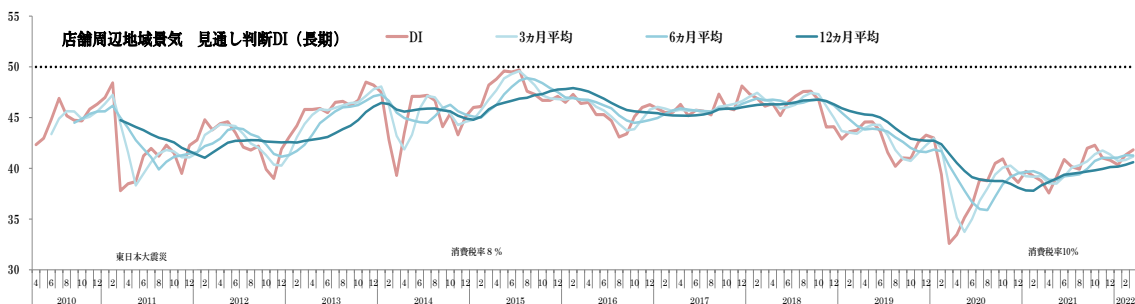
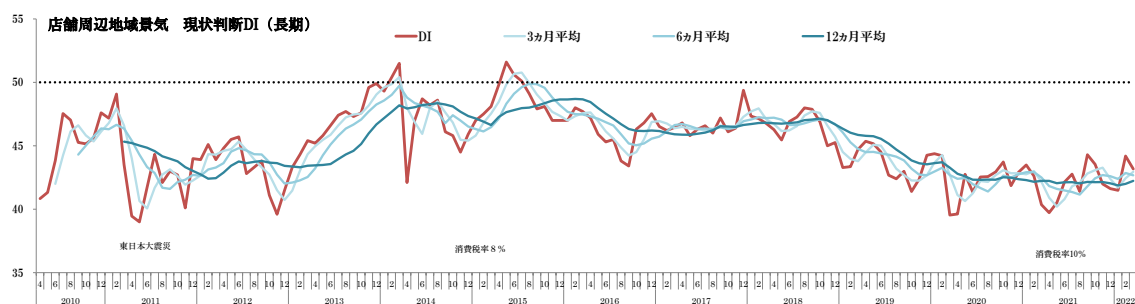


・中核店舗周辺地域景気判断 DI 長期傾向（2010年4月～）

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 ヶ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 ヶ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。

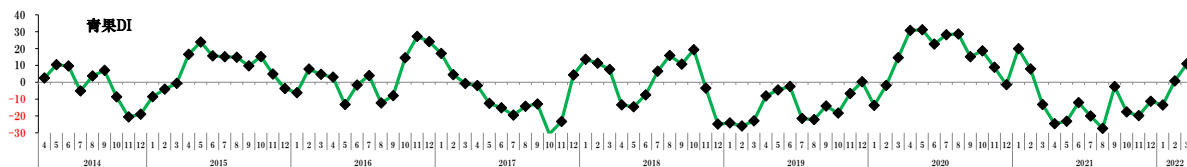
20 年 2 月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21 年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：10.9（好調）

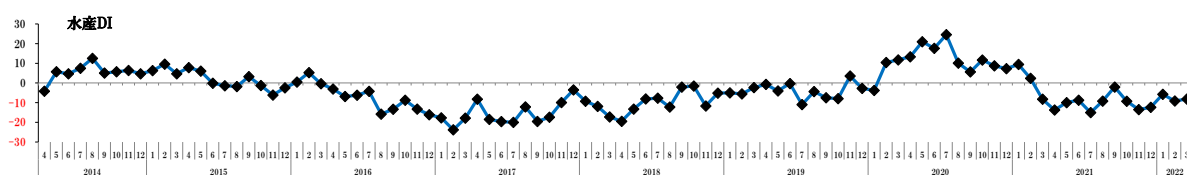
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	7.4	26.5	31.5	24.7	9.9	0.8
青果（当月）	1.4	16.9	30.3	39.4	12.0	10.9



相場が全般的に前年より高値で推移する中、堅調な内食需要を背景に好調に推移した。販売数量の多いタマネギやじゃがいもをはじめとする土物類、キャベツやレタスなどの葉茎類は、前年と比較して値上がり幅が大きく追い風となった。気温の上昇により、サラダ関連野菜が好調に推移した地域もみられた。国産果物ではイチゴは値ごろ感のある価格となり、販売が好調になった店舗が多い。輸入果物は高値となり不振だが、台湾産パイナップルが好調とのコメントもみられた。

2. 水産DI：-8.2（やや不調）

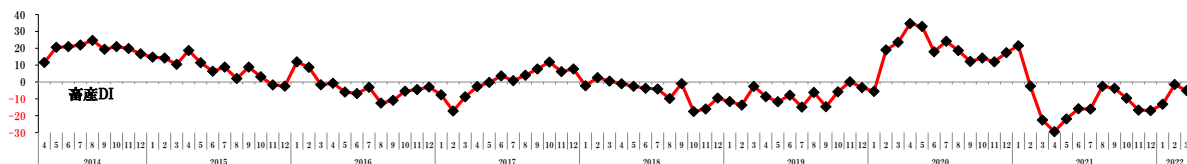
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	9.3	42.0	31.5	10.5	6.8	-9.1
水産（当月）	8.5	39.7	31.9	15.6	4.3	-8.2



漁船の燃料費高騰、不安定な生魚の入荷、輸入品の高騰など、全般的に相場高となっており、販売に苦労したという店舗が多かった。堅調な内食需要を背景に刺身類や冷凍魚介類は動きがよかったものの、カニや輸入魚介類（鮭・えび・タコなど）の価格上昇が激しく、販売数量を落としたという店舗が多い。アサリ産地偽装問題の影響もあり、貝類は不振となった。

3. 畜産DI：-5.1（やや不調）

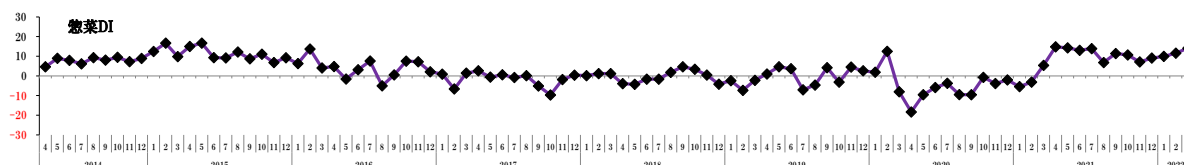
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	9.2	23.3	37.4	24.5	5.5	-1.5
畜産（当月）	8.5	30.3	37.3	21.1	2.8	-5.1



引き続き家庭内食事需要は堅調で、大型パックを中心に動きがよいが、輸入肉の価格に上昇傾向がみられているうえ、入荷が不安定とのコメントがみられた。牛肉は、気温の上昇とともに焼肉用の動きがよい。一方で国産の価格は比較的落ちつきがみられるものの、特にアメリカ産牛肉で価格高騰が続き、販促も打ちにくい状況が続いている。比較的価格が安定している国産豚肉や鶏肉は好調に推移した。ハムなどの加工肉は前年に好調だった反動もあり、伸び悩んだ店舗が多い。

4. 惣菜DI：14.1（好調）

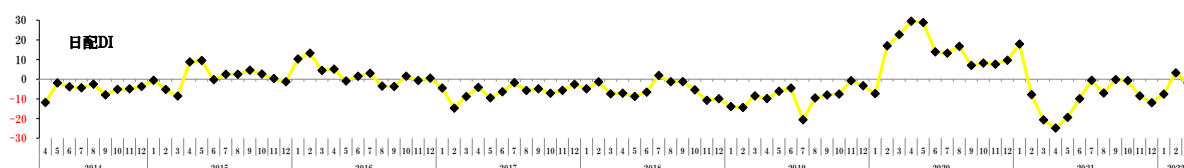
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.9	15.6	27.5	44.4	10.6	11.6
惣菜（当月）	0.7	10.6	31.7	45.8	11.3	14.1



まん延防止等重点措置がとられた地域を中心に、外食からの需要流入を指摘するコメントが多かった。ひなまつり、お彼岸などの催事関連商品、花見需要で弁当・つまみ類の予約注文も好調だった。家庭内の昼食需要を背景とした米飯類、また家飲み需要の増加により、焼鳥やつまみ類の動きがよかった。調理油類の値上げの影響で、唐揚げやコロッケなどの揚げ物類が好調に推移した。気温上昇によりサラダ関連惣菜の動きがよかった。一方で、食品原料や資材の仕入原価高騰による収益減を懸念するコメントがみられている。

5. 日配DI：-1.8（やや不調）

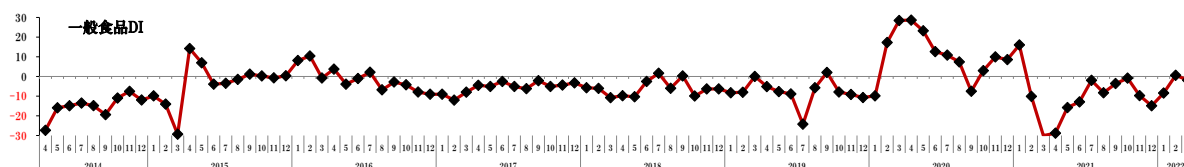
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.9	22.2	36.4	27.8	8.6	3.2
日配（当月）	2.8	29.6	40.8	25.4	1.4	-1.8



家庭内食事需要が堅調に推移するなか、一品単価の上昇がみられ、堅調に推移した。利便性が定着した冷凍食品の好調が続いており、価格改定のあったパン類も前年を上回った店舗が多い。気温の上昇により、アイスの動きが良かった反面、練物、豆腐など鍋物関連は伸び悩んだ。前年好調の納豆やキムチなどの発酵食品、チーズやバターなどの乳製品、機能性ヨーグルトには反動減がみられている。

6. 一般食品：-1.9（やや不調）

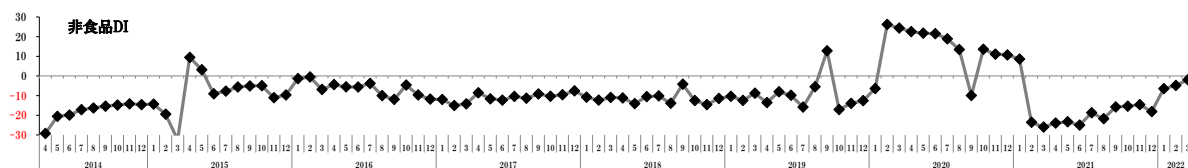
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	6.1	25.8	36.2	23.3	8.6	0.6
一般食品（当月）	5.6	28.7	37.8	23.8	4.2	-1.9



家庭内食事需要が堅調に推移するなか、値上げが行われた商品が多く、単価の上昇を追い風に全般的に好調な販売動向となった店舗が多い。保存性の高い食品（カップ麺、パスタなどの乾麺類、レトルト類、缶詰など）、菓子類で好調が続いているが、一部には前年からの反動減もみられた。値上げのあった油や調味料は、肉食需要の継続を背景に好調に推移したが、販促が打ちにくいなど影響を指摘するコメントもみられた。家飲み需要が再び高まりを見せており、ビール類を中心に酒類や珍味などのつまみ類の動きがよかった。全般的な価格上昇の中、米類は相場安により不振が続いている。

7. 非食品 DI：-2.0（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
非食品（前月）	11.2	28.0	36.0	18.6	6.2	-4.8
非食品（当月）	6.4	28.4	37.6	22.0	5.7	-2.0



感染予防意識の高まりもあり、マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品の販売に回復傾向がみられた。外出を抑える生活が続く消費者も多く、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や家庭用洗剤が好調に推移したとする店舗が多い。買い回りを控え、ワンストップショッピングをする傾向が販売を後押ししている、とのコメントもみられた。

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 ～

2022 年 4 月調査（3 月実績）キーワード TOP3

1. 家庭内の消費需要が堅調
2. 輸入品価格上昇、食品値上げ
3. 客単価上昇、来店頻度の抑制傾向

（参考）2021 年 4 月調査（3 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. 気温が高い
3. 日曜日が一日少ない

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

3 月実績速報版 150 社
 2 月実績確報版 172 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