

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2月実績 速報版(パネル 270)

1月実績 確報版(パネル 270)

(2020年3月23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

2020年3月23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2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	87,185,852	100.0%	106.9%	105.5%
食品合計	79,081,627	90.7%	106.8%	105.3%
生鮮3部門合計	29,608,574	34.0%	105.3%	103.8%
青果	11,803,429	13.5%	102.4%	101.1%
水産	7,451,733	8.5%	105.6%	104.1%
畜産	10,353,412	11.9%	108.5%	106.9%
惣菜	9,111,418	10.5%	107.3%	105.8%
日配	17,120,960	19.6%	108.0%	106.2%
一般食品	23,240,675	26.7%	107.7%	106.5%
非食品	5,895,953	6.8%	111.2%	108.8%
その他	2,208,320	2.5%	100.8%	101.1%

### 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	11,993,039	43	107.5%	105.9%
関東地方	32,821,234	73	108.6%	107.6%
中部地方	10,714,776	53	106.7%	104.6%
近畿地方	18,446,989	44	103.6%	102.4%
中国・四国地方	8,649,787	34	107.3%	106.3%
九州・沖縄地方	4,560,027	23	105.5%	103.3%

### 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	585,675	45	102.1%	104.0%
4~10店舗	4,128,282	79	103.9%	105.1%
11~25店舗	9,787,901	59	107.4%	105.3%
26~50店舗	14,963,798	43	106.9%	105.7%
51店舗以上	57,720,196	44	107.0%	105.5%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	84,728,436
総店舗数 (店舗)	8,017	店舗平均月商 (万円)	10,875
総売場面積 (㎡)	13,372,461	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.5

※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3月23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1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	87,502,271	100.0%	100.2%	98.7%
食品合計	79,066,971	90.4%	100.3%	98.9%
生鮮3部門合計	30,773,960	35.2%	100.0%	98.5%
青果	12,057,811	13.8%	98.6%	97.2%
水産	8,101,283	9.3%	101.0%	99.4%
畜産	10,614,866	12.1%	100.8%	99.2%
惣菜	9,205,731	10.5%	102.2%	100.8%
日配	16,955,528	19.4%	100.6%	98.9%
一般食品	22,131,752	25.3%	99.9%	98.7%
非食品	6,102,992	7.0%	97.2%	95.6%
その他	2,332,358	2.7%	97.7%	97.5%

## 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	11,775,016	43	100.0%	98.9%
関東地方	32,010,375	73	100.5%	98.8%
中部地方	10,730,235	53	99.7%	98.4%
近畿地方	19,713,370	44	99.4%	98.3%
中国・四国地方	8,546,151	34	101.2%	99.4%
九州・沖縄地方	4,727,122	23	100.8%	98.5%

## 保有店舗数別集計

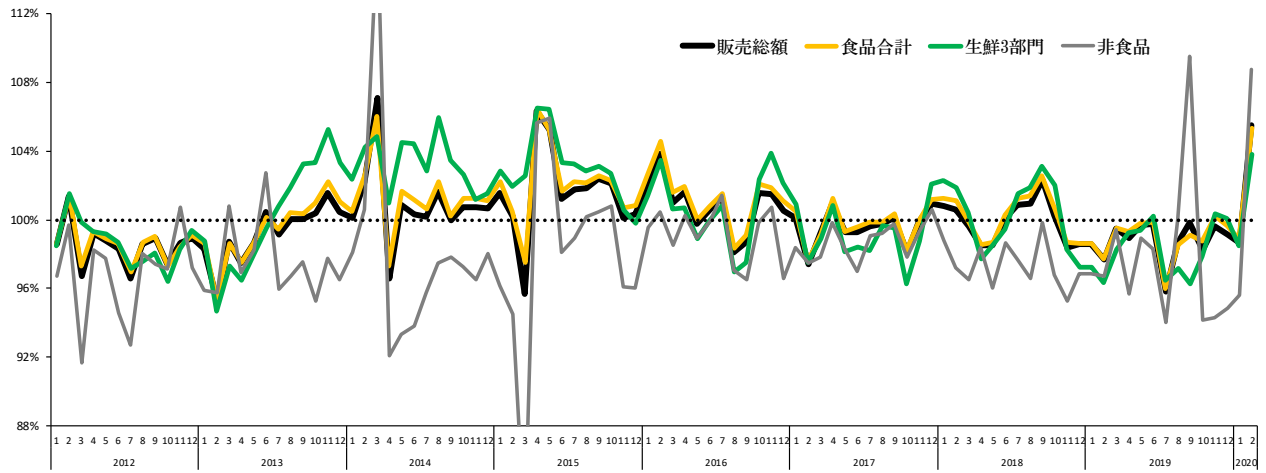
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	597,994	45	94.4%	96.0%
4~10店舗	4,060,319	79	96.3%	97.5%
11~25店舗	9,728,865	59	100.5%	99.1%
26~50店舗	14,677,575	43	100.7%	98.6%
51店舗以上	58,437,518	44	100.3%	98.7%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	84,699,801	
総店舗数 (店舗)	8,018	店舗平均月商 (万円)	10,913	
総売場面積 (㎡)	13,320,291	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.6	

※売上高は税抜金額

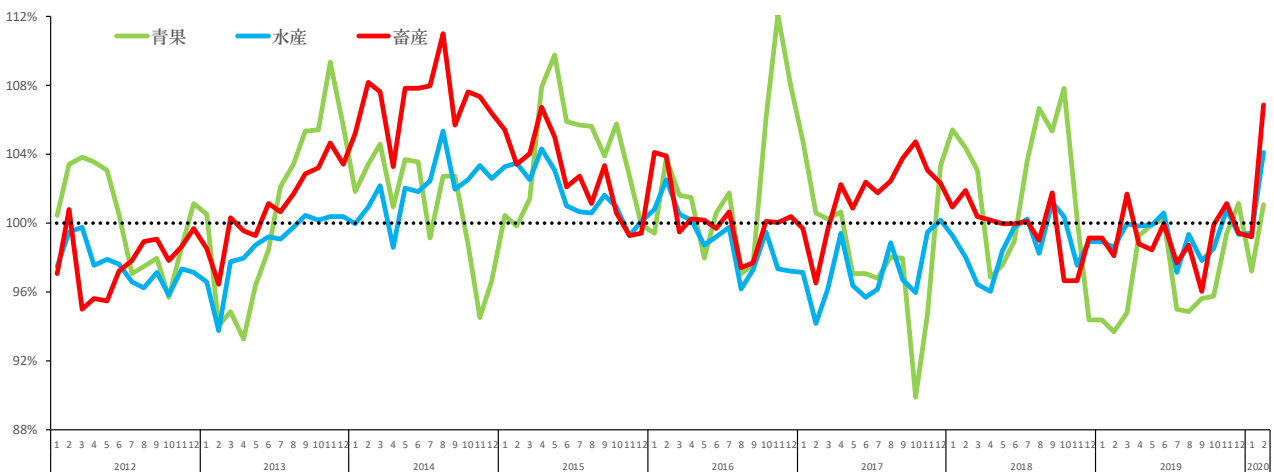
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計(パネル270) 既存店前年同月比推移 2012年1月～

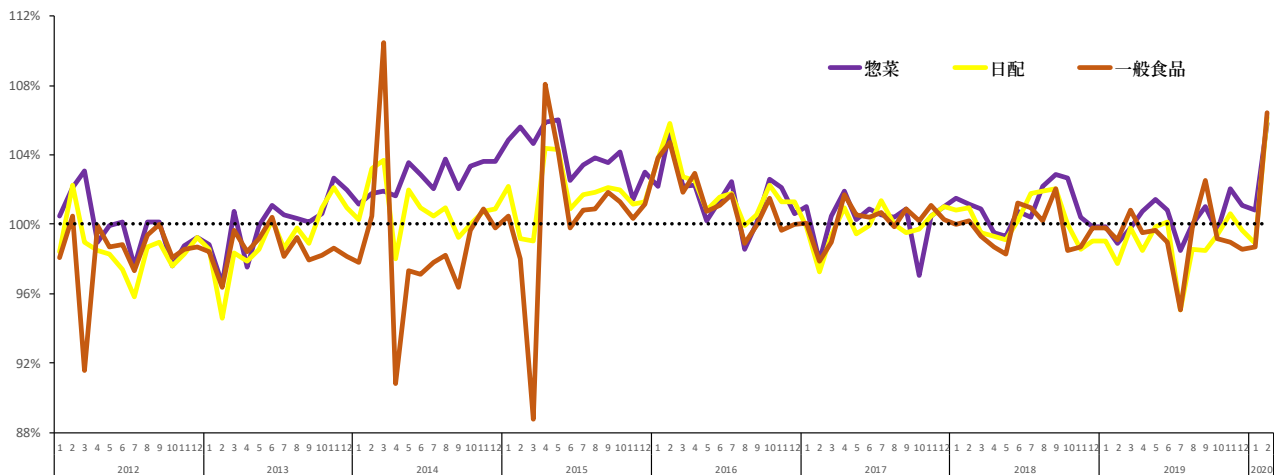
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2020年2月実績は速報値

## 2020年2月エリア別気候状況

### 気温の特徴：全国的に高く、東日本でかなり高かった

上旬：東日本で高かった。一方、北日本で低かった。

中旬：北・東・西日本でかなり高かった。

下旬：沖縄・奄美でかなり高く、北・東・西日本で高かった。

### 2019年2月との比較：上旬はやや低く、中旬は東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)		
	2020年2月			2019年2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	1.5	-1.0	0.8	2.8	0.0	2.7	-1.3
太平洋側	-0.5	3.5	1.4	-0.4	0.3	2.7	-0.1	3.2	-1.3
東日本 日本海側	0.4	3.8	2.7	1.6	0.7	2.2	-1.2	3.1	0.5
太平洋側	0.7	3.7	2.6	1.8	0.9	2.9	-1.1	2.8	-0.3
西日本 日本海側	0.7	2.5	2.7	2.4	0.6	2.3	-1.7	1.9	0.4
太平洋側	0.5	2.4	2.4	2.3	0.7	2.1	-1.8	1.7	0.3
沖縄・奄美	0.3	1.0	2.7	2.9	2.5	2.5	-2.6	-1.5	0.2

#### 平年差

+2°C以上	-2°C以上
+1°C以上	-1°C以上

#### 前年差

+2°C以上	-2°C以上
+1°C以上	-1°C以上

### 日照時間の特徴：沖縄・奄美でかなり多く、北・東日本日本海側と西日本で多かった

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、沖縄・奄美で多かった。

中旬：北・西日本太平洋側で少なかった。

下旬：沖縄・奄美でかなり多く、北日本、西日本太平洋側で多かった。

### 2019年2月との比較：全国的に前年よりやや長い日照時間となった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2020年2月			2019年2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	96	91	136	67	89	155	29	2	-19
太平洋側	98	89	115	90	95	123	8	-6	-8
東日本 日本海側	124	103	104	102	59	152	22	44	-48
太平洋側	124	94	107	90	89	88	34	5	19
西日本 日本海側	124	104	121	85	76	126	39	28	-5
太平洋側	121	88	122	84	81	89	37	7	33
沖縄・奄美	146	109	217	115	68	83	31	41	134

#### 平年差

平年比150%以上	平年比50%以下
平年比125%~149%	平年比51%~75%

#### 前年差

+50%以上	-50%以下
+25~49%	-25~-49%

### 降水量の特徴：沖縄・奄美でかなり少なく、西日本日本海側では多かった

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

中旬：北日本太平洋側と東日本日本海側、西日本で多かった。一方、沖縄・奄美で少なかった。

下旬：沖縄・奄美でかなり多く、北日本、西日本太平洋側で多かった。

### 2019年2月との比較：上旬はかなり少なく、中旬から下旬にかけて多くなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2020年2月			2019年2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	105	107	89	130	63	9	-25	44	80
太平洋側	90	115	102	162	31	18	-72	84	84
東日本 日本海側	93	122	75	68	81	14	25	41	61
太平洋側	4	105	76	84	45	105	-80	60	-29
西日本 日本海側	35	138	133	130	102	52	-95	36	81
太平洋側	14	157	107	145	116	95	-131	41	12
沖縄・奄美	85	29	13	128	149	160	-43	-120	-147

#### 平年差

平年比150%以上	平年比50%以下
平年比125%~149%	平年比51%~75%

#### 前年差

+50%以上	-50%以下
+25~49%	-25~-49%

気象庁報道資料「2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3月調査結果（2月実績）  
（2020年3月23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

### 3月調査（2月実績）結果概況

#### 現状は大幅に改善も、見通し判断は小幅に悪化

2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+5.1の48.0、見通し判断は前月から-1.1の39.1となり、現状判断DIは大幅に改善したものの、見通し判断は小幅に悪化する結果となった。

経営動向調査では、売上高DI、収益DI共に大幅に上昇し、二桁プラス値となった。新型コロナウイルスの影響で在宅する機会が増えたこと、うるう年により1日多いことなどで、来客数DIと客単価DIともに大幅に上昇したことが要因となっている。

カテゴリ動向調査では、相場安の影響を受けている青果DIを除き大幅なプラス値を記録した。いずれのDIも前月と比べて大幅に上昇している。なかでも買い置き需要が高まっており、非食品カテゴリや一般食品カテゴリでは上昇幅が大きくなった。

景況感調査は、景気判断DIや消費者購買意欲DIの現状判断が大きく改善した。一方で、見通し判断や店舗周辺地域景気判断DIでは、一部に悪化を示すDIもみられるなど慎重な判断が続いている。（長期傾向についてはp11参照）

新型コロナウイルスの影響で大きくDIが上昇、改善している一方で、先行きについては依然として不安が大きいなど、冷静に動向を見極めている姿勢が見られた。食のライフラインとして、在宅率が高まりによる内食需要の受け皿となっている。影響が長期化することも予想されるなか、安定した商品供給だけでなく、非常時の消費者ニーズに応える取り組みを期待したい。

#### 景況感調査

##### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：48.0 (+5.1) 前月：42.9	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：55.3 (+13.2) 前月：42.1	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：43.9 (+3.3) 前月：40.6	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：44.0 (-0.4) 前月：44.4
--	--	---	---

##### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：39.1 (-1.1) 前月：40.2	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：44.7 (+3.9) 前月：40.8	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：42.2 (+2.4) 前月：39.8	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：39.4 (-3.6) 前月：43.0
--	---	---	---

#### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：14.1 (+23.1) 前月：-9.0	<b>客単価DI</b> 当月：5.1 (+9.0) 前月：-3.9	<b>来客数DI</b> 当月：6.9 (+17.0) 前月：-10.1	
<b>収益DI</b> 当月：10.9 (+17.6) 前月：-6.7	<b>販売価格DI</b> 当月：1.9 (+2.2) 前月：-0.3	<b>生鮮品仕入原価DI</b> 当月：3.1 (+7.8) 前月：-4.7	<b>食品仕入原価DI</b> 当月：6.0 (+5.6) 前月：0.4

#### カテゴリ動向

<b>青果DI</b> 当月：-1.6 (+12.1) 前月：-13.7	<b>水産DI</b> 当月：9.4 (+13.1) 前月：-3.7	<b>畜産DI</b> 当月：18.5 (+24.1) 前月：-5.6	
<b>惣菜DI</b> 当月：13.0 (+11.1) 前月：1.9	<b>日配DI</b> 当月：15.9 (+23.2) 前月：-7.3	<b>一般食品DI</b> 当月：16.3 (+26.2) 前月：-9.9	<b>非食品DI</b> 当月：24.4 (+30.8) 前月：-6.4

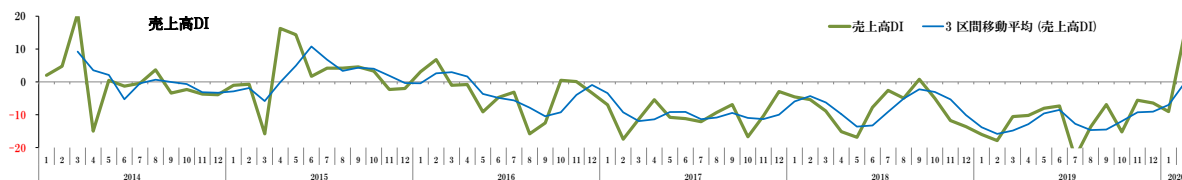
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

## 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

### 1. 売上高DI

当月大幅に上昇し、2018年9月以来のプラスに転換

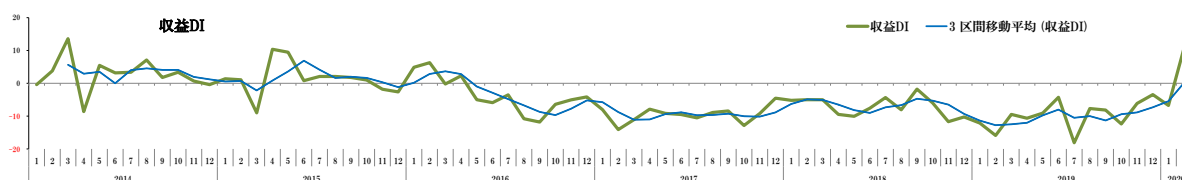
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	12.6	36.1	29.0	19.7	2.7	-9.0
売上高 (当月)	3.4	14.3	21.8	43.5	17.0	14.1



### 2. 収益DI

当月大幅に上昇し、2016年6月以来のプラス値に転換

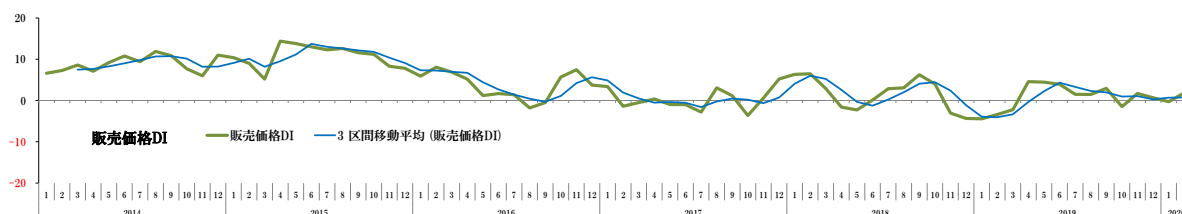
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	9.6	33.1	34.3	20.8	2.2	-6.7
収益 (当月)	4.9	12.5	30.6	38.2	13.9	10.9



### 3. 販売価格DI

わずかながらプラス水準を維持

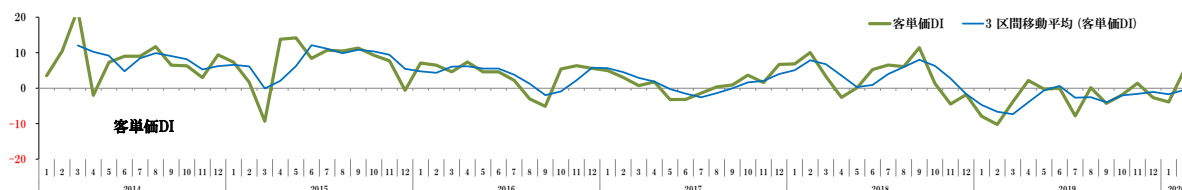
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	16.1	67.8	15.0	0.6	-0.3
販売価格 (当月)	0.7	11.0	69.2	18.5	0.7	1.9



### 4. 客単価DI

当月上昇し、プラスに転換

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	32.8	43.3	21.7	0.0	-3.9
客単価 (当月)	0.0	20.5	42.5	32.9	4.1	5.1

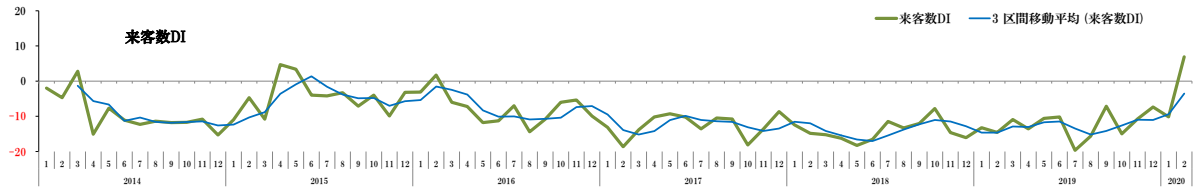




## 5. 来客数 DI

当月大幅に上昇し、2016年2月以来のプラス値を記録

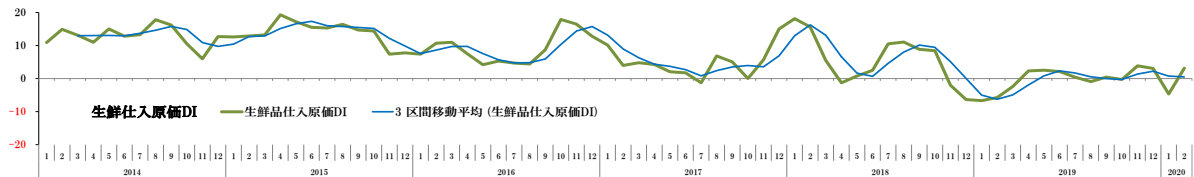
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	12.2	35.0	36.1	14.4	2.2	-10.1
<b>来客数 (当月)</b>	<b>5.5</b>	<b>19.3</b>	<b>26.9</b>	<b>38.6</b>	<b>9.7</b>	<b>6.9</b>



## 6. 生鮮仕入原価 DI

当月上昇し、プラスに転換

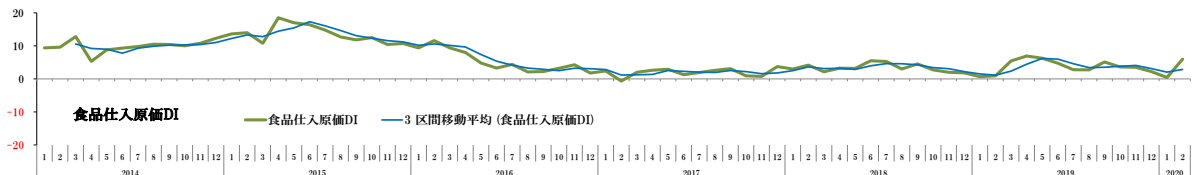
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	3.4	26.0	56.5	14.1	0.0	-4.7
<b>生鮮仕入原価 (当月)</b>	<b>0.7</b>	<b>11.2</b>	<b>66.4</b>	<b>18.2</b>	<b>3.5</b>	<b>3.1</b>



## 7. 食品仕入原価 DI

当月上昇し、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
食品仕入原価 (前月)	4.5	10.1	64.8	20.7	0.0	0.4
<b>食品仕入原価 (当月)</b>	<b>2.1</b>	<b>3.5</b>	<b>68.3</b>	<b>20.4</b>	<b>5.6</b>	<b>6.0</b>

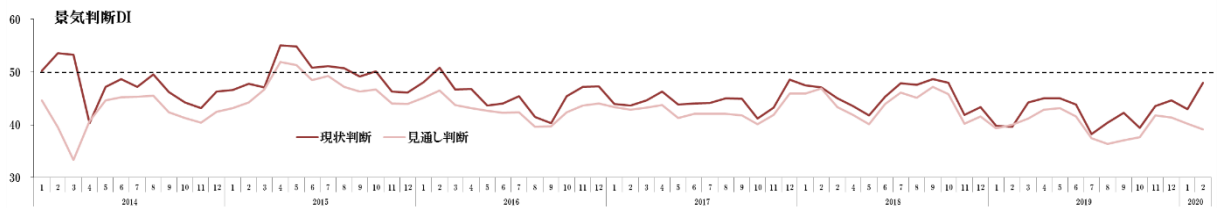


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景気判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景気判断 DI

現状は大幅に改善も、見通し判断は小幅に悪化

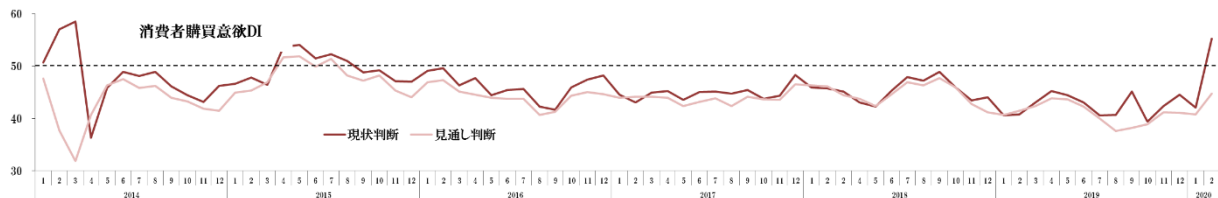
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	4.3	27.2	60.9	7.6	0.0	42.9
【現状】景気判断 (当月)	4.8	25.2	46.3	21.1	2.7	48.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	3.8	35.9	56.0	4.3	0.0	40.2
【見通し】景気判断 (当月)	8.8	37.4	42.9	10.2	0.7	39.1



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状は大幅に改善し判断の分かれ目となる 50 超え、見通し判断も改善

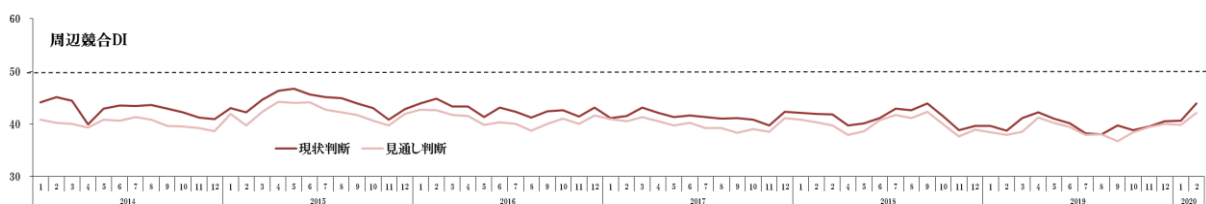
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.2	32.1	60.9	4.9	0.0	42.1
【現状】購買意欲 (当月)	1.4	19.7	42.9	28.6	7.5	55.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.6	37.0	58.2	3.3	0.0	40.8
【見通し】購買意欲 (当月)	4.1	30.6	48.3	16.3	0.7	44.7



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通しともに改善

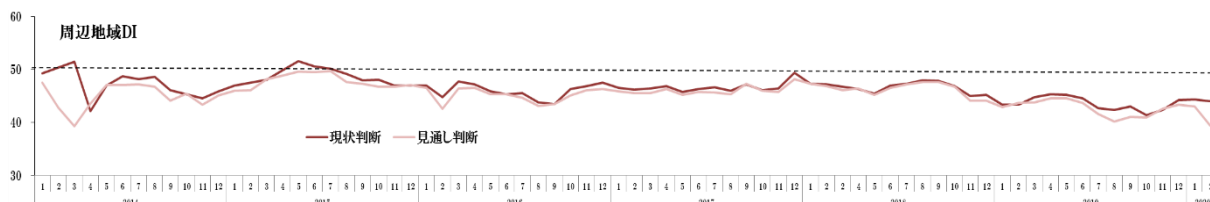
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	6.5	26.6	64.7	2.2	0.0	40.6
【現状】競合状況 (当月)	4.8	20.4	70.1	4.1	0.7	43.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	8.2	26.6	63.0	2.2	0.0	39.8
【見通し】競合状況 (当月)	6.8	21.8	67.3	4.1	0.0	42.2



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状は横ばい、見通しは悪化をみせる

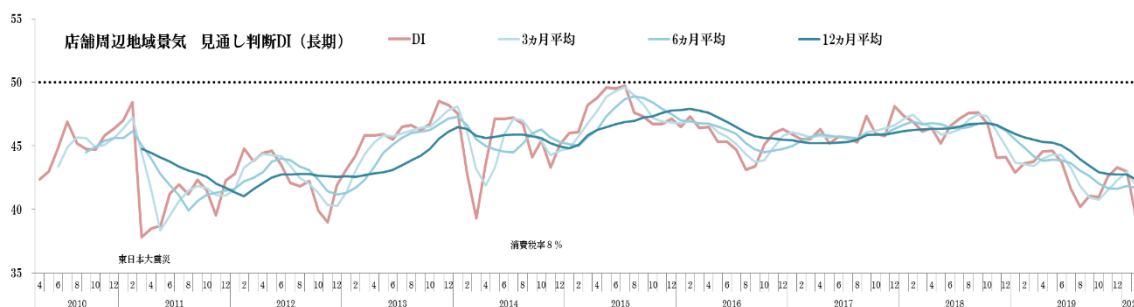
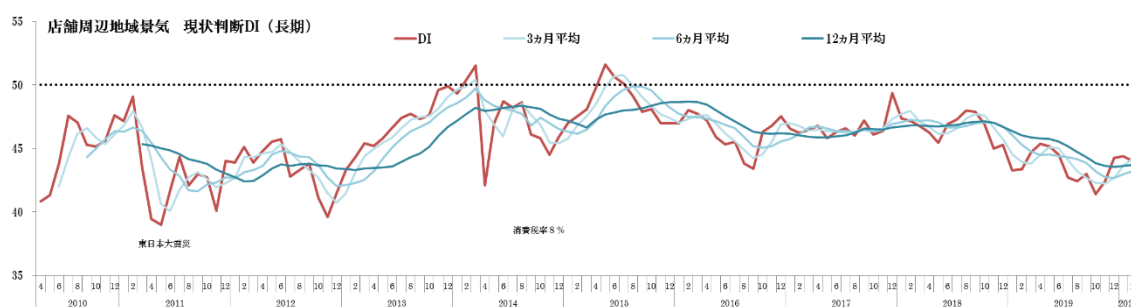
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	1.1	22.0	75.3	1.6	0.0	44.4
【現状】地域景気 (当月)	3.4	24.0	65.8	6.8	0.0	44.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	2.2	25.3	70.9	1.6	0.0	43.0
【見通し】地域景気 (当月)	9.6	30.1	53.4	6.8	0.0	39.4



#### ・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。

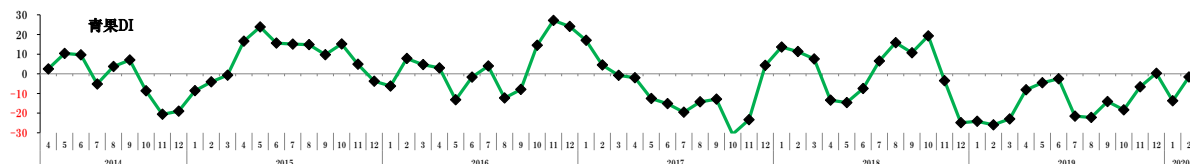
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げ、19年10月には現状判断DIは40.9まで低下した。その後現状判断はやや持ち直したものの、見通し判断は悪化傾向が続いている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：-1.6（やや不調）

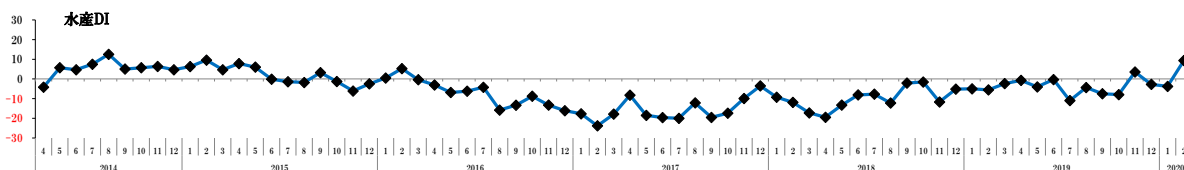
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果 (前月)	12.1	45.1	30.1	11.0	1.7	-13.7
青果 (当月)	5.0	29.8	34.8	27.7	2.8	-1.6



新型コロナウイルスの影響による内食需要が売上を底上げした。中旬にかけて暖冬となった前年と比べてもさらに気温が高く、菌類や相場安が続く白菜などの鍋物関連野菜の動きが悪かった。サラダ関連野菜は動きがよく、なかでもトマトは相場高も追い風となり好調となった。備蓄として土物類の販売数量は増加しているが、相場安が続き伸び悩んだ。果物類では、輸入果物のバナナやオレンジなどが好調、国産柑橘類やイチゴ類は不振とするコメントが多かった。りんごは好不調が分かれた。

#### 2. 水産DI：9.4（やや好調）

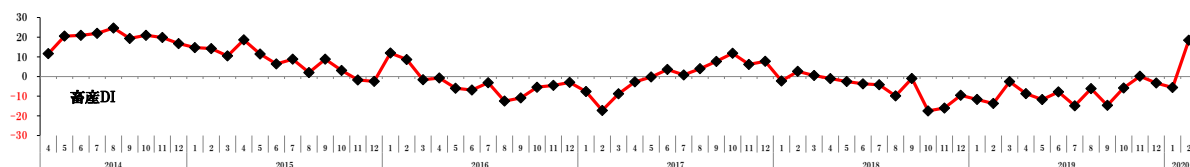
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産 (前月)	8.0	28.7	36.8	23.0	3.4	-3.7
水産 (当月)	3.5	15.6	32.6	36.2	12.1	9.4



新型コロナウイルスの影響による内食需要による来客数増が売上を底上げした。相場が低下傾向にあるマグロやカツオなどの刺身類が好調となった。一方、高い気温の影響で鍋物用食材（牡蠣、タラなど）の不振が続いた。春商材である海藻類やアサリが好調とのコメントが多かった。サラダ向け商品の動きがよかった。節分当日は平日となり伸び悩んだが、週末にちらし寿司用商材が好調だった。

#### 3. 畜産DI：18.5（好調）

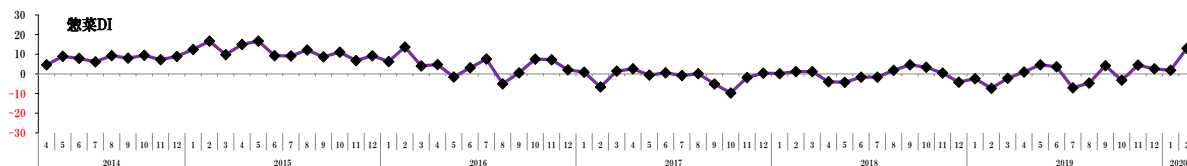
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産 (前月)	8.6	30.5	38.5	19.5	2.9	-5.6
畜産 (当月)	0.7	9.2	25.4	45.1	19.7	18.5



新型コロナウイルスの影響による内食需要により来客数が増加したことが売上を底上げした。牛肉は価格が低下傾向にあるなか、焼肉用やひき肉が好調となった。輸入牛や大容量の販売が好調だった。豚肉は特に動きがよく、切り落としや小間切れが好調となった。鶏肉も引き続き好調。備蓄用として、冷凍肉や、味付き商品やハムやソーセージなど加工肉も好調となった。

#### 4. 惣菜DI：13.0（好調）

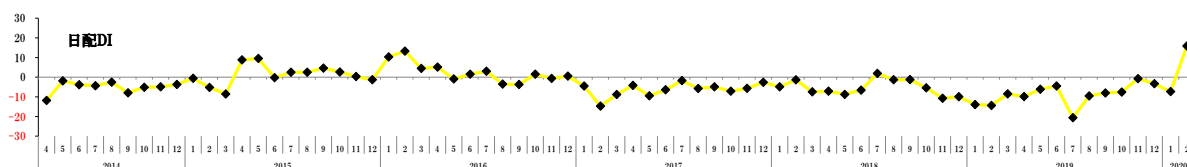
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	5.8	23.7	33.5	31.2	5.8	1.9
<b>惣菜（当月）</b>	<b>3.5</b>	<b>11.3</b>	<b>28.9</b>	<b>42.3</b>	<b>14.1</b>	<b>13.0</b>



新型コロナウイルスの影響による内食需要増が売上を底上げした。外食の代替需要として弁当類や天ぷら、フライ、高い気温によりサラダ類や冷惣菜が好調となった。一方で、ばら売りを中止して個包装を行うなど、オペレーションが増えている。節分の恵方巻は、平日であり、食品ロス削減のため製造・販売を減少させた店舗が多かったが、一方でチャンスロスが発生した店舗も見られた。

#### 5. 日配DI：15.9（好調）

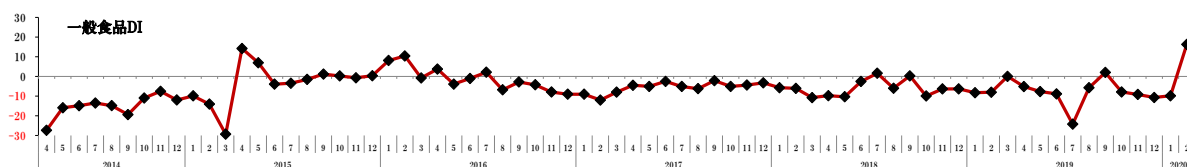
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	9.8	32.2	37.4	19.0	1.7	-7.3
<b>日配（当月）</b>	<b>2.9</b>	<b>7.9</b>	<b>25.7</b>	<b>50.0</b>	<b>13.6</b>	<b>15.9</b>



新型コロナウイルスの影響による内食需要増が売上を底上げした。学校給食の代替需要として、麺類やパン類、冷凍食品が好調で月末には買いだめも発生した。メディアで健康報道のあった納豆やヨーグルトに特需がみられ、納豆は店頭欠品も発生した。高い気温で推移したことで、牛乳をはじめとする飲料類やアイスなどの動きもよかった。一方、暖冬により鍋関連の和日配は引き続き不振となった。

#### 6. 一般食品：16.3（好調）

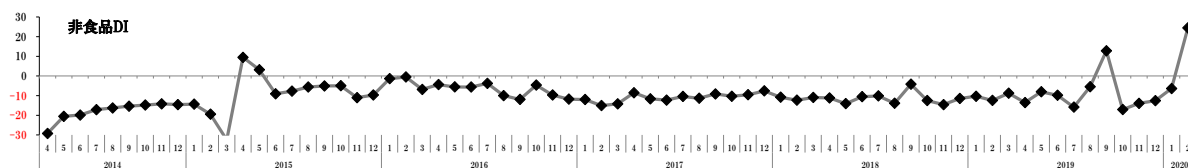
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	10.3	34.9	40.6	12.6	1.7	-9.9
<b>一般食品（当月）</b>	<b>2.1</b>	<b>9.8</b>	<b>27.3</b>	<b>42.7</b>	<b>18.2</b>	<b>16.3</b>



新型コロナウイルスの影響による内食需要増が売上を底上げし、下旬は特に備蓄向きな商品、簡便商材が好調。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、米類、ミネラルウォーターなどが好調となり、一部の食品は品薄、店頭欠品もみられた。高い気温により飲料類も堅調に推移した。前年報道によりサバ缶をはじめとする水産缶詰類や、えごま油・エマニ油に反動減がみられた。

## 7. 非食品 DI：24.4（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
非食品（前月）	9.5	34.3	32.5	19.5	4.1	-6.4
非食品（当月）	2.9	5.9	16.2	40.4	34.6	24.4



新型コロナウイルスの影響により、マスクを中心にハンドソープ、除菌関連の衛生用品が入荷減から品薄となっており、機会ロスが発生。また、従業員が店頭での問い合わせ対応等に苦慮している。誤情報により、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に対しても買いだめ需要が発生した。高い気温によりカイロなどの冬物商材、衣料は大きく売上を落とした店舗が多い。

### 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3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 新型コロナウイルスによる内食需要の高まり
2. うるう年により一日多い、天皇誕生日により祝日が増える
3. 気温が高い

### （参考）2019年3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 青果相場安
2. 前年より気温が高い
3. 競合との価格競争

### スーパーマーケット景気動向調査 集計数

2月実績速報版      146社  
 1月実績確報版      184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)