

# スーパーマーケット販売統計調査資料

12月実績 速報版(パネル 270)

11月実績 確報版(パネル 270)

2020年 年間集計 速報版

(2021年1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、インスタアペーカリー、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1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12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<br>(全店) | 前年同月比<br>(既存店) |
|---------|-------------|--------|---------------|----------------|
| 総売上高    | 109,764,322 | 100.0% | 104.7%        | 103.6%         |
| 食品合計    | 99,474,904  | 90.6%  | 105.0%        | 103.9%         |
| 生鮮3部門合計 | 38,931,395  | 35.5%  | 105.6%        | 104.5%         |
| 青果      | 14,307,844  | 13.0%  | 102.7%        | 101.8%         |
| 水産      | 11,098,581  | 10.1%  | 105.9%        | 104.6%         |
| 畜産      | 13,524,971  | 12.3%  | 108.7%        | 107.4%         |
| 惣菜      | 11,060,143  | 10.1%  | 102.1%        | 100.8%         |
| 日配      | 20,796,322  | 18.9%  | 105.4%        | 104.3%         |
| 一般食品    | 28,687,044  | 26.1%  | 105.2%        | 104.1%         |
| 非食品     | 7,610,670   | 6.9%   | 103.2%        | 102.7%         |
| その他     | 2,678,796   | 2.4%   | 98.2%         | 98.4%          |

## 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<br>(全店) | 前年同月比<br>(既存店) |
|----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北地方 | 16,016,768 | 43      | 104.2%        | 103.2%         |
| 関東地方     | 40,964,611 | 73      | 104.9%        | 104.2%         |
| 中部地方     | 13,755,318 | 53      | 105.5%        | 102.1%         |
| 近畿地方     | 22,029,635 | 44      | 104.8%        | 104.2%         |
| 中国・四国地方  | 10,999,498 | 34      | 105.6%        | 103.8%         |
| 九州・沖縄地方  | 5,998,492  | 23      | 101.4%        | 101.0%         |

## 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         | 前年同月比<br>(全店) | 前年同月比<br>(既存店) |
|-----------|------------|-----------------|---------------|----------------|
| 1~3店舗     | 827,315    | 47              | 100.1%        | 100.6%         |
| 4~10店舗    | 5,205,804  | 80              | 100.8%        | 101.1%         |
| 11~25店舗   | 11,671,829 | 54              | 104.0%        | 102.3%         |
| 26~50店舗   | 19,742,662 | 44              | 103.8%        | 103.3%         |
| 51店舗以上    | 72,316,713 | 45              | 105.3%        | 104.0%         |
| 集計企業数 (社) | 270        | 既存店総売上高 (万円)    | 107,657,309   |                |
| 総店舗数 (店舗) | 8,039      | 店舗平均月商 (万円)     | 13,654        |                |
| 総売場面積 (㎡) | 13,417,517 | 売場1㎡あたり売上高 (万円) | 8.2           |                |

※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

2021年1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 確報版 (パネル270)

|         | 全店売上高 (万円) | 構成比    | 前年同月比<br>(全店) | 前年同月比<br>(既存店) |
|---------|------------|--------|---------------|----------------|
| 総売上高    | 90,733,105 | 100.0% | 104.6%        | 103.5%         |
| 食品合計    | 81,719,334 | 90.1%  | 104.9%        | 103.7%         |
| 生鮮3部門合計 | 31,491,107 | 34.7%  | 105.6%        | 104.3%         |
| 青果      | 12,271,758 | 13.5%  | 105.2%        | 104.2%         |
| 水産      | 7,888,052  | 8.7%   | 104.8%        | 103.3%         |
| 畜産      | 11,331,297 | 12.5%  | 106.4%        | 105.0%         |
| 惣菜      | 8,979,972  | 9.9%   | 101.7%        | 100.5%         |
| 日配      | 17,644,449 | 19.4%  | 104.0%        | 102.9%         |
| 一般食品    | 23,603,806 | 26.0%  | 105.9%        | 104.8%         |
| 非食品     | 6,553,630  | 7.2%   | 104.1%        | 103.5%         |
| その他     | 2,460,192  | 2.7%   | 98.1%         | 98.5%          |

## 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<br>(全店) | 前年同月比<br>(既存店) |
|----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北地方 | 12,598,093 | 43      | 106.8%        | 105.9%         |
| 関東地方     | 33,796,115 | 73      | 105.0%        | 104.0%         |
| 中部地方     | 11,197,770 | 53      | 105.8%        | 103.6%         |
| 近畿地方     | 19,296,214 | 44      | 102.1%        | 101.4%         |
| 中国・四国地方  | 9,110,475  | 34      | 105.5%        | 103.8%         |
| 九州・沖縄地方  | 4,734,438  | 23      | 101.5%        | 101.0%         |

## 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         | 前年同月比<br>(全店) | 前年同月比<br>(既存店) |
|-----------|------------|-----------------|---------------|----------------|
| 1~3店舗     | 653,555    | 47              | 100.0%        | 101.6%         |
| 4~10店舗    | 4,272,649  | 80              | 100.9%        | 101.7%         |
| 11~25店舗   | 9,470,780  | 55              | 104.2%        | 102.4%         |
| 26~50店舗   | 16,064,619 | 44              | 104.4%        | 104.1%         |
| 51店舗以上    | 60,271,502 | 44              | 105.0%        | 103.6%         |
| 集計企業数 (社) | 270        | 既存店総売上高 (万円)    | 88,807,519    |                |
| 総店舗数 (店舗) | 8,026      | 店舗平均月商 (万円)     | 11,305        |                |
| 総売場面積 (㎡) | 13,411,753 | 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1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 年間実績（パネル270） 確報版

|         | 全店売上高（万円）     | 構成比    | 前年比<br>（全店） | 前年比<br>（既存店） |
|---------|---------------|--------|-------------|--------------|
| 総売上高    | 1,138,357,172 | 100.0% | 106.3%      | 105.0%       |
| 食品合計    | 1,025,999,819 | 90.1%  | 107.0%      | 105.6%       |
| 生鮮3部門合計 | 396,041,241   | 34.8%  | 108.9%      | 107.5%       |
| 青果      | 160,266,205   | 14.1%  | 109.2%      | 107.9%       |
| 水産      | 99,822,706    | 8.8%   | 107.0%      | 105.5%       |
| 畜産      | 135,952,330   | 11.9%  | 109.9%      | 108.4%       |
| 惣菜      | 112,467,511   | 9.9%   | 101.2%      | 100.0%       |
| 日配      | 224,217,735   | 19.7%  | 107.3%      | 105.8%       |
| 一般食品    | 293,273,331   | 25.8%  | 106.5%      | 105.2%       |
| 非食品     | 79,438,307    | 7.0%   | 102.8%      | 101.2%       |
| その他     | 32,919,046    | 2.9%   | 95.9%       | 96.3%        |

### エリア別集計

| エリア      | 全店売上高（万円）   | 集計対象企業数 | 前年比<br>（全店） | 前年比<br>（既存店） |
|----------|-------------|---------|-------------|--------------|
| 北海道・東北地方 | 157,016,951 | 43      | 106.2%      | 105.0%       |
| 関東地方     | 426,178,426 | 73      | 107.7%      | 106.6%       |
| 中部地方     | 141,842,805 | 53      | 107.1%      | 104.8%       |
| 近畿地方     | 239,594,825 | 44      | 104.4%      | 103.5%       |
| 中国・四国地方  | 114,211,562 | 34      | 106.8%      | 105.3%       |
| 九州・沖縄地方  | 59,512,603  | 23      | 102.1%      | 100.8%       |

### 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<br>（全店） | 前年比<br>（既存店） |
|---------|-------------|---------|-------------|--------------|
| 1～3店舗   | 7,778,646   | 45      | 102.3%      | 103.2%       |
| 4～10店舗  | 53,826,992  | 79      | 103.2%      | 103.9%       |
| 11～25店舗 | 127,619,544 | 59      | 106.4%      | 104.7%       |
| 26～50店舗 | 198,036,991 | 43      | 105.9%      | 105.1%       |
| 51店舗以上  | 751,094,999 | 44      | 106.6%      | 105.1%       |

※保有店舗数カテゴリーは2020年1月時点での保有店舗数による分類

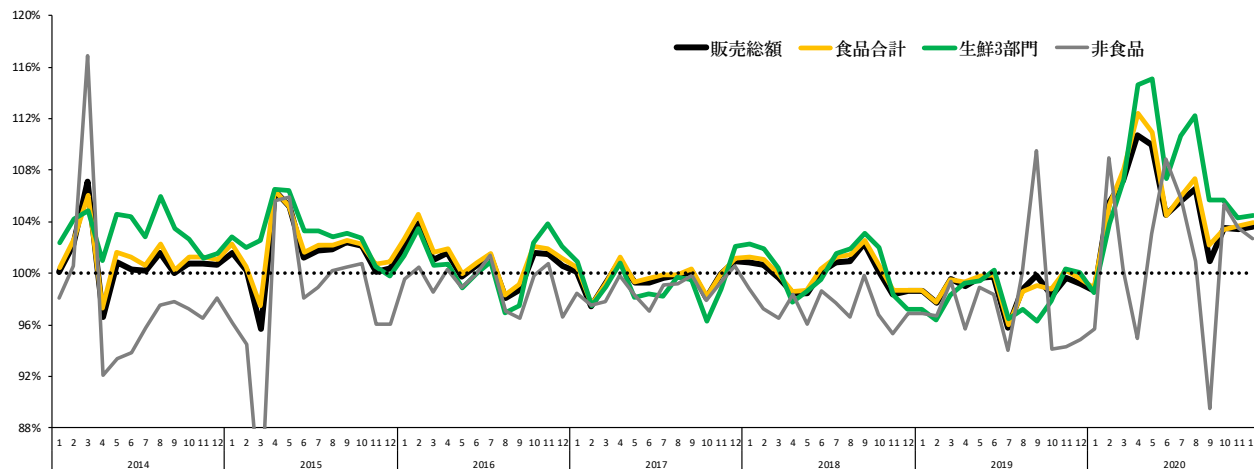
|          |     |             |               |
|----------|-----|-------------|---------------|
| 集計企業数（社） | 270 | 既存店総売上高（万円） | 1,046,063,821 |
|----------|-----|-------------|---------------|

※売上高は税抜金額

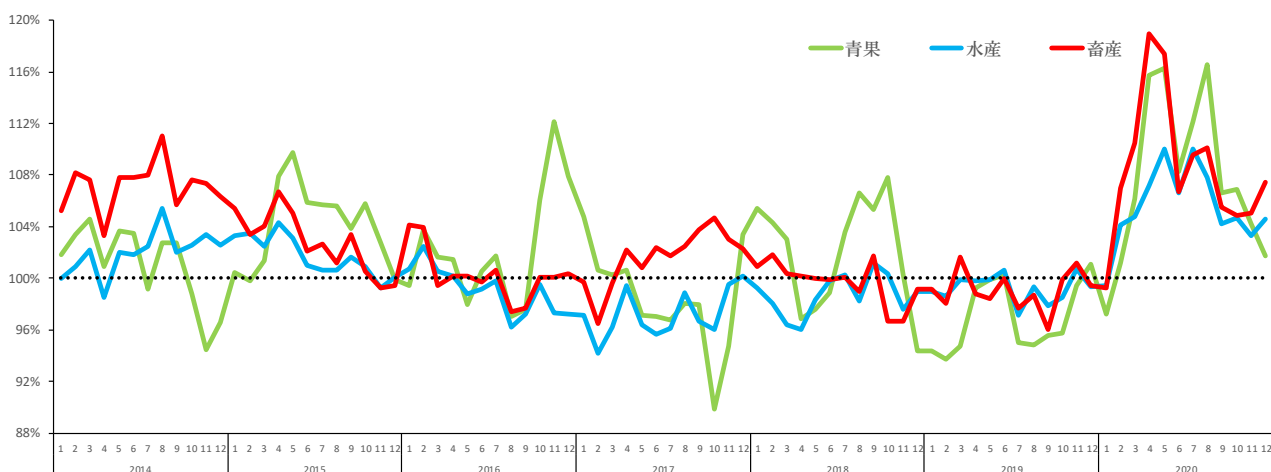
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

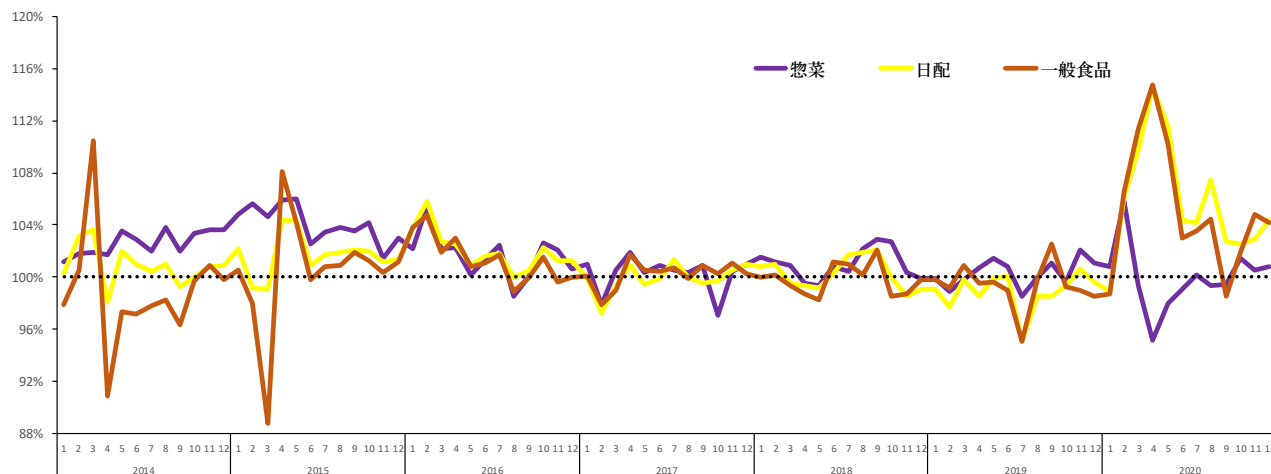
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2020年12月実績は速報版

## 2020年12月エリア別気候状況

### 気温の特徴：北・西日本では気温が低かった

上旬：東日本で高かった。北・西日本と沖縄・奄美では平年並だった。

中旬：北・東・西日本で低かった。沖縄・奄美では平年並だった。

下旬：北日本で低かった一方、沖縄・奄美では高かった。東・西日本では平年並だった。

2019年12月との比較：上旬は全国的にやや高く、中旬はかなり低く、下旬はやや低い地域が多かった

|          | 平年との比較 (°C) |      |      |               |     |      | 今年と前年との差 (°C) |      |      |
|----------|-------------|------|------|---------------|-----|------|---------------|------|------|
|          | 2020年12月    |      |      | 2019年12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 | 0.5         | -1.7 | -0.7 | -1.2          | 2.4 | -0.2 | 1.7           | -4.1 | -0.5 |
| 太平洋側     | 0.1         | -1.9 | -0.5 | -0.9          | 2.5 | -0.2 | 1.0           | -4.4 | -0.3 |
| 東日本 日本海側 | 0.9         | -1.4 | 0.1  | -0.2          | 2.4 | 2.1  | 1.1           | -3.8 | -2.0 |
| 太平洋側     | 0.8         | -0.7 | 0.5  | 0.3           | 2.7 | 1.7  | 0.5           | -3.4 | -1.2 |
| 西日本 日本海側 | 0.1         | -1.6 | -0.3 | -0.2          | 2.7 | 1.7  | 0.3           | -4.3 | -2.0 |
| 太平洋側     | 0.7         | -1.1 | -0.2 | -0.4          | 2.3 | 1.8  | 1.1           | -3.4 | -2.0 |
| 沖縄・奄美    | 0.7         | -0.3 | 0.7  | -0.9          | 1.8 | 2.4  | 1.6           | -2.1 | -1.7 |



### 日照時間の特徴：沖縄・奄美では、日照時間はかなり少なかった

上旬：沖縄・奄美でかなり少なく、北日本日本海側では少なかった。一方、西日本では多かった。

中旬：東日本日本海側でかなり少なく、北日本日本海側と沖縄・奄美では少なかった。一方、北日本太平洋側では多かった。

下旬：北・東日本日本海側と沖縄・奄美で少なかった一方、西日本太平洋側では多かった。

2019年12月との比較：沖縄・奄美地方で少なく、日本海側でやや少なくなった

|          | 日照時間 平年比 (%) |     |     |               |     |     | 今年と前年との差 (%) |      |     |
|----------|--------------|-----|-----|---------------|-----|-----|--------------|------|-----|
|          | 2020年12月     |     |     | 2019年12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 | 73           | 80  | 71  | 93            | 94  | 104 | -20          | -14  | -33 |
| 太平洋側     | 100          | 107 | 101 | 105           | 93  | 99  | -5           | 14   | 2   |
| 東日本 日本海側 | 113          | 42  | 81  | 103           | 140 | 114 | 10           | -98  | -33 |
| 太平洋側     | 106          | 100 | 103 | 83            | 89  | 75  | 23           | 11   | 28  |
| 西日本 日本海側 | 130          | 94  | 104 | 80            | 112 | 64  | 50           | -18  | 40  |
| 太平洋側     | 120          | 105 | 110 | 88            | 98  | 71  | 32           | 7    | 39  |
| 沖縄・奄美    | 7            | 55  | 60  | 58            | 176 | 95  | -51          | -121 | -35 |



### 降水量の特徴：日本海側では記録的な大雪となった一方、太平洋側では降水量は少なかった

上旬：北・西日本でかなり少なく、東日本では少なかった。一方、沖縄・奄美ではかなり多かった。

中旬：北日本日本海側でかなり多く、東日本日本海側で多かった。一方、西日本太平洋側ではかなり少なく、北・東日本太平洋側では少なかった。

下旬：東日本日本海側でかなり多く、北日本日本海側と西日本、沖縄・奄美では多かった。一方、北日本太平洋側では少なかった。

2019年12月との比較：上旬は全国的にやや少なく、中旬以降は日本海側で多く、太平洋側で少なくなった

|          | 降水量 平年比 (%) |     |     |               |    |     | 今年と前年との差 (%) |     |      |
|----------|-------------|-----|-----|---------------|----|-----|--------------|-----|------|
|          | 2020年12月    |     |     | 2019年12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 | 62          | 142 | 102 | 113           | 85 | 70  | -51          | 57  | 32   |
| 太平洋側     | 15          | 50  | 52  | 65            | 66 | 101 | -50          | -16 | -49  |
| 東日本 日本海側 | 68          | 164 | 157 | 108           | 48 | 64  | -40          | 116 | 93   |
| 太平洋側     | 14          | 22  | 57  | 123           | 58 | 226 | -109         | -36 | -169 |
| 西日本 日本海側 | 13          | 79  | 193 | 160           | 67 | 203 | -147         | 12  | -10  |
| 太平洋側     | 2           | 4   | 157 | 111           | 58 | 351 | -109         | -54 | -194 |
| 沖縄・奄美    | 400         | 85  | 137 | 245           | 63 | 148 | 155          | 22  | -11  |



気象庁報道資料「12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

2021年1月調査結果（12月実績）  
（2021年1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

# 1月調査（12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

12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+0.9の45.0、見通し判断は前月から-1.0の37.8となり、共に前月から大きな変化はみられなかった。

経営動向調査は、売上高DI、収益DI共に前年水準で推移した。傾向も前月から大きな変化はなく、来店頻度の減少による来客数DI低下、買上点数の増加による客単価DIの大幅なプラスが継続した。

カテゴリー動向調査では、忘年会の自粛やGOTOの一時停止、また年末年始の寒波予報などで年末を自宅で過ごす傾向が強まり、年始の休業を拡大するスーパーマーケットが増えたことで、特に保存の利く商品が売上を伸ばした。おせちは予約を早期に締め切るほど好調で、店頭販売はチャンスロスも。相場安の青果DI、バラ売り販売自粛の影響が続く惣菜DIを除くDIはプラス圏で推移した。前年より気温が低く、鍋関連など冬物商材が好調となった。（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、景気判断DIは前月とほぼ同水準で推移しており、マインドに大きな変化はみられなかった。（長期傾向についてはp11参照）

緊急事態宣言が行われ、引き続き家庭内消費は堅調に推移するとみられる。一方で、家庭での調理に負担感も高まりつつある。食品の安定供給に対しては信頼感が定着しているが、生活の負担軽減や気分転換など、食品スーパーに対して新たな期待も高まっている。今後も食のライフラインとして重要な役割を果たしつつ、楽しさ、そして生産者支援など「共感」消費の場となることを期待したい。

### 景況感調査

#### 現状判断

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <b>景気判断DI</b><br>当月：45.0 (+0.9)<br>前月：44.1 | <b>消費者購買意欲DI</b><br>当月：49.4 (+2.4)<br>前月：47.0 | <b>周辺地域 競合状況DI</b><br>当月：44.4 (+1.3)<br>前月：43.1 | <b>店舗周辺地域 景気判断DI</b><br>当月：42.8 (+0.9)<br>前月：41.9 |
|--|---|---|---|

#### 見通し判断

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <b>景気判断DI</b><br>当月：37.8 (-1.0)<br>前月：38.8 | <b>消費者購買意欲DI</b><br>当月：42.4 (+0.8)<br>前月：41.6 | <b>周辺地域 競合状況DI</b><br>当月：41.0 (-1.4)<br>前月：42.4 | <b>店舗周辺地域 景気判断DI</b><br>当月：37.8 (-1.6)<br>前月：39.4 |
|--|---|---|---|

### 経営動向調査 経営状況

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <b>売上高DI</b><br>当月：6.5 (-0.5)<br>前月：7.0 | <b>客単価DI</b><br>当月：22.0 (+0.5)<br>前月：21.5 | <b>来客数DI</b><br>当月：-17.1 (+0.8)<br>前月：-17.9  |  |
| <b>収益DI</b><br>当月：9.5 (-0.1)<br>前月：9.6  | <b>販売価格DI</b><br>当月：0.8 (-2.8)<br>前月：3.6  | <b>生鮮品仕入原価DI</b><br>当月：1.1 (+3.1)<br>前月：-2.0 | <b>食品仕入原価DI</b><br>当月：3.5 (+1.8)<br>前月：1.7 |

### カテゴリー動向

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>青果DI</b><br>当月：-1.5 (-10.4)<br>前月：8.9 | <b>水産DI</b><br>当月：8.1 (-0.6)<br>前月：8.7  | <b>畜産DI</b><br>当月：18.8 (+6.8)<br>前月：12.0 |   |
| <b>惣菜DI</b><br>当月：-1.3 (+2.6)<br>前月：-3.9 | <b>日配DI</b><br>当月：10.4 (+2.8)<br>前月：7.6 | <b>一般食品DI</b><br>当月：9.0 (-0.9)<br>前月：9.9 | <b>非食品DI</b><br>当月：10.9 (-0.2)<br>前月：11.1 |

※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

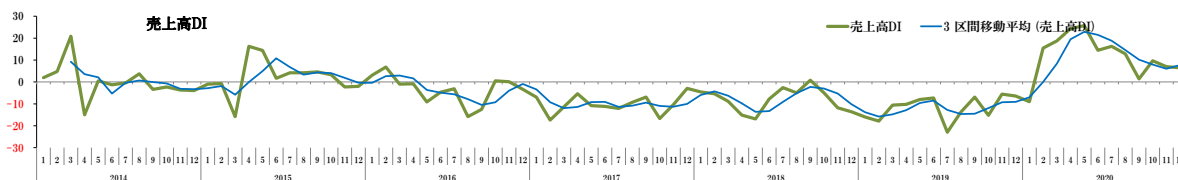


# 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

## 1. 売上高DI

前月とほぼ同水準で推移し、プラス圏を維持

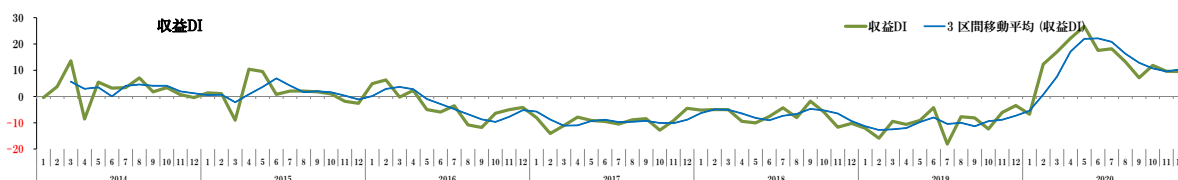
| 回答構成比 (%)       | かなり減少      | やや減少        | 変わらない       | やや増加        | かなり増加      | DI         |
|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| 売上高 (前月)        | 5.0        | 21.2        | 23.5        | 41.3        | 8.9        | 7.0        |
| <b>売上高 (当月)</b> | <b>6.3</b> | <b>19.6</b> | <b>24.7</b> | <b>40.5</b> | <b>8.9</b> | <b>6.5</b> |



## 2. 収益DI

前月とほぼ同水準で推移し、プラス圏を維持

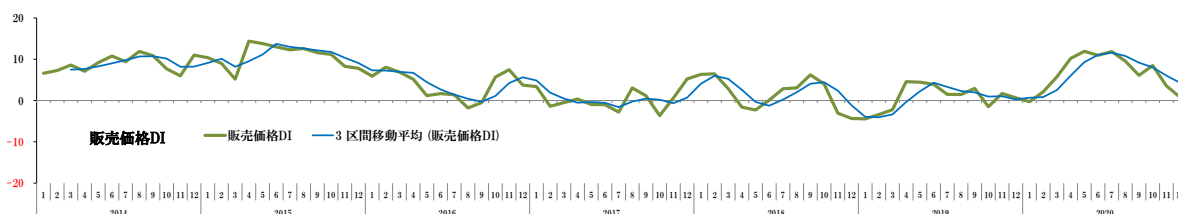
| 回答構成比 (%)      | かなり減少      | やや減少        | 変わらない       | やや増加        | かなり増加       | DI         |
|----------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 収益 (前月)        | 4.7        | 16.3        | 27.9        | 38.4        | 12.8        | 9.6        |
| <b>収益 (当月)</b> | <b>6.5</b> | <b>15.5</b> | <b>24.5</b> | <b>40.6</b> | <b>12.9</b> | <b>9.5</b> |



## 3. 販売価格DI

低下傾向が続くも、プラス圏は維持

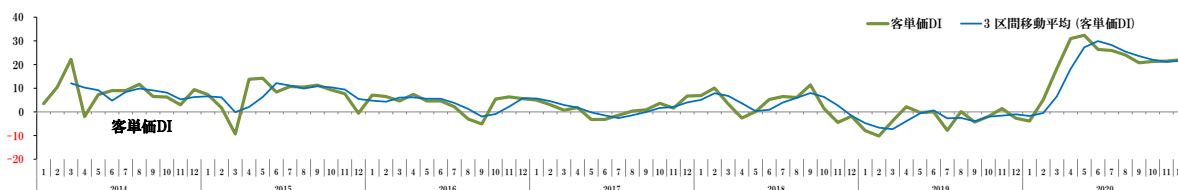
| 回答構成比 (%)        | かなり減少      | やや減少        | 変わらない       | やや増加        | かなり増加      | DI         |
|------------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| 販売価格 (前月)        | 1.7        | 10.8        | 61.4        | 23.9        | 2.3        | 3.6        |
| <b>販売価格 (当月)</b> | <b>1.3</b> | <b>13.5</b> | <b>68.6</b> | <b>14.1</b> | <b>2.6</b> | <b>0.8</b> |



## 4. 客単価DI

前月とほぼ同水準で推移し、大幅なプラス圏を維持

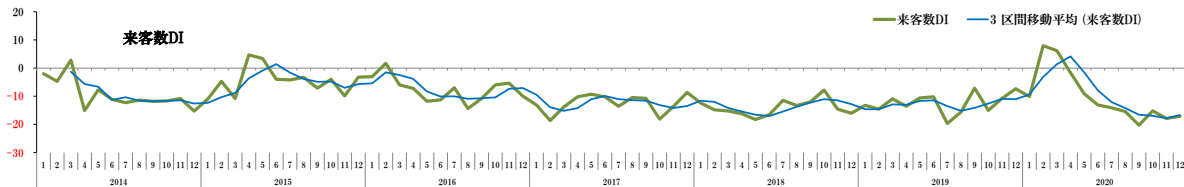
| 回答構成比 (%)       | かなり減少      | やや減少       | 変わらない       | やや増加        | かなり増加       | DI          |
|-----------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 客単価 (前月)        | 0.0        | 8.5        | 16.9        | 54.8        | 19.8        | 21.5        |
| <b>客単価 (当月)</b> | <b>0.6</b> | <b>7.6</b> | <b>12.7</b> | <b>61.4</b> | <b>17.7</b> | <b>22.0</b> |



## 5. 来客数 DI

二桁マイナス水準での推移が続く

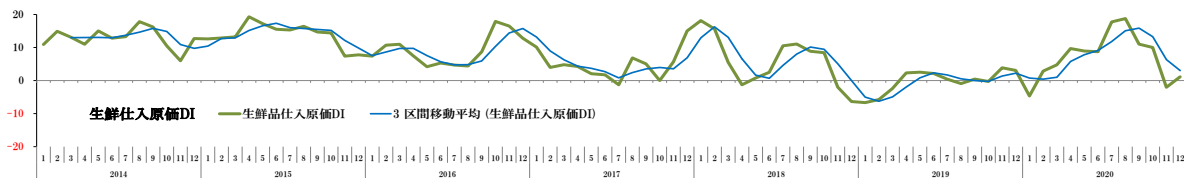
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI    |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 来客数 (前月)  | 18.1  | 48.0 | 22.6  | 10.2 | 1.1   | -17.9 |
| 来客数 (当月)  | 19.6  | 46.2 | 20.3  | 10.8 | 3.2   | -17.1 |



## 6. 生鮮仕入原価 DI

小幅に上昇しわずかながらプラス圏に

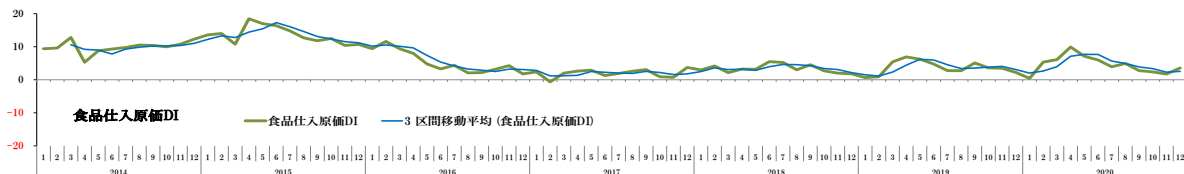
| 回答構成比 (%)   | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI   |
|-------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 生鮮仕入原価 (前月) | 3.5   | 24.4 | 51.2  | 18.6 | 2.3   | -2.0 |
| 生鮮仕入原価 (当月) | 0.6   | 17.4 | 62.6  | 15.5 | 3.9   | 1.1  |



## 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   | 4.6  | 77.6  | 14.9 | 0.6   | 1.7 |
| 食品仕入原価 (当月) | 1.3   | 4.5  | 77.4  | 12.3 | 4.5   | 3.5 |

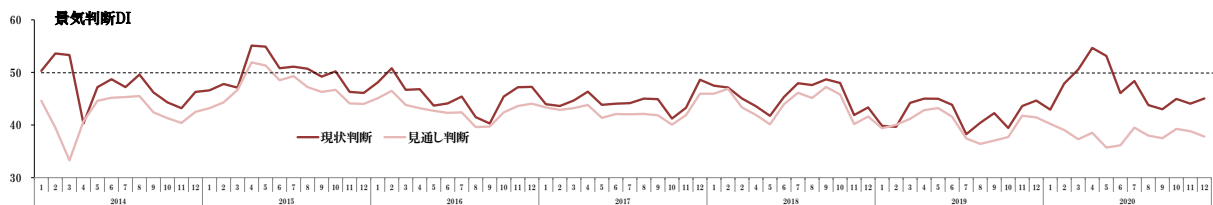


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景気判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景気判断 DI

現状、見通しともにほぼ前月水準で推移

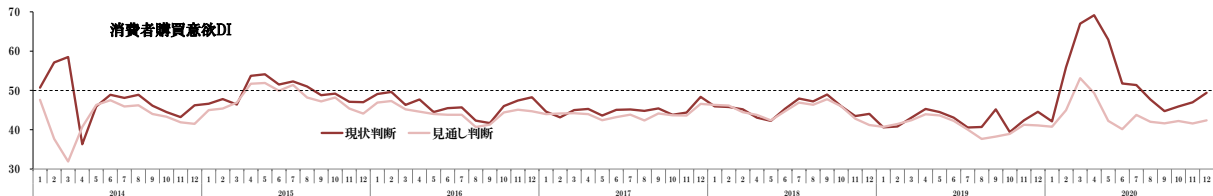
| 回答構成比 (%)             | かなり悪化      | やや悪化        | 変わらない       | やや改善        | かなり改善      | DI          |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 【現状】景気判断 (前月)         | 2.2        | 30.4        | 56.9        | 9.9         | 0.6        | 44.1        |
| <b>【現状】景気判断 (当月)</b>  | <b>2.5</b> | <b>27.3</b> | <b>58.4</b> | <b>11.2</b> | <b>0.6</b> | <b>45.0</b> |
| 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)        | 4.4        | 43.1        | 46.4        | 5.0         | 1.1        | 38.8        |
| <b>【見通し】景気判断 (当月)</b> | <b>6.9</b> | <b>40.6</b> | <b>46.9</b> | <b>5.6</b>  | <b>0.0</b> | <b>37.8</b> |



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は改善、見通しも小幅に改善

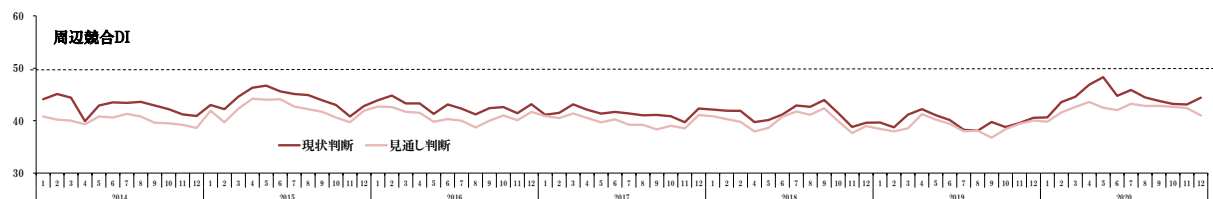
| 回答構成比 (%)             | かなり悪化      | やや悪化        | 変わらない       | やや改善        | かなり改善      | DI          |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 【現状】購買意欲 (前月)         | 0.6        | 28.2        | 54.7        | 16.0        | 0.6        | 47.0        |
| <b>【現状】購買意欲 (当月)</b>  | <b>0.0</b> | <b>25.5</b> | <b>52.2</b> | <b>21.7</b> | <b>0.6</b> | <b>49.4</b> |
| 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)        | 2.8        | 36.5        | 53.0        | 7.2         | 0.6        | 41.6        |
| <b>【見通し】購買意欲 (当月)</b> | <b>3.1</b> | <b>33.5</b> | <b>54.0</b> | <b>9.3</b>  | <b>0.0</b> | <b>42.4</b> |



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通しともにほぼ前月水準で推移

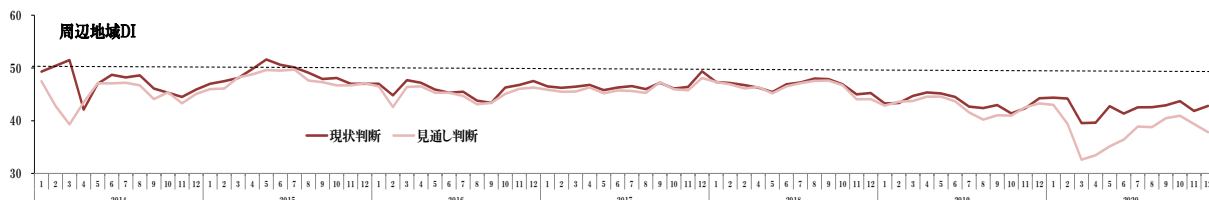
| 回答構成比 (%)             | かなり悪化      | やや悪化        | 変わらない       | やや改善       | かなり改善      | DI          |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|
| 【現状】競合状況 (前月)         | 2.2        | 25.4        | 70.2        | 2.2        | 0.0        | 43.1        |
| <b>【現状】競合状況 (当月)</b>  | <b>3.1</b> | <b>19.9</b> | <b>73.3</b> | <b>3.7</b> | <b>0.0</b> | <b>44.4</b> |
| 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)        | 2.8        | 27.1        | 68.0        | 2.2        | 0.0        | 42.4        |
| <b>【見通し】競合状況 (当月)</b> | <b>5.0</b> | <b>26.1</b> | <b>68.9</b> | <b>0.0</b> | <b>0.0</b> | <b>41.0</b> |



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断はやや改善も、見通し判断は小幅に悪化

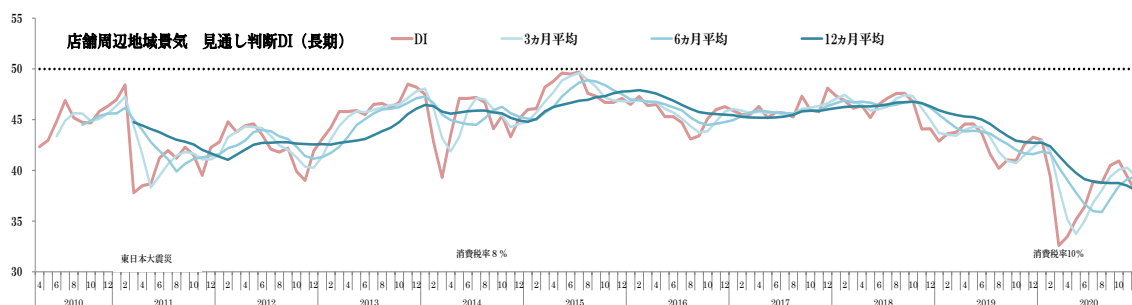
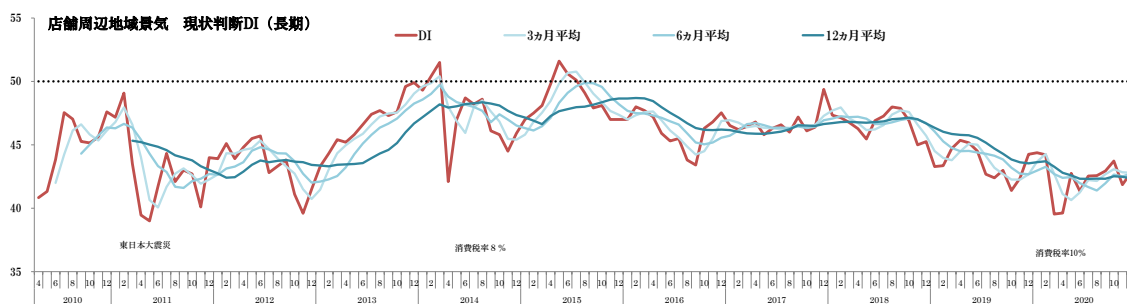
| 回答構成比 (%)      | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】地域景気 (前月)  | 0.6   | 33.1 | 64.6  | 1.7  | 0.0   | 41.9 |
| 【現状】地域景気 (当月)  | 0.6   | 30.0 | 67.5  | 1.3  | 0.6   | 42.8 |
| 回答構成比 (%)      | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
| 【見通し】地域景気 (前月) | 1.7   | 40.8 | 55.9  | 1.7  | 0.0   | 39.4 |
| 【見通し】地域景気 (当月) | 3.1   | 43.1 | 53.1  | 0.6  | 0.0   | 37.8 |



#### ・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。

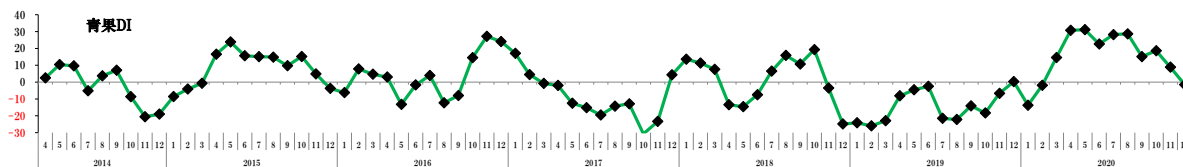
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したものの、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。以降は一進一退の推移となっている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：-1.5（やや不調）

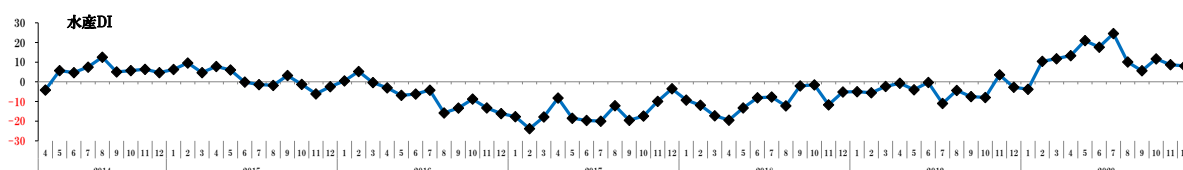
| 回答構成比 (%)      | かなり不調       | やや不調        | 変わらない       | やや好調        | かなり好調      | DI          |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 青果 (前月)        | 4.7         | 20.9        | 23.3        | 36.6        | 14.5       | 8.9         |
| <b>青果 (当月)</b> | <b>11.2</b> | <b>27.6</b> | <b>24.3</b> | <b>29.6</b> | <b>7.2</b> | <b>-1.5</b> |



年末前まで相場が安値で推移した影響で単価は下落、一方で堅調な家庭内消費を背景に買上点数は大幅増となった。前年は気温が高く鍋物商材が不振だったが、今期は気温が低く、白菜やキノコ類など鍋物商材の動きがよかった。引き続き調理用として、じゃがいもやねぎ類など土物類も好調。一方でトマトや洋菜などのサラダ商材は伸び悩んだ。国産果物は相場が高く、また帰省客減少を受けた店舗もあり、好不調まちまちの結果となった。

#### 2. 水産DI：8.1（やや好調）

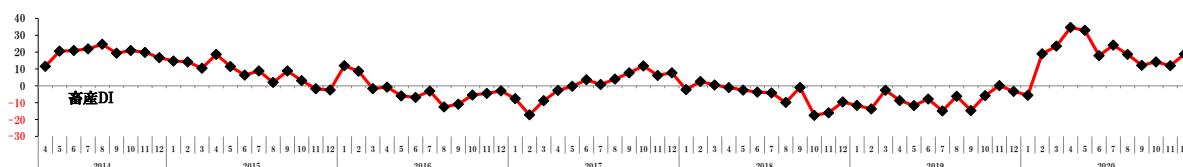
| 回答構成比 (%)      | かなり不調      | やや不調        | 変わらない       | やや好調        | かなり好調       | DI         |
|----------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 水産 (前月)        | 4.1        | 20.3        | 26.2        | 35.5        | 14.0        | 8.7        |
| <b>水産 (当月)</b> | <b>5.8</b> | <b>18.8</b> | <b>24.7</b> | <b>38.3</b> | <b>12.3</b> | <b>8.1</b> |



外食需要減少により相場安となっている影響や、農林水産省の緊急対策事業による販売支援も追い風に好調となった。年末・正月商戦では高単価商品が好調とのコメントがある一方で、帰省客減少により、刺身盛り合わせはじめとして大きな影響を受けた店舗もみられた。気温が前年に比べかなり低く推移したことで、カニやエビ、練り物など鍋関連商材の動きがよかった。引き続き家庭消費は堅調に推移しており、刺身類や簡便調理商品、保存が利く冷凍魚が好調となった。

#### 3. 畜産DI：18.8（好調）

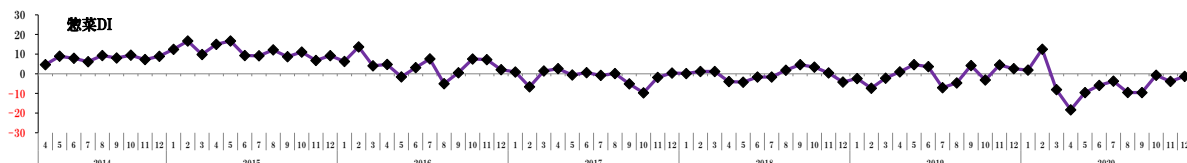
| 回答構成比 (%)      | かなり不調      | やや不調        | 変わらない       | やや好調        | かなり好調       | DI          |
|----------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 畜産 (前月)        | 4.6        | 15.0        | 22.5        | 43.4        | 14.5        | 12.0        |
| <b>畜産 (当月)</b> | <b>1.3</b> | <b>10.4</b> | <b>20.1</b> | <b>48.1</b> | <b>20.1</b> | <b>18.8</b> |



年末・正月商戦ではステーキやすき焼き用和牛など高単価商品を中心に好調とのコメントがある一方で、帰省客減少により売れ筋に大きな影響を受けた店舗もみられた。外食自粛による家庭内消費需要の堅調が続いており、月を通じ総じて好調に推移した。前年暖冬からの反動や青果の相場安を追い風に鍋用食材の引き合いが強く、豚肉や鶏肉が好調となった。牛肉は国産、輸入問わず好調となっている。加工肉は、家庭用は好調とのコメントが多いが、ギフトは好不調が分かれている。

#### 4. 惣菜DI：-1.5（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          |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 惣菜（前月）        | 8.7        | 31.8        | 29.5        | 26.6        | 3.5        | -3.9        |
| <b>惣菜（当月）</b> | <b>7.1</b> | <b>29.2</b> | <b>29.2</b> | <b>30.5</b> | <b>3.9</b> | <b>-1.3</b> |

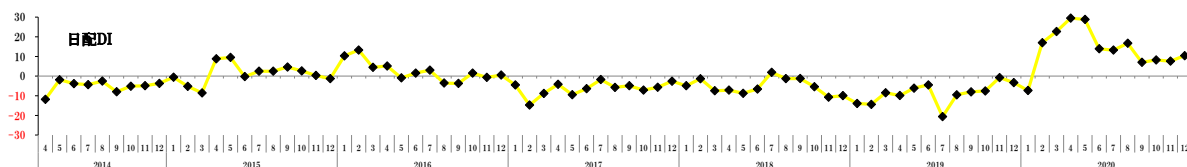


クリスマス、年末・正月商戦は、パーティーなど大人数向けが不振だったが、予約販売や家族（少人数）向け、高単価の商材が好調に推移。クリスマスは、チキンや唐揚げの動きがよかった。

月を通じて、バラ売りや試食販売自粛の影響、通勤客減少の影響を受けた店舗が多い。調理疲れからか弁当類にやや回復傾向がみられる店舗も。気温低下により麺類などホット惣菜、忘年会自粛により「家飲み」向けおつまみ惣菜は堅調に推移。青果相場安と気温低下でサラダ関連は不調となった店舗が多い。

#### 5. 日配DI：10.4（好調）

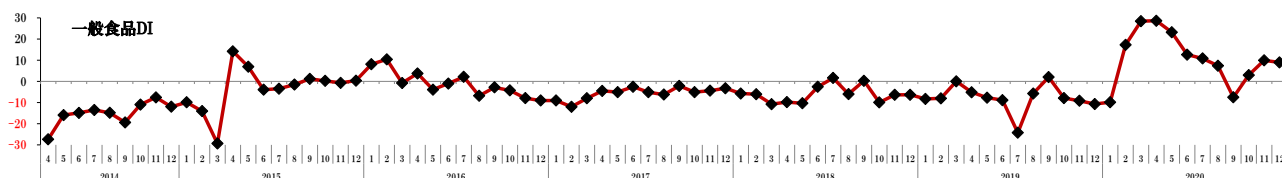
| 回答構成比 (%)     | かなり不調      | やや不調        | 変わらない       | やや好調        | かなり好調      | DI          |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 日配（前月）        | 3.4        | 21.8        | 25.9        | 38.5        | 10.3       | 7.6         |
| <b>日配（当月）</b> | <b>3.2</b> | <b>14.9</b> | <b>28.6</b> | <b>43.5</b> | <b>9.7</b> | <b>10.4</b> |



歳末商材は需要増を見越して販売時期を前倒した店舗も多くみられ、ケーキ・おせちは高単価商材の動きがよく、予約の早期終了や、機会ロスが発生した企業も多い。クリスマスは手作りケーキ用商品、冷凍ピザが好調とのコメントも多かった。堅調な家庭内需要と保存性を背景に、冷凍食品が好調に推移した。気温が低下したことでホット商材やおでん・鍋商材の動きがよかった。供給が回復したバター、そしてチーズなどの乳製品の好調も継続している。青果相場安の影響で漬物類は動きが悪かった。

#### 6. 一般食品：9.0（やや好調）

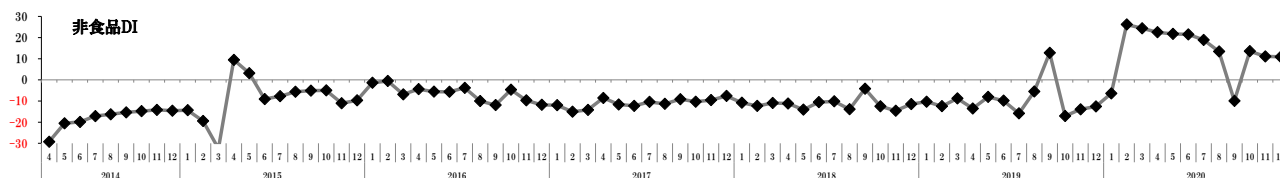
| 回答構成比 (%)       | かなり不調      | やや不調        | 変わらない       | やや好調        | かなり好調       | DI         |
|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 一般食品（前月）        | 5.1        | 16.5        | 24.4        | 41.5        | 12.5        | 9.9        |
| <b>一般食品（当月）</b> | <b>1.9</b> | <b>17.9</b> | <b>34.6</b> | <b>33.3</b> | <b>12.2</b> | <b>9.0</b> |



堅調な家庭内需要に加え、年末を自宅で過ごす傾向が強まったことで、米や餅、調味料、粉物や手作り用食材、レトルト、インスタントなどがいずれも好調となった。鏡餅が早期に完売したとの声も。家飲み傾向により酒類も好調となった一方で、大容量飲料が不調とのコメントがみられた。前年より低い気温でスープ類、鍋つゆ、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かった。菓子は手土産ギフトが減少も、豆菓子や珍味、スナックなどが好調。帰省客減少の影響を受けた地域も多い。

## 7. 非食品 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   |
|----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 非食品（前月）  | 5.8   | 15.2 | 26.9  | 32.7 | 19.3  | 11.1 |
| 非食品（当月）  | 3.3   | 19.2 | 27.2  | 31.1 | 19.2  | 10.9 |



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は引き続き堅調、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た。気温の低下によりカイロなどの季節商品、在宅機会増加の影響を受け大掃除向けの家庭用洗剤などが好調とのコメントがみられた。

### 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～

### 2021年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 帰省客減少（年末は自宅で過ごす）
2. 気温低下（平年以下、前年暖冬の反動）
3. 青果相場安

### （参考）2020年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 気温が高く冬物商材の動き鈍い
2. 年末商戦は比較的好調
3. クリスマスが平日

### スーパーマーケット景気動向調査 集計数

12月実績速報版      161社  
 11月実績確報版      181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)