

スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年1月実績 速報版(パネル270)

2021年12月実績 確報版(パネル270)

2021年 年間集計 確報版

(2022年2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

2022年2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
 2022年1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)	2020年同月比 (全店)	2020年同月比 (既存店)
総売上高	95,644,122	100.0%	99.2%	97.9%	105.8%	104.1%
食品合計	86,092,001	90.0%	99.0%	97.7%	106.3%	104.6%
生鮮3部門合計	33,395,844	34.9%	97.9%	96.6%	106.4%	104.5%
青果	12,976,887	13.6%	98.0%	96.7%	107.1%	105.4%
水産	8,702,921	9.1%	98.7%	97.4%	104.9%	102.9%
畜産	11,716,036	12.2%	97.3%	95.8%	107.2%	105.2%
惣菜	9,859,395	10.3%	104.4%	102.9%	105.6%	103.0%
日配	18,736,805	19.6%	98.9%	97.7%	106.6%	105.1%
一般食品	24,099,957	25.2%	98.5%	97.3%	106.2%	104.9%
非食品	7,115,366	7.4%	98.3%	96.5%	101.2%	100.1%
その他	2,436,795	2.5%	98.0%	99.0%	92.7%	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	12,668,340	43	99.9%	99.3%
関東地方	34,320,157	73	98.7%	96.8%
中部地方	11,627,290	53	100.6%	98.4%
近畿地方	22,621,654	44	97.6%	96.9%
中国・四国地方	9,478,883	34	100.8%	99.3%
九州・沖縄地方	4,927,799	23	103.2%	103.9%

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	607,845	46	98.5%	98.5%
4~10店舗	4,229,451	82	93.7%	93.4%
11~25店舗	8,811,182	52	99.2%	98.3%
26~50店舗	16,541,267	45	98.8%	97.6%
51店舗以上	65,454,377	45	99.5%	98.1%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,671,033	
総店舗数 (店舗)	8,302	店舗平均月商 (万円)	11,521	
総売場面積 (㎡)	13,810,164	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

2022年2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
 2021年12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	112,267,292	100.0%	99.0%	97.9%
食品合計	101,374,862	90.3%	99.1%	98.0%
生鮮3部門合計	39,128,033	34.9%	98.5%	97.3%
青果	14,560,814	13.0%	99.5%	98.5%
水産	11,158,036	9.9%	98.6%	97.3%
畜産	13,409,182	11.9%	97.2%	95.9%
惣菜	11,765,430	10.5%	104.0%	102.3%
日配	21,499,848	19.2%	98.8%	97.9%
一般食品	28,981,552	25.8%	98.1%	97.3%
非食品	7,880,365	7.0%	97.0%	95.4%
その他	3,012,106	2.7%	95.8%	96.9%

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	15,978,504	43	99.3%	98.7%
関東地方	40,780,185	73	99.3%	97.7%
中部地方	13,773,905	53	99.4%	97.9%
近畿地方	24,489,656	44	97.6%	97.0%
中国・四国地方	11,231,366	34	99.0%	97.8%
九州・沖縄地方	6,013,677	23	101.0%	101.6%

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	763,361	46	95.7%	95.7%
4~10店舗	5,090,980	82	95.5%	95.4%
11~25店舗	11,399,720	53	98.3%	97.9%
26~50店舗	19,662,064	44	98.4%	97.5%
51店舗以上	75,351,167	45	99.5%	98.2%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	109,866,862	
総店舗数 (店舗)	8,290	店舗平均月商 (万円)	13,542	
総売場面積 (㎡)	13,805,348	売場1㎡あたり売上高 (万円)	8.1	

※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2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 2021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 （全店）	前年比 （既存店）
総売上高	1,166,159,949	100.0%	99.5%	98.7%
食品合計	1,055,509,815	90.5%	99.9%	98.9%
生鮮3部門合計	402,663,385	34.5%	98.9%	97.9%
青果	161,072,583	13.8%	98.5%	97.5%
水産	103,420,883	8.9%	100.2%	99.1%
畜産	138,169,918	11.8%	98.6%	97.5%
惣菜	122,401,149	10.5%	105.3%	104.0%
日配	231,347,505	19.8%	99.7%	98.6%
一般食品	299,097,776	25.6%	99.3%	98.5%
非食品	78,320,469	6.7%	95.1%	94.6%
その他	32,329,665	2.8%	97.1%	97.6%

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 （全店）	前年比 （既存店）
北海道・東北地方	158,336,170	43	99.9%	99.5%
関東地方	428,388,469	73	99.6%	98.7%
中部地方	141,353,789	53	99.7%	98.2%
近畿地方	262,321,838	44	98.9%	98.2%
中国・四国地方	116,394,667	34	100.4%	98.8%
九州・沖縄地方	59,365,016	23	99.0%	99.0%

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	7,588,145	46	94.5%	94.7%
4～10店舗	52,917,916	81	95.2%	95.3%
11～25店舗	116,867,240	54	99.1%	98.6%
26～50店舗	199,688,577	44	99.1%	98.3%
51店舗以上	789,098,070	45	100.0%	99.0%

※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

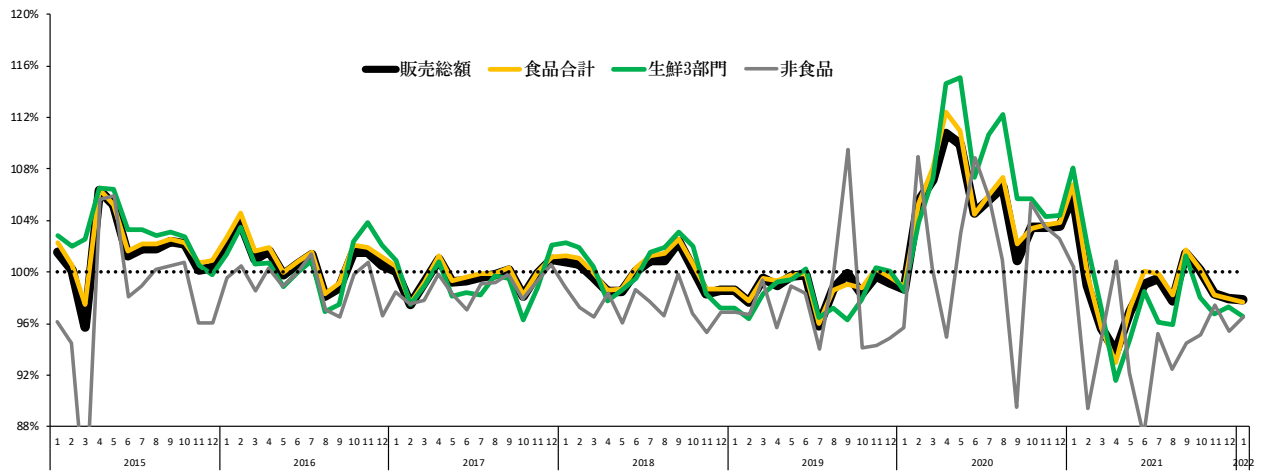
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,143,813,762
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

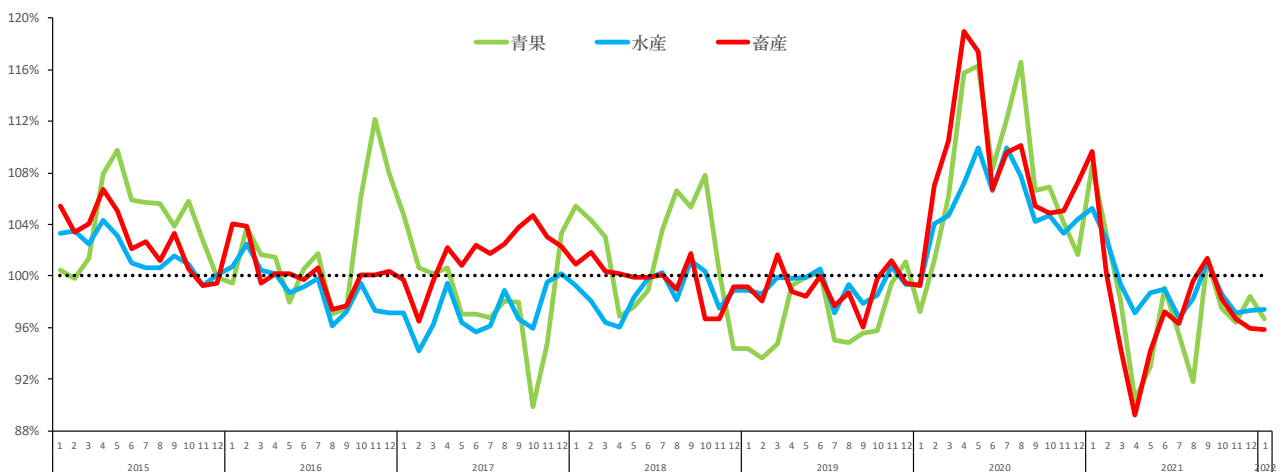
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

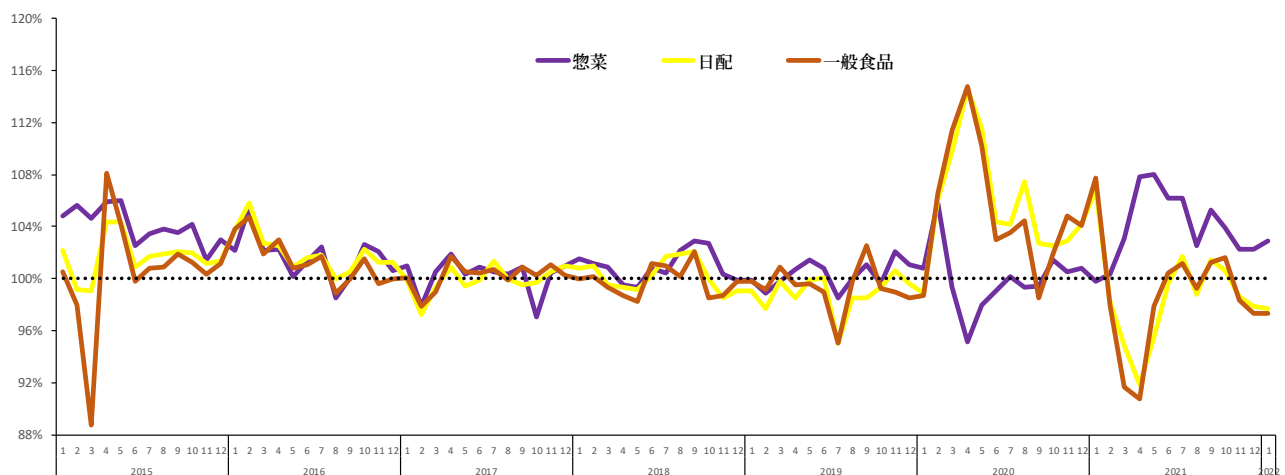
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2022年1月実績は速報版

2022年1月エリア別気候状況

気温の特徴：気温は、東日本で低く、沖縄・奄美で高かった

上旬：北・東日本で低かった。西日本と沖縄・奄美で平年並だった。

中旬：北日本で高かった。一方、東・西日本、沖縄・奄美で低かった。

下旬：沖縄・奄美でかなり高く、西日本で高かった。北・東日本で平年並だった。

2021年1月との比較：上旬は全国的に前年に比べかなり高く、下旬はかなり低い気温となった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2022年1月			2021年1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	-1.8	1.5	-0.3	-4.0	-0.3	1.0	2.2	1.8	-1.3
太平洋側	-1.7	1.6	-0.5	-4.0	-0.4	1.0	2.3	2.0	-1.5
東日本 日本海側	-0.9	-1.0	-0.1	-2.6	-0.6	1.5	1.7	-0.4	-1.6
太平洋側	-1.1	-0.8	-0.1	-1.6	0.1	2.2	0.5	-0.9	-2.3
西日本 日本海側	-0.2	-1.4	1.0	-3.4	0.0	3.2	3.2	-1.4	-2.2
太平洋側	-0.4	-1.3	0.7	-3.1	-0.2	3.0	2.7	-1.1	-2.3
沖縄・奄美	0.9	-1.1	1.9	-2.6	-1.4	1.5	3.5	0.3	0.4

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：日照時間は、西日本日本海側でかなり多かった

上旬：北・東・西日本でかなり多かった。沖縄・奄美で平年並だった。

中旬：東日本日本海側でかなり少なく、北日本太平洋側と沖縄・奄美で少なかった。北日本日本海側、東日本太平洋側、西日本で平年並だった。

下旬：北日本と東日本日本海側で多かった。一方、西日本太平洋側で少なかった。

2021年1月との比較：上旬は前年よりかなり多く、中旬はかなり少ない地域が多かった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年1月			2021年1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	142	85	116	93	104	136	49	-19	-20
太平洋側	125	86	112	109	90	92	16	-4	20
東日本 日本海側	182	43	121	55	110	139	127	-67	-18
太平洋側	115	106	101	103	100	83	12	6	18
西日本 日本海側	162	111	106	92	156	122	70	-45	-16
太平洋側	130	104	88	104	135	106	26	-31	-18
沖縄・奄美	76	52	85	48	130	144	28	-78	-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%

降水量の特徴：降水量は、北日本日本海側でかなり多かった

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

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

下旬：北日本太平洋側と東日本日本海側でかなり少なく、北日本日本海側と東日本太平洋側で少なかった。一方西日本日本海側で多かった。

2021年1月との比較：上旬は東日本日本海側でかなり少なく、中旬は北日本と東日本で多く、中旬は少ない地域が多かった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年1月			2021年1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	110	187	83	113	114	70	-3	73	13
太平洋側	52	278	33	85	102	111	-33	176	-78
東日本 日本海側	48	156	29	220	121	69	-172	35	-40
太平洋側	19	69	17	5	19	194	14	50	-177
西日本 日本海側	35	63	99	54	41	102	-19	22	-3
太平洋側	25	31	93	16	27	227	9	4	-134
沖縄・奄美	86	94	193	131	21	140	-45	73	53

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「1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

2022年2月調査結果（1月実績）
（2022年2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

2月調査（1月実績）結果概況

景気判断DIは現状・見通しともに改善

1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+1.7の40.9、見通し判断は前月から+3.0の37.5となり、ともに前月から改善をみせた。

経営動向調査では、売上高DI、収益DIともに前月からマイナス幅をわずかに縮小した。中旬までは感染状況の落ち着きにより内食需要の減少がみられたが、その後持ち直した。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、原材料価格高騰による値上げで食品仕入原価DIの上昇傾向が続いており、いずれも二桁プラス域で高止まりしている。

カテゴリ動向調査では、前年緊急事態宣言下で内食需要が高まった反動はあるものの、前月に比べマイナス幅を縮小したカテゴリが多い。惣菜DIのみが二桁のプラスとなっている。(カテゴリ動向については最終ページに詳細を掲載)

景況感調査は、巣ごもり需要の回復傾向により、景気判断DIや消費者購買意欲DIが小幅な改善をみせた。(長期傾向についてはP11参照)

世界的な物価高騰の影響が国内にも徐々に波及しており、ガソリンや灯油の価格高騰だけでなく食品にも値上げの動きが目立つようになってきた。また、オミクロン株の特性により、生産や物流への影響、そして店舗での人員不足が発生している地域もあり、営業継続が困難になるケースも出ている。

今後も感染状況により消費者心理は短期間で変化する可能性がある。足元の販売動向の把握に前年の影響を受ける前年同月比だけでなく、前週比など直近との比較も有効となる状況にある。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月：40.9 (+1.7) 前月：39.2	消費者購買意欲DI 当月：43.2 (+1.4) 前月：41.8	周辺地域 競合状況DI 当月：41.3 (+0.9) 前月：40.4	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：41.8 (+0.2) 前月：41.6
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月：37.5 (+3.0) 前月：34.5	消費者購買意欲DI 当月：41.6 (+3.0) 前月：38.6	周辺地域 競合状況DI 当月：39.4 (+0.9) 前月：38.5	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：40.5 (-0.3) 前月：40.8
--	---	---	---

経営動向調査 経営状況

売上高DI 当月：-9.9 (+1.7) 前月：-11.6	客単価DI 当月：0.2 (-3.8) 前月：4.0	来客数DI 当月：-12.8 (+4.5) 前月：-17.3	
収益DI 当月：-11.1 (+2.5) 前月：-13.6	販売価格DI 当月：11.9 (+3.3) 前月：8.6	生鮮品仕入原価DI 当月：12.8 (+1.1) 前月：11.7	食品仕入原価DI 当月：15.4 (+4.2) 前月：11.2

カテゴリ動向

青果DI 当月：-13.9 (-2.6) 前月：-11.3	水産DI 当月：-4.9 (+7.5) 前月：-12.4	畜産DI 当月：-13.9 (+3.1) 前月：-17.0	
惣菜DI 当月：9.5 (+0.4) 前月：9.1	日配DI 当月：-8.1 (+3.8) 前月：-11.9	一般食品DI 当月：-8.8 (+6.1) 前月：-14.9	非食品DI 当月：-6.4 (+11.7) 前月：-18.1

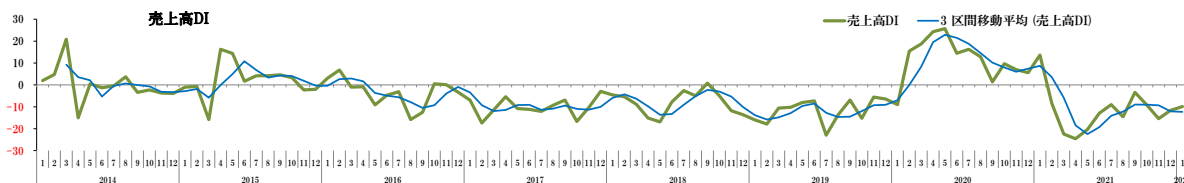
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

マイナス幅縮小も、前年比では低迷が続く

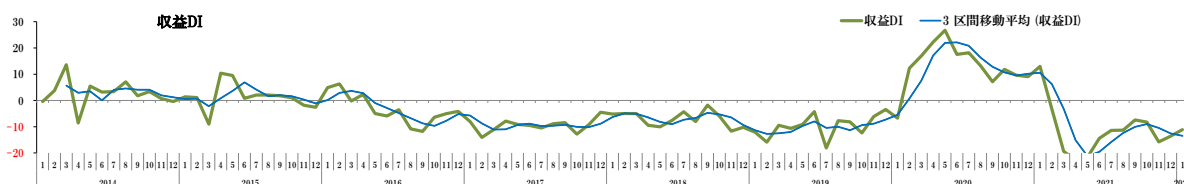
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	13.1	42.6	24.6	16.9	2.7	-11.6
売上高 (当月)	13.6	38.3	24.7	20.8	2.6	-9.9



2. 収益DI

マイナス幅縮小も、前年比では低迷が続く

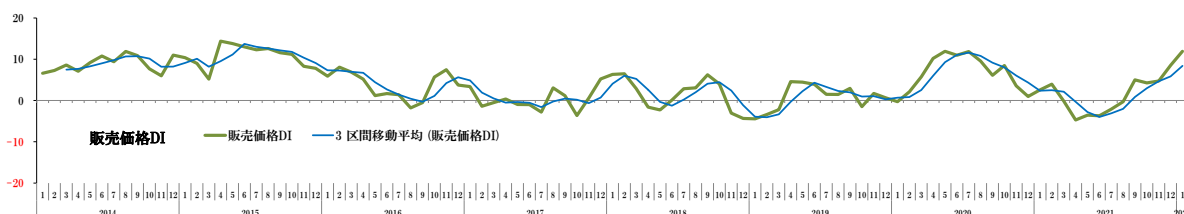
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	17.2	37.8	29.4	13.3	2.2	-13.6
収益 (当月)	15.9	37.1	26.5	16.6	4.0	-11.1



3. 販売価格DI

5か月連続で上昇し、二桁プラス圏を記録

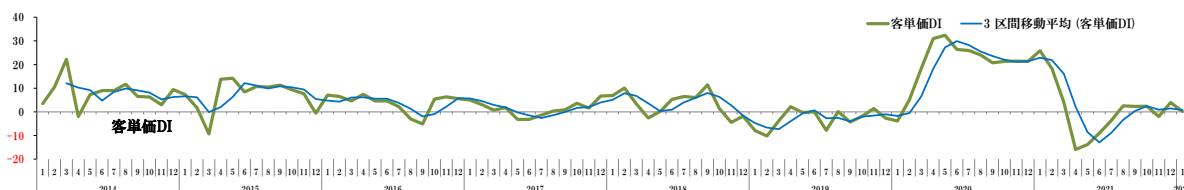
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	5.5	53.6	39.8	0.6	8.6
販売価格 (当月)	0.0	4.0	44.4	51.7	0.0	11.9



4. 客単価DI

前月からプラス幅を縮小

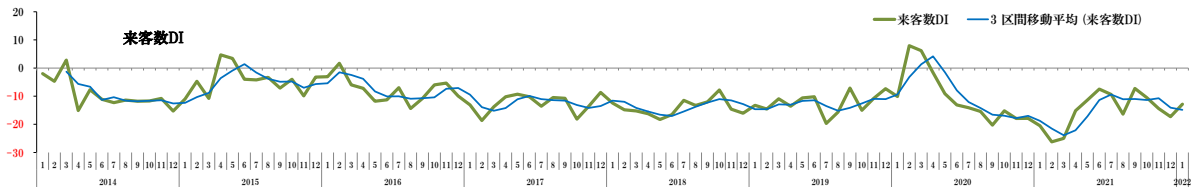
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.6	20.8	39.9	35.5	2.2	4.0
客単価 (当月)	1.9	28.6	37.7	30.5	1.3	0.2



5. 来客数 DI

ややマイナス幅を縮小するも、二桁マイナス圏で推移

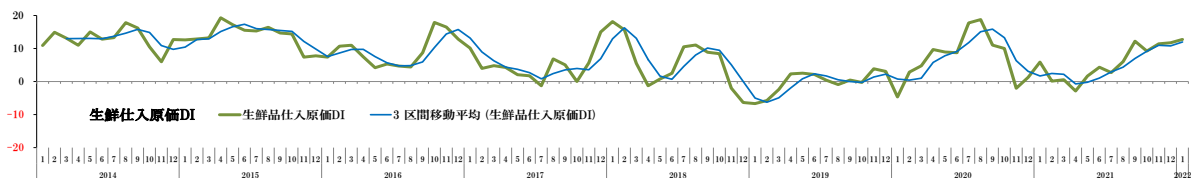
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	14.8	51.1	23.6	9.3	1.1	-17.3
来客数 (当月)	12.3	44.8	26.6	14.3	1.9	-12.8



6. 生鮮仕入原価 DI

引き続き二桁プラス圏で高止まり傾向

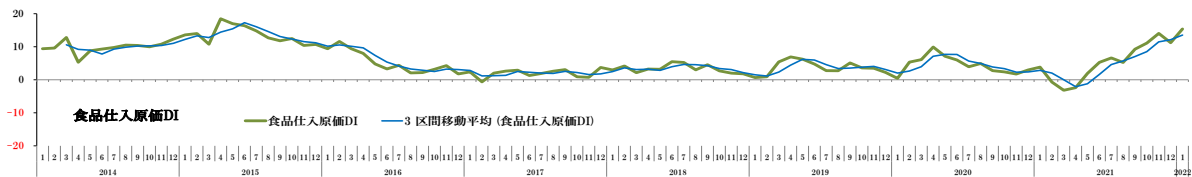
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.3	9.6	32.8	49.7	5.6	11.7
生鮮仕入原価 (当月)	1.3	7.4	36.2	49.0	6.0	12.8



7. 食品仕入原価 DI

上昇傾向が続く

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)	1.7	11.8	32.6	47.8	6.2	11.2
食品仕入原価 (当月)	1.3	5.3	31.8	53.6	7.9	15.4

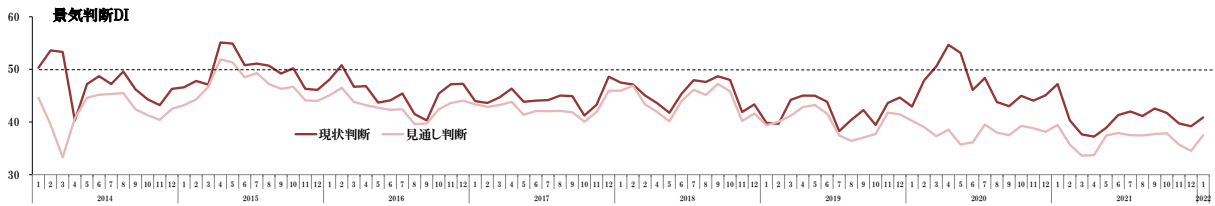


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は前月水準も、見通し判断は改善

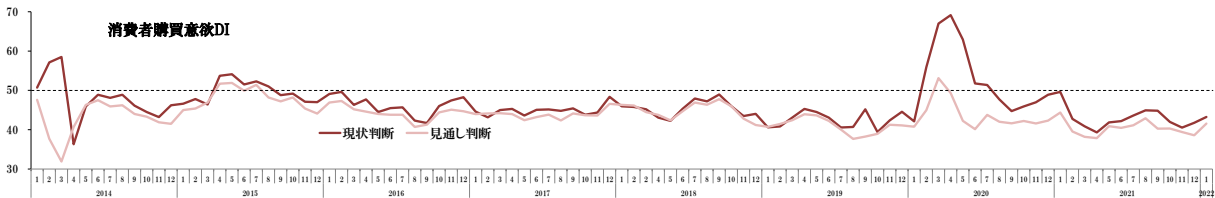
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	5.9	38.9	48.1	6.5	0.5	39.2
【現状】景況判断 (当月)	3.8	37.2	50.6	8.3	0.0	40.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	8.7	47.8	40.2	3.3	0.0	34.5
【見通し】景況判断 (当月)	5.1	43.6	47.4	3.8	0.0	37.5



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断、共に改善

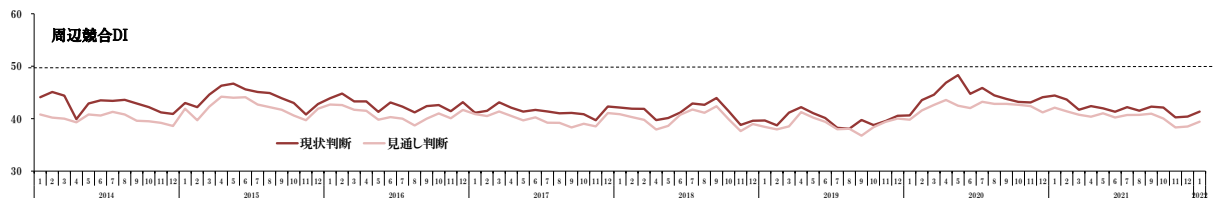
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	3.8	35.7	50.8	9.2	0.5	41.8
【現状】購買意欲 (当月)	2.6	32.3	54.8	10.3	0.0	43.2
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.7	45.1	47.8	3.8	0.5	38.6
【見通し】購買意欲 (当月)	1.9	36.4	55.2	6.5	0.0	41.6



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断ともにわずかに改善

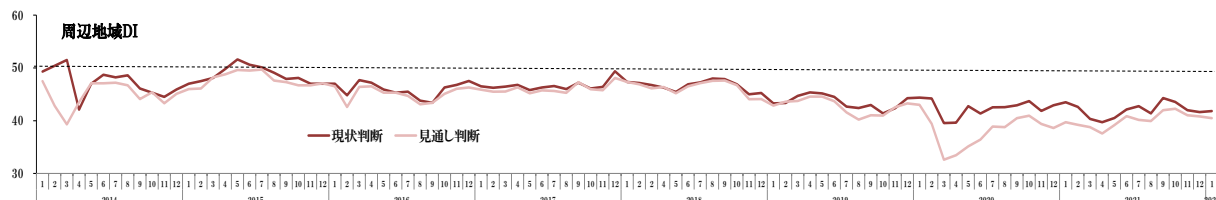
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	5.4	28.6	64.9	1.1	0.0	40.4
【現状】競合状況 (当月)	4.5	27.6	66.0	1.9	0.0	41.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	7.6	31.9	59.5	1.1	0.0	38.5
【見通し】競合状況 (当月)	7.1	29.5	62.2	1.3	0.0	39.4



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断、見通し判断ともに前月と同水準

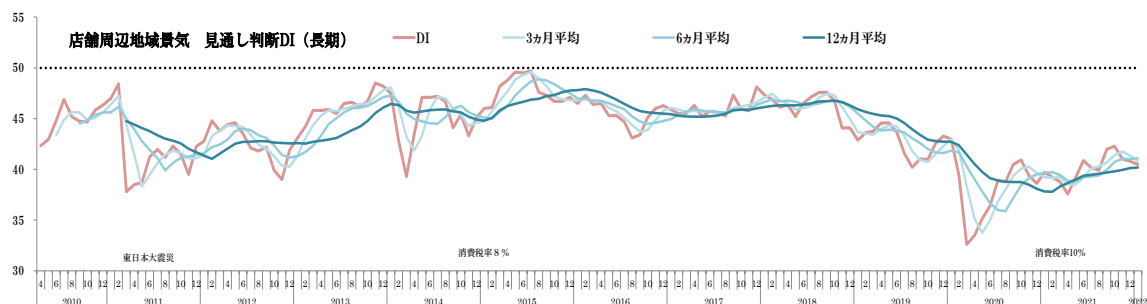
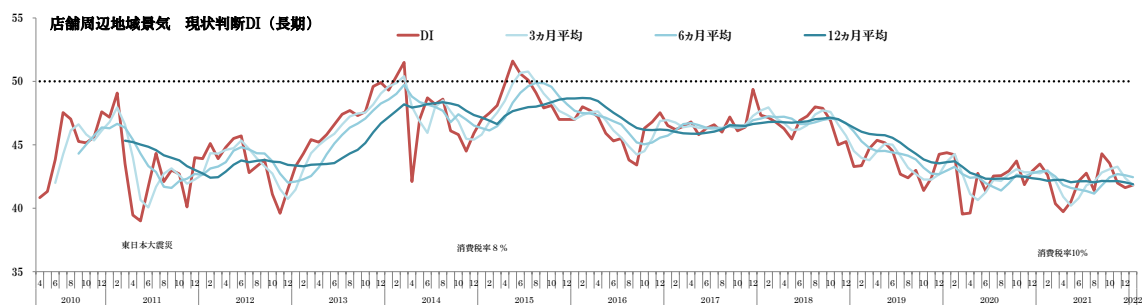
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	2.7	31.9	61.6	3.8	0.0	41.6
【現状】地域景気 (当月)	1.3	32.1	64.7	1.9	0.0	41.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	2.2	35.7	58.9	3.2	0.0	40.8
【見通し】地域景気 (当月)	1.3	36.1	61.9	0.6	0.0	40.5



・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。

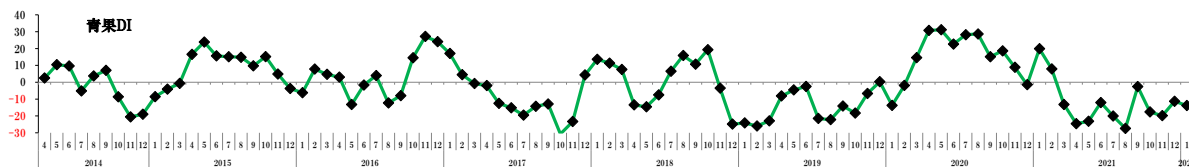
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したのが、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。その後21年2月からは悪化するも、5月以降は小幅ながら改善傾向が続いている。その後、9月に大幅な上昇をみせ各移動平均線を上抜きましたが、年末にかけて再び弱含みとなっている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-13.9（不調）

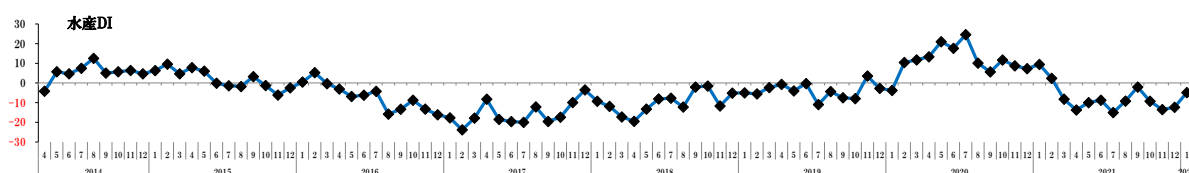
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	10.7	45.8	24.9	15.3	3.4	-11.3
青果（当月）	17.6	42.6	19.6	18.2	2.0	-13.9



特に中旬頃までは感染者数が少なく、内食需要は落ち着き、不調となった。タマネギやじゃがいもなど土物類は相場高となって売上を確保した店舗が多く、焼き芋などサツマイモが好調とのコメントもみられた。葉物類は相場安で単価が下落し伸び悩んだ店舗が多い。白菜、菌類をはじめ鍋物関連は、気温による影響を受け、好不調の判断がわかれた。国産果物ではみかんは比較的好調に推移したが、生育不足で相場高となったイチゴは不調とするコメントが多かった。

2. 水産DI：-4.9（やや不調）

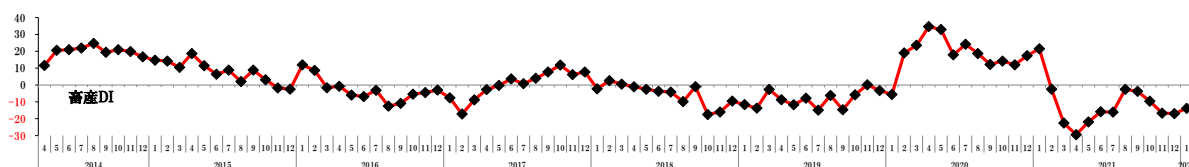
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	12.5	45.5	25.6	11.9	4.5	-12.4
水産（当月）	8.1	37.8	27.7	18.2	8.1	-4.9



年始は、刺身類、大型パックなどが好調に推移した。中旬までは内食需要に落ち着きがみられたが、下旬は回復傾向も。漁船の燃料費高騰もあり生魚の入荷が不安定なうえ、輸入品の高騰など相場高となっており、販売に苦労した店舗が多かった。カニや輸入魚介類（鮭・えび・タコなど）や冷凍加工品、珍味の価格上昇が目立ち、販売数量を落とした店舗が多い。タラや牡蠣など鍋関連は気温の影響で好不調がわかれた。ブリやハマチをはじめとする一部の魚種には、前年の農林水産省・緊急対策事業による補助からの反動減もみられた。

3. 畜産DI：-13.9（不調）

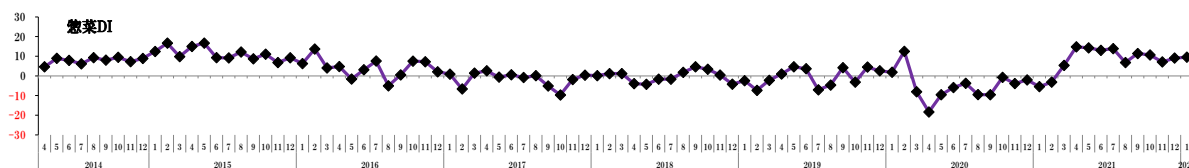
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	21.3	42.1	21.3	13.5	1.7	-17.0
畜産（当月）	19.6	37.8	23.6	16.2	2.7	-13.9



年始は和牛など高単価商品や大型パック中心に好調に推移したが、中旬まで内食需要が落ち着き、販売数量の減少傾向が続いた。下旬からは保存の利く畜産品の需要が高まった。牛肉は、すき焼きやししゃぶししゃぶ用が低調であり、なかでも輸入牛に価格高騰が続いており、販促も打ちにくく伸び悩んだ。比較的価格が安定している国産豚肉や、鶏肉は比較的好調に推移した。ハムなどの加工肉は前年を下回った店舗が多い。

4. 惣菜DI：9.5（やや好調）

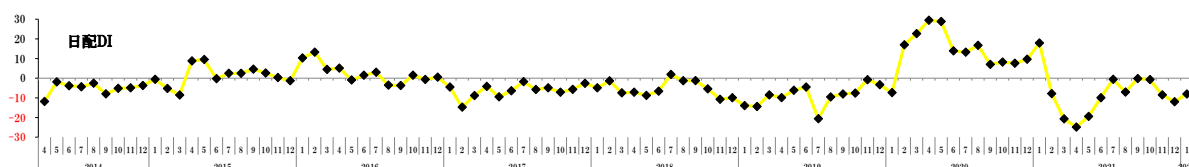
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	3.4	17.6	30.1	36.9	11.9	9.1
惣菜（当月）	5.6	13.2	31.3	37.5	12.5	9.5



年始は帰省や集まりも増え、寿司やオードブルなどの大型パックが好調となった。中旬までは夕方以降の人流が増加し、揚げ物やフライ類を中心に夜間売上の回復傾向がみられた。中旬以降は、昼食需要や家飲み向けの焼鳥やつまみ類の動きがよくなった。週末を中心に寿司類は引き続き好調、近場への行楽や小規模イベント再開により、弁当類も好調に推移した。原料や資材の仕入れ原価の高騰を懸念するコメントがみられた。

5. 日配DI：-8.1（やや不調）

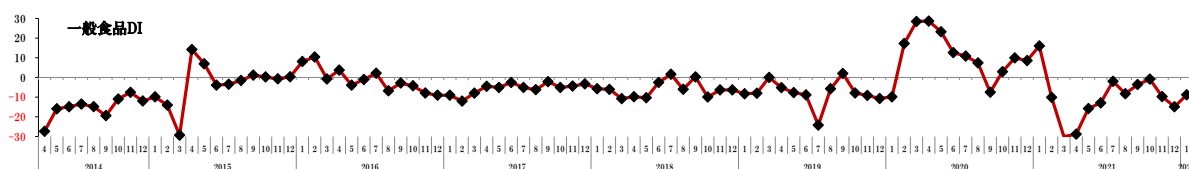
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	10.7	43.3	31.5	12.4	2.2	-11.9
日配（当月）	10.1	35.6	34.9	15.4	4.0	-8.1



中旬まで内食需要に落ち着きが見られ、全般的に買上点数が伸び悩んだ。利便性が定着した冷凍食品や、デザート類は引き続き好調に推移した。値上げのあったパン類も前年を上回った店舗が多い。和日配は、前半高めの気温の影響でこんにゃく、練物、豆腐など鍋物関連、納豆も伸び悩んだ。乳製品は、機能性ヨーグルトを中心に不振となった。

6. 一般食品：-8.8（やや不調）

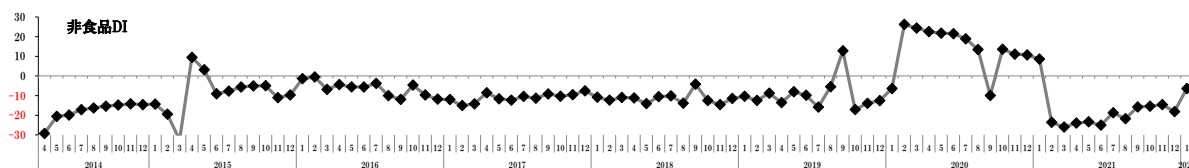
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	15.2	46.6	21.3	16.3	0.6	-14.9
一般食品（当月）	11.3	35.3	31.3	21.3	0.7	-8.8



前年緊急事態宣言下であった反動により、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）は伸び悩んだ。値上げのあった油や調味料は単価上昇となり好調に推移した。菓子類、水や飲料は好調、一方で鍋関連やホットメニューは気温の状況により好不調がわかれた。家飲み需要は堅調に推移しており、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。米類は相場安により売上を確保できなかった。値上げが相次いでおり、今後の販売数量減を懸念するコメントがみられた。

7. 非食品 DI：-6.4（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）	23.6	37.4	28.2	9.8	1.1	-18.1
非食品（当月）	11.7	31.0	33.8	17.9	5.5	-6.4



マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品の反動が一巡してきたほか、ティッシュやトイレトペーパー、キッチンペーパーなどの紙製品の値上げ報道により好調に推移した。家庭用洗剤は巣ごもり需要が落ち着き不振となった。カイロなど冬物商材も伸び悩んだ店舗が多い。

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～

2022年2月調査（1月実績）キーワード TOP3

1. 中旬まで内食需要落ち着き、下旬は回復
2. 販売価格と仕入れ原価の高騰
3. 前年緊急事態宣言下、寒波による特需からの反動

（参考）2021年2月調査（1月実績）キーワード TOP3

1. 緊急事態宣言発令（飲食店時短営業）による内食需要拡大
2. 青果相場の落ち着き
3. 寒波（気温の低下、大雪）

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

1月実績速報版 156社
 12月実績確報版 185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