

スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年6月実績 速報版(パネル270)

5月実績 確報版(パネル270)

2022年上半期集計 速報版

(2022年7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7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6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	95,852,265	100.0%	98.5%	97.4%
食品合計	86,638,375	90.4%	98.1%	97.0%
生鮮3部門合計	32,251,096	33.6%	96.9%	95.7%
青果	13,189,402	13.8%	97.7%	96.6%
水産	7,998,537	8.3%	94.7%	93.4%
畜産	11,063,157	11.5%	97.7%	96.4%
惣菜	9,855,050	10.3%	101.7%	100.2%
日配	19,404,988	20.2%	99.0%	97.9%
一般食品	25,127,240	26.2%	97.6%	96.7%
非食品	7,130,921	7.4%	101.0%	101.2%
その他	2,083,017	2.2%	91.5%	92.6%

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	12,770,216	43	99.8%	98.6%
関東地方	34,680,252	73	97.9%	96.6%
中部地方	12,520,586	53	100.1%	99.0%
近畿地方	21,471,642	44	96.0%	95.4%
中国・四国地方	9,505,909	34	98.9%	97.3%
九州・沖縄地方	4,903,660	23	106.6%	106.5%

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	515,672	43	94.4%	96.1%
4~10店舗	4,285,400	85	95.5%	94.5%
11~25店舗	8,341,754	51	98.6%	97.5%
26~50店舗	17,269,496	46	99.0%	97.7%
51店舗以上	65,439,942	45	98.5%	97.5%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,706,396	
総店舗数 (店舗)	8,341	店舗平均月商 (万円)	11,492	
総売場面積 (㎡)	13,762,627	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7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5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	98,039,700	100.0%	97.8%	96.6%
食品合計	89,507,874	91.3%	97.8%	96.4%
生鮮3部門合計	33,893,818	34.6%	97.1%	95.7%
青果	13,810,213	14.1%	99.5%	98.1%
水産	8,420,951	8.6%	95.1%	93.6%
畜産	11,662,653	11.9%	95.8%	94.3%
惣菜	10,163,267	10.4%	102.7%	100.9%
日配	19,623,791	20.0%	97.9%	96.8%
一般食品	25,826,998	26.3%	96.6%	95.4%
非食品	6,370,640	6.5%	99.3%	99.2%
その他	2,161,237	2.2%	98.8%	93.8%

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	13,360,073	43	99.2%	98.2%
関東地方	35,917,586	73	96.3%	94.7%
中部地方	11,961,907	53	99.9%	98.4%
近畿地方	21,827,469	44	96.5%	95.8%
中国・四国地方	9,969,566	34	99.9%	98.0%
九州・沖縄地方	5,003,098	23	102.1%	102.1%

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	583,753	44	96.8%	96.2%
4~10店舗	4,443,166	84	94.1%	93.4%
11~25店舗	8,653,879	51	97.8%	96.8%
26~50店舗	18,328,353	47	99.0%	96.8%
51店舗以上	66,030,549	44	97.8%	96.8%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	96,012,707	
総店舗数 (店舗)	8,333	店舗平均月商 (万円)	11,765	
総売場面積 (㎡)	13,765,719	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.1	

※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7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年上半期（1～6月）実績速報版（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	571,643,654	100.0%	100.0%	98.7%
食品合計	516,645,768	90.4%	99.9%	98.6%
生鮮3部門合計	194,760,770	34.1%	99.2%	97.8%
青果	79,437,382	13.9%	100.8%	99.6%
水産	48,989,992	8.6%	97.6%	96.2%
畜産	66,333,396	11.6%	98.4%	97.0%
惣菜	60,622,404	10.6%	104.1%	102.4%
日配	114,073,788	20.0%	99.9%	98.7%
一般食品	147,188,806	25.7%	99.2%	98.0%
非食品	39,619,258	6.9%	99.5%	98.5%
その他	15,378,628	2.7%	95.2%	95.1%

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	77,138,379	43	100.7%	100.0%
関東地方	207,960,261	73	99.6%	97.8%
中部地方	70,519,090	53	101.4%	99.7%
近畿地方	129,480,068	44	98.0%	97.3%
中国・四国地方	57,300,539	34	101.7%	99.6%
九州・沖縄地方	29,245,318	23	103.8%	104.1%

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	3,673,096	46	97.2%	97.1%
4～10店舗	25,524,517	82	95.5%	95.3%
11～25店舗	53,080,186	52	99.9%	98.6%
26～50店舗	100,838,324	45	100.5%	98.7%
51店舗以上	388,527,531	45	100.1%	98.9%

※保有店舗数カテゴリーは2022年1月時点での保有店舗数による分類

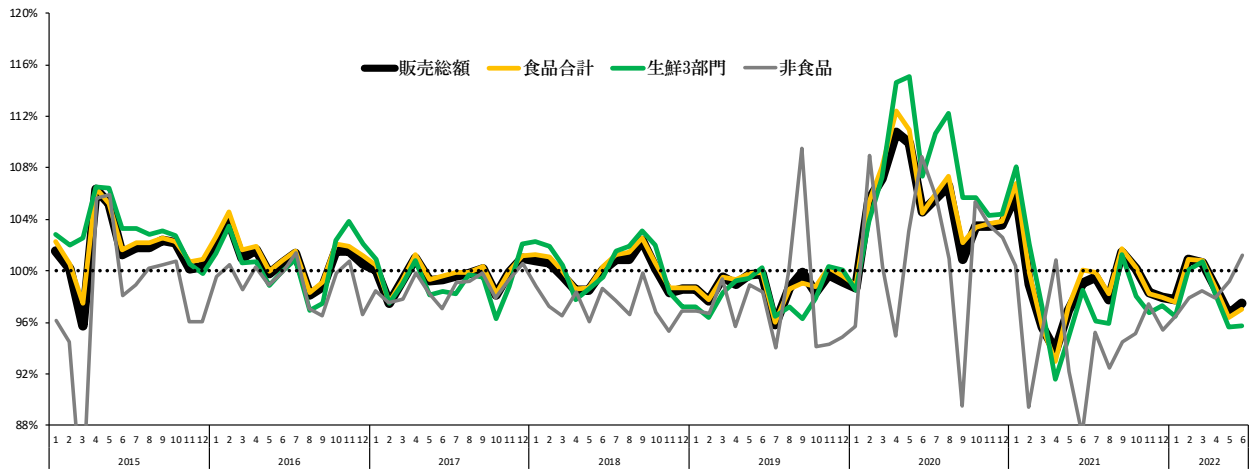
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	559,191,878
----------	-----	-------------	-------------

※売上高は税抜金額

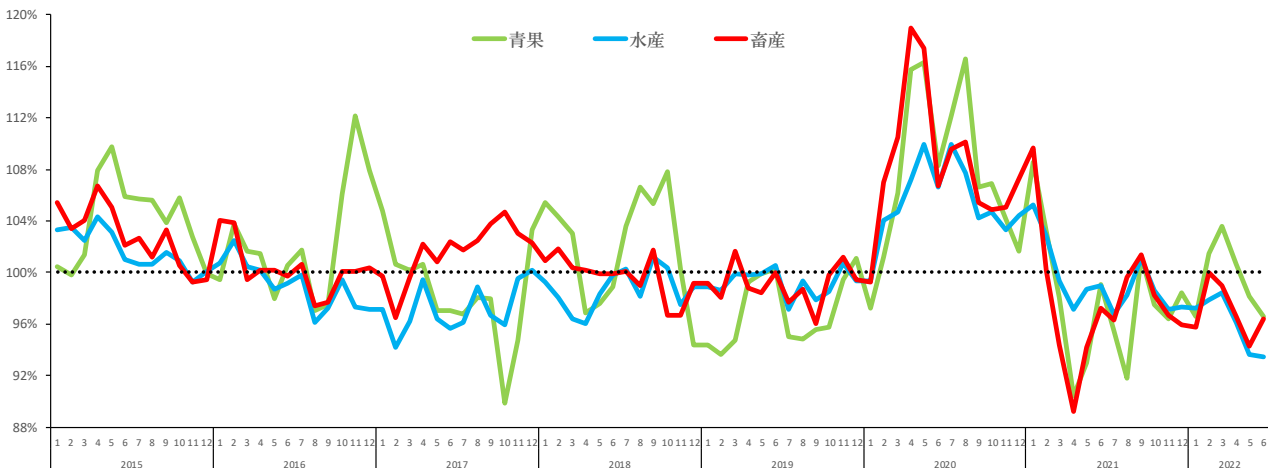
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

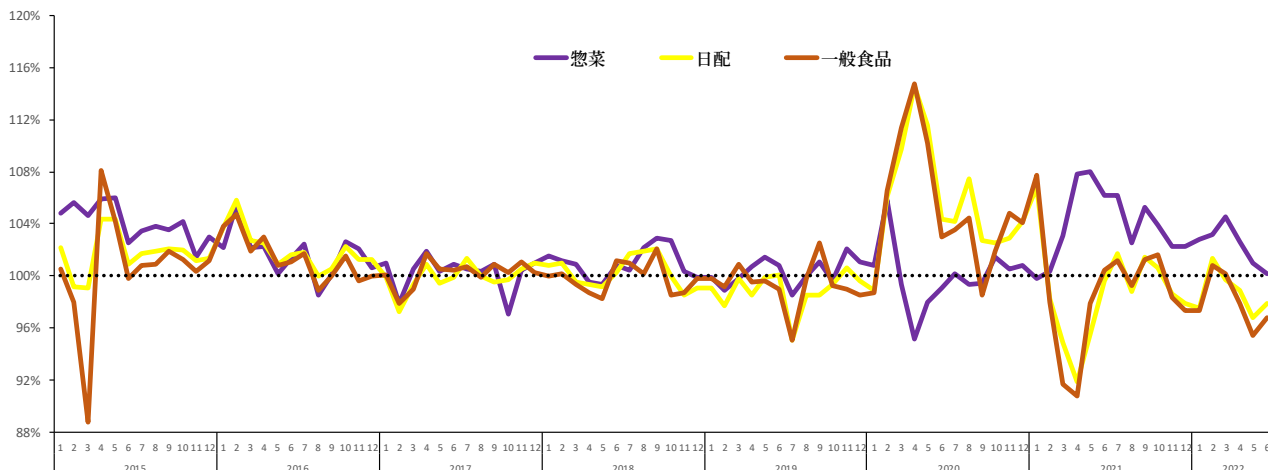
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2022年6月実績は速報版

2022年6月エリア別気候状況

6月の気温：東・西日本の気温はかなり高く、下旬は記録的な高温となった

上旬：北日本でかなり低く、東日本で低かった。

中旬：全国で平年並だった。

下旬：北・東・西日本でかなり高く、沖縄・奄美で高かった。□

2021年6月との比較：上旬は北・東日本を中心に前年よりかなり低く、下旬は全国的にかなり高い気温となった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2022年6月			2021年6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	-2.4	0.1	2.4	1.5	1.7	1.1	-3.9	-1.6	1.3
太平洋側	-2.3	0.7	3.3	2.3	1.5	0.8	-4.6	-0.8	2.5
東日本 日本海側	-1.2	0.6	5.1	1.0	1.0	0.2	-2.2	-0.4	4.9
太平洋側	-0.7	-0.4	3.7	1.4	0.4	-0.2	-2.1	-0.8	3.9
西日本 日本海側	-0.2	0.4	3.6	1.2	0.7	0.3	-1.4	-0.3	3.3
太平洋側	-0.1	-0.2	2.8	0.7	0.3	-0.3	-0.8	-0.5	3.1
沖縄・奄美	-0.1	0.2	0.5	1.0	1.3	-1.5	-1.1	-1.1	2.0

平年差



前年差



6月の日照時間：東日本日本海側と西日本太平洋側の日照時間はかなり多かった

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

中旬：東・西日本太平洋側で少なかった。

下旬：東・西日本日本海側と東・西日本太平洋側でかなり多く、沖縄・奄美で多かった。□

2021年6月との比較：下旬は太平洋側を中心に前年よりかなり日照時間が多かった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年6月			2021年6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	97	107	73	142	123	143	-45	-16	-70
太平洋側	71	114	107	156	112	125	-85	2	-18
東日本 日本海側	104	104	194	126	83	151	-22	21	43
太平洋側	106	80	207	121	100	105	-15	-20	102
西日本 日本海側	128	95	178	118	64	218	10	31	-40
太平洋側	136	61	194	111	63	141	25	-2	53
沖縄・奄美	60	86	119	92	114	33	-32	-28	86

平年差



前年差



6月の降水量：北日本日本海側と太平洋側はかなり多く、西日本太平洋側の降水量はかなり少なかった

上旬：北・東・西日本日本海側、北・東日本太平洋側と沖縄・奄美で多かった。

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

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

2021年6月との比較：中旬は東・西日本で前年よりかなり降水量が少なく、下旬は北日本で降水量が多かった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年6月			2021年6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	61	317	109	51	37	7	10	280
太平洋側	165	94	222	129	66	35	36	28	187
東日本 日本海側	200	34	46	195	115	25	5	-81	21
太平洋側	158	50	52	83	106	69	75	-56	-17
西日本 日本海側	143	40	45	130	112	5	13	-72	40
太平洋側	93	72	42	100	99	33	-7	-27	9
沖縄・奄美	136	135	55	169	58	650	-33	77	-595

平年差



前年差



スーパーマーケット景気動向調査

2022年7月調査結果（6月実績）
（2022年7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

7月調査（6月実績）結果概況

景気判断DIは現状・見通しともに悪化、過去最低値に

6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-2.9の35.7、見通し判断は前月から-2.0の32.6となり、現状判断、見通し判断とも前月から悪化した。

経営動向調査では、内食需要の落ち着きや価格上昇等による販売点数の減少を受け、売上高DI、収益DIともに前月同様に二桁マイナスとなった。一方で、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は引き続き高止まりしており、販売価格DIも高水準となっている。一方で、行動制限の緩和による人流変化等により来客数DIは低迷が続いた。

カテゴリ動向調査では、前年に比べ内食需要の落ち着きもあり、惣菜を除くすべてのカテゴリDIで大幅なマイナスとなっており、特にこれまで巣ごもり需要を支えていたカテゴリで影響が大きかった。また気温の変化が大きく、夏物商材の販売に影響を受けた。一方で、猛暑で調理を敬遠する傾向が追い風となった面もあり、惣菜DIは唯一プラスを記録した。（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、すべてのDIが前月より悪化しており、なかでも中核店舗景気判断DIは、現状判断DI、見通し判断DIともに2011年の調査開始以来最低値を記録した。（長期傾向についてはP11参照）

前年からの消費行動の変化による反動が大きく、来客数や販売点数の減少がみられた。また相次ぐ値上げや生鮮価格の高騰による購買行動の変化を指摘するコメントが多くみられた。

7月に入り感染が再拡大していることで、再び内食需要が高まる可能性もあるが、行政による行動制限は現状では予定されておらず、慎重に消費者動向を見守る必要がある。物価高騰の影響は国内経済全体に波及しつつあり、家計の節約志向が食品以外の消費にも広がることは、スーパーマーケットでの消費行動に与える影響がマイナスだけに作用しない可能性もある。引き続き、地域や世代、所得による行動変化のばらつきが大きい状況が続くと予想され、店舗単位での顧客動向を慎重に見極める必要があるだろう。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：35.7 (-2.9)
前月：38.6

消費者購買意欲DI
当月：36.5 (-1.8)
前月：38.3

周辺地域 競合状況DI
当月：40.7 (-1.2)
前月：41.9

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：39.8 (-1.7)
前月：41.5

見通し判断

景気判断DI
当月：32.6 (-2.0)
前月：34.6

消費者購買意欲DI
当月：34.5 (-1.1)
前月：35.6

周辺地域 競合状況DI
当月：39.1 (-2.2)
前月：41.3

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：37.4 (-2.6)
前月：40.0

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-15.8 (-1.8)
前月：-14.0

客単価DI
当月：4.2 (+2.6)
前月：1.6

来客数DI
当月：-19.7 (-3.8)
前月：-15.9

収益DI
当月：-12.6 (+2.7)
前月：-15.3

販売価格DI
当月：19.5 (+1.7)
前月：17.8

生鮮品仕入原価DI
当月：17.2 (-1.8)
前月：19.0

食品仕入原価DI
当月：17.4 (-2.6)
前月：19.3

カテゴリ動向

青果DI
当月：-16.9 (-10.8)
前月：-6.1

水産DI
当月：-24.5 (-4.3)
前月：-20.2

畜産DI
当月：-16.1 (+3.5)
前月：-19.6

惣菜DI
当月：1.2 (-9.1)
前月：10.3

日配DI
当月：-12.9 (-1.1)
前月：-11.8

一般食品DI
当月：-17.0 (-1.7)
前月：-15.3

非食品DI
当月：-12.1 (-3.1)
前月：-9.0

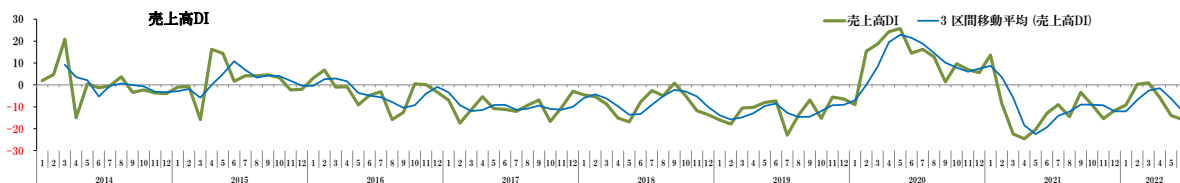
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月より小幅にマイナス幅を拡大し、3か月連続マイナス

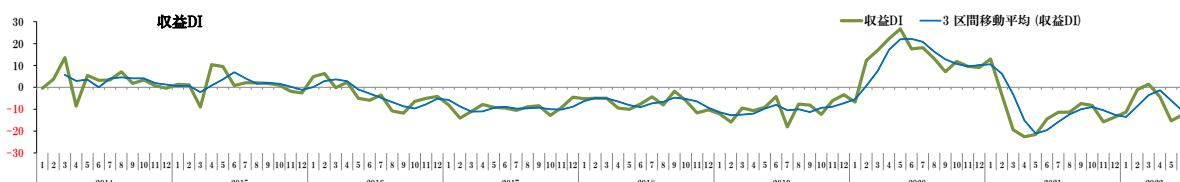
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	16.8	41.6	24.3	15.6	1.7	-14.0
売上高 (当月)	15.0	46.9	25.6	11.3	1.3	-15.8



2. 収益DI

前月よりややマイナス幅を縮小も、3か月連続のマイナス

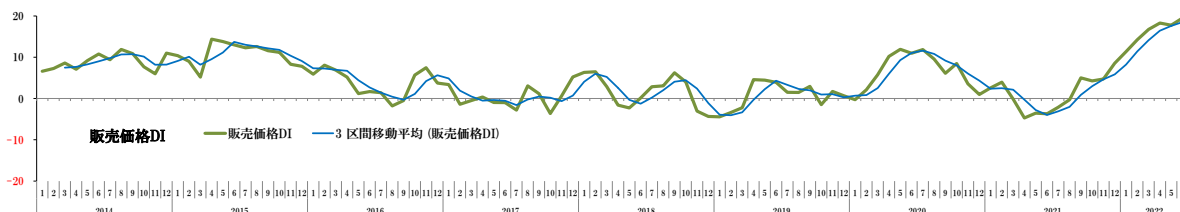
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	17.1	42.9	27.1	10.0	2.9	-15.3
収益 (当月)	9.4	49.7	26.4	10.7	3.8	-12.6



3. 販売価格DI

前月より小幅に増加し、調査開始以来の最高水準を更新

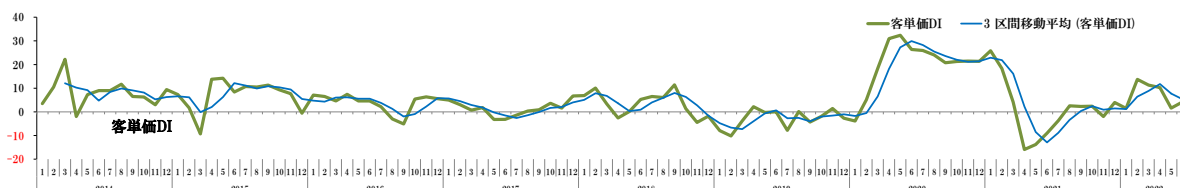
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	3.5	28.3	59.5	8.1	17.8
販売価格 (当月)	0.0	2.5	23.3	67.9	6.3	19.5



4. 客単価DI

前月より小幅にプラス幅を拡大

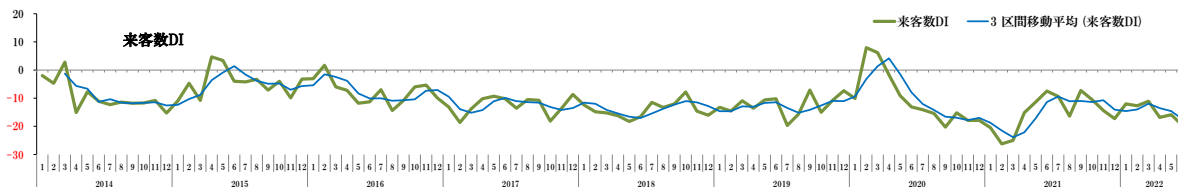
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	4.6	23.0	37.4	31.6	3.4	1.6
客単価 (当月)	1.2	21.7	38.5	36.0	2.5	4.2



5. 来客数 DI

前月よりややマイナス幅を拡大し、マイナス圏での推移が続く

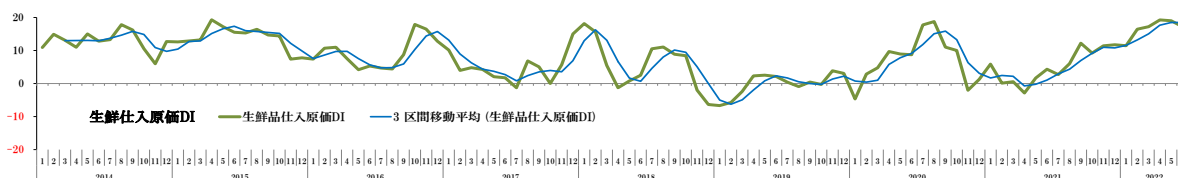
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	17.9	41.6	27.2	12.7	0.6	-15.9
来客数 (当月)	15.1	56.6	20.1	8.2	0.0	-19.7



6. 生鮮仕入原価 DI

引き続き二桁プラス圏で高止まり

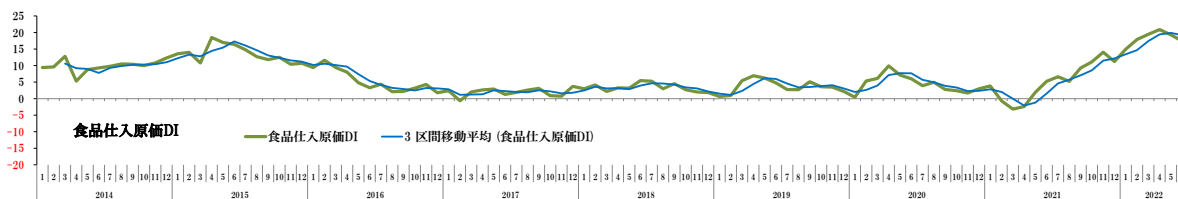
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.8	5.4	22.8	55.1	15.0	19.0
生鮮仕入原価 (当月)	1.9	9.1	21.4	53.2	14.3	17.2



7. 食品仕入原価 DI

小幅にプラス幅縮小も、15か月連続でプラス

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)	2.4	6.6	18.0	57.5	15.6	19.3
食品仕入原価 (当月)	4.5	6.5	17.4	58.1	13.5	17.4

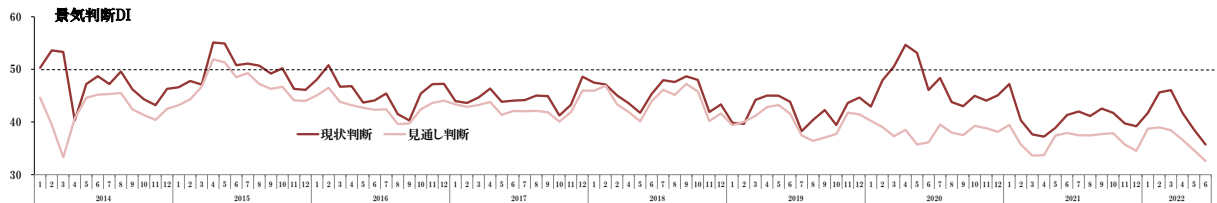


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は3か月連続で悪化し、2011年の調査開始以来の最低値を記録

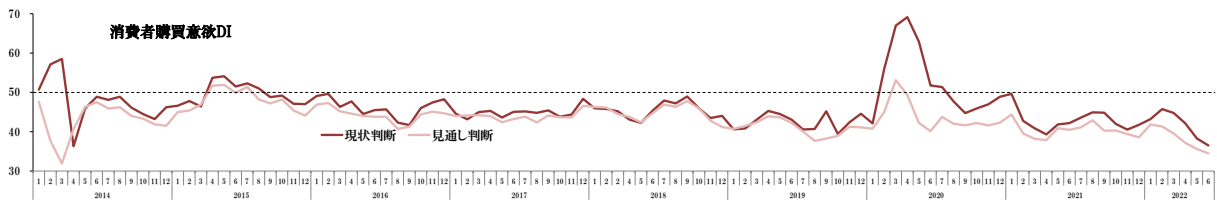
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	5.6	41.8	45.2	7.3	0.0	38.6
【現状】景況判断 (当月)	6.2	47.2	44.1	2.5	0.0	35.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	9.0	48.6	37.3	5.1	0.0	34.6
【見通し】景況判断 (当月)	10.6	50.9	36.0	2.5	0.0	32.6



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は3か月連続で悪化、見通し判断も小幅に悪化

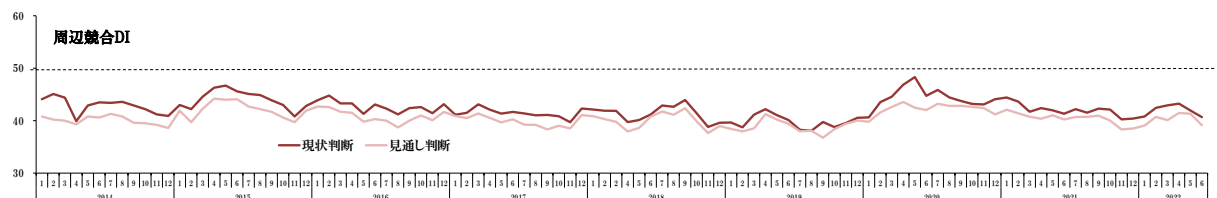
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.8	46.3	45.8	5.1	0.0	38.3
【現状】購買意欲 (当月)	2.5	52.2	42.2	3.1	0.0	36.5
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	5.1	51.4	39.5	4.0	0.0	35.6
【見通し】購買意欲 (当月)	5.0	55.9	35.4	3.7	0.0	34.5



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に悪化

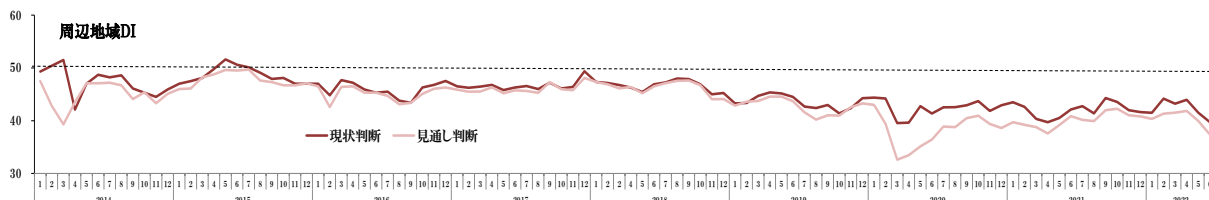
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	3.4	27.7	66.7	2.3	0.0	41.9
【現状】競合状況 (当月)	4.3	29.8	64.6	1.2	0.0	40.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	4.0	28.4	65.9	1.7	0.0	41.3
【見通し】競合状況 (当月)	6.8	30.4	62.1	0.6	0.0	39.1



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断、見通し判断共に悪化

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)	1.7	35.0	58.8	4.5	0.0	41.5
【現状】地域景気 (当月)	1.9	39.1	57.1	1.9	0.0	39.8
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)	2.8	37.3	57.1	2.8	0.0	40.0
【見通し】地域景気 (当月)	3.7	44.7	49.7	1.9	0.0	37.4

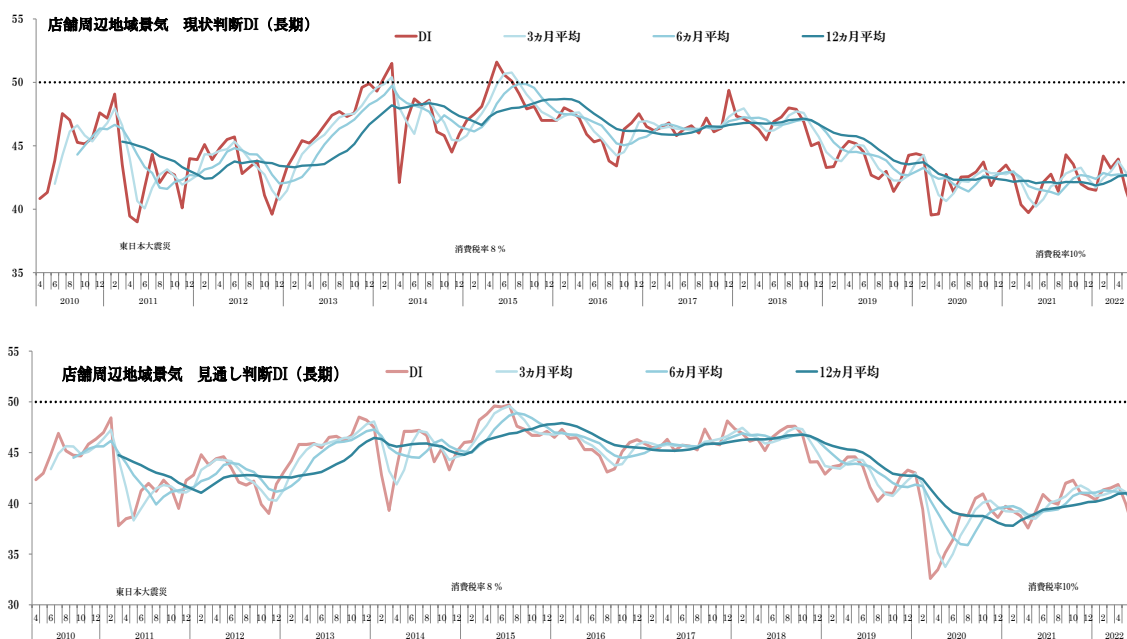


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

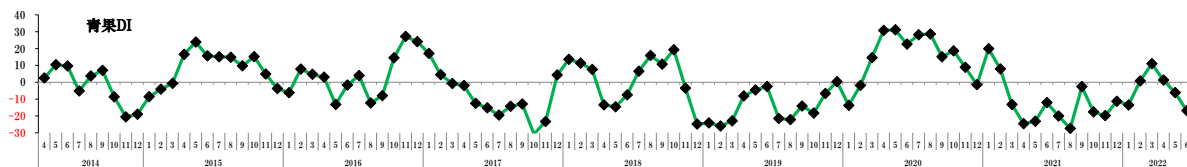
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化し、景気悪化トレンド入りが見られる状況となった。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-16.9（不調）

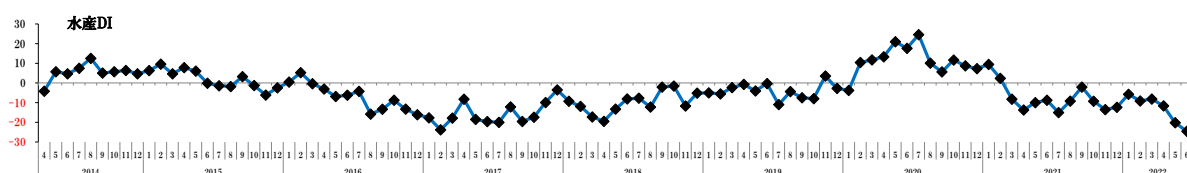
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	12.6	31.1	27.5	25.7	3.0	-6.1
青果（当月）	15.2	50.3	21.9	11.9	0.7	-16.9



一部で相場の高値傾向は続いているが、来客数減による買上点数落ち込みの影響を受け不振となった。販売数量の多いタマネギは引き続き高値で好調に推移、一方じゃがいもなどの土物類、キャベツやレタスなどの葉物類は好不調の判断が分かれた。サラダ関連野菜もきゅうりは相場安で不振になるなど伸び悩んだ店舗が多い。下旬の高温により、オクラや生姜など涼味野菜が好調に推移した。果物類はカットフルーツが好調に推移、国産果物ではスイカやさくらんぼの動きがよかった。輸入果実は価格高騰の影響で不振となった。

2. 水産DI：-24.5（かなり不調）

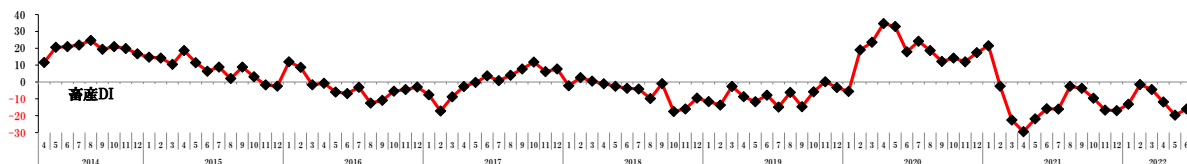
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	28.1	39.5	18.6	12.6	1.2	-20.2
水産（当月）	29.4	47.1	16.3	6.5	0.7	-24.5



燃料費の高騰や不安定な仕入れ状況、サーモンなど輸入魚価格の上昇が続くなか、来客数減による買上点数の落ち込みが加わり、販売に苦心する状況となっている。比較的価格の安定している冷凍魚や冷凍加工品、カツオが好調に推移した店舗もみられた。刺身類は気温が上昇した下旬にかけて不振、前年好調であったうなぎも伸び悩んでいる。塩干類も値上げが続き点数減、アサリ産地偽装問題の影響もあり貝類は引き続き不振となっている。

3. 畜産DI：-16.1（不調）

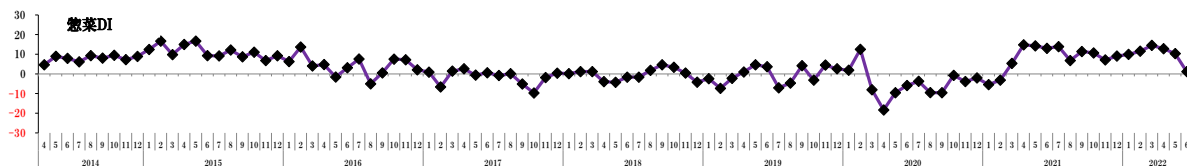
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	25.0	40.5	25.0	7.1	2.4	-19.6
畜産（当月）	17.9	41.7	27.8	11.9	0.7	-16.1



肉食需要の落ち着きや相場高騰により全般的に買上点数が低迷した影響を受け不振となった。牛肉は、国産牛を中心に焼肉用が比較的好調も、輸入牛は価格高騰により不振となっている。気温が高く、火を使う食材が不振とのコメントがみられた。豚肉や鶏肉に需要がシフトしており、冷しゃぶをはじめとする涼味用食材の動きがよかった。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。仕入価格の高騰が、利益を圧迫しているとの指摘がみられた。

4. 惣菜DI：1.2（やや好調）

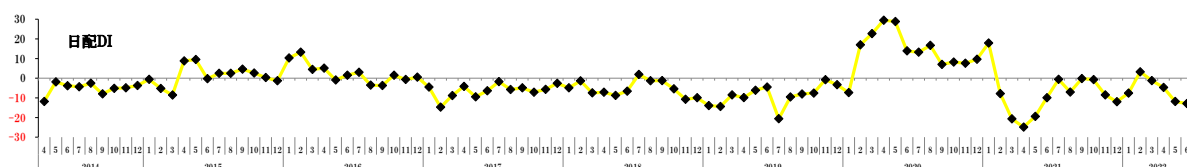
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	4.8	12.6	29.3	43.1	10.2	10.3
惣菜（当月）	4.6	25.7	33.6	32.9	3.3	1.2



米飯類は前年並みだが、焼鳥やつまみ類など家飲み需要は落ち着きがみられた。調理油類の値上げの影響で家庭での調理を避ける傾向で、天ぷら、唐揚げやコロッケなどの揚げ物類が好調に推移した。また下旬の猛暑時にも調理を敬遠する動きが強まり、中華惣菜や冷惣菜などの販売が好調となった。原材料や資材の値上げが相次いでおり、メニューや量目の変更で対応している店舗が多くみられた。

5. 日配DI：-12.9（不調）

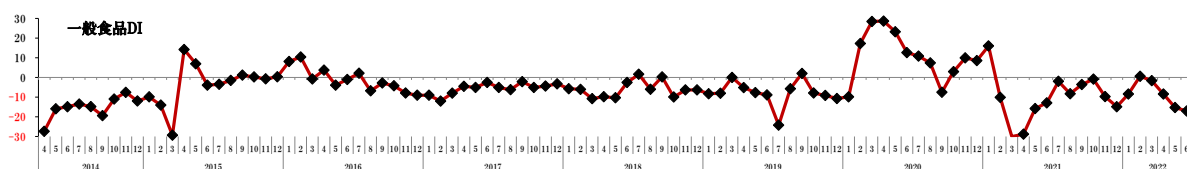
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	13.2	39.5	31.7	12.6	3.0	-11.8
日配（当月）	10.5	47.7	26.8	13.1	2.0	-12.9



内食需要の落ち着きによる来客数減や買上点数が低迷した影響を受けた。値上げのあったパン類などは、一品単価が上昇し、引き続き好調に推移した。月前半は気温が上がり夏商材が不振となったが、下旬の高温により動きが一変し、アイスや飲料をはじめとする涼味商材が好調となった。キムチなどの発酵食品、牛乳、チーズやバターなどの乳製品、機能性ヨーグルトには引き続き前年からの反動減がみられ、不振となった。

6. 一般食品：-17.0（不調）

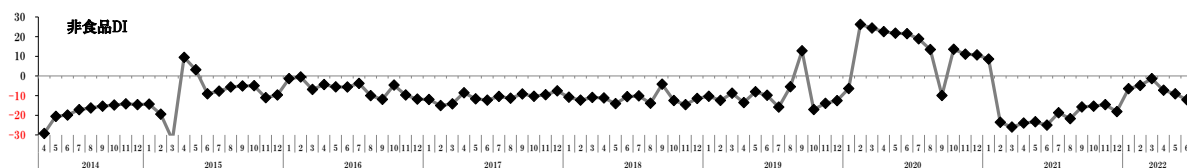
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	16.1	44.0	28.0	8.9	3.0	-15.3
一般食品（当月）	18.8	43.5	26.0	10.4	1.3	-17.0



内食需要の落ち着きにより、来客数や買上点数が減少した影響を受けている。値上げ商品が多く、麺類では駆け込み需要もみられた。下旬は気温がグッと上昇し、ペット飲料やそうめんなどの涼味商材が好調に推移した。菓子類は、比較的好調な店舗が多い。これまで好調だった保存性の高い食品では反動減が続いている。米類は相場安だが点数が伸びず不調が続く。値上げのあった油や調味料は前年並みで推移した。家飲み需要に落ち着きがみられ、酒類や珍味などのつまみ類は前年比マイナスが多い。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。

7. 非食品 DI：-12.1（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）	14.1	35.0	30.7	13.5	6.7	-9.0
非食品（当月）	17.4	34.9	29.5	14.8	3.4	-12.1



在宅時間の減少による影響か、家庭用洗剤やラップなど調理用品の動きが悪い。一方でマスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品は比較的好調に推移したという店舗が多く、紙コップや割り箸などの行楽、アウトドア関連も好調に推移した店舗がみられた。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は、好不調が分かれており、殺虫剤や夏物商品は気温の低い下旬まで動きが鈍かった。

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～

2022年7月調査（6月実績）キーワード TOP3

1. 内食需要低下による来客数、買上点数減
2. 上旬気温低下、下旬高温
3. 仕入価格の上昇

（参考）2021年7月調査（6月実績）キーワード TOP3

1. 前年からの反動やや縮小
2. 外食の時短営業、酒類提供抑制による影響
3. 梅雨入り時期の変化（西日本は前年より3週間程度早く、東日本は1週間程度遅い）

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

6月実績速報版 161社
 5月実績確報版 177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