

# スーパーマーケット景気動向調査

2021年10月調査結果（9月実績）  
（2021年10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

# 10月調査（9月実績）結果概況

## 景気判断DIは小幅に改善

9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+1.4の42.9、見通し判断は前月から+0.3の37.7となり、現状判断ともに小幅な改善をみせた。

経営動向調査は、売上高DIは大幅にマイナス幅を縮小、収益DIもマイナス幅を縮小した。青果相場の高騰、畜産相場の高値傾向により、生鮮品仕入れ原価DIが12.5まで上昇した。食品の値上げにより食品仕入れ原価DIは10.0まで上昇した。

カテゴリ動向調査では、巣ごもり需要の高止まりと仕入れ原価高騰を受けすべてのDIが上昇をみせた。一方で残暑が厳しかった前年に比べ、中旬まで気温が低下した影響で、秋物商材の動向に影響を受けた。非食品カテゴリは、衛生用品に前年からの反動減が足を引っ張り、唯一二桁マイナスで推移した。（カテゴリ動向については最終ページに詳細を掲載）

景況感調査では、景気判断は小幅な改善にとどまっているものの、店舗周辺地域景気DIは大幅に改善をみせた。反対に消費者購買意欲DI見通し判断は唯一悪化をみせた。（長期傾向についてはP11参照）

9月は感染拡大への警戒感が続き、家飲み、家庭内消費需要は堅調に推移した。一方で、気温の変化が大きく、季節商材の不振や相場高などの影響もあり、販売に苦心した月となった。堅調な販売動向が、景気判断や消費者購買DIの改善に結びついていない背景として、消費の増加ではなく、食品価格の上昇による単価増によるところが大きかったことがあげられる。次月以降、自粛緩和の影響を受けることも予想されており、難しい舵取りが求められる局面となっている。

### 景況感調査

#### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：42.9 (+1.8) 前月：41.1	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：45.3 (+0.4) 前月：44.9	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：42.3 (+0.8) 前月：41.5	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：44.1 (+2.7) 前月：41.4
--	---	---	---

#### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：37.7 (+0.3) 前月：37.4	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：40.6 (-2.3) 前月：42.9	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：40.9 (+0.2) 前月：40.7	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：41.9 (+2.0) 前月：39.9
--	---	---	---

### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：-0.9 (+13.6) 前月：-14.5	<b>客単価DI</b> 当月：3.5 (+0.9) 前月：2.6	<b>来客数DI</b> 当月：-5.7 (+10.7) 前月：-16.4	
<b>収益DI</b> 当月：-5.5 (+5.8) 前月：-11.3	<b>販売価格DI</b> 当月：5.2 (+5.5) 前月：-0.3	<b>生鮮品仕入れ原価DI</b> 当月：12.5 (+6.5) 前月：6.0	<b>食品仕入れ原価DI</b> 当月：10.0 (+4.8) 前月：5.2

### カテゴリ動向

<b>青果DI</b> 当月：-0.2 (+27.2) 前月：-27.4	<b>水産DI</b> 当月：-0.5 (+8.7) 前月：-9.2	<b>畜産DI</b> 当月：-1.2 (+1.4) 前月：-2.6	
<b>惣菜DI</b> 当月：12.2 (+5.4) 前月：6.8	<b>日配DI</b> 当月：1.3 (+8.3) 前月：-7.0	<b>一般食品DI</b> 当月：-1.6 (+6.7) 前月：-8.3	<b>非食品DI</b> 当月：-14.5 (+7.2) 前月：-21.7

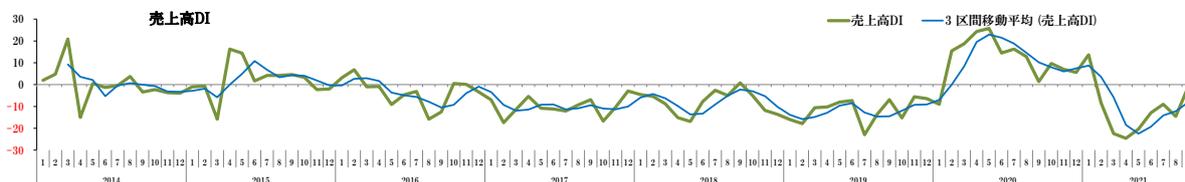
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

# 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

## 1. 売上高DI

当月上昇し、マイナス幅を大幅に縮小

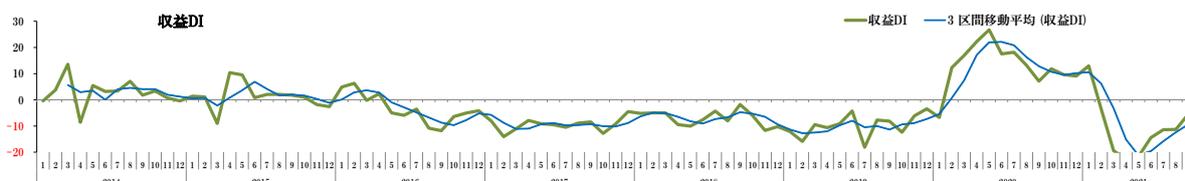
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	15.2	46.2	24.5	9.8	4.3	-14.5
売上高 (当月)	9.9	24.7	31.5	27.2	6.8	-0.9



## 2. 収益DI

当月上昇し、マイナス幅を縮小

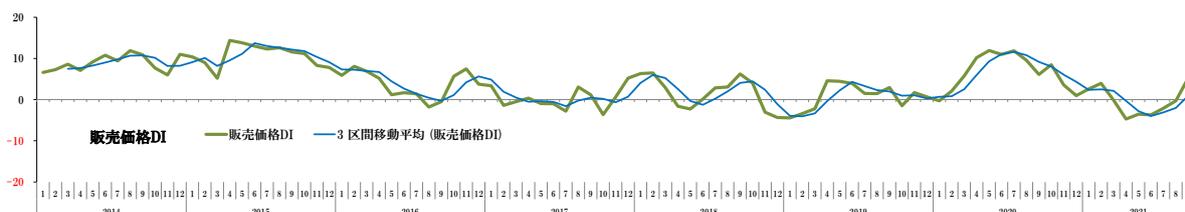
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	15.1	39.1	25.7	16.2	3.9	-11.3
収益 (当月)	13.2	30.8	26.4	23.9	5.7	-5.5



## 3. 販売価格DI

2021年2月以来のプラス転換

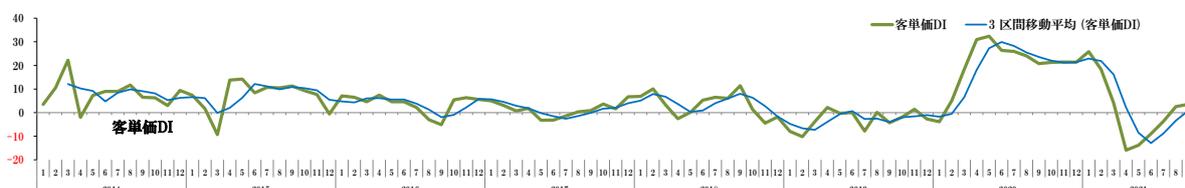
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.5	16.2	67.6	15.1	0.5	-0.3
販売価格 (当月)	0.0	9.9	59.3	30.9	0.0	5.2



## 4. 客単価DI

前月に続きプラス圏で推移

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
客単価 (前月)	3.3	20.1	41.3	33.7	1.6	2.6
客単価 (当月)	0.6	23.5	38.3	36.4	1.2	3.5



## 5. 来客数 DI

マイナス幅を縮小し、一桁マイナス圏に回復

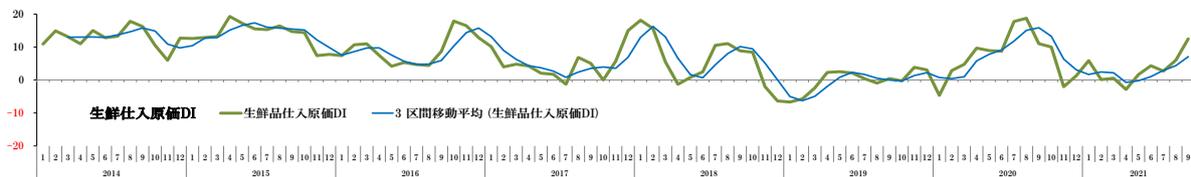
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	16.9	48.1	21.3	10.9	2.7	-16.4
来客数 (当月)	<b>10.6</b>	<b>32.9</b>	<b>29.2</b>	<b>23.6</b>	<b>3.7</b>	<b>-5.7</b>



## 6. 生鮮仕入原価 DI

二桁プラスまで上昇

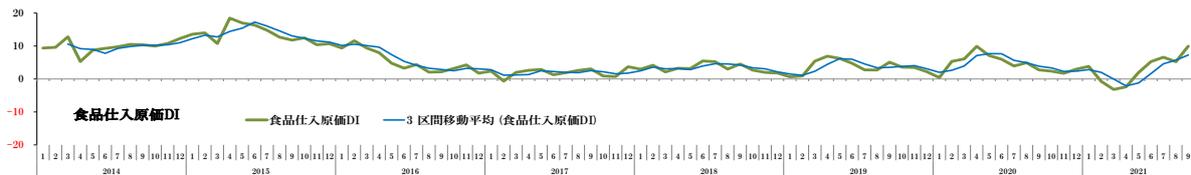
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.2	15.6	42.5	35.2	4.5	6.0
生鮮仕入原価 (当月)	<b>0.6</b>	<b>7.0</b>	<b>39.9</b>	<b>46.8</b>	<b>5.7</b>	<b>12.5</b>



## 7. 食品仕入原価 DI

2016年2月以来の二桁プラスまで上昇

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)	1.1	11.6	54.7	30.4	2.2	5.2
食品仕入原価 (当月)	<b>1.3</b>	<b>5.7</b>	<b>48.7</b>	<b>40.5</b>	<b>3.8</b>	<b>10.0</b>

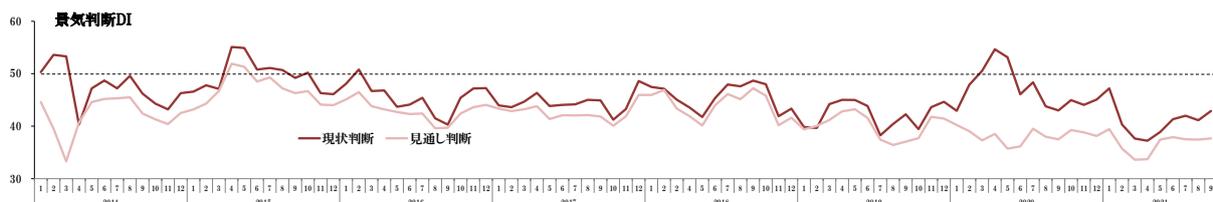


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は横ばい推移

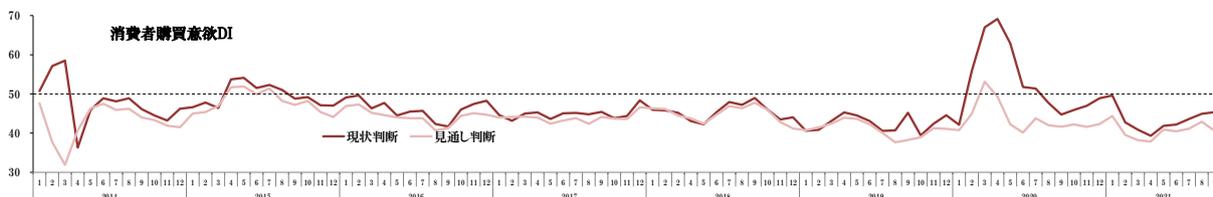
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	4.8	31.7	57.5	5.9	0.0	41.1
【現状】景況判断 (当月)	<b>6.2</b>	<b>25.3</b>	<b>59.3</b>	<b>9.3</b>	<b>0.0</b>	<b>42.9</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	6.4	39.6	51.9	2.1	0.0	37.4
【見通し】景況判断 (当月)	<b>8.6</b>	<b>36.4</b>	<b>50.6</b>	<b>4.3</b>	<b>0.0</b>	<b>37.7</b>



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は横ばい、見通し判断ともに小幅に悪化

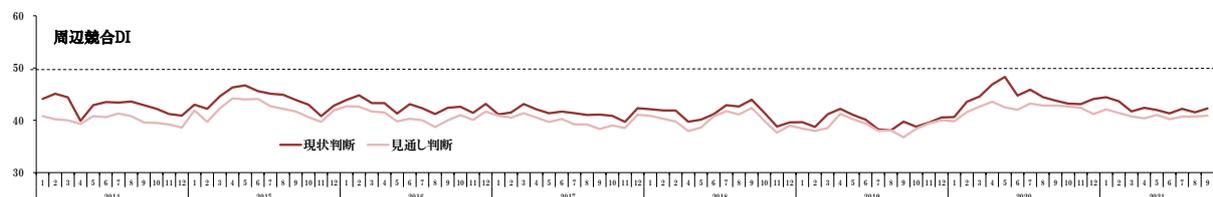
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.1	28.3	61.0	9.1	0.5	44.9
【現状】購買意欲 (当月)	<b>2.5</b>	<b>23.0</b>	<b>65.8</b>	<b>8.1</b>	<b>0.6</b>	<b>45.3</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.6	30.5	63.1	4.3	0.5	42.9
【見通し】購買意欲 (当月)	<b>3.7</b>	<b>34.6</b>	<b>58.0</b>	<b>3.1</b>	<b>0.6</b>	<b>40.6</b>



### 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

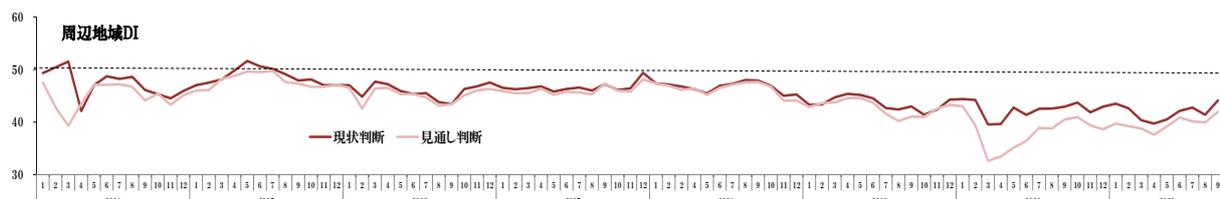
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	4.3	25.8	69.4	0.5	0.0	41.5
【現状】競合状況 (当月)	<b>6.2</b>	<b>21.0</b>	<b>71.0</b>	<b>1.2</b>	<b>0.6</b>	<b>42.3</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	5.4	28.0	65.1	1.6	0.0	40.7
【見通し】競合状況 (当月)	<b>6.2</b>	<b>25.9</b>	<b>66.0</b>	<b>1.9</b>	<b>0.0</b>	<b>40.9</b>



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断は大幅に改善、見通し判断は小幅に改善

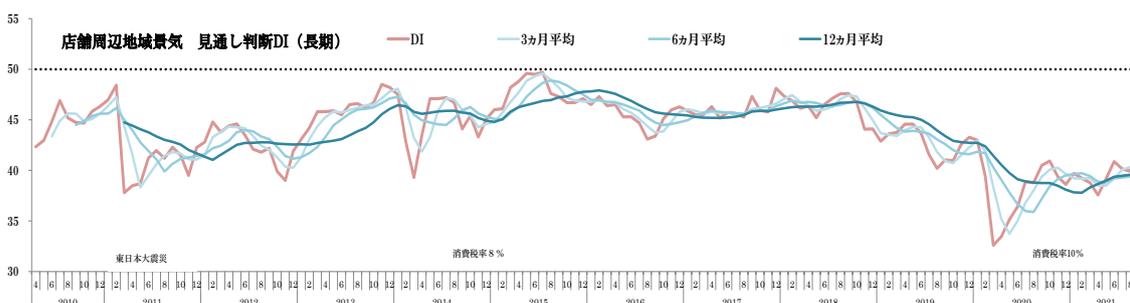
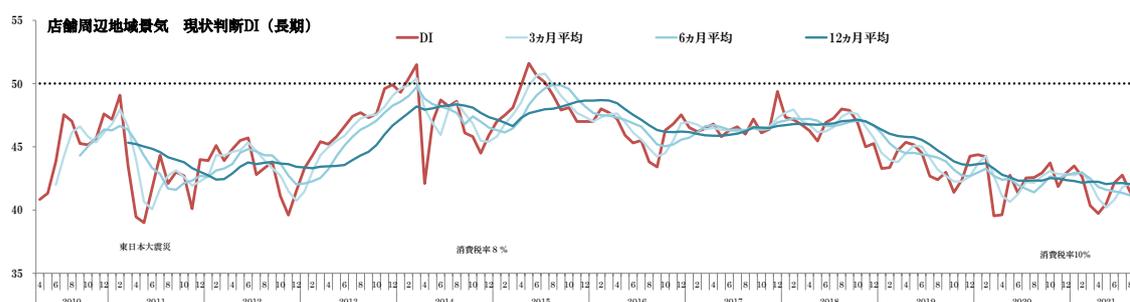
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	2.2	31.2	65.6	1.1	0.0	41.4
【現状】地域景気 (当月)	2.5	23.0	70.2	4.3	0.0	44.1
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	2.7	36.0	60.2	1.1	0.0	39.9
【見通し】地域景気 (当月)	2.5	31.7	61.5	4.3	0.0	41.9



#### ・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。

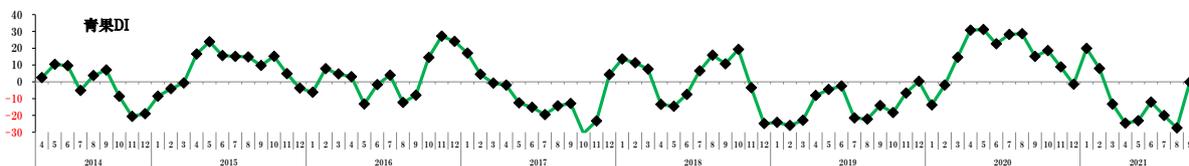
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したのが、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。その後21年2月からは悪化するも、5月以降は小幅ながら改善傾向が続いている。その後、9月に大幅な上昇をみせ、各移動平均線を上抜きし、上昇トレンド入りを示唆している。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：-0.2（やや不調）

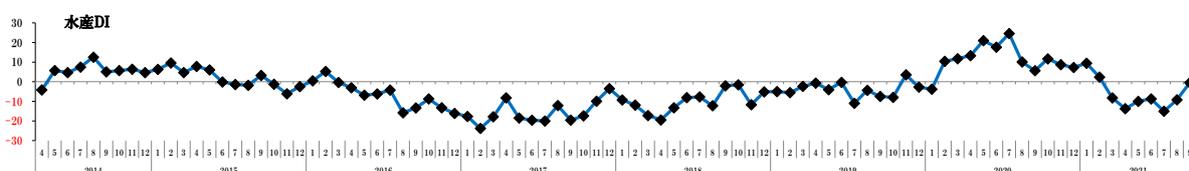
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	34.5	46.9	13.6	4.0	1.1	-27.4
青果（当月）	8.6	28.3	27.6	26.3	9.2	-0.2



感染者数増加による内食傾向と天候不良により相場が高騰したことで前年に比べ単価が上昇し、前月に比べ販売動向は上向きとなった店舗がみられる一方で、価格高騰や品質の低下の影響を受けた店舗がみられカテゴリーの好不調判断は二分される結果となった。相場高騰によりカット野菜は好調とする店舗が多い。保存が利く野菜として堅調に推移してきたタマネギやじゃがいもなど土物類は好不調まちまちな状況となった。鍋物関連野菜についても、気温の変化や価格高騰の影響により好不調の判断がわかれている。国産果物は柿やりんごを好調とする店舗が多かった。お彼岸時の切花は前年に比べ販売が大きく伸びた。

#### 2. 水産DI：-0.5（やや不調）

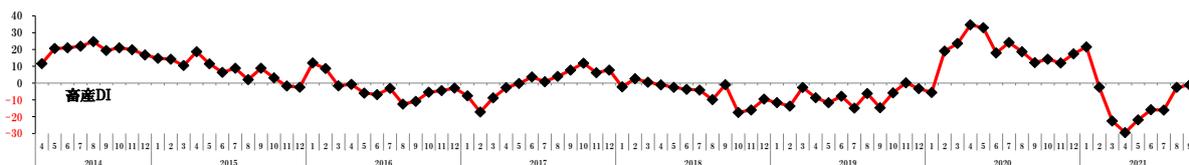
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	9.7	41.5	30.7	12.5	5.7	-9.2
水産（当月）	6.0	30.5	32.5	21.9	9.3	-0.5



引き続き自粛傾向が高く、簡便調理商品や、保存の利く塩干、冷凍加工品などは、家庭内需要に支えられ好調に推移した。マグロを中心に刺身類の動きはよい。サンマは水揚げ量の減少で価格が上昇しているが好調に推移した店舗がみられる一方で、販売に苦労した店舗にわかれた。カツオは前年に比べ水揚げ量が回復し好調な販売動向となった。輸入商品（鮭・えび・タコなど）や高魚卵・珍味は価格上昇しており、販売数量を落とした店舗が多い。

#### 3. 畜産DI：-1.2（やや不調）

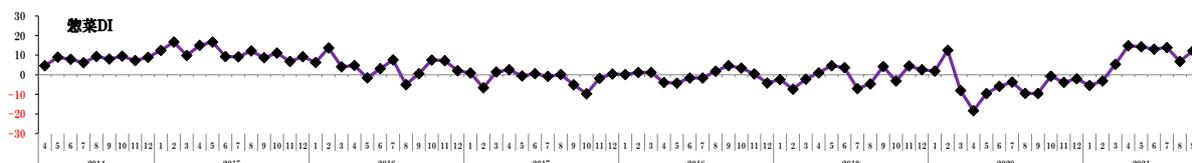
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	8.5	30.1	31.3	23.3	6.8	-2.6
畜産（当月）	6.6	28.3	36.2	21.1	7.9	-1.2



引き続き内食需要は高水準を維持しているが、国産、輸入品共に価格が上昇しており、販促を打ちにくく、伸び悩みをみせた。牛肉は焼肉用が好調に推移しているが、和牛が前年より価格が高く伸び悩んだ。豚肉は前年を上回る売上となっており、挽肉やスライスが好調となった。鶏肉も好調に推移した。ハム・ソーセージなど加工肉は前年好調の反動で不振となった店舗が多い。

#### 4. 惣菜DI：12.2（好調）

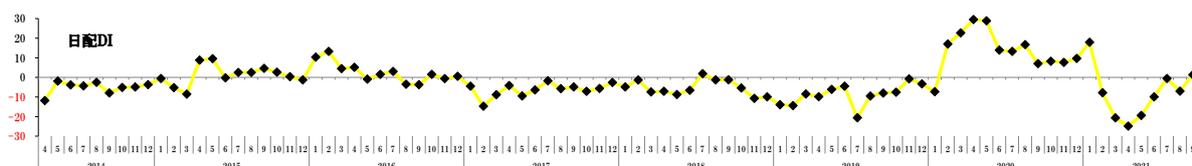
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	5.7	17.6	30.1	36.9	9.7	6.8
<b>惣菜（当月）</b>	<b>3.3</b>	<b>12.0</b>	<b>31.3</b>	<b>39.3</b>	<b>14.0</b>	<b>12.2</b>



外食店の時短営業による家飲み需要として、焼鳥やつまみ類が引き続き堅調に推移。米飯類やベーカリー、寿司類や冷麺類、揚げ物も好調に推移した。野菜相場の高騰により、サラダを惣菜が好調となった。お彼岸需要が回復したほか、催事が徐々に再開されている地域もみられはじめ、オードブルなどの予約が入りはじめたとのコメントもみられた。

#### 5. 日配DI：1.3（やや好調）

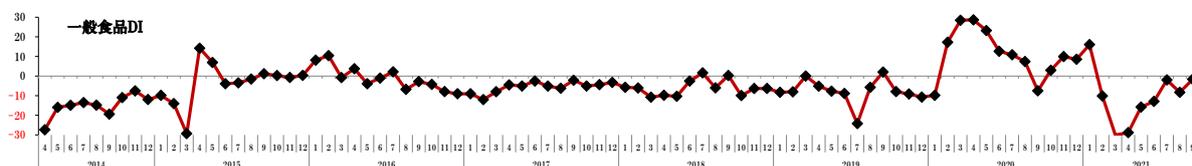
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	11.2	32.6	32.0	21.3	2.8	-7.0
<b>日配（当月）</b>	<b>3.9</b>	<b>26.3</b>	<b>37.5</b>	<b>25.0</b>	<b>7.2</b>	<b>1.3</b>



巣ごもり需要の高止まりにより、冷凍食品パン類、デザート類も引き続き好調に推移した。一方で、残暑の厳しかった昨年とは対照的に中旬まで大幅に気温が低く、涼味商材、アイスや飲料が伸び悩んだ。相場高が続く鶏卵には回復傾向がみられた。鍋物商材は、下旬に気温が上昇したことで伸び悩んだ店舗が多い。

#### 6. 一般食品：-1.6（やや不調）

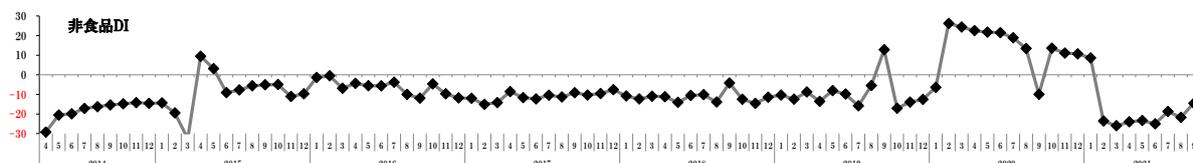
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	10.1	37.6	32.0	15.7	4.5	-8.3
<b>一般食品（当月）</b>	<b>7.9</b>	<b>26.3</b>	<b>37.5</b>	<b>21.1</b>	<b>7.2</b>	<b>-1.6</b>



巣ごもり需要により保存性の高い食品（米、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、缶詰など）、簡便商材の動きがよかった。自宅調理傾向も拡大しており、値上げのあった油や調味料も好調となった。一方で、残暑の厳しかった昨年とは対照的に中旬まで大幅に気温が低く、涼味商材、水、飲料は伸び悩んだ。飲食店の時短営業、酒類提供自粛要請による家飲み需要が継続しており、酒類や珍味などのつまみ類が好調となったが、一方でビール類には前年酒税法改正前の駆け込み需要の反動がみられた。

## 7. 非食品 DI：-14.5（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）	28.4	37.5	27.8	5.1	1.1	-21.7
非食品（当月）	22.0	34.0	28.7	10.7	4.7	-14.5



マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品で特需となった前年からの反動が続いている。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ついても反動減が大きい。日用雑貨、家庭雑貨は需要が再拡大しており好調となった店舗が多い。タバコには値上げ前の駆け込み需要もみられた。

### 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～

### 2021年10月調査（9月実績）キーワード TOP3

1. 中旬まで気温低下
2. 生鮮品相場高騰
3. 前年に比べ来客数回復

### （参考）2020年10月調査（9月実績）キーワード TOP3

1. 前年消費税率引き上げ前の駆け込み需要からの反動
2. 台風の影響（前年からの影響、今年の影響）
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

9月実績速報版      162社  
 8月実績確報版      186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)