

# スーパーマーケット景気動向調査

2015年3月調査結果（2月実績）  
（3月20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カ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カ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」

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  
一般社団法人 新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

#### 景気判断DIは現状・見通し判断共に3ヵ月連続の上昇し回復傾向が顕著に

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+1.2の47.8、見通し判断前月から+1.4の44.6と共に3ヵ月連続の回復をみせた。

経営動向調査結果では、売上高DIが-1.1、収益DIは1.7となり共に前月と同水準であった。生鮮品仕入原価DI、食品仕入原価DI共に2桁プラスで高止まりしており、販売価格DIは小幅に減少したものの9.0となった。客単価DIは1.3（前月比-6.0）となり大きく減少した一方で、来客数DIが-4.3（前月比+6.7）と増加している。これは、前年2月の2週にわたる週末大雪の影響により発生した買いだめ行動の反動が表れた結果であり、今月に限定された動きの可能性が高い。

カテゴリ動向結果では、畜産DIが14.3（前月比-0.4）と引き続き好調であり、水産DIも9.7（前月比+3.4）とやや好調を維持している。青果DIはやや不調ではあるもマイナス幅は縮小している。惣菜DIは16.8（前月比+4.4）と好調を維持している。日配DIは-5.5、一般食品DIと非食品DIは共に二桁のマイナスで不調となった。前年との比較では、大雪による特需や消費税率引き上げを控えた動きが含まれており、各カテゴリ共にその影響を少なからず受けている。

景況感調査では12月から3ヵ月連続の上昇を見せたことで、回復傾向が確かなものとなっている。一方で、次月は駆け込み需要からの反動により厳しい売上状況が予想されている。景況感にも一定の影響があると予想されるが、堅調な景況感を維持できるか、その動向が注目される。

#### 景況感調査

##### 現状判断

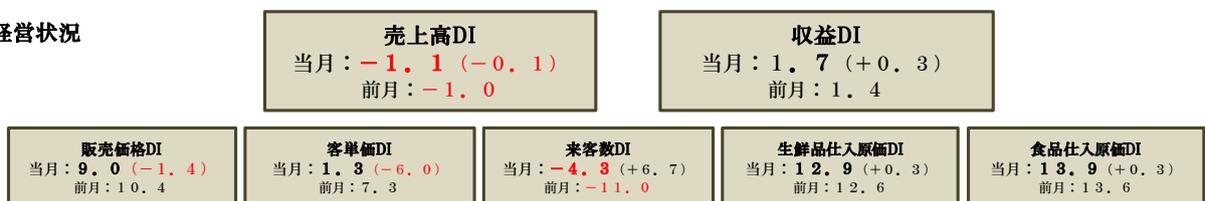


##### 見通し判断



#### 経営動向調査

##### 経営状況



##### カテゴリ動向

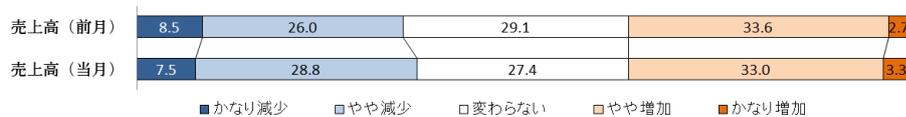


○ 内は前月DIとの増減、赤字はマイナス

# 3月調査（2月実績）結果詳細 1. 経営動向調査

## 1. 売上高DI

6ヵ月連続のマイナスも底堅く推移



## 2. 収益DI

2ヵ月連続で小幅ながらプラスとなり底堅く推移



## 3. 販売価格DI

20ヵ月連続のプラスとなり、依然として高水準を維持



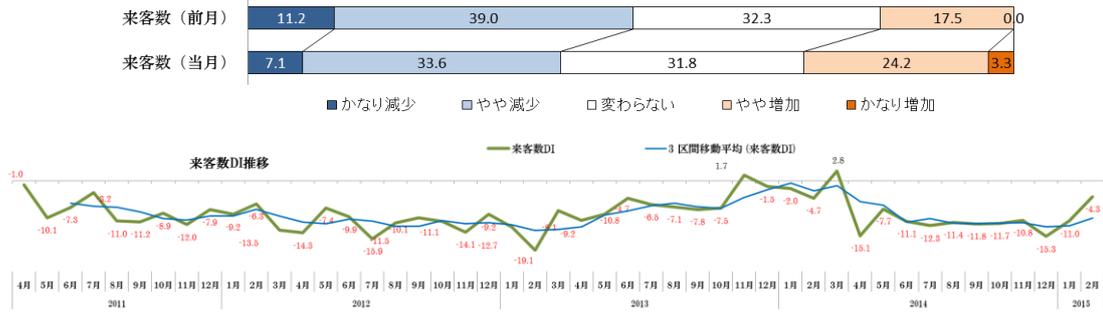
## 4. 客単価DI

10ヵ月連続でプラスを維持するも、2月は大幅に減少をみせる



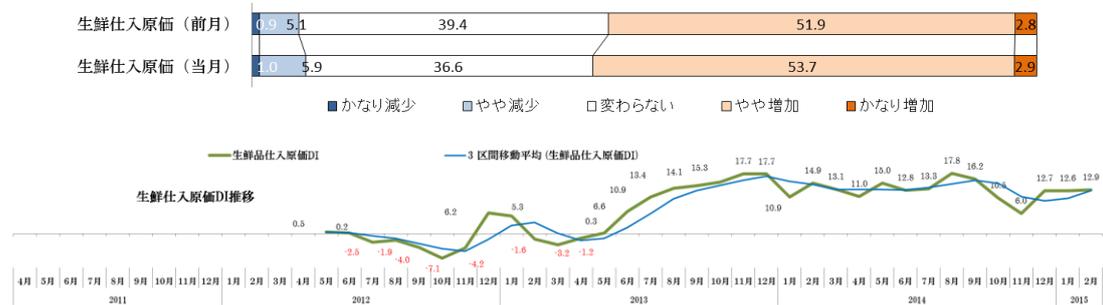
## 5. 来客数 DI

依然としてマイナス圏内も 2 月は上昇をみせてマイナス幅を縮小



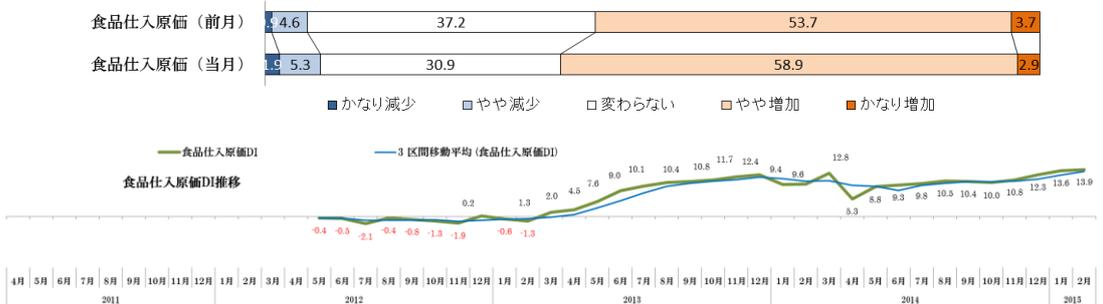
## 6. 生鮮仕入原価 DI

高止まり傾向をみせ、3 ヶ月連続の二桁プラスを記録



## 7. 食品仕入原価 DI

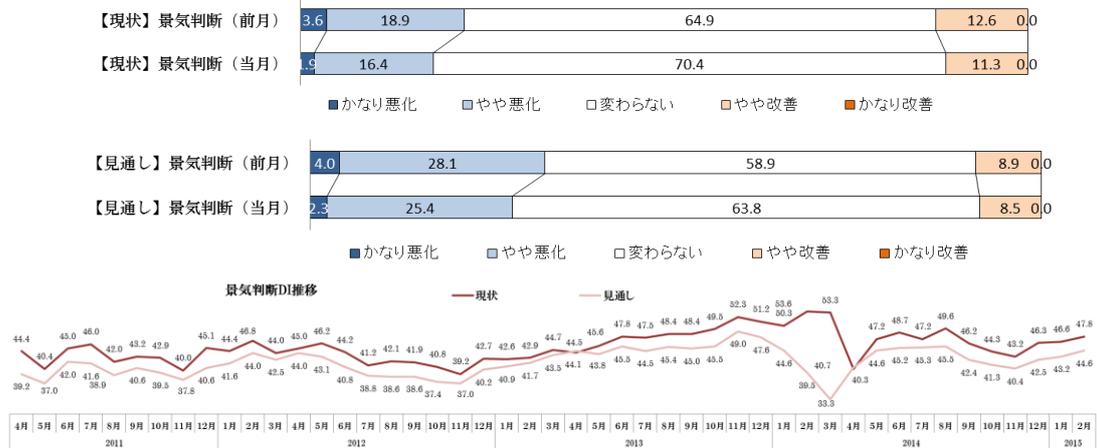
高止まり傾向をみせ、7 ヶ月連続の二桁プラスを記録



## 2. 景況感調査

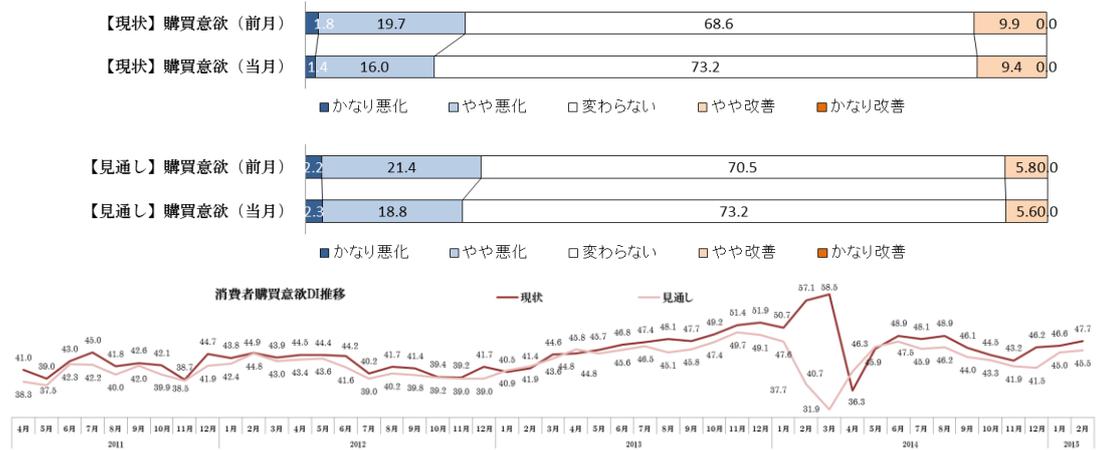
### 1. 中核店舗景気判断DI

現状判断、見通し判断共に3ヵ月連続で回復し、回復傾向が鮮明に



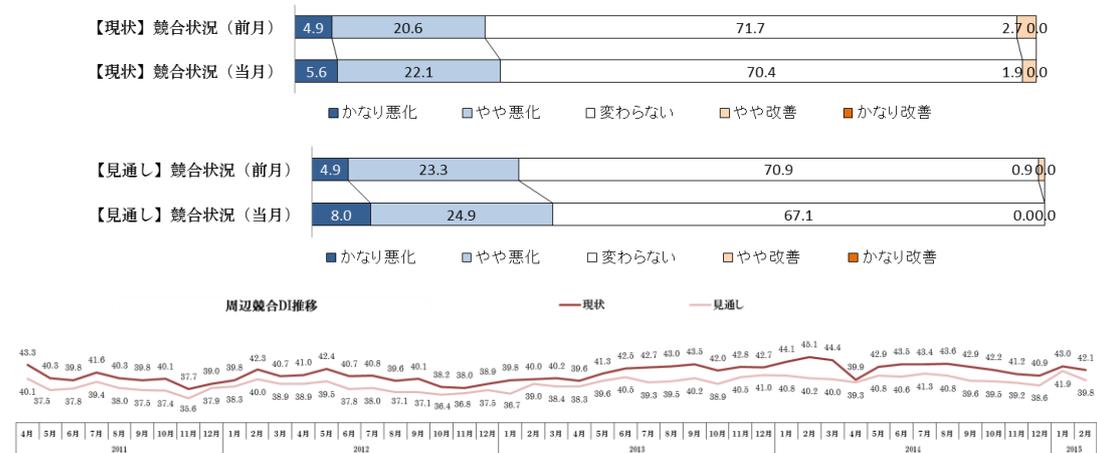
### 2. 消費者購買意欲DI

現状判断、見通し判断共に3ヵ月連続で回復し、回復傾向が鮮明に



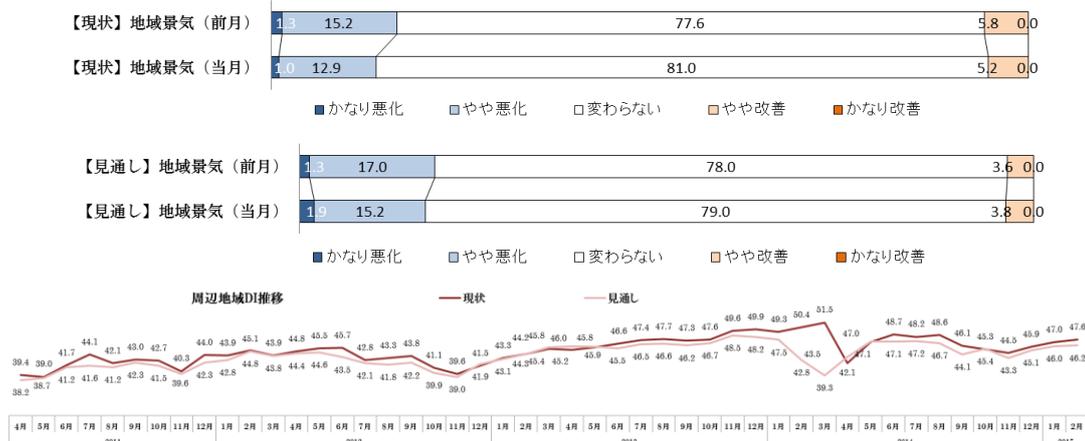
### 3. 中核店舗周辺競合状況DI

横ばい推移が続き、依然として回復傾向はみられない



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

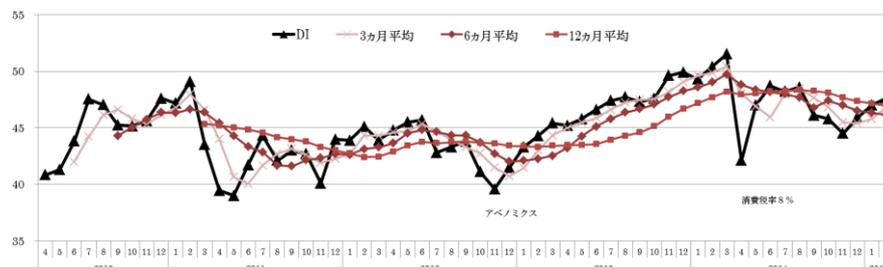
現状判断、見通し判断共に3ヵ月連続で回復し、回復傾向が鮮明に



#### 長期傾向 (2010年4月～)

2012年11月以降上昇を続けた「中核店舗周辺地域景気判断DI」は、2014年4月消費税率引き上げの影響を受け下落した。その後5月に回復をみせるも、6月～8月まで横ばい推移、9月～11月では下落が続き、下降トレンドとなった。直近3ヵ月(12月、1月、2月)は3ヵ月連続で上昇をみせ、回復傾向が顕著となっている。このように3ヵ月周期で目まぐるしく方向性が変化するなか、見通し判断では、6ヵ月移動線を除く平均線はプラスに転換しているものの、現状判断では、3ヵ月移動線がプラス転換しているのみで、回復傾向の足場は依然として確実なものとはなっていない。

#### 現状判断 (中長期傾向)



#### 見通し判断 (中長期傾向)



### 3. カテゴリー別動向

#### カテゴリー別動向 DI による好不調判断

かなり好調：20 以上・好調：10～20・やや好調：0～10

かなり不調：-20 以下・不調：-20～-10・やや不調：-10～0

#### 1. 青果 DI：-4.1（やや不調）

青果相場は高安まちまちの状況がつづいており、全体的に好不調についての判断がわかる結果となった。葉物野菜は単価が下落している影響で不調の声が多かった。果物についてはりんごが好調である一方でみかんなどの柑橘類やいちごが不調とのコメントが多くみられた。



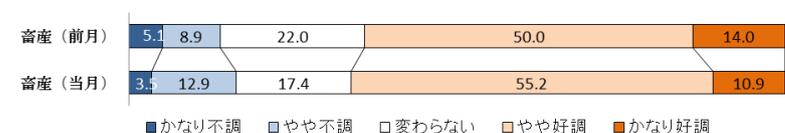
#### 2. 水産 DI：9.7（やや好調）

不漁による入荷不足が安定傾向をみせていることや相場高による単価上昇を追い風に好調との判断が多くなった。気温の上昇に伴い刺身類をはじめとする生食関連の好調を指摘する声が多かった。前年大雪からの反動の影響もあったとみられる。



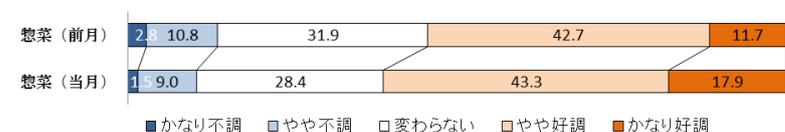
#### 3. 畜産 DI：14.3（好調）

引き続き精肉相場高が続いており、牛肉、豚、鶏共に単価上昇がみられている。精肉に限らず加工肉も好調であるとの回答も目立った。特に牛肉と豚肉が好調であるとの声が多かった。催事を展開するなどの取り組みも成果をあげている。



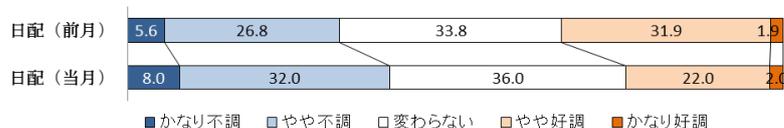
#### 4. 惣菜 DI：16.8（好調）

曜日まわりに恵まれ、恵方巻きが好調であったことから、カテゴリーとして好調に推移した。売場リニューアルや品揃えなど積極的に取り組まれていることも成果をあげている。



## 5. 日配DI：-5.5（やや不調）

洋日配は乳製品を中心に比較的好調の声が多いものの、気温上昇により和日配が不調であるとの指摘が多かった。前年特需からの影響を指摘する声もある。また日配カテゴリーにおける競合との価格競争の厳しさを指摘するコメントが多くみられた。



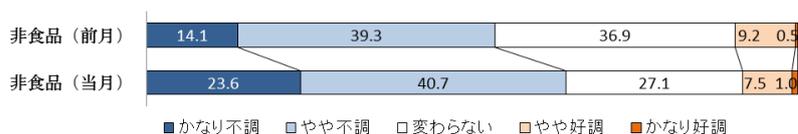
## 6. 一般食品：-13.8（不調）

引き続き米の相場下落の影響や相次ぐ食品の値上げによる売上鈍化を指摘する声が多く、不調となった。酒類や菓子カテゴリーやシリアルなどが好調であるとの声が多かった。前年の増税前需要からの反動を指摘するコメントもみられる。商品への値上げが続くなかでも、競合による価格競争の厳しさをあげるコメントが多い。



## 7. 非食品DI：-19.6（不調）

花粉対策商品が好調であったとのコメントも散見されたが、ドラッグストアとの競合や価格競争により全体的に厳しいコメントが多かった。前年の増税前需要からの反動を指摘するコメントもみられる。



## 2015年2月実績キーワードTOP3

1. 前年からの反動（大雪の影響・消費税率引き上げ）
2. 気温上昇
3. 仕入価格高騰

## スーパーマーケット景気動向調査 3月調査結果

- 2月実績速報版集計 213社
- 1月実績確報版集計 223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

[tokei@super.or.jp](mailto:tokei@super.or.jp)