

# スーパーマーケット景気動向調査

## 2021年2月調査結果（1月実績） （2021年2月24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・見通しともに前月水準で推移

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現状判断は、前月から+2.6の47.7、見通し判断は前月から+1.5の39.6となり、共に前月から小幅な改善となった。

経営動向調査は、売上高DI、収益DI共に前年に比べプラス幅を拡大し、二桁のプラスまで上昇した。緊急事態宣言の発令による巣ごもり需要の増大より、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。来店頻度の減少による来客数DI低下はみられるが、青果相場に上昇傾向がみられるなど、生鮮品仕入れ原価DIがプラスとなったことも追い風になった。

カテゴリ動向調査では、外出自粛や飲食店の時短営業による内食傾向の高まりを受け、惣菜DIと非食品を除くDIは軒並み上昇した。なかでも相場上昇と鍋関連が好調となった青果DIは14.0と前月から+21.1となった。（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、現状判断、見通し判断のいずれのDIも小幅に改善傾向が続いており、なかでも消費者購買意欲DIは、好不調判断の分かれ目となる50を上回った。（長期傾向についてはp11参照）

今月は緊急事態宣言により再び巣ごもり需要の拡大がみられた。感染拡大から1年が経過し、カテゴリ単位の前年比較だけでは、消費者動向の把握が難しくなることが予想される。自粛生活の長期化により内食志向にも変化がみられる可能性があるなかで、より詳細な商品特徴に着目した販売動向の把握と変化する消費者ニーズへの迅速な対応が求められる。

#### 景況感調査

##### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：47.7 (+2.6) 前月：45.1	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：50.2 (+1.3) 前月：48.9	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：45.2 (+1.1) 前月：44.1	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：43.8 (+0.9) 前月：42.9
--	---	---	---

##### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：39.6 (+1.5) 前月：38.1	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：44.5 (+2.2) 前月：42.3	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：42.7 (+1.5) 前月：41.2	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：39.6 (+1.0) 前月：38.6
--	---	---	---

#### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：14.0 (+8.4) 前月：5.6	<b>客単価DI</b> 当月：25.6 (+4.2) 前月：21.4	<b>来客数DI</b> 当月：-20.3 (-2.4) 前月：-17.9	
<b>収益DI</b> 当月：12.8 (+3.7) 前月：9.1	<b>販売価格DI</b> 当月：2.6 (+1.6) 前月：1.0	<b>生鮮品仕入れ原価DI</b> 当月：5.8 (+4.5) 前月：1.3	<b>食品仕入れ原価DI</b> 当月：4.4 (+1.4) 前月：3.0

#### カテゴリ動向

<b>青果DI</b> 当月：19.6 (+21.1) 前月：-1.5	<b>水産DI</b> 当月：10.6 (+3.3) 前月：7.3	<b>畜産DI</b> 当月：22.3 (+4.9) 前月：17.4	
<b>惣菜DI</b> 当月：-5.6 (-3.6) 前月：-2.0	<b>日配DI</b> 当月：18.6 (+9.0) 前月：9.6	<b>一般食品DI</b> 当月：16.3 (+7.7) 前月：8.6	<b>非食品DI</b> 当月：9.1 (-1.6) 前月：10.7

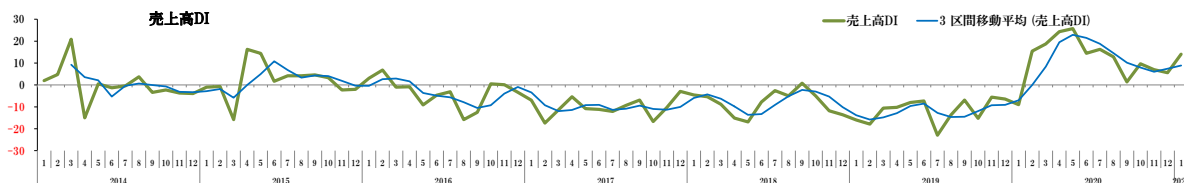
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

## 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

### 1. 売上高DI

前月から大きく上昇し、プラス幅を二桁に拡大

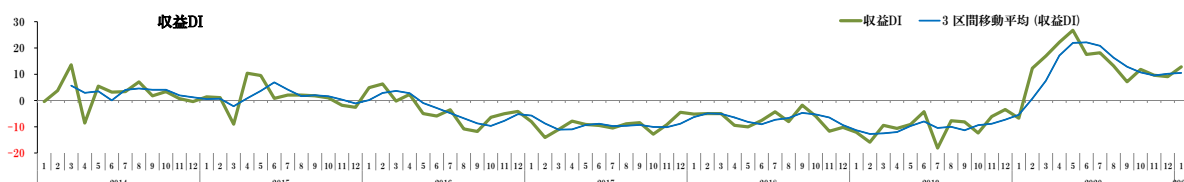
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	7.3	20.1	24.6	39.1	8.9	5.6
<b>売上高 (当月)</b>	<b>6.8</b>	<b>10.5</b>	<b>19.1</b>	<b>46.9</b>	<b>16.7</b>	<b>14.0</b>



### 2. 収益DI

前月から大きく上昇し、プラス幅を二桁に拡大

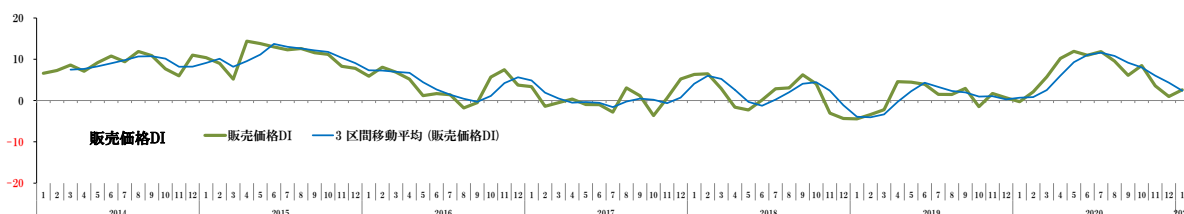
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.8	15.3	25.6	39.2	13.1	9.1
<b>収益 (当月)</b>	<b>6.3</b>	<b>11.9</b>	<b>21.9</b>	<b>44.4</b>	<b>15.6</b>	<b>12.8</b>



### 3. 販売価格DI

横ばいで推移し、プラス圏を維持

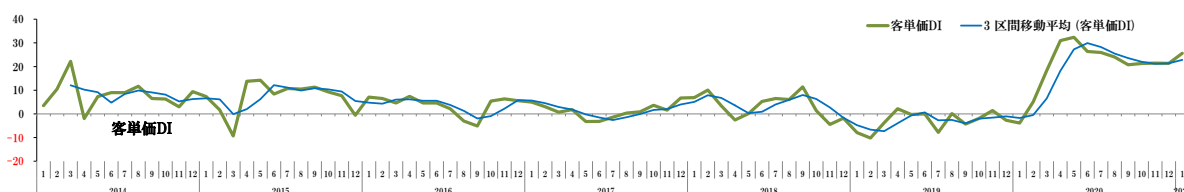
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	1.7	13.6	66.7	15.3	2.8	1.0
<b>販売価格 (当月)</b>	<b>0.6</b>	<b>10.5</b>	<b>68.5</b>	<b>18.5</b>	<b>1.9</b>	<b>2.6</b>



### 4. 客単価DI

前月から上昇し、大幅なプラス圏を維持

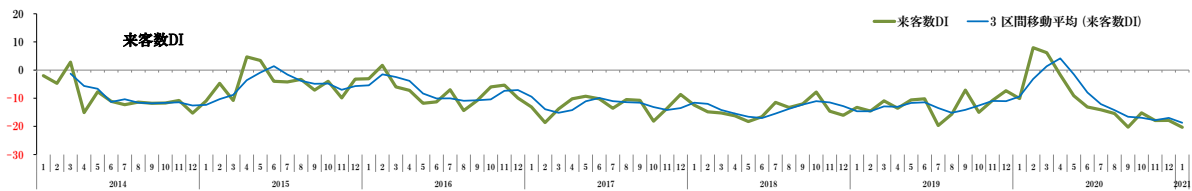
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.1	7.8	12.8	60.9	17.3	21.4
<b>客単価 (当月)</b>	<b>0.6</b>	<b>5.0</b>	<b>16.8</b>	<b>46.6</b>	<b>31.1</b>	<b>25.6</b>



## 5. 来客数 DI

二桁マイナス水準での推移が続く

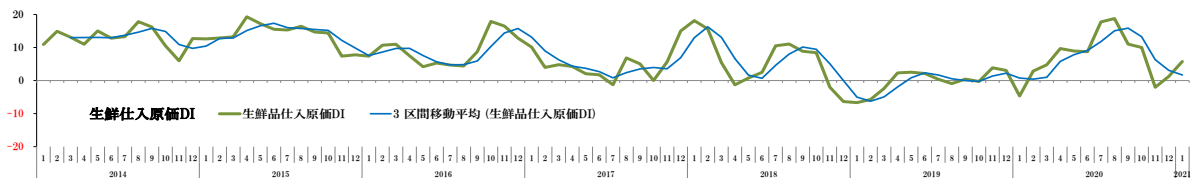
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	20.1	46.9	20.1	10.1	2.8	-17.9
来客数 (当月)	<b>23.6</b>	<b>47.2</b>	<b>18.0</b>	<b>9.3</b>	<b>1.9</b>	<b>-20.3</b>



## 6. 生鮮仕入原価 DI

小幅に上昇しプラス圏維持

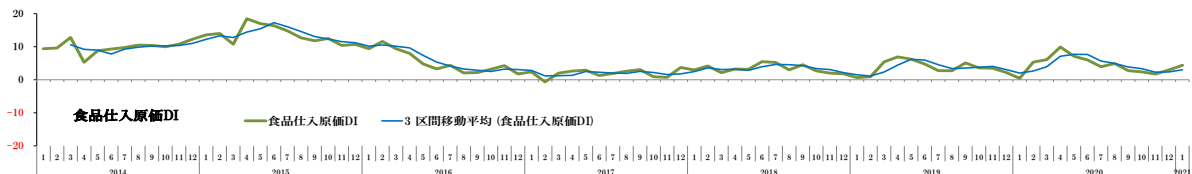
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.1	17.0	61.9	15.3	4.5	1.3
生鮮仕入原価 (当月)	<b>0.0</b>	<b>7.7</b>	<b>67.3</b>	<b>19.2</b>	<b>5.8</b>	<b>5.8</b>



## 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)	1.1	5.1	78.4	11.4	4.0	3.0
食品仕入原価 (当月)	<b>0.6</b>	<b>3.1</b>	<b>78.1</b>	<b>14.4</b>	<b>3.8</b>	<b>4.4</b>

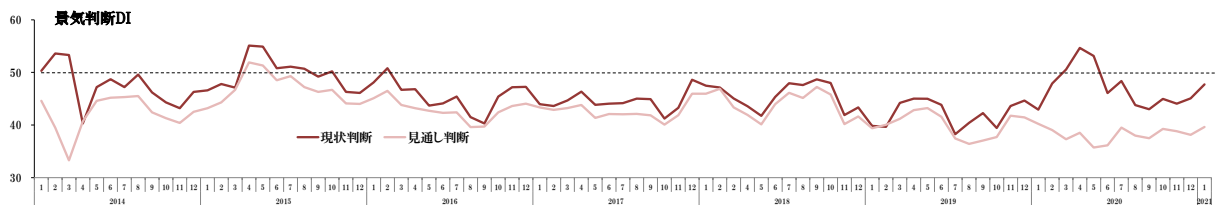


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景気判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景気判断 DI

現状、見通しともに改善

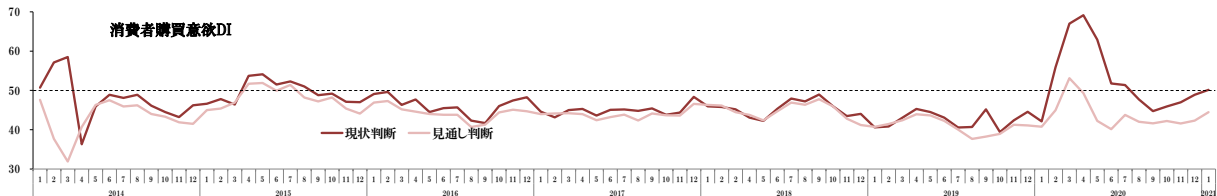
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	2.2	28.0	57.7	11.5	0.5	45.1
<b>【現状】景気判断 (当月)</b>	<b>4.8</b>	<b>20.0</b>	<b>55.2</b>	<b>19.4</b>	<b>0.6</b>	<b>47.7</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	6.6	39.8	48.1	5.5	0.0	38.1
<b>【見通し】景気判断 (当月)</b>	<b>6.1</b>	<b>35.4</b>	<b>52.4</b>	<b>6.1</b>	<b>0.0</b>	<b>39.6</b>



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は50台まで改善、見通し判断も小幅に改善

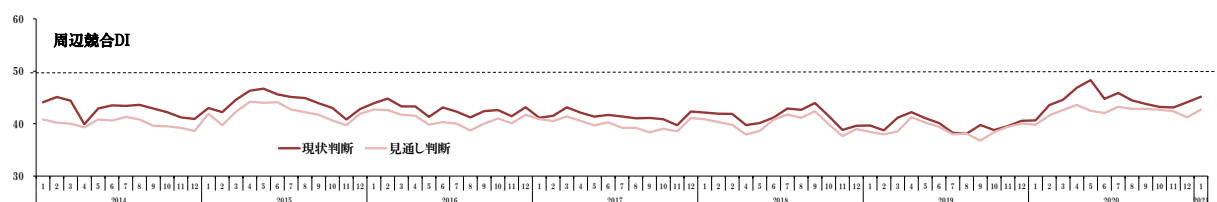
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	0.0	26.4	52.2	20.9	0.5	48.9
<b>【現状】購買意欲 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>18.2</b>	<b>63.6</b>	<b>17.6</b>	<b>0.6</b>	<b>50.2</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	3.3	33.5	53.8	9.3	0.0	42.3
<b>【見通し】購買意欲 (当月)</b>	<b>1.8</b>	<b>26.4</b>	<b>63.8</b>	<b>8.0</b>	<b>0.0</b>	<b>44.5</b>



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通しとも小幅に改善

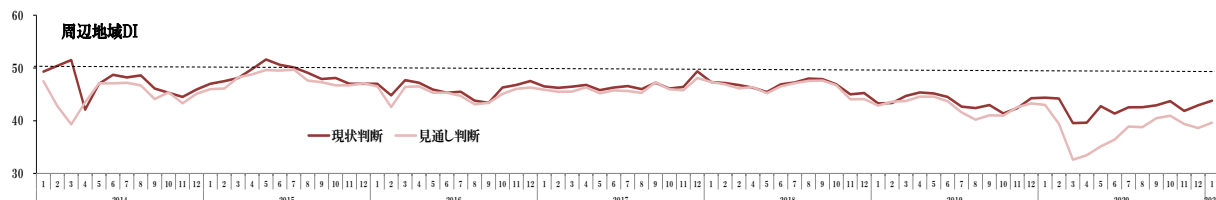
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	2.7	20.9	73.6	2.7	0.0	44.1
<b>【現状】競合状況 (当月)</b>	<b>3.0</b>	<b>14.5</b>	<b>81.2</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>	<b>45.2</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	4.4	26.9	68.1	0.5	0.0	41.2
<b>【見通し】競合状況 (当月)</b>	<b>4.9</b>	<b>20.7</b>	<b>73.2</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>	<b>42.7</b>



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状、見通しとも小幅に改善

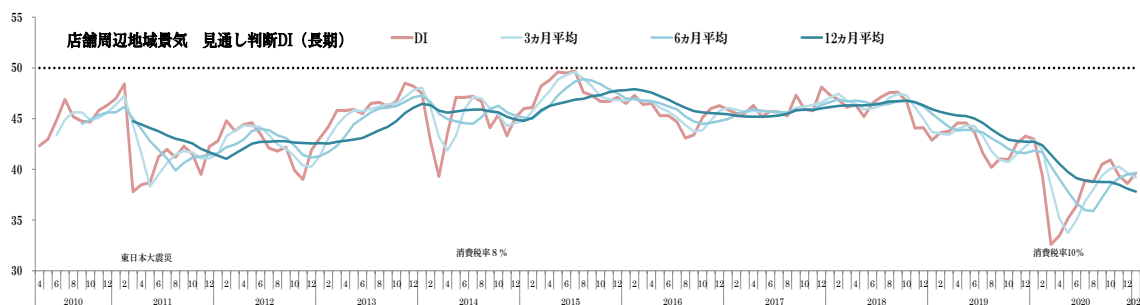
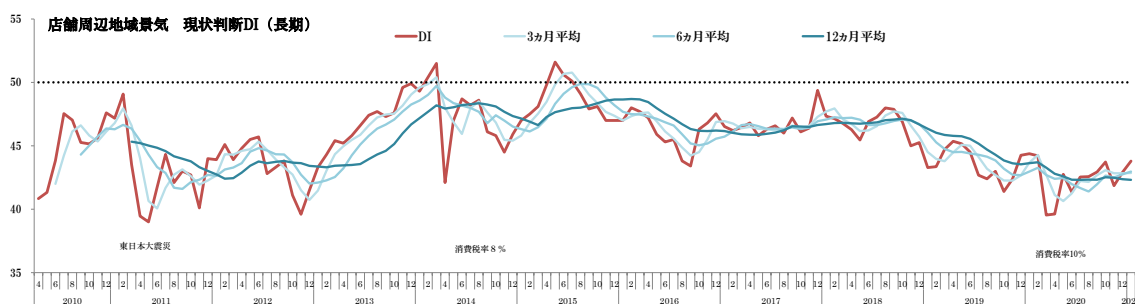
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	0.6	30.0	67.2	1.7	0.6	42.9
【現状】地域景気 (当月)	1.8	22.4	74.5	1.2	0.0	43.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	3.3	40.0	55.6	1.1	0.0	38.6
【見通し】地域景気 (当月)	3.7	35.4	59.8	1.2	0.0	39.6



#### ・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。

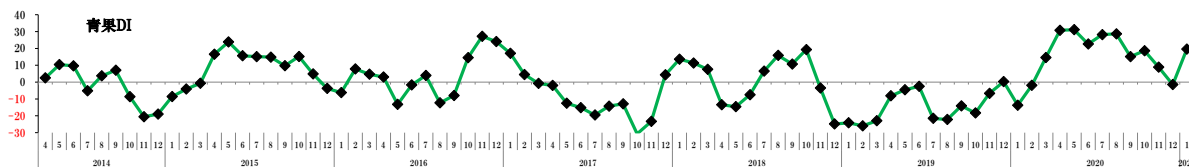
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げており、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。20年2月に大幅に悪化したものの、5月から10月まで持ち直しの動きが続いた。以降は一進一退の推移となっている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：19.6（好調）

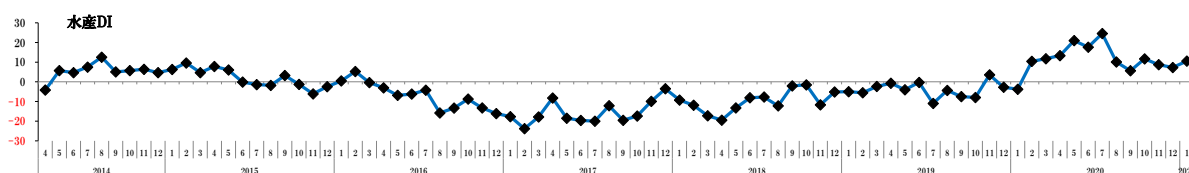
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	11.0	28.5	23.3	29.7	7.6	-1.5
<b>青果（当月）</b>	<b>3.2</b>	<b>8.2</b>	<b>20.3</b>	<b>43.7</b>	<b>24.7</b>	<b>19.6</b>



緊急事態宣言発令に伴い家庭内消費需要が再拡大したこと、相場安が落ち着き平年並みに回復し、前年相場安から比較で一品単価が上昇したことで好調に推移した。前年は気温が高く鍋物商材が不振となったが、今年は一転して気温が低く推移し、ネギや白菜、キノコ類などの動きがよかった。調理用として、じゃがいもやねぎ類など土物類も好調が続いているほか、トマトや洋菜などのサラダ商材も好調となった。果物では、イチゴやみかんなどの柑橘類が好調となった。

#### 2. 水産DI：10.6（好調）

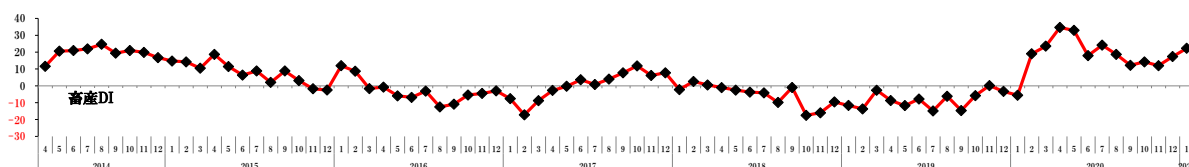
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	6.3	19.5	24.7	37.4	12.1	7.3
<b>水産（当月）</b>	<b>7.1</b>	<b>16.7</b>	<b>23.7</b>	<b>32.1</b>	<b>20.5</b>	<b>10.6</b>



緊急事態宣言発令に伴う内食向け需要の増加により、刺身類や簡便調理商品、保存が利く冷凍加工品が好調となった。一方で、帰省客の減少により、年始の刺身盛り合わせなどに大きな影響を受けた店舗もみられた。前年に比べ気温がかなり低く推移したことで、牡蠣や、カニ、エビ、練り物など鍋関連商材の動きがよかった。農林水産省の緊急対策事業による販売支援も追い風にウナギやサーモンが好調とのコメントがみられた。生魚は入荷が不安定で不調となった店舗が多かった。

#### 3. 畜産DI：22.3（かなり好調）

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）	1.7	12.1	20.7	46.0	19.5	17.4
<b>畜産（当月）</b>	<b>3.2</b>	<b>6.4</b>	<b>19.1</b>	<b>40.8</b>	<b>30.6</b>	<b>22.3</b>

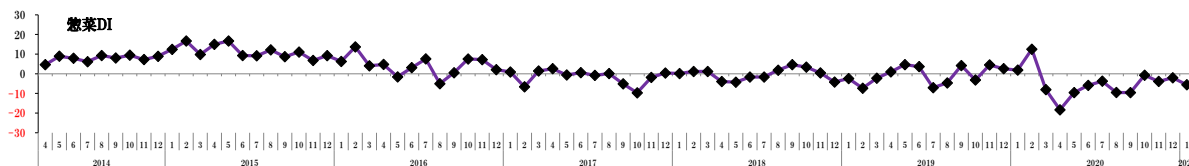


緊急事態宣言発令に伴う調理需要の増加により、大型パックを中心に月を通じかなり好調に推移した。前年暖冬からの反動により、鍋用食材の引き合いが強く、相場の上昇も追い風に豚肉や鶏肉が好調となった。牛肉にも国産、輸入問わず需要が集まっているが、和牛価格に上昇傾向がみられており、伸び悩んだ店舗もみられた。ハムなど加工肉も引き続き堅調に推移した。



#### 4. 惣菜DI：-5.6（やや不調）

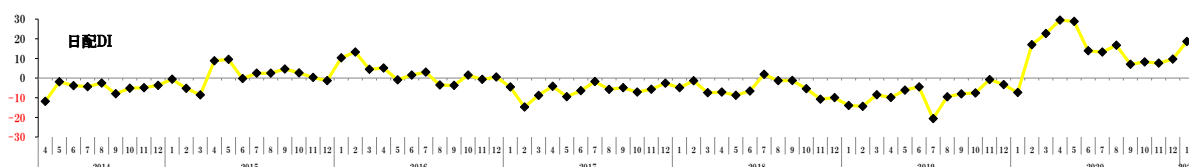
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	6.9	31.8	28.3	28.3	4.6	-2.0
<b>惣菜（当月）</b>	<b>8.3</b>	<b>37.8</b>	<b>25.0</b>	<b>25.6</b>	<b>3.2</b>	<b>-5.6</b>



年始に帰省客減少による影響を受けたほか、成人式をはじめとするイベント中止で予約販売が不振となった。引き続き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夕方以降の来店客数減少を受けている店舗が多い。中食ニーズにより米飯類に回復傾向がみられたほか、気温低下により麺類などホット惣菜、「家飲み」向けおつまみ惣菜は引き続き堅調に推移した。

#### 5. 日配DI：18.6（好調）

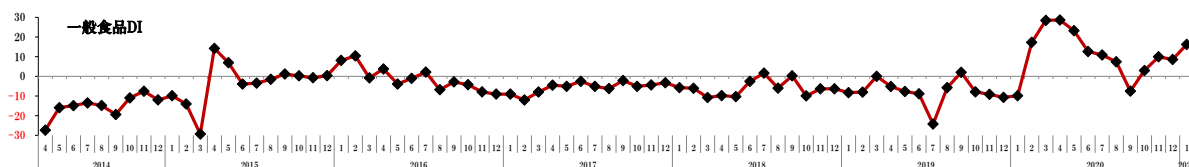
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.0	15.5	28.7	41.4	10.3	9.6
<b>日配（当月）</b>	<b>2.5</b>	<b>7.6</b>	<b>22.9</b>	<b>46.5</b>	<b>20.4</b>	<b>18.6</b>



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ほか、簡便志向によりピザなどチルド食品の動きがよかった。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。巣ごもり生活の長期化を意識した高単価の食品やデザートへの動きがよい。TV 報道により納豆に特需が発生した店舗もみられた。機能性ヨーグルトは好不調がわかれている。

#### 6. 一般食品：16.3（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）	2.9	17.7	33.7	33.7	12.0	8.6
<b>一般食品（当月）</b>	<b>2.5</b>	<b>11.9</b>	<b>25.6</b>	<b>38.1</b>	<b>21.9</b>	<b>16.3</b>

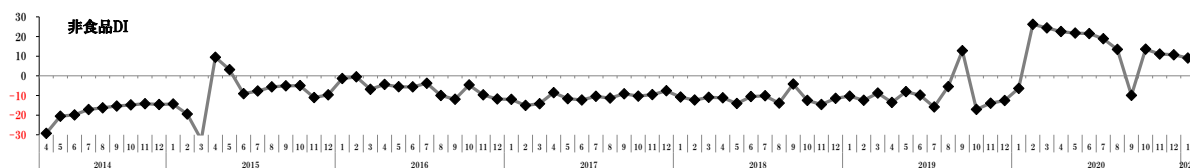


緊急事態宣言発令に伴う巣ごもり需要の高まりを受け、米や調味料、粉物や手作り用食材、レトルト、インスタントなどがいずれも好調となった。前年より低い気温でスープ類、鍋つゆ、コーヒーなどホット商材が好調となった一方で、飲料や菓子類は前年並みとなった店舗が多かった。家飲み傾向が一層強まり、酒類や珍味などのつまみ類が好調となった。大雪により保存可能な商品に買いだめが発生した地域もみられた。



## 7. 非食品DI：9.1（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
非食品（前月）	4.1	18.8	25.3	33.5	18.2	10.7
非食品（当月）	8.4	13.6	29.9	29.2	18.8	9.1



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も、一部には前年からの反動を受け前年実績を下回る店舗もみられた。気温の低下によりカイロなどの季節商品が好調となった。ラップなどの台所用品、洗剤をはじめとする家庭用品などがいずれも好調を維持した。大雪に見まわれた地域では、電池やコンロなどに特需もみられた。

### カテゴリ別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）

### （参考）2020年2月調査（1月実績）キーワードTOP3

1. 冬物商材不振（前年より高い気温）
2. 青果相場安
3. 節約志向

### 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      161社  
 12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)