

スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年2月実績 速報版(パネル270)

1月実績 確報版(パネル270)

(2022年3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、インスタアベーカー、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3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2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	91,771,854	100.0%	102.5%	100.9%
食品合計	84,322,484	91.9%	102.6%	100.9%
生鮮3部門合計	31,807,112	34.7%	101.8%	100.0%
青果	12,943,324	14.1%	103.1%	101.5%
水産	7,875,288	8.6%	99.4%	97.7%
畜産	10,988,500	12.0%	102.0%	100.1%
惣菜	9,855,209	10.7%	105.3%	103.1%
日配	18,099,401	19.7%	103.1%	101.4%
一般食品	24,560,762	26.8%	102.3%	100.8%
非食品	5,530,325	6.0%	100.3%	98.6%
その他	1,919,089	2.1%	97.6%	97.6%

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	12,172,440	43	101.9%	101.0%
関東地方	33,567,904	73	102.6%	100.5%
中部地方	11,113,494	53	102.9%	100.6%
近畿地方	21,156,555	44	101.4%	100.2%
中国・四国地方	9,161,847	34	104.4%	101.9%
九州・沖縄地方	4,599,615	23	105.5%	105.7%

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	580,941	46	96.7%	96.7%
4~10店舗	4,112,303	82	96.7%	96.6%
11~25店舗	8,574,855	52	101.8%	100.9%
26~50店舗	16,631,295	46	102.1%	99.9%
51店舗以上	61,872,459	44	103.1%	101.4%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	89,718,801	
総店舗数 (店舗)	8,309	店舗平均月商 (万円)	11,045	
総売場面積 (㎡)	13,820,175	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.6	

※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3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 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	95,338,024	100.0%	99.0%	97.8%
食品合計	86,186,721	90.4%	98.9%	97.6%
生鮮3部門合計	33,468,666	35.1%	97.8%	96.4%
青果	13,097,788	13.7%	97.8%	96.6%
水産	8,664,537	9.1%	98.6%	97.2%
畜産	11,706,342	12.3%	97.1%	95.7%
惣菜	9,971,608	10.5%	104.5%	102.8%
日配	18,668,875	19.6%	98.7%	97.5%
一般食品	24,077,571	25.3%	98.4%	97.3%
非食品	6,726,246	7.1%	98.2%	96.5%
その他	2,425,096	2.5%	97.7%	98.8%

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	12,649,093	43	99.8%	99.2%
関東地方	34,094,180	73	98.3%	96.6%
中部地方	11,631,894	53	100.5%	98.4%
近畿地方	22,620,507	44	97.7%	96.9%
中国・四国地方	9,433,594	34	101.3%	99.3%
九州・沖縄地方	4,908,757	23	102.2%	102.9%

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	605,232	46	98.0%	98.0%
4~10店舗	4,214,995	82	93.8%	93.6%
11~25店舗	8,798,705	52	99.0%	98.1%
26~50店舗	16,543,083	45	99.1%	97.7%
51店舗以上	65,176,008	45	99.3%	98.0%

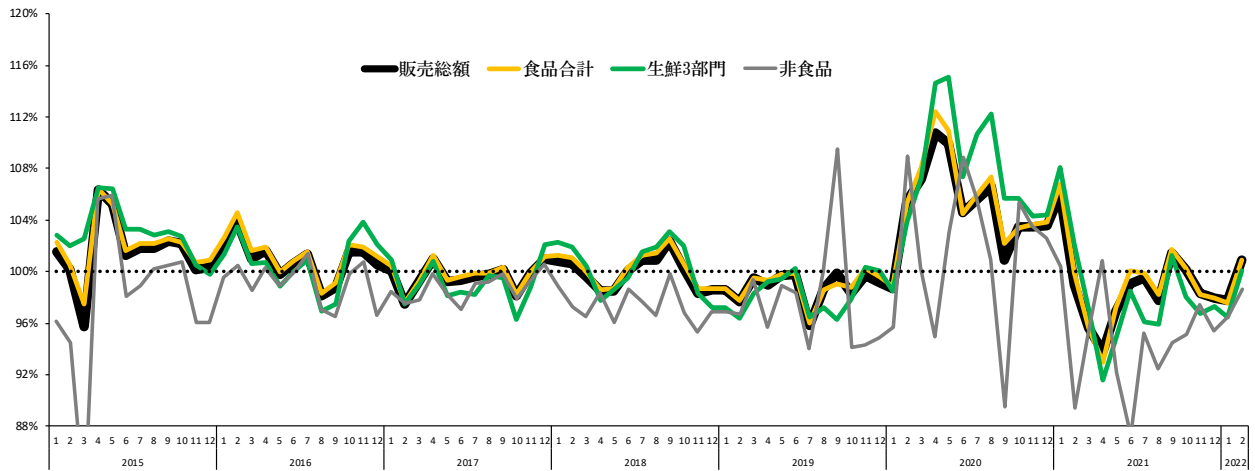
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,180,351
総店舗数 (店舗)	8,304	店舗平均月商 (万円)	11,481
総売場面積 (㎡)	13,814,831	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.9

※売上高は税抜金額

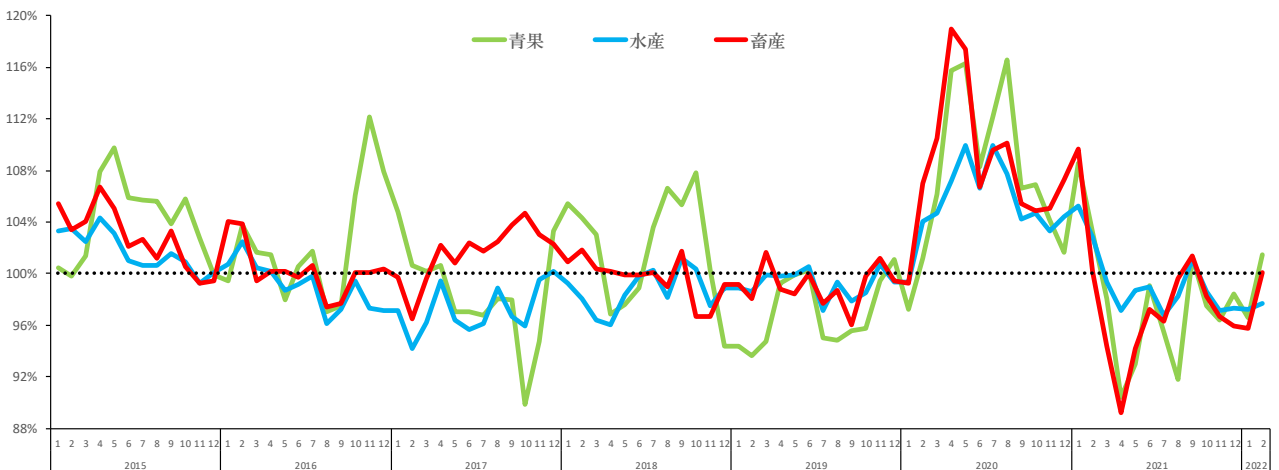
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

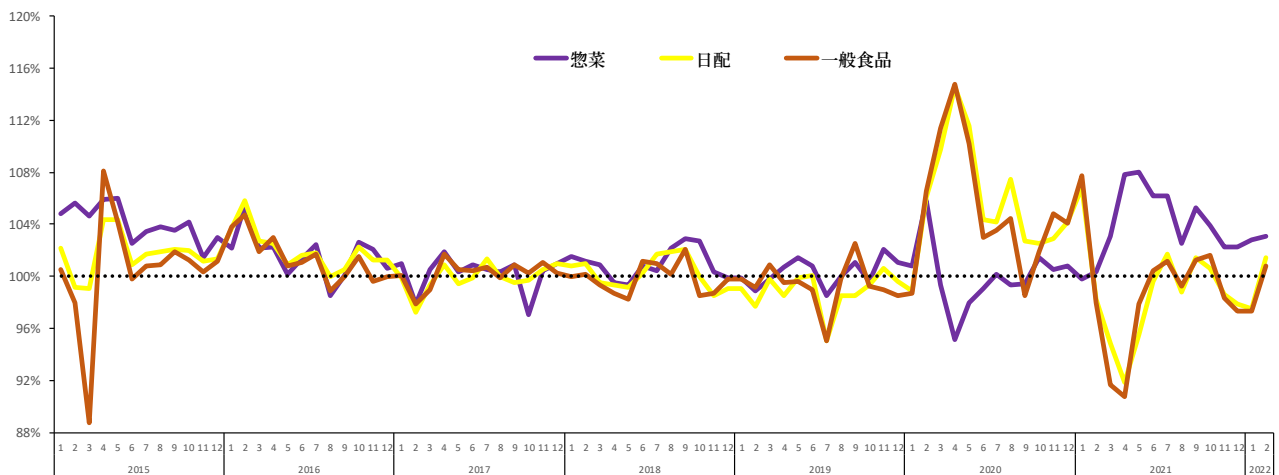
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2022年2月実績は速報版

2022年2月エリア別気候状況

気温の特徴：東・西日本で低かった。北日本と沖縄・奄美では平年並だった。

上旬：東・西日本で低かった。北日本と沖縄・奄美では平年並だった。

中旬：西日本で低かった。北・東日本と沖縄・奄美では平年並だった。

下旬：東・西日本と沖縄・奄美で低かった。北日本では平年並だった。

2021年2月との比較：21年が東・西日本を中心にかなり高く、前年よりかなり低い気温の地域が多くなった。

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2022年2月			2021年2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	-0.2	0.2	0.6	-0.6	2.5	-0.8	0.4	-2.3	1.4
太平洋側	-0.4	0.1	0.4	-0.3	2.7	-0.1	-0.1	-2.6	0.5
東日本 日本海側	-0.9	-0.5	-1.5	1.1	2.3	1.5	-2.0	-2.8	-3.0
太平洋側	-0.6	-0.8	-1.7	1.8	2.5	2.0	-2.4	-3.3	-3.7
西日本 日本海側	-0.7	-1.2	-2.7	1.8	1.9	3.2	-2.5	-3.1	-5.9
太平洋側	-0.7	-1.2	-2.5	1.8	1.9	2.6	-2.5	-3.1	-5.1
沖縄・奄美	0.4	-0.4	-1.5	1.5	-0.2	1.9	-1.1	-0.2	-3.4

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：東日本日本海側と沖縄・奄美で少なかった。一方、東日本太平洋側と西日本で多かった。

上旬：北日本太平洋側で多かった。一方、西日本太平洋側と沖縄・奄美で少なかった。

中旬：北日本日本海側でかなり多かった。一方、北日本太平洋側と沖縄・奄美で少なかった。

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

2021年2月との比較：21年が東日本、西日本、沖縄・奄美で多く、前年より少なくなった地域が多くなった。

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年2月			2021年2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	93	168	57	61	107	95	32	61	-38
太平洋側	119	91	92	94	99	119	25	-8	-27
東日本 日本海側	84	96	85	97	143	156	-13	-47	-71
太平洋側	101	94	139	121	115	128	-20	-21	11
西日本 日本海側	95	95	145	160	122	137	-65	-27	8
太平洋側	92	97	148	143	113	119	-51	-16	29
沖縄・奄美	61	35	70	249	154	130	-188	-119	-60

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：西日本でかなり少なかった。一方、沖縄・奄美でかなり多く、東日本日本海側で多かった。

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

中旬：沖縄・奄美でかなり多く、北日本太平洋側と東日本で多かった。

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

2021年2月との比較：21年が全国的に中旬かなり多く、前年より少なくなった地域が多かった。

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年2月			2021年2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	107	90	133	165	176	91	-58	-86	42
太平洋側	33	104	75	55	301	41	-22	-197	34
東日本 日本海側	116	130	110	124	163	15	-8	-33	95
太平洋側	122	127	2	69	193	4	53	-66	-2
西日本 日本海側	33	74	25	138	102	53	-105	-28	-28
太平洋側	31	81	1	67	139	75	-36	-58	-74
沖縄・奄美	141	250	145	20	212	174	121	38	-29

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「2月の気候」を参考に事務局作成

スーパーマーケット景気動向調査

2022年3月調査結果（2月実績）
（2022年3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

3月調査（2月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は大幅な改善

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の現状判断は、前月から+5.1の46.8、見通し判断は前月から+1.4の40.1となり、現状判断は大幅な改善、見通し判断は小幅な改善となった。

経営動向調査では、売上高DI、収益DIともに、感染拡大により、まん延防止等重点措置が発令されるなど、内食需要が拡大し、前月からマイナス幅を大幅に縮小した。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、原材料価格等の高騰による食品仕入原価DIは2011年の調査開始以来最高水準まで上昇するなど高止まりをみせている。一方で買物頻度を抑える傾向もみられ、来客数DIは低迷した。

カテゴリ動向調査では、内食需要の高まりにより、前月に比べ二桁のプラスとなり、マイナス幅を大幅に縮小したカテゴリが多い。一方で、水産カテゴリについては、相場高や入荷不足の影響で伸び悩んだ。(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、家庭内食事需要の回復により、景気判断DIや消費者購買意欲DIが現状判断で、大幅な改善をみせた。一方で、先行きの不透明感は拭えず、見通し判断は、いずれも小幅な改善にとどまった。(長期傾向についてはP11参照)

物価高騰の影響が国内にも徐々に波及しており、食品や原材料、包装資材など価格改定が幅広い範囲で相次ぎ、今後の消費動向に与える影響の程度が懸念されている。一方で、まん延防止等重点措置は全面解除され、内食需要にどの程度変化がみられるか未知数である。ウクライナ情勢、そして先日発生した東北での地震の影響、電力需給状況など、先行きが見通しにくい状況ではあるが、今後、実施が想定される各種消費喚起策の内容や実施時期についても情報の的確な収集と、機敏な対応が求められる。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：46.8 (+5.1)
前月：41.7

消費者購買意欲DI
当月：47.4 (+4.2)
前月：43.2

周辺地域 競合状況DI
当月：43.6 (+2.8)
前月：40.8

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：44.5 (+3.0)
前月：41.5

見通し判断

景気判断DI
当月：40.1 (+1.4)
前月：38.7

消費者購買意欲DI
当月：42.6 (+0.8)
前月：41.8

周辺地域 競合状況DI
当月：41.8 (+2.7)
前月：39.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：41.2 (+0.8)
前月：40.4

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-1.0 (+8.2)
前月：-9.2

客単価DI
当月：13.5 (+12.0)
前月：1.5

来客数DI
当月：-15.0 (-8.0)
前月：-12.0

収益DI
当月：-2.4 (+8.9)
前月：-11.3

販売価格DI
当月：14.3 (+2.9)
前月：11.4

生鮮品仕入原価DI
当月：15.0 (+3.6)
前月：11.4

食品仕入原価DI
当月：17.3 (+2.4)
前月：14.9

カテゴリ動向

青果DI
当月：0.4 (+13.9)
前月：-13.5

水産DI
当月：-8.7 (-3.0)
前月：-5.7

畜産DI
当月：-2.8 (+10.4)
前月：-13.2

惣菜DI
当月：9.8 (-0.1)
前月：9.9

日配DI
当月：2.6 (+10.2)
前月：-7.6

一般食品DI
当月：-0.4 (+8.0)
前月：-8.4

非食品DI
当月：-6.5 (0.0)
前月：-6.5

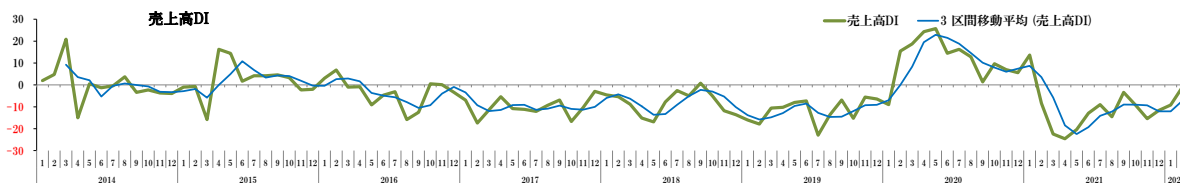
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

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

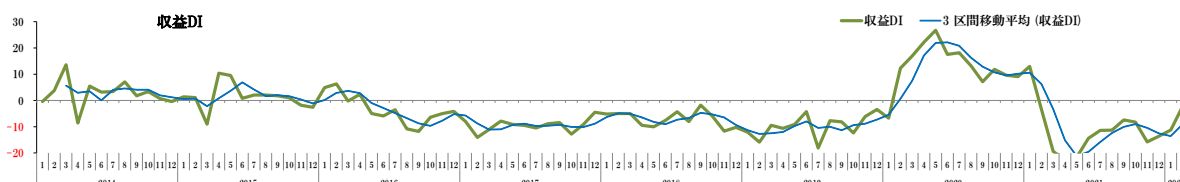
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	12.6	38.8	24.6	20.8	3.3	-9.2
売上高 (当月)	8.4	28.2	27.5	30.5	5.3	-1.0



2. 収益DI

マイナス幅を大幅に縮小

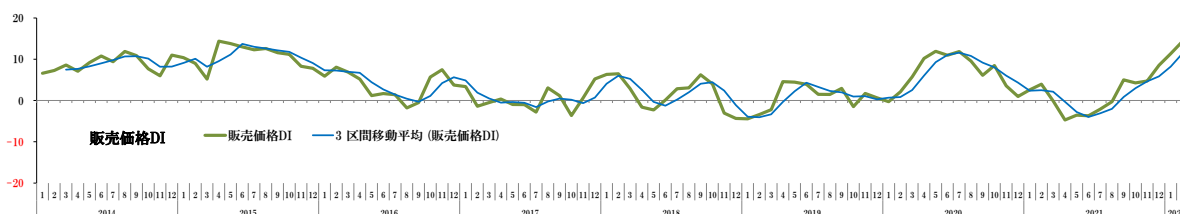
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	15.0	39.4	25.6	15.6	4.4	-11.3
収益 (当月)	10.2	29.1	26.8	27.6	6.3	-2.4



3. 販売価格DI

6か月連続で上昇し、2011年の調査開始以来の最高値を記録

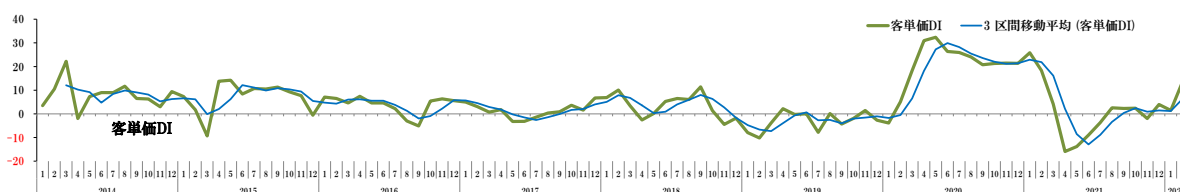
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	5.6	43.3	51.1	0.0	11.4
販売価格 (当月)	0.0	0.8	42.6	55.0	1.6	14.3



4. 客単価DI

前月から大幅に上昇

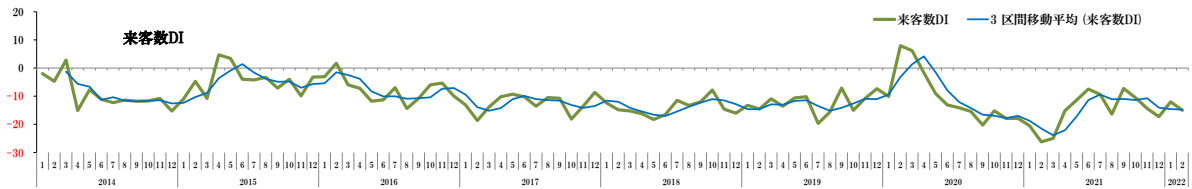
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.6	26.8	37.7	31.7	2.2	1.5
客単価 (当月)	0.0	10.8	28.5	56.9	3.8	13.5



5. 来客数 DI

ややマイナス幅を拡大、二桁マイナス圏が続く

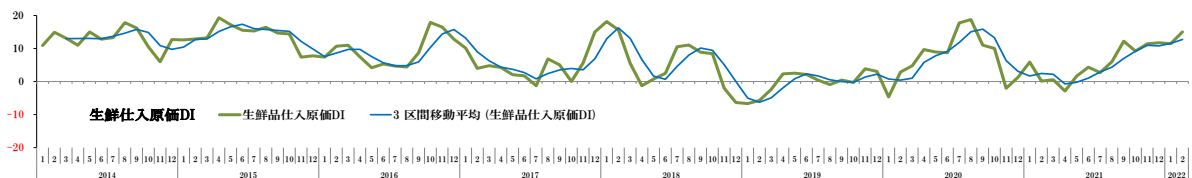
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	10.9	45.4	27.3	13.7	2.7	-12.0
来客数 (当月)	15.4	42.3	30.0	11.5	0.8	-15.0



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から上昇、二桁プラス圏で高止まり傾向

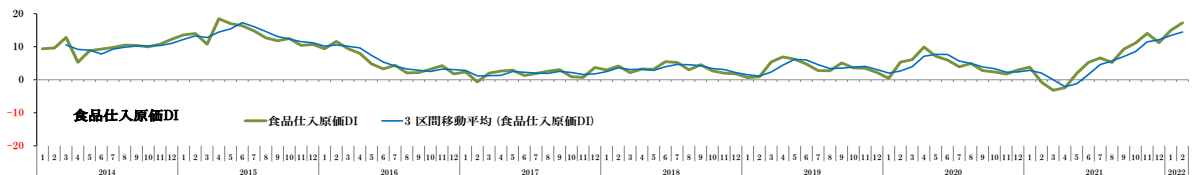
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.3	7.9	36.7	48.0	5.1	11.4
生鮮仕入原価 (当月)	1.6	7.2	28.0	56.0	7.2	15.0



7. 食品仕入原価 DI

上昇傾向が続き、10ヵ月連続プラス値を記録

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
食品仕入原価 (前月)	1.7	5.6	30.7	55.3	6.7	14.9
食品仕入原価 (当月)	1.6	3.2	28.6	57.9	8.7	17.3

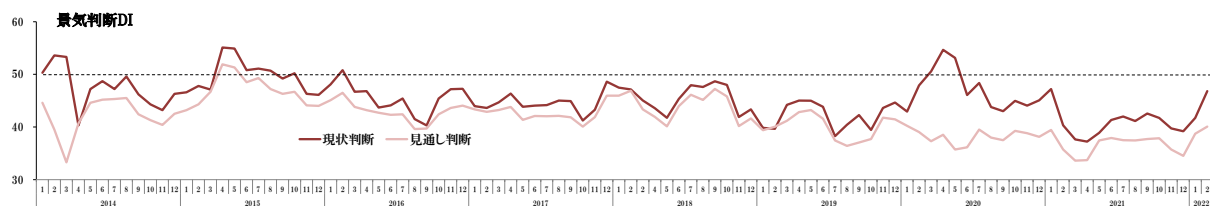


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は大幅な改善、見通し判断も小幅に改善

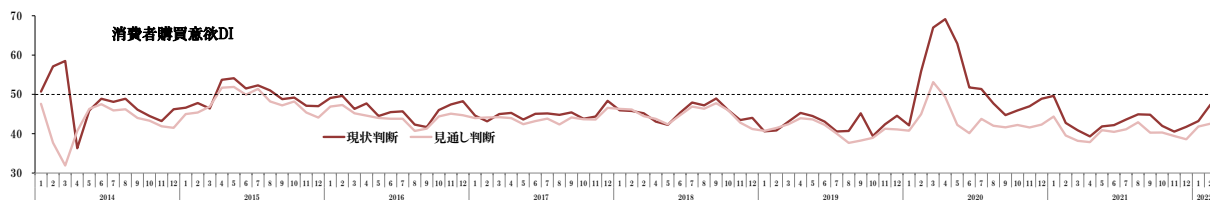
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	3.8	35.3	51.1	9.8	0.0	41.7
【現状】景況判断 (当月)	2.3	22.6	61.7	12.8	0.8	46.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	4.9	41.3	48.4	4.9	0.5	38.7
【見通し】景況判断 (当月)	3.8	38.9	51.1	5.3	0.8	40.1



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は大幅な改善、見通し判断も小幅に改善

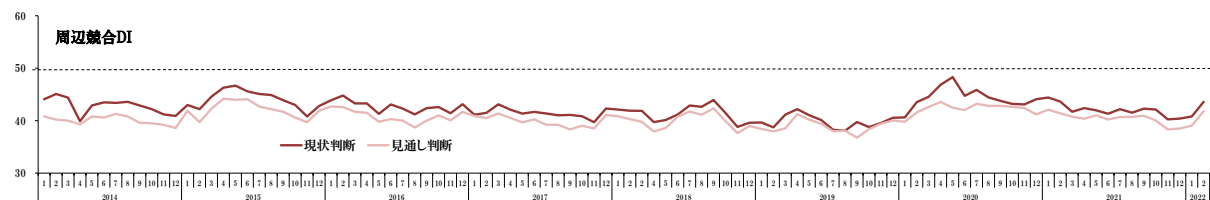
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.7	31.5	56.0	9.8	0.0	43.2
【現状】購買意欲 (当月)	1.5	19.5	67.7	10.5	0.8	47.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.2	35.5	55.7	6.0	0.5	41.8
【見通し】購買意欲 (当月)	1.5	33.6	58.0	6.9	0.0	42.6



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断が改善、見通し判断も小幅に改善

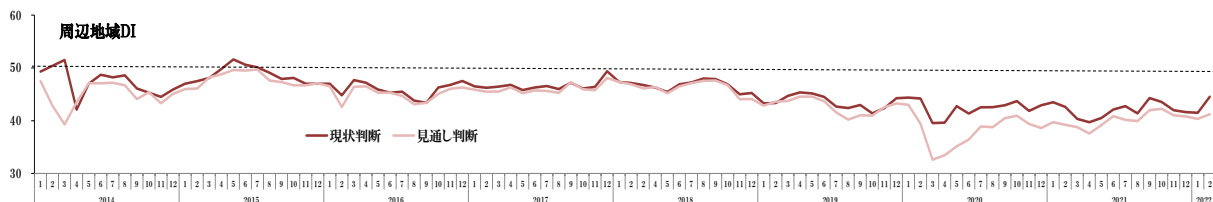
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	4.9	28.6	64.9	1.6	0.0	40.8
【現状】競合状況 (当月)	2.3	22.6	73.7	1.5	0.0	43.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	6.5	31.9	60.5	1.1	0.0	39.1
【見通し】競合状況 (当月)	3.1	29.0	65.6	2.3	0.0	41.8



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断は大幅な改善、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】地域景気 (前月)	1.6	32.4	64.3	1.6	0.0	41.5
【現状】地域景気 (当月)	1.5	22.6	72.2	3.8	0.0	44.5
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】地域景気 (前月)	1.6	36.4	60.9	1.1	0.0	40.4
【見通し】地域景気 (当月)	1.5	35.1	60.3	3.1	0.0	41.2

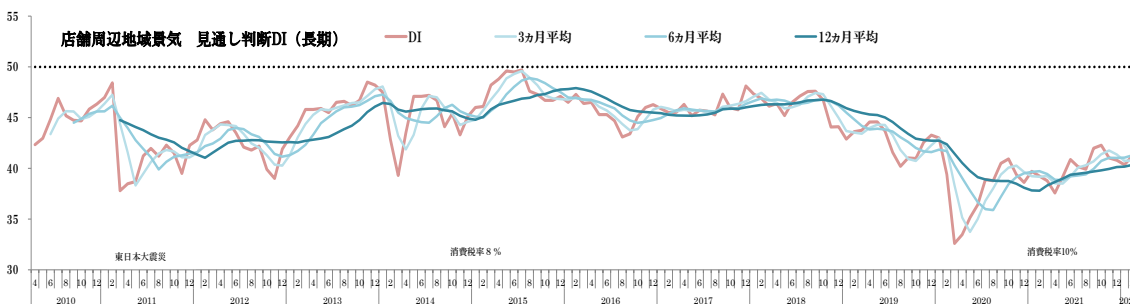
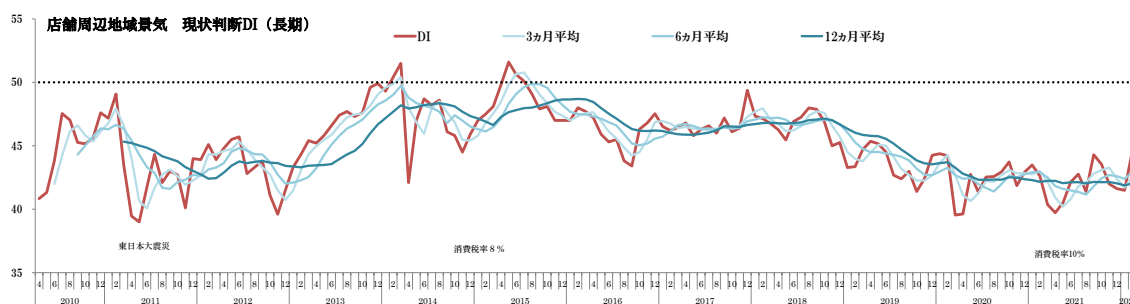


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

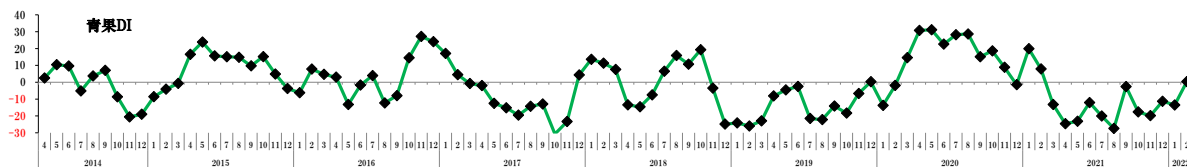
20年2月に大幅に悪化したが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：0.4（やや好調）

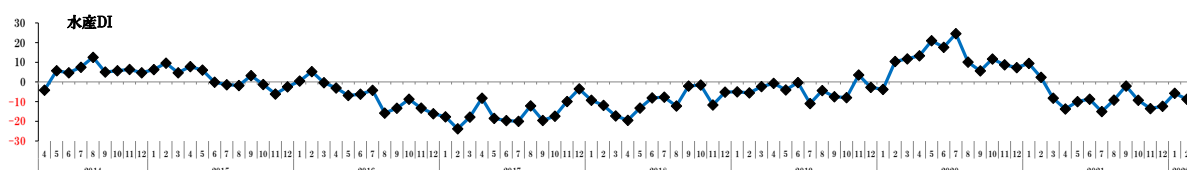
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	16.7	43.7	19.5	17.2	2.9	-13.5
青果（当月）	9.4	23.6	30.7	28.3	7.9	0.4



まん延防止等重点措置がとられた地域が多く、堅調な内食需要を背景に好調となった。タマネギやじゃがいもをはじめとする土物類は、相場高を追い風に売上が伸びた店舗が多かった。気温が低く推移したことでハクサイやネギなど鍋物関連が好調となった一方、サラダ関連は動きが鈍かった。国産果物では柑橘類は好調に推移したが、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。輸入果物は高値となり不振に。

2. 水産DI：-8.7（やや不調）

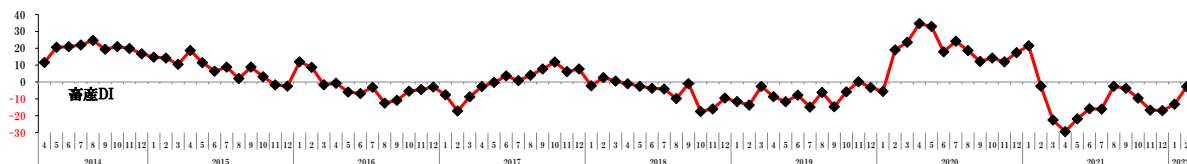
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	9.8	36.8	28.7	16.1	8.6	-5.7
水産（当月）	7.9	41.3	34.9	9.5	6.3	-8.7



節分の恵方巻関連商材は好調とする店舗が多かった。一方で漁船の燃料費高騰もあり生魚の入荷が不安定なうえ、輸入品も高騰するなど全般的に相場高となっており、販売に苦労した店舗が多かった。感染状況により買物頻度が低下する中で、買いために向かないことも不調の要因となった。カニや輸入魚介類（鮭・えび・タコなど）や、珍味での価格上昇が目立ち、販売数量を落とした店舗が多い。あさり産地偽装問題の影響を指摘するコメントもみられた。

3. 畜産DI：-2.8（やや不調）

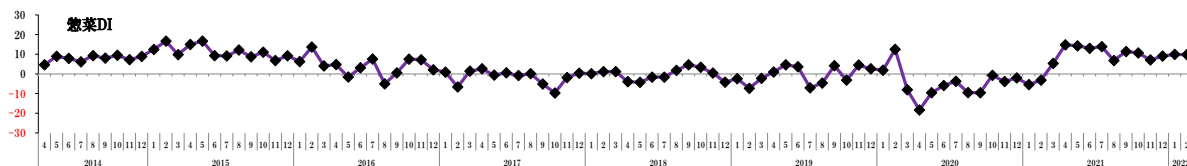
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	17.2	39.7	24.7	15.5	2.9	-13.2
畜産（当月）	8.7	24.4	38.6	26.0	2.4	-2.8



家庭内食事需要の拡大により、全体的に、販売に回復傾向がみられた。気温が低めに推移したことから、鍋関連商材の動きがよかったが、焼肉関連は前年好調の反動もみられた。牛肉は、国産の価格には比較的落ちつきがみられたが、輸入牛は価格高騰が続き、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：9.8（やや好調）

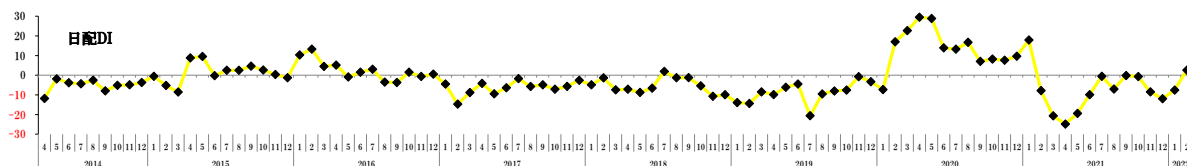
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	4.7	13.6	32.0	36.7	13.0	9.9
惣菜（当月）	2.4	16.8	29.6	41.6	9.6	9.8



節分の恵方巻関連が好調に推移した。まん延防止等重点措置がとられた地域では、家庭内の昼食需要を背景とした米飯類、また家飲み需要の増加により、焼鳥やつまみ類の動きがよかった。調理油類の値上げの影響で、唐揚げやコロッケなどの揚げ物類が好調に推移した。原料や資材の仕入れ原価の高騰を懸念するコメントや、濃厚接触者の増加で製造人員の確保に苦心した店舗もみられた。

5. 日配DI：2.6（やや好調）

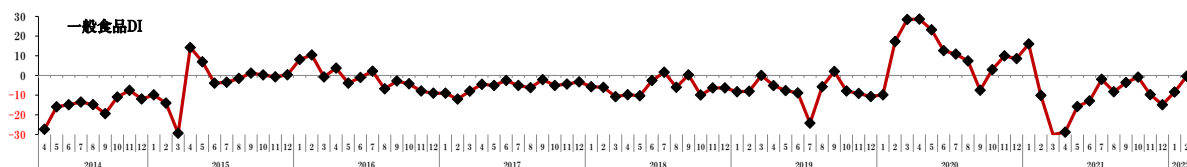
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	8.6	37.7	33.7	15.4	4.6	-7.6
日配（当月）	6.3	19.8	37.3	30.2	6.3	2.6



家庭内需要の拡大により、全体的に販売に回復傾向がみられた。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。価格改定が続いたパン類も前年を上回った店舗が多い。気温が低く推移したことでホットメニューの動きがよく、和日配では練物、豆腐など鍋物関連が好調に推移した。一方で、乳製品は、チーズに前年の反動減があったほか、アイスや機能性ヨーグルトは不振となった。

6. 一般食品：-0.4（やや不調）

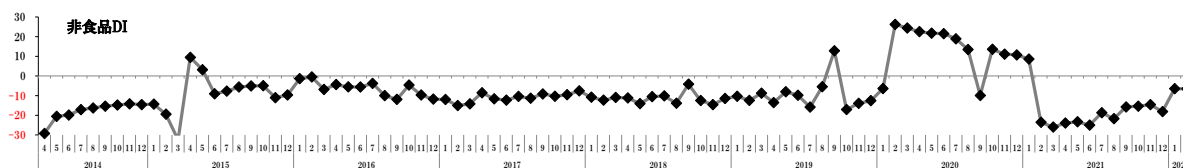
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	10.9	34.9	32.6	20.6	1.1	-8.4
一般食品（当月）	7.8	25.0	34.4	26.6	6.3	-0.4



まん延防止等重点措置がとられた地域を中心に保存性の高い食品（カップ麺、パスタなどの乾麺類、レトルト類、缶詰など）の需要が回復した。値上げのあった油や調味料は、内食機会の増加を背景にして好調に推移した。バレンタイン関連商品の動きはよくないが、手作りチョコ用の商材は動きがよかった。気温の低下により、スープやカレーなどのホットメニューは好調となった。家飲み需要が再び高まりを見せており、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。全般的な価格上昇の中、米類は相場安により不振が続いている。

7. 非食品 DI：-6.5（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
非食品（前月）	12.4	30.6	33.5	17.6	5.9	-6.5
非食品（当月）	12.6	26.0	40.2	17.3	3.9	-6.5



感染予防意識の高まりにより、マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品、低い気温で推移したことでカイロをはじめとする冬物商材の販売に回復傾向がみられた。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や家庭用洗剤は、好不調の判断がわかれた。

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～

2022年3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 内食需要増加
2. 低い気温により冬物商材好調
3. 来客数の低下と客単価増

（参考）2021年3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 巣ごもり需要の継続
2. 保存性の高い食品の前年からの反動、うるう年からの反動
3. 気温が高い

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

2月実績速報版 133社
 1月実績確報版 188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