

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2023 年 2 月実績 速報版

1 月実績 確報版

(2023 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、揚げ物、おにぎり、寿司、インスタベーカー、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

2023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 2023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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|---------|------------|--------|---------------|----------------|
| 総売上高    | 91,768,009 | 100.0% | 100.5%        | 99.1%          |
| 食品合計    | 84,248,386 | 91.8%  | 100.7%        | 99.2%          |
| 生鮮3部門合計 | 31,362,189 | 34.2%  | 98.9%         | 97.3%          |
| 青果      | 12,422,996 | 13.5%  | 97.1%         | 95.7%          |
| 水産      | 7,926,763  | 8.6%   | 99.0%         | 97.3%          |
| 畜産      | 11,012,430 | 12.0%  | 100.9%        | 99.3%          |
| 惣菜      | 10,098,053 | 11.0%  | 104.6%        | 102.8%         |
| 日配      | 18,633,039 | 20.3%  | 102.4%        | 100.9%         |
| 一般食品    | 24,155,104 | 26.3%  | 100.3%        | 99.0%          |
| 非食品     | 5,570,118  | 6.1%   | 99.2%         | 98.2%          |
| その他     | 1,949,552  | 2.1%   | 93.8%         | 93.3%          |

### 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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北地方 | 12,254,320 | 43      | 101.4%        | 100.0%         |
| 関東地方     | 33,513,050 | 73      | 100.1%        | 98.5%          |
| 中部地方     | 11,257,611 | 53      | 101.2%        | 99.3%          |
| 近畿地方     | 20,919,932 | 44      | 99.4%         | 98.4%          |
| 中国・四国地方  | 9,207,598  | 34      | 101.5%        | 99.9%          |
| 九州・沖縄地方  | 4,615,499  | 23      | 102.4%        | 101.4%         |

### 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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|----------|------------|----------------|---------------|----------------|
| 1～3店舗    | 483,052    | 44             | 92.9%         | 96.5%          |
| 4～10店舗   | 4,146,635  | 85             | 98.9%         | 98.4%          |
| 11～25店舗  | 7,988,752  | 50             | 99.5%         | 98.9%          |
| 26～50店舗  | 16,411,359 | 46             | 101.2%        | 99.5%          |
| 51店舗以上   | 62,738,211 | 45             | 100.5%        | 99.0%          |
| 集計企業数（社） | 270        | 既存店総売上高（万円）    |               | 89,912,268     |
| 総店舗数（店舗） | 8,365      | 店舗平均月商（万円）     |               | 10,970         |
| 総売場面積（㎡） | 13,933,578 | 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

2023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 2023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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|---------|------------|--------|---------------|----------------|
| 総売上高    | 97,252,625 | 100.0% | 102.1%        | 100.9%         |
| 食品合計    | 87,999,897 | 90.5%  | 102.6%        | 101.2%         |
| 生鮮3部門合計 | 33,995,300 | 35.0%  | 101.3%        | 99.8%          |
| 青果      | 13,061,799 | 13.4%  | 100.5%        | 98.7%          |
| 水産      | 8,739,603  | 9.0%   | 100.1%        | 98.7%          |
| 畜産      | 12,193,899 | 12.5%  | 103.1%        | 101.7%         |
| 惣菜      | 10,090,848 | 10.4%  | 105.2%        | 103.6%         |
| 日配      | 19,426,352 | 20.0%  | 104.6%        | 103.2%         |
| 一般食品    | 24,487,397 | 25.2%  | 101.8%        | 100.6%         |
| 非食品     | 6,847,625  | 7.0%   | 98.1%         | 98.1%          |
| その他     | 2,405,153  | 2.5%   | 95.9%         | 96.5%          |

### 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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北地方 | 12,963,321 | 43      | 103.0%        | 101.6%         |
| 関東地方     | 34,809,718 | 73      | 101.6%        | 100.0%         |
| 中部地方     | 11,918,380 | 53      | 102.0%        | 100.5%         |
| 近畿地方     | 22,812,543 | 44      | 101.6%        | 101.0%         |
| 中国・四国地方  | 9,688,795  | 34      | 102.5%        | 101.2%         |
| 九州・沖縄地方  | 5,059,867  | 23      | 104.2%        | 103.5%         |

### 保有店舗数別集計

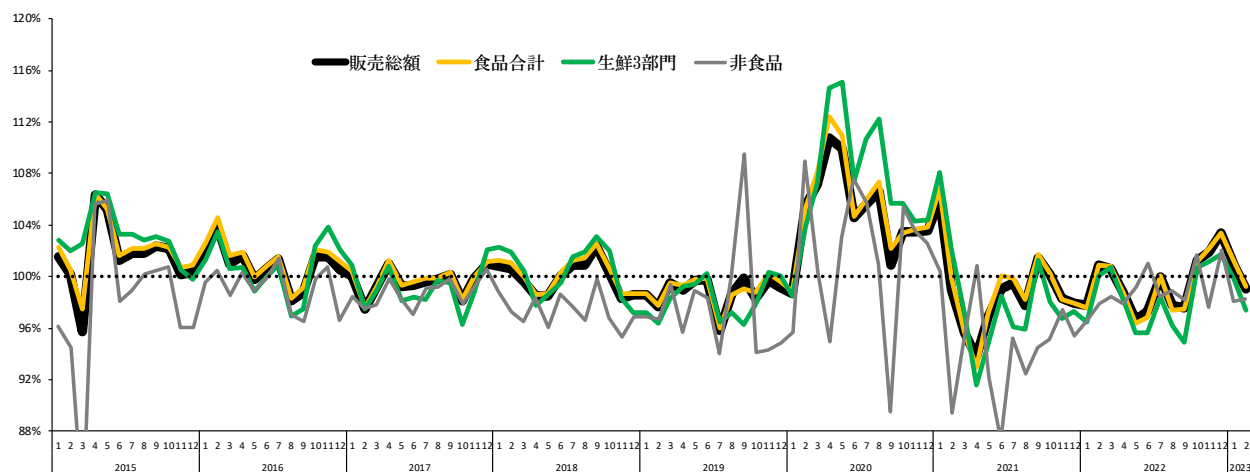
| 保有店舗数    | 全店売上高（万円）  | 集計対象企業数        | 前年同月比<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|----------|------------|----------------|---------------|----------------|
| 1～3店舗    | 520,042    | 44             | 97.7%         | 100.0%         |
| 4～10店舗   | 4,297,064  | 85             | 99.5%         | 99.7%          |
| 11～25店舗  | 8,349,130  | 50             | 101.6%        | 100.6%         |
| 26～50店舗  | 16,537,506 | 45             | 102.4%        | 101.0%         |
| 51店舗以上   | 67,548,882 | 46             | 102.3%        | 101.0%         |
| 集計企業数（社） | 270        | 既存店総売上高（万円）    |               | 95,356,395     |
| 総店舗数（店舗） | 8,368      | 店舗平均月商（万円）     |               | 11,622         |
| 総売場面積（㎡） | 13,975,530 | 売場1㎡あたり売上高（万円） |               | 7.0            |

※売上高は税抜金額

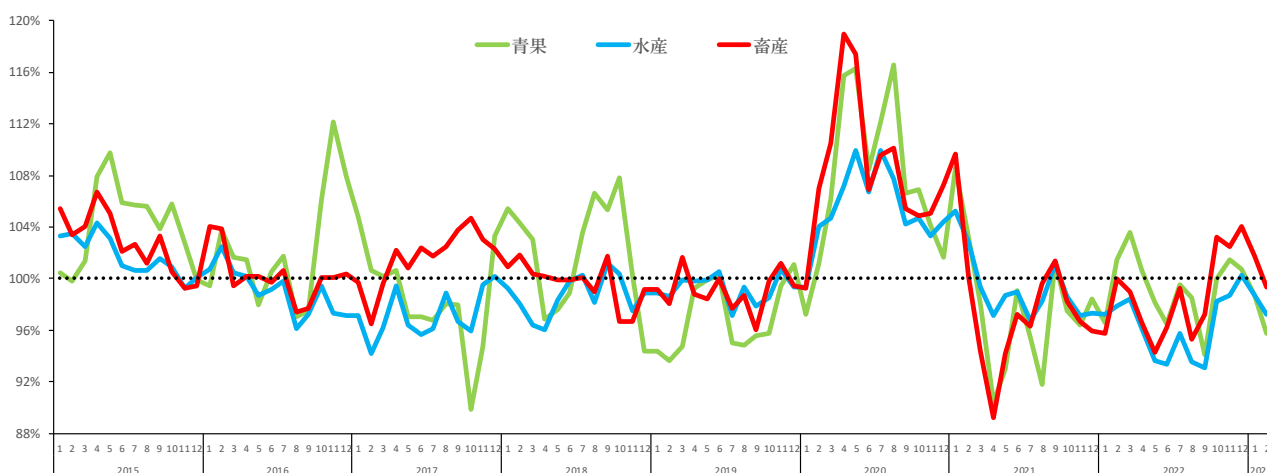
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

## 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～

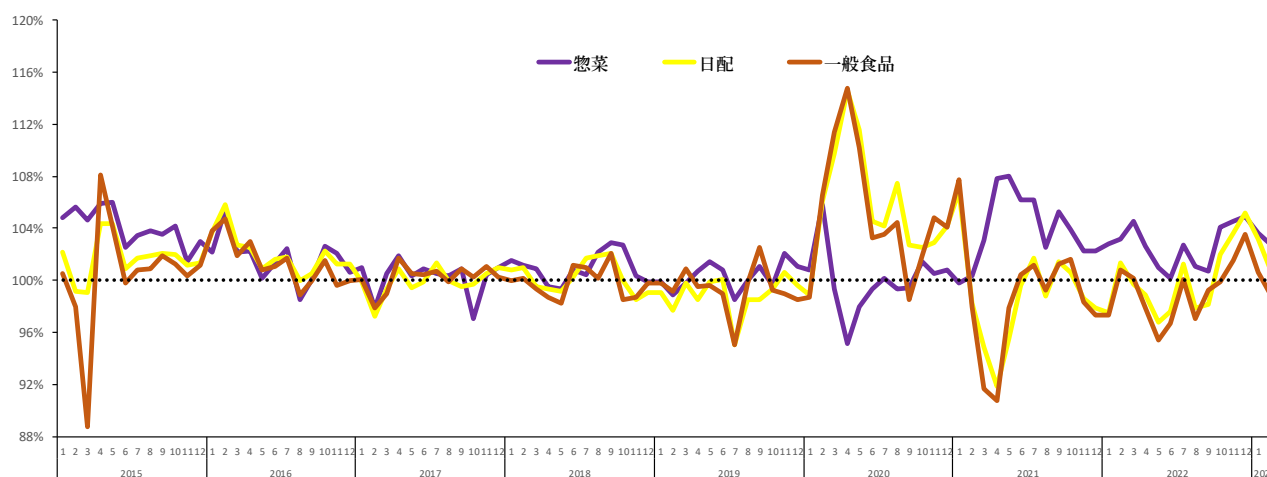
### 総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



### 青果・水産・畜産



### 惣菜・日配・一般食品



※2023年2月実績は速報版

## 2023年2月エリア別気候状況

2月の気温：東・西日本で高かった。

上旬：東・西日本で高かった。

中旬：東・西日本で高かった。

下旬：西日本で低かった。

2022年2月との比較：東日本と西日本で、月を通して前年より高くなった

|          | 平年との比較 (°C)  |     |      |              |      |      | 今年と前年との差 (°C) |     |      |
|----------|--------------|-----|------|--------------|------|------|---------------|-----|------|
|          | 2023年2月 (今年) |     |      | 2022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 | -0.4         | 0.5 | 0.2  | -0.2         | 0.2  | 0.6  | -0.2          | 0.3 | -0.4 |
| 太平洋側     | -0.5         | 0.5 | 0.2  | -0.4         | 0.1  | 0.4  | -0.1          | 0.4 | -0.2 |
| 東日本 日本海側 | 0.8          | 0.8 | -0.2 | -0.9         | -0.5 | -1.5 | 1.7           | 1.3 | 1.3  |
| 太平洋側     | 1.5          | 1.7 | -0.1 | -0.6         | -0.8 | -1.7 | 2.1           | 2.5 | 1.6  |
| 西日本 日本海側 | 1.5          | 1.9 | -0.5 | -0.7         | -1.2 | -2.7 | 2.2           | 3.1 | 2.2  |
| 太平洋側     | 1.6          | 1.5 | -1.2 | -0.7         | -1.2 | -2.5 | 2.3           | 2.7 | 1.3  |

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

2月の日照時間：北日本太平洋側と東日本日本海側で多かった。

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

中旬：東・西日本日本海側で少なかった。

下旬：西日本太平洋側でかなり多く、北・東日本太平洋側と東・西日本日本海側で多かった。

2022年2月との比較：上旬と下旬は東日本日本海側で多く、北日本日本海側で中旬は少なく下旬は多くなった

|          | 日照時間 平年比 (%) |    |     |              |     |     | 今年と前年との差 (%) |     |     |
|----------|--------------|----|-----|--------------|-----|-----|--------------|-----|-----|
|          | 2023年2月 (今年) |    |     | 2022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 | 97           | 97 | 110 | 93           | 168 | 57  | 4            | -71 | 53  |
| 太平洋側     | 107          | 98 | 114 | 119          | 91  | 92  | -12          | 7   | 22  |
| 東日本 日本海側 | 137          | 88 | 117 | 84           | 96  | 85  | 53           | -8  | 32  |
| 太平洋側     | 88           | 98 | 117 | 101          | 94  | 139 | -13          | 4   | -22 |
| 西日本 日本海側 | 108          | 87 | 123 | 95           | 95  | 145 | 13           | -8  | -22 |
| 太平洋側     | 79           | 92 | 123 | 92           | 97  | 148 | -13          | -5  | -25 |

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%

2月の降水量：東日本日本海側で少なかった

上旬：北・東・西日本太平洋側で多かった。□

中旬：北日本太平洋側と東・西日本日本海側で多かった。□

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

2022年2月との比較：上旬は北・東・西日本太平洋側で多く、下旬は北日本と東日本日本海側で少なかった

|          | 降水量 平年比 (%)  |     |    |              |     |     | 今年と前年との差 (%) |     |     |
|----------|--------------|-----|----|--------------|-----|-----|--------------|-----|-----|
|          | 2023年2月 (今年) |     |    | 2022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 | 109          | 100 | 77 | 107          | 90  | 133 | 2            | 10  | -56 |
| 太平洋側     | 146          | 104 | 34 | 33           | 104 | 75  | 113          | 0   | -41 |
| 東日本 日本海側 | 85           | 115 | 35 | 116          | 130 | 110 | -31          | -15 | -75 |
| 太平洋側     | 167          | 71  | 12 | 122          | 127 | 2   | 45           | -56 | 10  |
| 西日本 日本海側 | 119          | 150 | 22 | 33           | 74  | 25  | 86           | 76  | -3  |
| 太平洋側     | 147          | 92  | 41 | 31           | 81  | 1   | 116          | 11  | 40  |

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

2023 年 3 月調査結果（2 月実績）  
（2023 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 ヶ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 ヶ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 は現状・見通しともに悪化

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-4.2 の 40.1、見通し判断は前月から-2.1 の 37.0 となり、現状判断、見通し判断共に悪化をみせた。

経営動向調査では、売上高 DI は共に前月より大幅に低下し、マイナス圏となった。引き続き生鮮品仕入原価 DI と食品仕入原価 DI が過去最高水準で推移しており、販売価格 DI は高止まりが続いている。一方買上点数の減少傾向により、客単価 DI はプラス幅を縮小した。来客数 DI は引き続きマイナス圏での推移となっている。

カテゴリー動向調査は全カテゴリーで前月より低下。前年まん延防止等重点措置からの反動による内食需要減、相次ぐ値上げ、家庭の電気・ガス代の高騰等による節約志向の高まりによる買上点数の減少、前年より気温が高く推移し季節商材が伸び悩んだ、などが主な要因とみられる。（最終ページに詳細掲載）

景況感調査では、現状判断で悪化幅が大きく、見通し判断は小幅な悪化にとどまったものの、2ヵ月連続での悪化となった。（長期傾向については P11 参照）

前年との比較では、感染状況の落ち着きや高めの気温、鳥インフルエンザの影響等が加わったが、引き続き節約志向による買上点数の減少と、値上げによる一品単価上昇の影響を受ける販売動向となっている。今後もこの構造に大きな変化はなく、賃上げによる消費押し上げ効果が波及するまでの間、厳しい環境が続くと予測される。節分の恵方巻などハレの日消費は好調、普段は節約という二極化を指摘するコメントもみられており、メリハリ消費に対応する売場づくりや販促などによる消費喚起が重要になるだろう。

#### 景況感調査

##### 現状判断

|                                            |                                               |                                                 |                                                   |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>景気判断DI</b><br>当月：39.1 (-5.2)<br>前月：44.3 | <b>消費者購買意欲DI</b><br>当月：38.8 (-3.4)<br>前月：42.2 | <b>周辺地域 競合状況DI</b><br>当月：43.0 (-0.2)<br>前月：43.2 | <b>店舗周辺地域 景気判断DI</b><br>当月：40.1 (-3.0)<br>前月：43.1 |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|

##### 見通し判断

|                                            |                                               |                                                 |                                                   |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>景気判断DI</b><br>当月：36.1 (-3.0)<br>前月：39.1 | <b>消費者購買意欲DI</b><br>当月：37.8 (-1.0)<br>前月：38.8 | <b>周辺地域 競合状況DI</b><br>当月：40.6 (-0.4)<br>前月：41.0 | <b>店舗周辺地域 景気判断DI</b><br>当月：40.1 (-0.3)<br>前月：40.4 |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|

#### 経営動向調査 経営状況

|                                                              |                                                                |                                                                   |                                                                  |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <div>売上高DI</div> <div>当月：-8.4 (-9.1)</div> <div>前月：0.7</div> | <div>客単価DI</div> <div>当月：4.8 (-9.2)</div> <div>前月：14.0</div>   | <div>来客数DI</div> <div>当月：-13.1 (0.0)</div> <div>前月：-13.1</div>    |                                                                  |
| <div>収益DI</div> <div>当月：-9.5 (-5.0)</div> <div>前月：-4.5</div> | <div>販売価格DI</div> <div>当月：24.5 (-0.5)</div> <div>前月：25.0</div> | <div>生鮮品仕入原価DI</div> <div>当月：18.9 (-2.1)</div> <div>前月：21.0</div> | <div>食品仕入原価DI</div> <div>当月：24.3 (-0.3)</div> <div>前月：24.6</div> |

#### カテゴリー動向

|                                          |                                            |                                             |                                            |
|------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>青果DI</b><br>当月：-18.2 (-12.4)          | <b>水産DI</b><br>当月：-12.2 (-1.3)<br>前月：-10.9 | <b>畜産DI</b><br>当月：-5.1 (-10.2)<br>前月：5.1    |                                            |
| <b>惣菜DI</b><br>当月：10.1 (-2.6)<br>前月：12.7 | <b>日配DI</b><br>当月：-0.9 (-10.6)<br>前月：9.7   | <b>一般食品DI</b><br>当月：-11.4 (-7.8)<br>前月：-3.6 | <b>非食品DI</b><br>当月：-11.1 (-1.7)<br>前月：-9.4 |

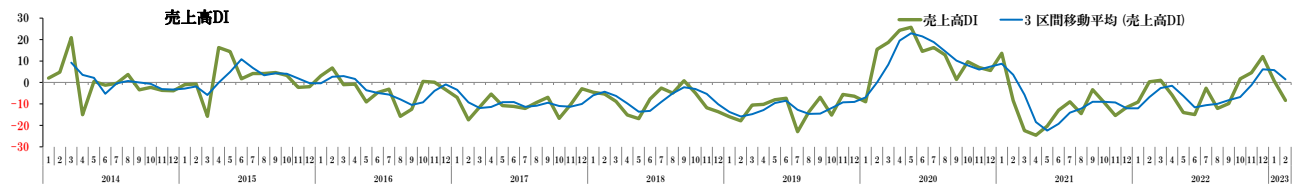
※DI 値は前年同月との比較／○内は前月 DI からの変化

## 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

### 1. 売上高 DI

2ヵ月連続で低下し、マイナス圏に

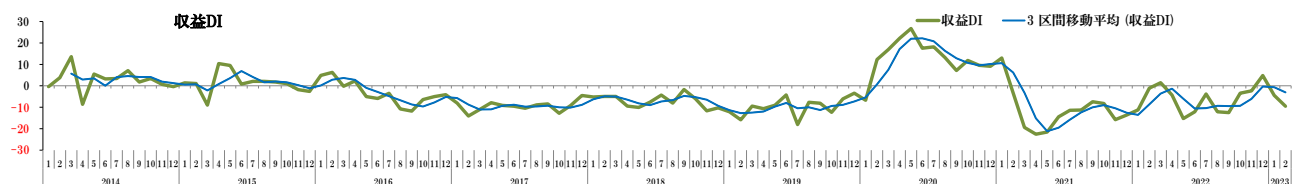
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI   |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 売上高 (前月)  | 8.6   | 23.2 | 29.2  | 34.6 | 4.3   | 0.7  |
| 売上高 (当月)  | 12.5  | 34.9 | 30.3  | 18.4 | 3.9   | -8.4 |



### 2. 収益 DI

2ヵ月連続で低下し、マイナス幅を拡大

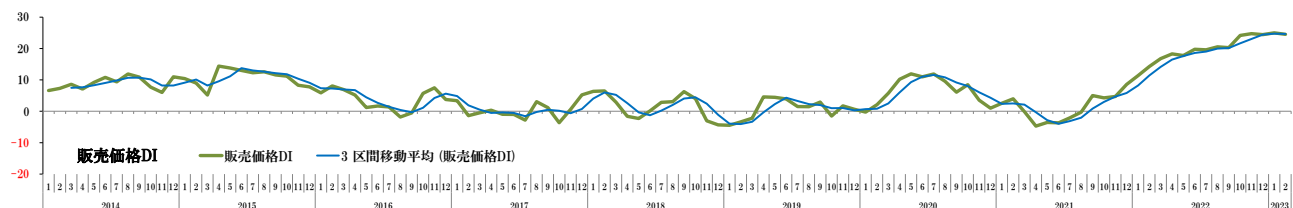
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI   |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 収益 (前月)   | 9.2   | 30.3 | 34.1  | 22.2 | 4.3   | -4.5 |
| 収益 (当月)   | 15.3  | 32.0 | 32.0  | 16.7 | 4.0   | -9.5 |



### 3. 販売価格 DI

前月から横ばい、調査開始以来最高水準域で推移

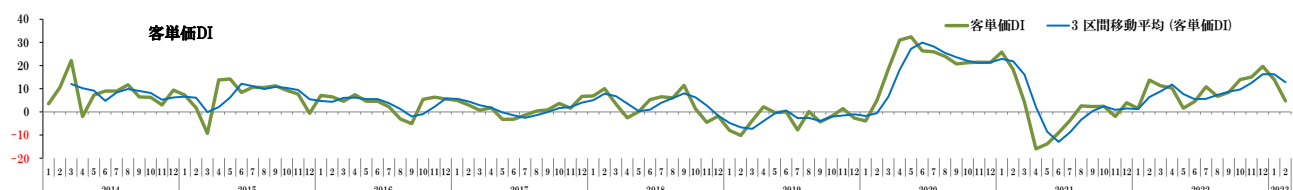
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI   |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 販売価格 (前月) | 0.0   | 1.1  | 10.3  | 76.2 | 12.4  | 25.0 |
| 販売価格 (当月) | 0.0   | 2.6  | 11.9  | 70.2 | 15.2  | 24.5 |



### 4. 客単価 DI

前月から大きく低下し、プラス幅を縮小

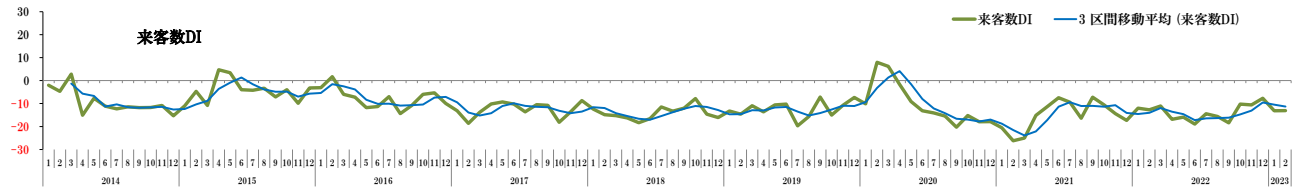
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI   |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 客単価 (前月)  | 0.5   | 11.4 | 26.6  | 54.3 | 7.1   | 14.0 |
| 客単価 (当月)  | 1.3   | 21.7 | 35.5  | 39.5 | 2.0   | 4.8  |



## 5. 来客数 DI

前月から変化なく、二桁マイナス圏で推移

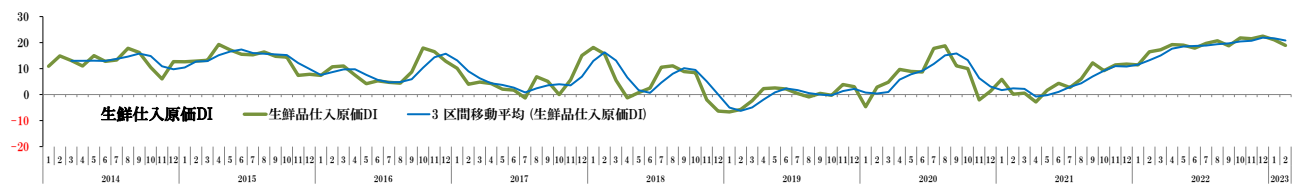
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI    |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 来客数 (前月)  | 11.9  | 43.8 | 29.7  | 14.1 | 0.5   | -13.1 |
| 来客数 (当月)  | 11.3  | 46.4 | 27.2  | 13.9 | 1.3   | -13.1 |



## 6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に低下も、二桁プラス圏で推移

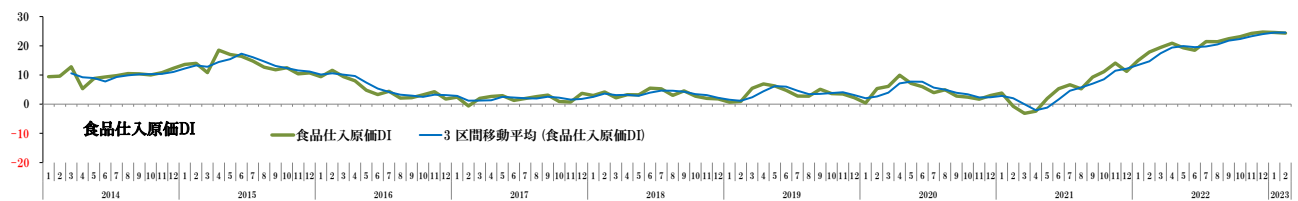
| 回答構成比 (%)   | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI   |
|-------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 生鮮仕入原価 (前月) | 3.4   | 4.5  | 13.0  | 62.7 | 16.4  | 21.0 |
| 生鮮仕入原価 (当月) | 3.4   | 6.8  | 17.6  | 55.4 | 16.9  | 18.9 |



## 7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい、23 か月連続プラス圏

| 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) | 2.8   | 2.8  | 11.7  | 58.7 | 24.0  | 24.6 |
| 食品仕入原価 (当月) | 2.0   | 4.1  | 12.2  | 58.1 | 23.6  | 24.3 |

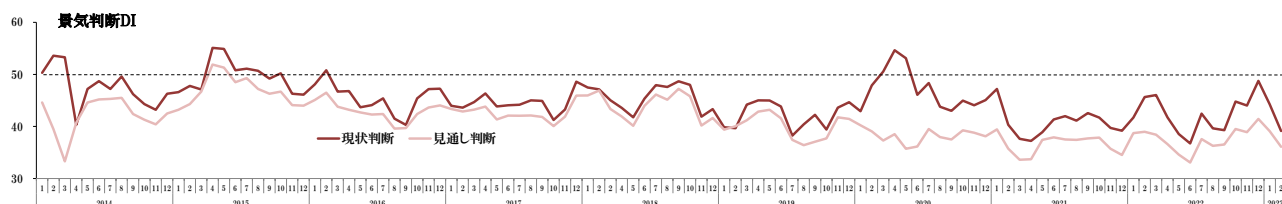


## Ⅱ．景況感調査（2014年4月～／周辺地域景気判断 2010年4月～）

### 1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断、見通し判断共に悪化

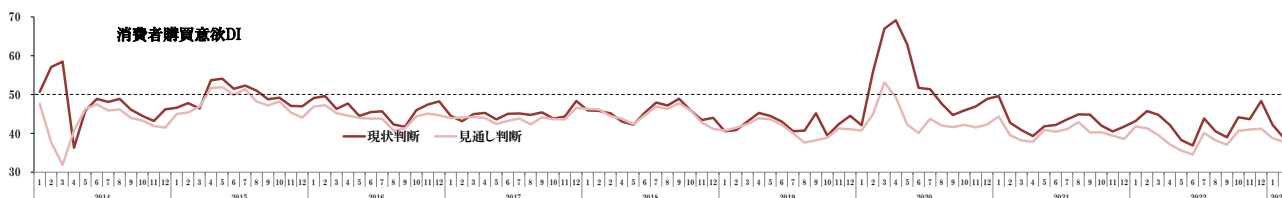
| 回答構成比（％）      | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
|---------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】景気判断（前月）  | 5.3   | 26.1 | 54.8  | 13.8 | 0.0   | 44.3 |
| 【現状】景気判断（当月）  | 6.6   | 37.5 | 49.3  | 5.9  | 0.7   | 39.1 |
| 回答構成比（％）      | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
| 【見通し】景気判断（前月） | 6.4   | 38.8 | 46.8  | 8.0  | 0.0   | 39.1 |
| 【見通し】景気判断（当月） | 9.8   | 42.5 | 42.5  | 3.9  | 1.3   | 36.1 |



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は悪化も、見通し判断は横ばい

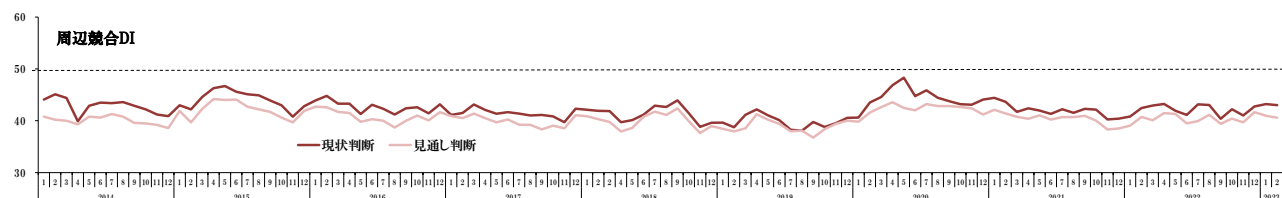
| 回答構成比（％）      | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
|---------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】購買意欲（前月）  | 3.2   | 36.0 | 49.7  | 11.1 | 0.0   | 42.2 |
| 【現状】購買意欲（当月）  | 3.9   | 44.8 | 44.2  | 6.5  | 0.6   | 38.8 |
| 回答構成比（％）      | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
| 【見通し】購買意欲（前月） | 4.8   | 42.8 | 44.9  | 7.5  | 0.0   | 38.8 |
| 【見通し】購買意欲（当月） | 5.8   | 43.5 | 44.8  | 5.2  | 0.6   | 37.8 |



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断ともに横ばい

| 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）  | 3.7   | 24.5 | 67.6  | 3.7  | 0.5   | 43.2 |
| 【現状】競合状況（当月）  | 2.6   | 26.0 | 68.8  | 1.9  | 0.6   | 43.0 |
| 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） | 3.2   | 33.0 | 61.2  | 2.1  | 0.5   | 41.0 |
| 【見通し】競合状況（当月） | 5.8   | 29.2 | 62.3  | 1.9  | 0.6   | 40.6 |



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断は悪化も、見通し判断は横ばい

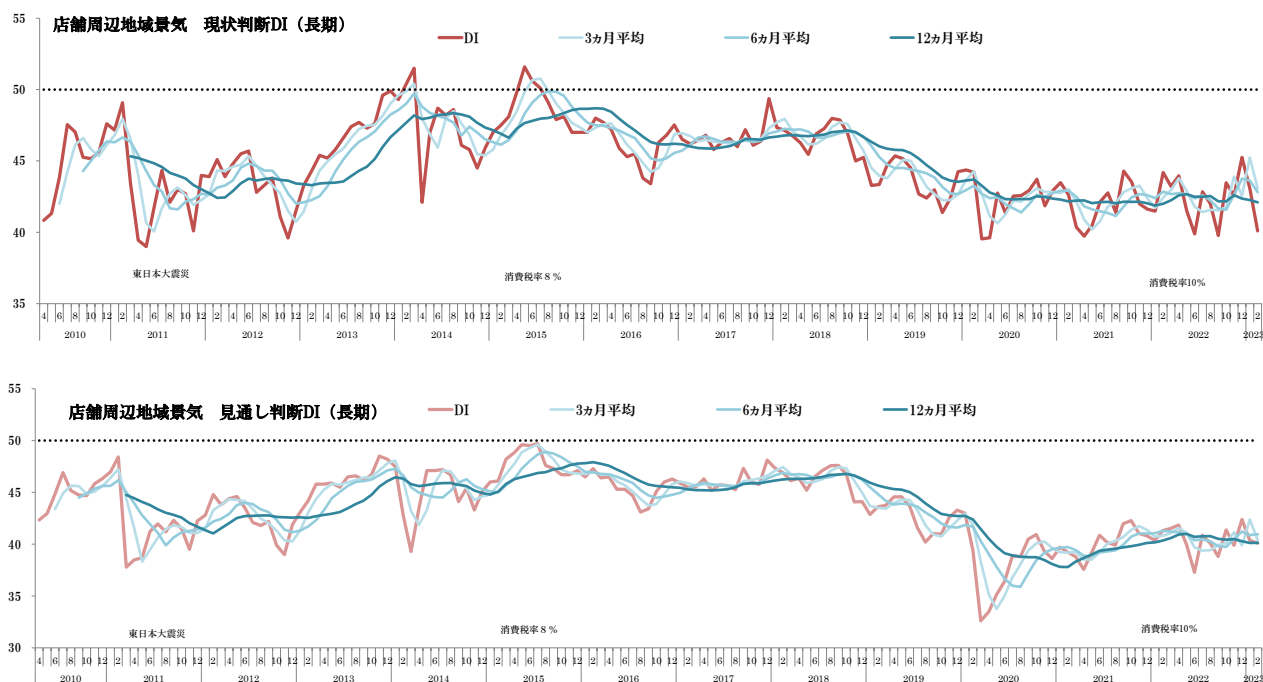
| 回答構成比 (%)     | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
|---------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】地域景気(前月)  | 2.1   | 29.3 | 63.3  | 4.8  | 0.5   | 43.1 |
| 【現状】地域景気(当月)  | 2.6   | 36.4 | 59.1  | 1.9  | 0.0   | 40.1 |
| 回答構成比 (%)     | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
| 【見通し】地域景気(前月) | 2.1   | 39.0 | 54.5  | 3.7  | 0.5   | 40.4 |
| 【見通し】地域景気(当月) | 4.5   | 33.8 | 58.4  | 3.2  | 0.0   | 40.1 |

#### ・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 ヶ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 ヶ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。

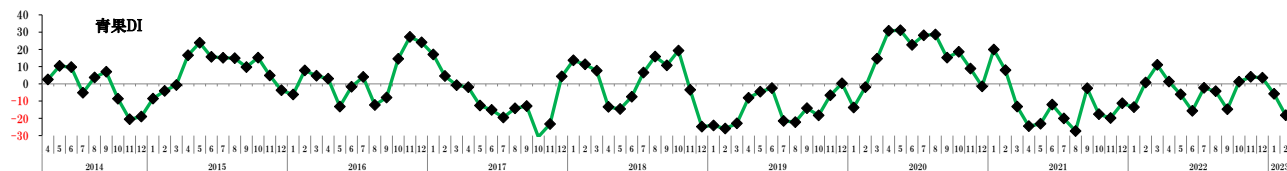
20 年 2 月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21 年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22 年 4 月以降悪化が続き、6 月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した感染が再拡大した 7 月以降には一旦大幅な改善をみせた。その後 10 月に再び改善に転じたものの、23 年に入ると下降傾向が強くなっている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果 DI：-18.2（不調）

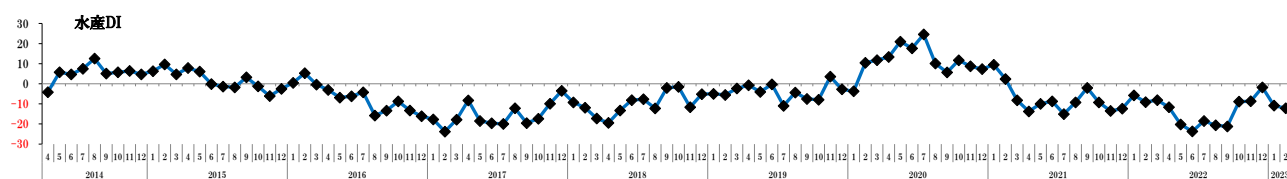
| 回答構成比（％） | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI    |
|----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 青果（前月）   | 12.5  | 30.1 | 28.4  | 26.1 | 2.8   | -5.8  |
| 青果（当月）   | 20.3  | 48.0 | 17.6  | 12.8 | 1.4   | -18.2 |



前年、まん延防止等重点措置が行われていた反動による数量減に加え、玉ねぎ、じゃがいも等土物類ので前年の相場高騰の反動を大きく受けた。キャベツ、レタス等は相場高傾向。かぼちゃ、ピーマン、ほうれん草や白ネギは、伸び悩み不調となった。鍋関連野菜の動きは気温により好不調が分かれた。サラダ関連は伸び悩んだ。国産果物は相場安で、りんご類の動きはよいが、柑橘類やイチゴなどは好不調の判断が分かっている。輸入果実やバナナ類には回復傾向もみられている。

#### 2. 水産 DI：-12.2（不調）

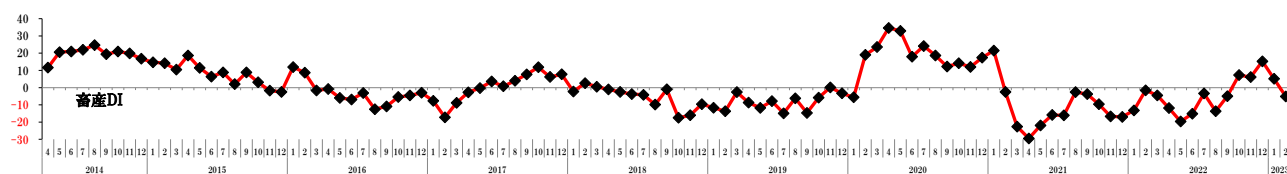
| 回答構成比（％） | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI    |
|----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 水産（前月）   | 14.1  | 40.1 | 24.3  | 18.1 | 3.4   | -10.9 |
| 水産（当月）   | 15.5  | 41.9 | 23.0  | 14.9 | 4.7   | -12.2 |



引き続き燃料費や養殖飼料等の高騰に加え、不漁により生魚の価格が上昇しており、点数減が続いている。刺身類は相場高騰などにより不調、塩干類も動きもよくない。鍋・おでん関連商材の動きは比較的好かった地域もあったが、気温が上昇した地域では伸び悩んだ。不振が続いていたあさりには回復傾向がみられた店舗もあった。節分の恵方巻関連商品は、予約も含め、好調に推移した。

#### 3. 畜産 DI：-5.1（やや不調）

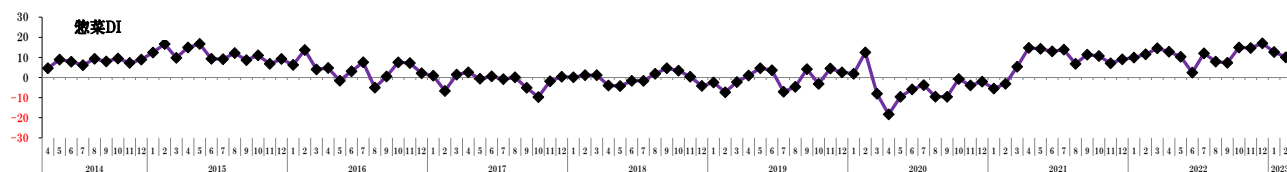
| 回答構成比（％） | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI   |
|----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 畜産（前月）   | 6.8   | 20.5 | 29.0  | 33.0 | 10.8  | 5.1  |
| 畜産（当月）   | 10.9  | 34.7 | 23.1  | 26.5 | 4.8   | -5.1 |



精肉全般で、国産、輸入共に相場高が続く、節約志向や買上点数の減少により不振となった。月の前半は、鍋物用の商材の動きがよかった地域もあるが、その後は気温上昇により伸び悩んだ。牛肉では和牛の動きが鈍く、豚肉は輸入品の高騰により国産に需要がシフトしている。鶏肉は鳥インフルエンザの影響による高騰、品薄も出ている。加工肉は前年並みを確保した店舗が多い。節約志向の高まりで、週末の大型パックが好調とのコメントもみられた。価格が訴求できず販売に苦心しており、売上高は確保できても利益が出にくい状況。

#### 4. 惣菜DI：10.1（やや好調）

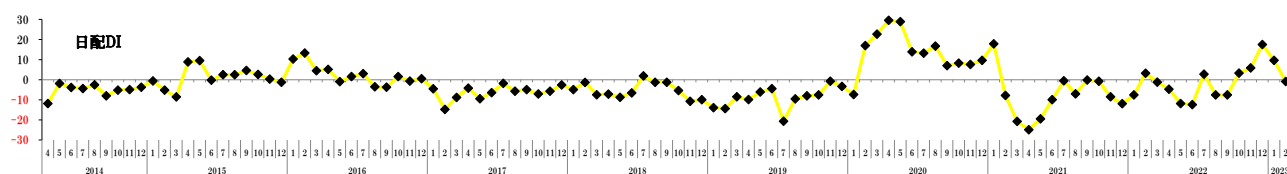
| 回答構成比（％） | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI   |
|----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 惣菜（前月）   | 4.0   | 11.0 | 28.9  | 42.2 | 13.9  | 12.7 |
| 惣菜（当月）   | 5.6   | 14.6 | 26.4  | 41.0 | 12.5  | 10.1 |



食品価格の上昇に加え、家庭での電気・ガス代高騰や調理油の値上げの影響もあり、天ぷら、コロッケなど揚げ物類を中心に、引き続き販売が好調となっている。行楽需要やイベント再開によるオードブル、通勤再開による夕方以降の需要回復も継続しており、米飯類の動きも好調。節分の恵方巻は予約販売を中心に好調となり、ロスも抑えられている。鳥インフルエンザによる鶏卵の高騰で、販売メニュー休止などの影響もみられた。

#### 5. 日配DI：-0.9（やや不調）

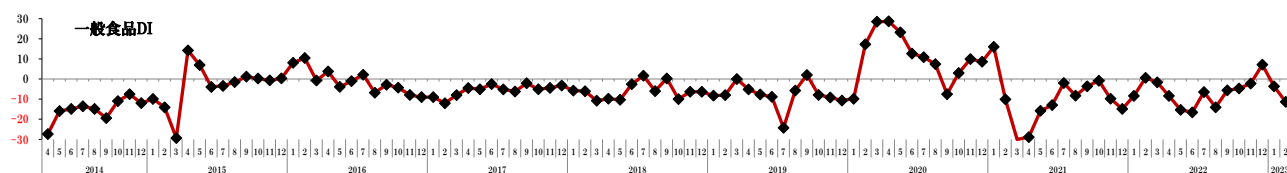
| 回答構成比（％） | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI   |
|----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 日配（前月）   | 3.4   | 18.2 | 23.9  | 45.5 | 9.1   | 9.7  |
| 日配（当月）   | 7.5   | 26.5 | 34.0  | 25.9 | 6.1   | -0.9 |



乳製品やパン類を中心に値上げが続き、買上点数の減少傾向はみられるものの一品単価上昇により売上高としては前年並みで推移した。冷凍食品や機能性の乳酸菌飲料が引き続き好調でカテゴリーを牽引している。鳥インフルエンザの影響で鶏卵価格が高騰し、品薄や欠品も発生した。鍋物、おでん関連の練り物、ホットメニューは気温により好不調判断がわかれている。豆腐や漬物など、和日配の不調を指摘するコメントが多い。

#### 6. 一般食品：-11.4（不調）

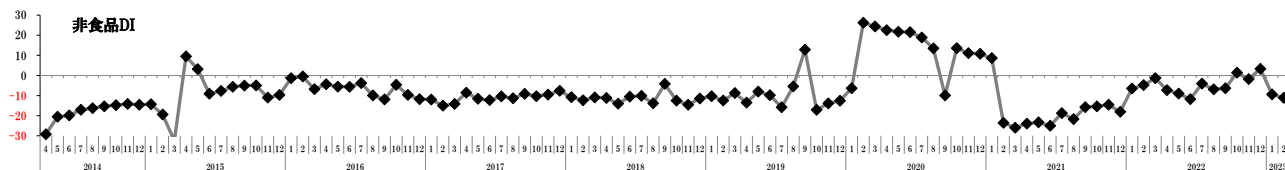
| 回答構成比（％） | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI    |
|----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 一般食品（前月） | 7.3   | 30.7 | 37.4  | 18.4 | 6.1   | -3.6  |
| 一般食品（当月） | 10.9  | 42.2 | 31.3  | 12.9 | 2.7   | -11.4 |



全般的に単価上昇による販売数量減の影響を受け不調となった。前年まん延防止等重点措置が行われていた反動で、レトルト食品やインスタント麺など保存が利き備蓄できるカテゴリーが不振となった。鍋つゆ、カレーやシチューなどのホットメニューは、月の後半に気温が高くなり、伸び悩んだ。食用油や調味料など調理向け食品は販売数量の落ち込みが小さく売上を確保した店舗もみられた。米類や酒類は不振が続いている。

## 7. 非食品 DI：-11.1（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）  | 11.6  | 40.5 | 27.7  | 14.5 | 5.8   | -9.4  |
| 非食品（当月）  | 13.2  | 41.7 | 25.7  | 15.3 | 4.2   | -11.1 |



マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品に需要の減少がみられる。値上げが相次ぐ洗剤など家庭用品は前年並みの販売を確保した店舗も。トイレットペーパー、キッチンペーパーなど紙製品は好不調の判断が分かれている。タバコが不調とするコメントが多い。全般的な値上げの影響を受け、ドラッグストアなど競合業態への流出が一層強まったとのコメントも寄せられている。

### 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～

### 2023 年 3 月調査（2 月実績）キーワード TOP3

1. 値上げ等による節約志向の高まり、販売数量減
2. 前年まん延防止等重点措置からの反動による内食需要減
3. 気温上昇による冬物商材の伸び悩み

### （参考）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

### 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 154 社  
 1 月実績確報版 189 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)