

スーパーマーケット販売統計調査資料

2024年1月実績 速報版

12月実績 確報版

2023年間実績 確報版

(2024年2月21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1m²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、インスタペーカリー、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

2024年2月21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
 2024年1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	100,933,968	100.0%	102.5%	101.8%
食品合計	93,625,338	92.8%	102.9%	102.2%
生鮮3部門合計	35,829,849	35.5%	101.8%	101.1%
青果	13,960,429	13.8%	103.0%	102.4%
水産	9,331,862	9.2%	102.6%	101.7%
畜産	12,537,558	12.4%	100.0%	99.3%
惣菜	10,823,197	10.7%	104.1%	103.3%
日配	20,790,012	20.6%	103.3%	102.6%
一般食品	26,182,280	25.9%	103.5%	102.9%
非食品	5,468,221	5.4%	97.8%	97.6%
その他	1,840,459	1.8%	98.8%	98.4%

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	13,399,301	43	103.0%	102.5%
関東地方	36,580,332	73	102.4%	102.0%
中部地方	12,626,921	53	104.4%	102.6%
近畿地方	23,256,225	44	101.6%	100.9%
中国・四国地方	9,986,031	34	103.1%	102.7%
九州・沖縄地方	5,085,159	23	98.1%	98.8%

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	510,831	44	97.1%	98.8%
4~10店舗	4,328,618	85	99.4%	99.4%
11~25店舗	8,093,420	49	102.0%	101.8%
26~50店舗	17,955,769	47	102.4%	101.6%
51店舗以上	70,045,330	45	102.8%	102.1%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	99,401,719	
総店舗数 (店舗)	8,380	店舗平均月商 (万円)	12,045	
総売場面積 (㎡)	13,989,076	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.2	

※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

2024年2月21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12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	120,826,955	100.0%	103.3%	102.2%
食品合計	110,265,288	91.3%	104.1%	102.8%
生鮮3部門合計	41,723,361	34.5%	103.3%	102.3%
青果	15,778,914	13.1%	106.3%	105.2%
水産	11,873,641	9.8%	104.0%	102.7%
畜産	14,070,807	11.6%	99.5%	99.0%
惣菜	12,995,798	10.8%	104.4%	103.0%
日配	24,117,755	20.0%	105.5%	103.5%
一般食品	31,428,375	26.0%	103.9%	102.8%
非食品	7,720,728	6.4%	96.8%	96.3%
その他	2,840,979	2.4%	98.0%	97.0%

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	17,047,909	43	104.2%	104.1%
関東地方	44,380,249	73	103.9%	102.8%
中部地方	15,022,523	53	104.6%	102.1%
近畿地方	25,718,363	44	101.8%	101.0%
中国・四国地方	12,335,335	34	103.7%	102.3%
九州・沖縄地方	6,322,575	23	100.4%	99.3%

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	628,783	44	97.2%	99.7%
4~10店舗	5,321,868	85	102.2%	101.9%
11~25店舗	10,113,989	49	101.5%	101.6%
26~50店舗	22,975,028	47	103.9%	102.4%
51店舗以上	81,787,287	45	103.5%	102.3%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	117,707,687	
総店舗数 (店舗)	8,383	店舗平均月商 (万円)	14,413	
総売場面積 (㎡)	13,990,476	売場1㎡あたり売上高 (万円)	8.6	

※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

2024年2月21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 年間実績（パネル270） 確報版

	全店売上高（万円）	構成比	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
総売上高	1,222,906,059	100.0%	103.7%	102.6%
食品合計	1,110,586,680	90.8%	104.2%	102.9%
生鮮3部門合計	409,004,923	33.4%	102.6%	101.4%
青果	166,174,685	13.6%	102.3%	101.2%
水産	103,972,512	8.5%	103.0%	101.7%
畜産	138,857,726	11.4%	102.5%	101.5%
惣菜	134,069,603	11.0%	105.8%	104.3%
日配	253,586,339	20.7%	106.5%	104.9%
一般食品	313,925,814	25.7%	103.8%	102.8%
非食品	80,660,564	6.6%	100.0%	99.4%
その他	31,658,816	2.6%	97.2%	96.9%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
北海道・東北地方	166,227,680	43	103.9%	103.3%
関東地方	446,704,865	73	103.9%	102.6%
中部地方	150,435,090	53	104.5%	102.9%
近畿地方	272,913,221	44	102.8%	101.9%
中国・四国地方	123,921,594	34	104.1%	102.9%
九州・沖縄地方	62,703,609	23	103.1%	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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	6,417,437	44	97.3%	98.9%
4～10店舗	53,783,021	85	101.0%	101.4%
11～25店舗	105,528,401	50	102.3%	102.0%
26～50店舗	215,107,167	45	104.3%	102.7%
51店舗以上	842,070,033	46	104.0%	102.7%

※保有店舗数カテゴリーは2024年1月時点での保有店舗数による分類

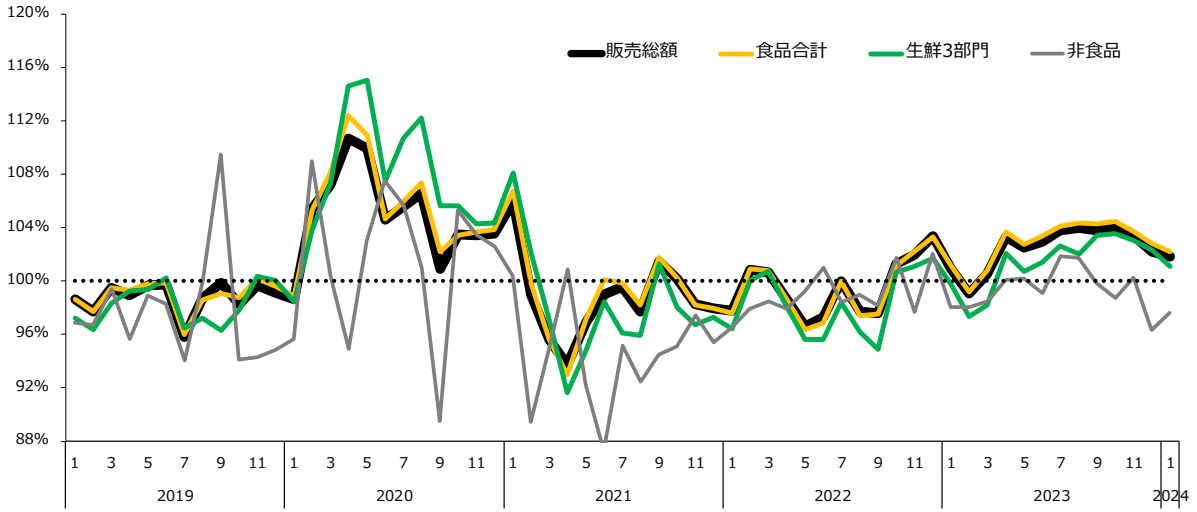
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,197,116,047
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

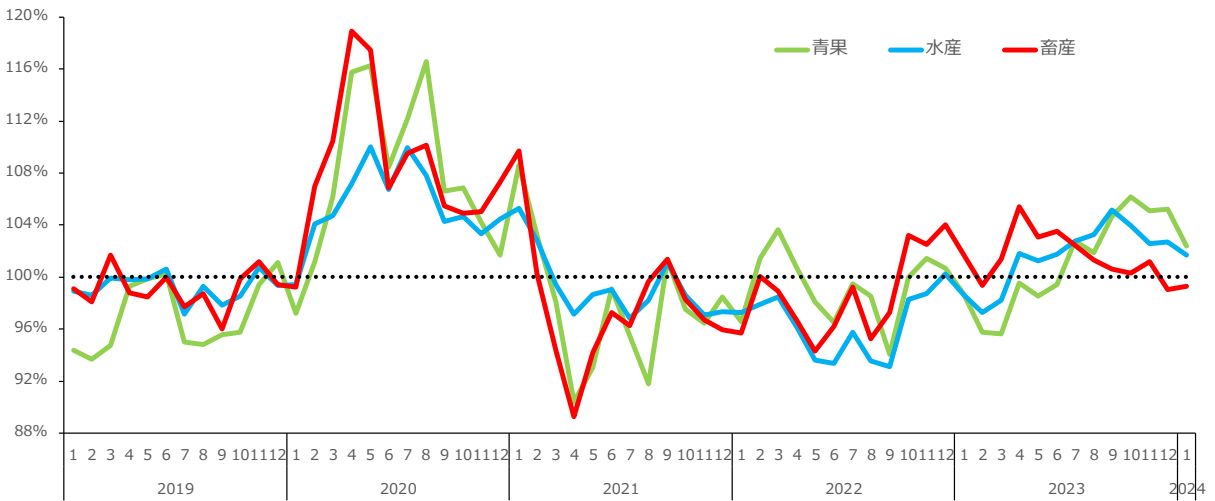
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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 2019年1月～

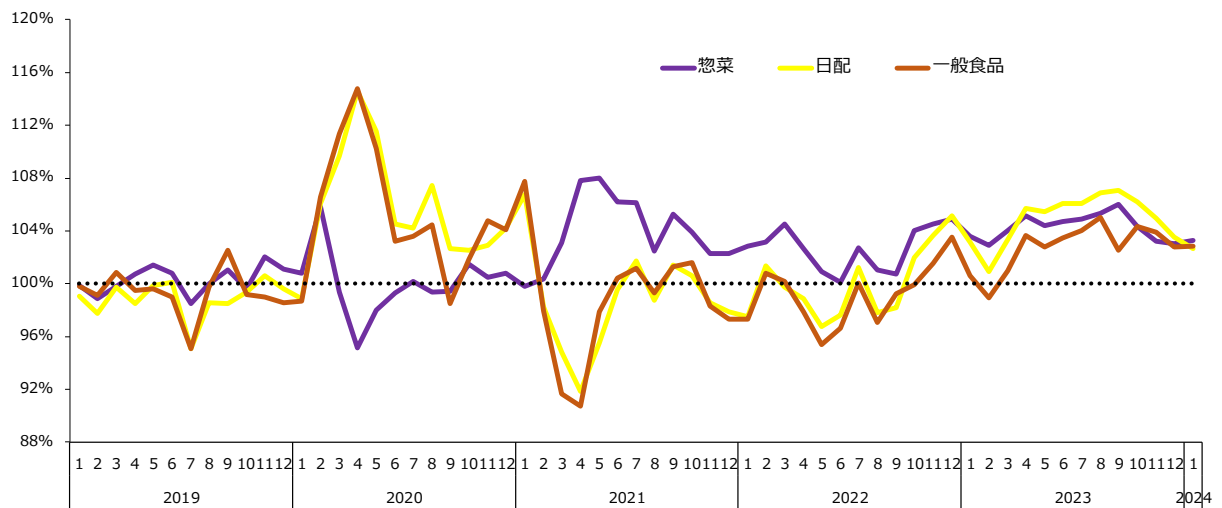
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2024年1月実績は速報版

2024年1月 エリア別気候状況

1月の気温：全国的に高く、特に北・東・西日本でかなり高かった

上旬：東日本ではかなり高かった。北日本、西日本では高かった。

中旬：西日本ではかなり高かった。

下旬：北日本ではかなり高かった。東日本では高かった。

2023年1月との比較：上旬は北日本でかなり高く、下旬は全国的にかなり高い地域が多かった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2024年1月 (今年)			2023年1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	1.4	0.8	2.7	-0.9	2.0	-3.0	2.3	-1.2	5.7
太平洋側	1.4	0.8	2.7	-0.8	2.0	-2.9	2.2	-1.2	5.6
東日本 日本海側	1.6	1.0	1.5	0.2	3.0	-1.8	1.4	-2.0	3.3
太平洋側	1.8	1.5	1.5	0.2	2.6	-1.7	1.6	-1.1	3.2
西日本 日本海側	1.3	3.0	-0.3	0.4	3.1	-2.2	0.9	-0.1	1.9
太平洋側	0.8	2.4	0.5	0.2	2.9	-2.1	0.6	-0.5	2.6

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

1月の日照時間：北・東・西日本日本海側と西日本太平洋側で多かった

上旬：東日本日本海側ではかなり多かった。

中旬：西日本日本海側ではかなり多かった。

下旬：北日本太平洋側ではかなり少なかった。北日本日本海側では少なかった。

2023年1月との比較：上旬は東日本日本海側で多く、中旬は西日本でやや多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2024年1月 (今年)			2023年1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	127	132	78	104	143	86	23	-11	-8
太平洋側	103	117	86	121	92	107	-18	25	-21
東日本 日本海側	147	130	102	90	155	97	57	-25	5
太平洋側	109	99	104	122	90	97	-13	9	7
西日本 日本海側	120	136	91	157	87	107	-37	49	-16
太平洋側	114	120	105	143	85	104	-29	35	1

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%

1月の降水量：北日本日本海側でかなり多かった

上旬：東日本太平洋側、西日本日本海側、西日本太平洋側では少なかった。

中旬：北日本日本海側、東日本日本海側では多かった。

下旬：日本日本海側、北日本太平洋側ではかなり多かった。東日本太平洋側では多かった。

2023年1月との比較：中旬は、北・東日本日本海側で多く、西日本で少なくなった。下旬は北・東日本でかなり多くなった。

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2024年1月 (今年)			2023年1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	105	129	158	91	73	116	14	56	42
太平洋側	60	61	294	17	93	50	43	-32	244
東日本 日本海側	95	112	93	85	62	120	10	50	-27
太平洋側	18	59	125	2	89	24	16	-30	101
西日本 日本海側	71	112	88	36	224	103	35	-112	-15
太平洋側	22	56	75	7	181	71	15	-125	4

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%

気象庁ホームページ「2024年1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

2024年2月調査結果（1月実績） （2024年2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

2月調査（1月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は7ヵ月ぶりに50を下回る

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の現状判断は、前月から-2.8の48.6となり、7ヵ月ぶりに好不調の判断の分かれ目である50を下回った。見通し判断は、前月から-0.6の46.9と前月水準から大きな変化は見られなかった。

経営動向調査では、売上高DI、収益DI共に前月より下落した。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIは高水準ながら頭打ち傾向がみられており、販売価格DIは減少した。来客数DIは前月水準を維持しているものの、客単価DIは前月よりややプラス幅を縮小する結果となった。

カテゴリー動向調査では、相場高などで伸び悩む畜産DIでマイナス幅が大きくなったが、他はプラス域を維持している。暖冬の影響で鍋需要など冬物商材の動きが悪いものの、青果や水産では相場環境や入荷が安定し、販売数量が堅調に推移した。（最終ページに詳細掲載）

景況感調査は、景気判断現状判断DIに前月水準から悪化傾向がみられた。購買意欲は比較的堅調に推移、買上点数の減少は抑えられ、消費者購買意欲DIは引き続き高水準を維持した。（長期傾向はP11参照）

2024年に入っても一品単価が高止まりするなか、節約志向による内食傾向も追い風に、販売実績は引き続き堅調に推移している。一方で、単価の上昇基調がピークを越えたとの見方も多く、注目は、どのように現在の高水準の単価を維持していくかに移りつつある。他業態を含め、価格競争の激化が警戒される中、1月も青果や調味料の販売が好調となっており、今後、スーパーマーケットでは、家庭内調理需要の受け皿として、食品の専門性、クオリティ、美味しさ、楽しさなどの追求が一層期待される局面となっている。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：48.6 (-2.8)
前月：51.4

消費者購買意欲DI
当月：49.0 (-1.1)
前月：50.1

周辺地域 競合状況DI
当月：45.2 (-1.7)
前月：46.9

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：49.4 (-0.6)
前月：50.0

見通し判断

景気判断DI
当月：46.9 (-0.6)
前月：47.5

消費者購買意欲DI
当月：46.3 (-0.2)
前月：46.5

周辺地域 競合状況DI
当月：43.4 (-1.3)
前月：44.7

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：48.2 (-0.4)
前月：48.6

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：5.2 (-3.0)
前月：8.2

客単価DI
当月：10.7 (-2.2)
前月：12.9

来客数DI
当月：-2.4 (+0.1)
前月：-2.5

収益DI
当月：6.4 (-3.0)
前月：9.4

販売価格DI
当月：19.9 (-4.0)
前月：23.9

生鮮品仕入原価DI
当月：15.5 (-3.4)
前月：18.9

食品仕入原価DI
当月：18.0 (-3.8)
前月：21.8

カテゴリー動向

青果DI
当月：9.5 (-7.2)
前月：16.7

水産DI
当月：5.0 (-3.3)
前月：8.3

畜産DI
当月：-7.4 (+1.8)
前月：-9.2

惣菜DI
当月：14.1 (+3.0)
前月：11.1

日配DI
当月：7.6 (-5.1)
前月：12.7

一般食品DI
当月：7.6 (+1.6)
前月：6.0

非食品DI
当月：-1.9 (+5.9)
前月：-7.8

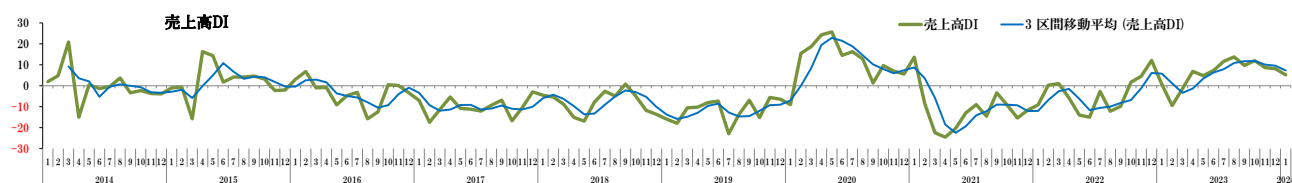
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月から下落も、プラス圏を維持

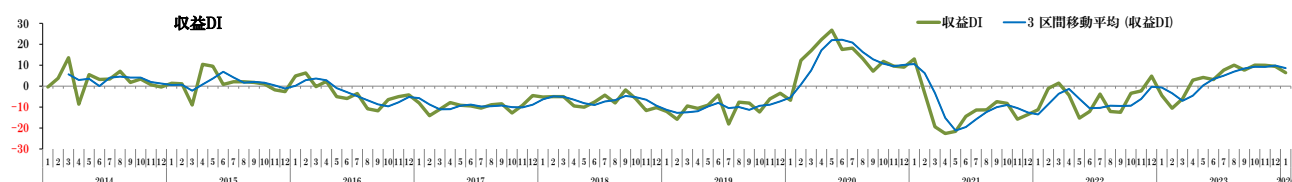
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	3.4	18.6	29.4	39.0	9.6	8.2
売上高 (当月)	3.9	19.5	36.4	32.5	7.8	5.2



2. 収益DI

前月から下落も、プラス圏を維持

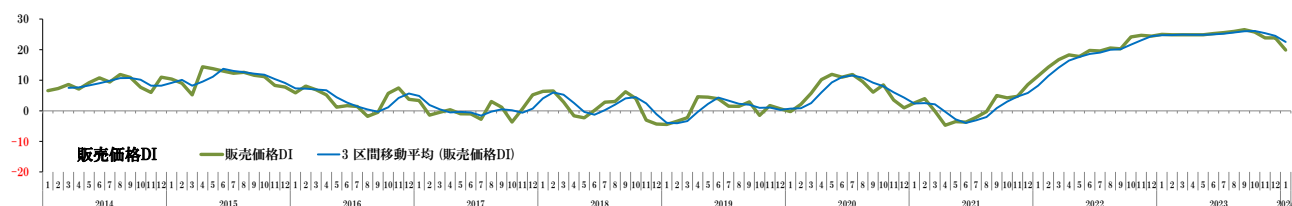
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	2.9	16.3	33.7	34.3	12.8	9.4
収益 (当月)	3.3	21.1	32.9	32.2	10.5	6.4



3. 販売価格DI

前月から下落も、引き続き高水準で推移

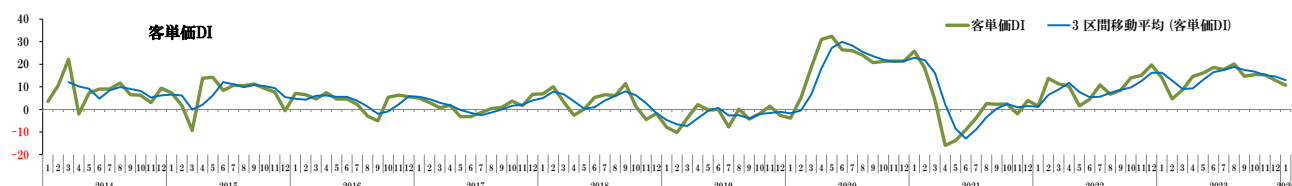
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	0.0	18.0	68.5	13.5	23.9
販売価格 (当月)	0.7	0.7	26.3	63.2	9.2	19.9



4. 客単価DI

前月から下落も、二桁プラス水準を維持

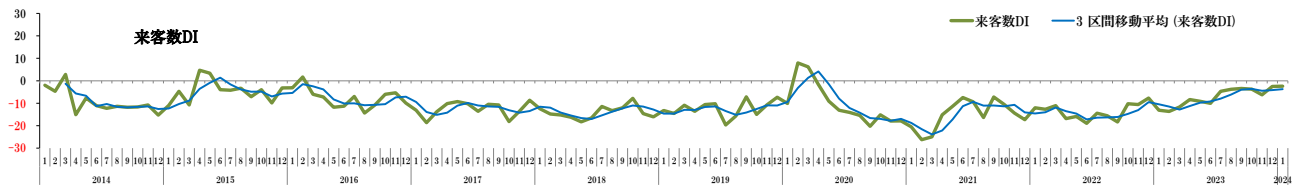
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	11.4	27.3	57.4	3.4	12.9
客単価 (当月)	1.9	9.7	33.1	53.9	1.3	10.7



5. 来客数 DI

前月と同水準で推移

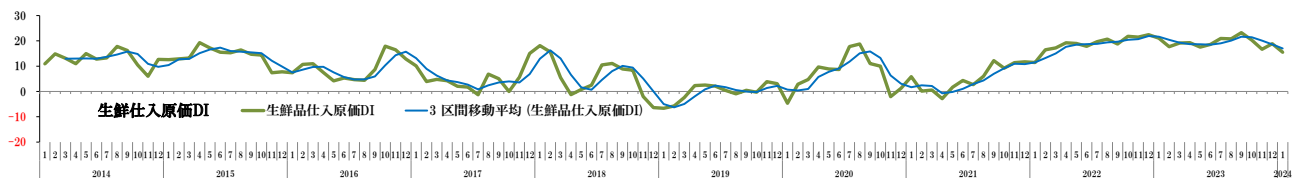
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	6.8	29.9	33.9	25.4	4.0	-2.5
来客数 (当月)	5.2	31.2	35.1	25.3	3.2	-2.4



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から下落も、二桁プラス水準を維持

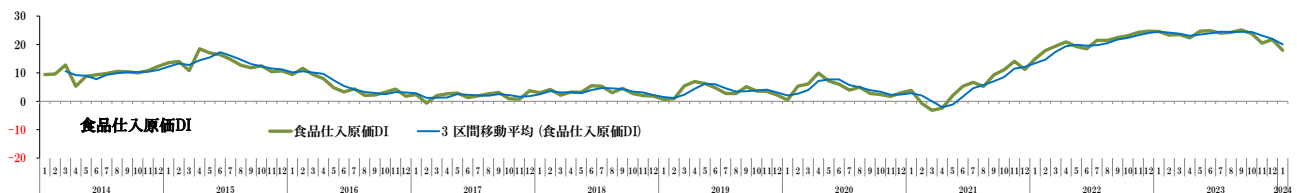
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.6	2.9	24.4	64.5	7.6	18.9
生鮮仕入原価 (当月)	0.0	4.7	34.0	56.0	5.3	15.5



7. 食品仕入原価 DI

前月から下落も、33か月連続プラス圏で推移

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
食品仕入原価 (前月)	0.6	3.5	17.5	64.9	13.5	21.8
食品仕入原価 (当月)	1.3	3.4	27.5	57.7	10.1	18.0

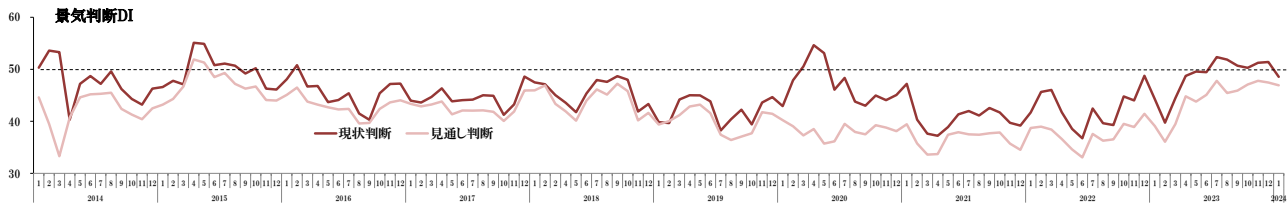


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断 DI は小幅に悪化し、7 か月ぶりに 50 を下回る

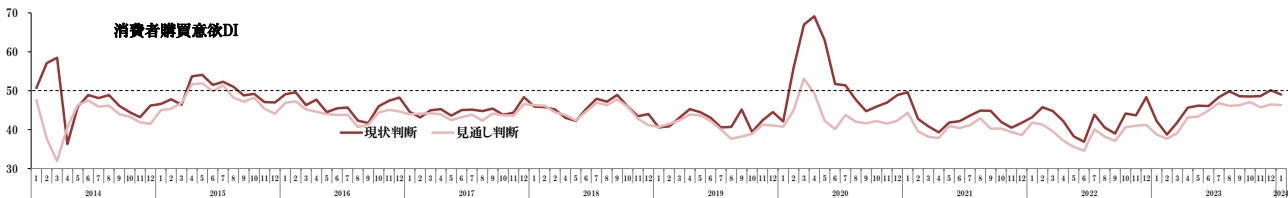
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	0.6	14.0	65.4	19.6	0.6	51.4
【現状】景況判断 (当月)	1.9	15.4	69.9	12.2	0.6	48.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	1.1	20.9	65.5	11.9	0.6	47.5
【見通し】景況判断 (当月)	1.9	20.0	67.1	10.3	0.6	46.9



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断 DI はわずかに悪化、見通し判断は前月水準で推移

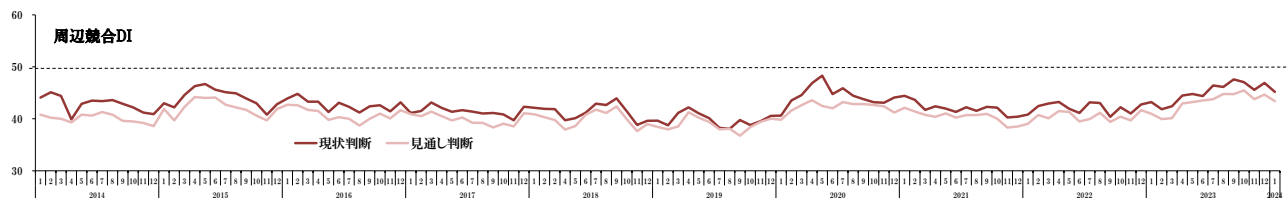
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	0.6	16.2	65.9	16.8	0.6	50.1
【現状】購買意欲 (当月)	1.3	16.7	67.3	14.1	0.6	49.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.1	19.7	71.9	6.7	0.6	46.5
【見通し】購買意欲 (当月)	1.3	21.3	69.0	7.7	0.6	46.3



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断 DI は小幅に悪化、見通し判断は前月水準で推移

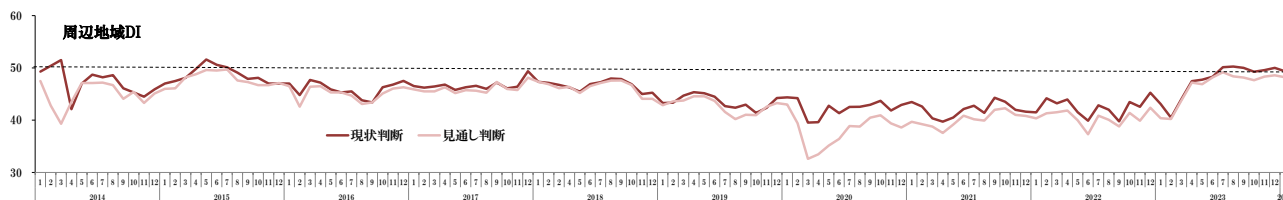
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	1.7	14.6	78.7	4.5	0.6	46.9
【現状】競合状況 (当月)	3.2	15.4	78.8	2.6	0.0	45.2
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	3.4	20.2	71.3	4.5	0.6	44.7
【見通し】競合状況 (当月)	5.8	18.1	72.9	3.2	0.0	43.4



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断、見通し判断共にほぼ前月水準で推移

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】地域景気(前月)	0.6	7.3	83.8	8.4	0.0	50.0
【現状】地域景気(当月)	1.3	7.1	85.2	5.8	0.6	49.4
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】地域景気(前月)	0.6	10.7	82.5	6.2	0.0	48.6
【見通し】地域景気(当月)	1.3	10.4	83.1	4.5	0.6	48.2

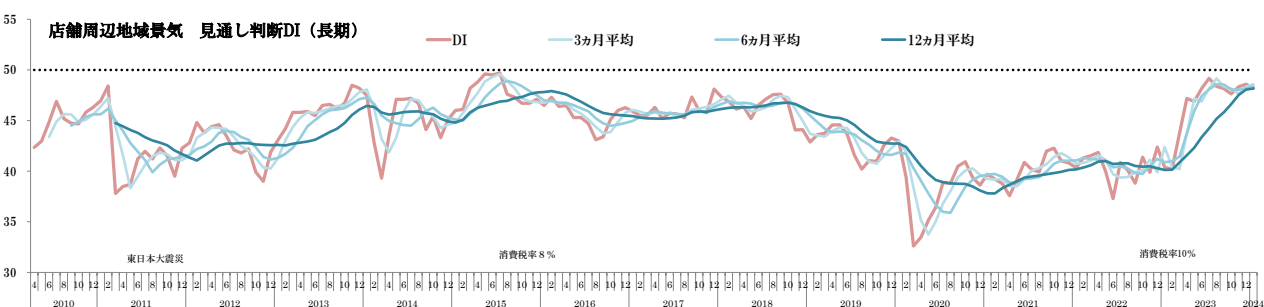
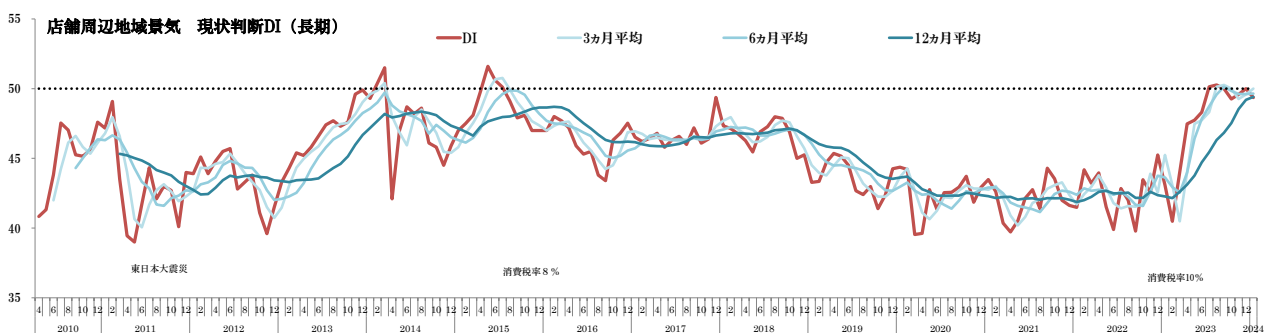


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向(2010年4月～)

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。

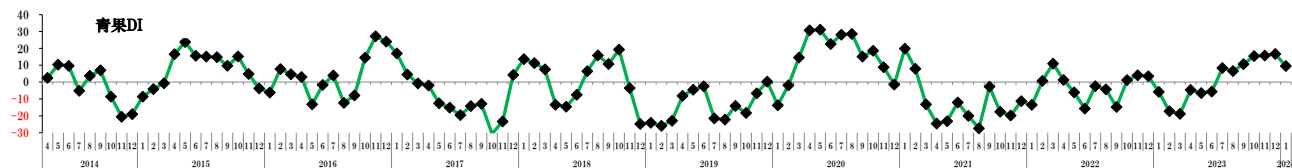
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。その後23年3月以降は改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破した。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：9.5（やや好調）

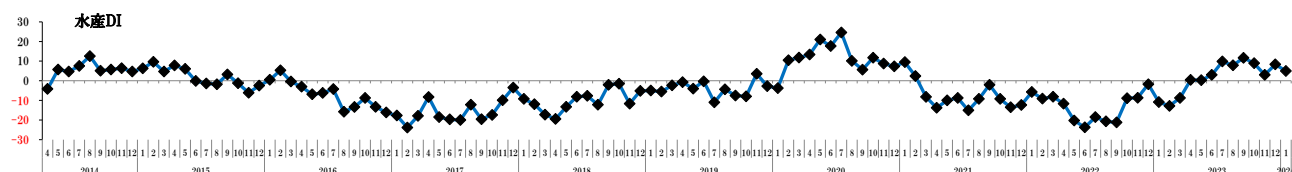
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	0.6	11.8	26.6	42.0	18.9	16.7
青果（当月）	2.0	17.1	32.9	36.8	11.2	9.5



青果相場が落ち着いた地域が多く、買上点数が順調に推移し好調となった。暖冬の影響で白菜やネギ、キノコなどの鍋関連野菜が伸び悩んだ店舗が多い。玉ねぎなどの土物類、大根をはじめとする根菜類は好調、きゅうりやトマトなどのサラダ関連は好調に推移した。国産果実は全般的に相場高傾向が続くなか、みかんをはじめとする柑橘類が特に好調となった。相場高のイチゴは好不調の判断が分かれ、りんごは不調とするコメントが多い。輸入果物ではバナナの動きがよかった。

2. 水産DI：5.0（やや好調）

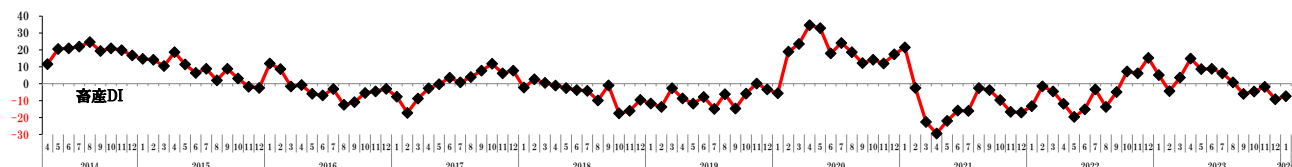
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	1.8	24.4	24.4	37.5	11.9	8.3
水産（当月）	2.6	23.8	32.5	33.1	7.9	5.0



全般的に入荷が安定、相場が落ち着き、販促しやすい環境のなか比較的好調な販売動向となった。刺身盛り合わせ、かに類、ブリ、サーモンなどが販売しやすい価格で好調、塩干類やうなぎも順調に推移した店舗が多い。暖冬の影響を受けたタラをはじめとする鍋関連商材、カキなどの貝類は動きが悪かったとのコメントが多い。

3. 畜産DI：-7.4（やや不調）

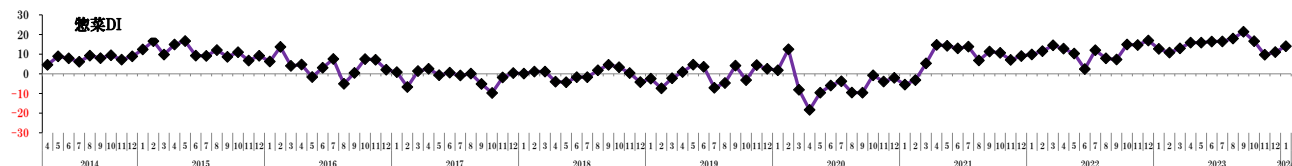
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	10.1	42.0	24.3	21.9	1.8	-9.2
畜産（当月）	6.0	40.9	30.9	20.8	1.3	-7.4



精肉全般で相場高傾向が続く中、牛肉から豚肉や鶏肉へ需要がシフトする流れが継続。前年鳥インフルエンザからの反動もあり、相場が安定している鶏肉が引き続き最も好調に推移した。気温が高めに推移した地域を中心に、鍋関連の需要低迷を指摘するコメントが多い。牛肉は年始の焼肉、すき焼き用は動きがよかったが、それ以外は全般的に不振となった。豚肉は国産、輸入ともに高値に加え、鍋需要が落ち込み伸び悩んだ。ハムやソーセージなどの加工肉も、引き続き動きが鈍い。

4. 惣菜DI：14.1（好調）

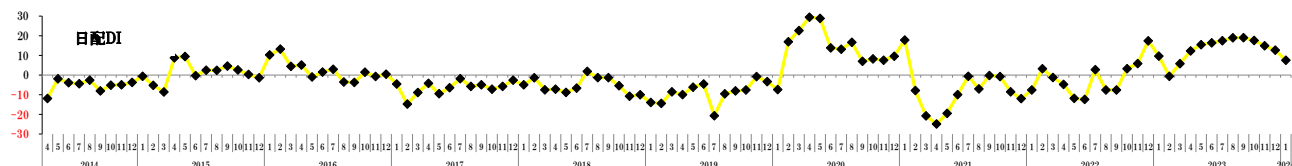
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.4	19.2	25.1	38.3	15.0	11.1
惣菜（当月）	2.7	11.4	26.8	45.0	14.1	14.1



全般に好調を持続している。年始にかけて、帰省客の増加を背景に地方部で需要が高く、その後は成人式などイベント向けの予約販売が好調となった店舗が多い。天ぷら、コロッケなどの揚げ物類は引き続き好調。単価アップの米飯類、中食需要の高まりにより、おかず類の動きもよかった。寿司類や魚惣菜は水産カテゴリーとの競合、サラダ関連も青果相場の落ち着きの影響を受け伸び悩んだとのコメントが一部でみられた。

5. 日配DI：7.6（やや好調）

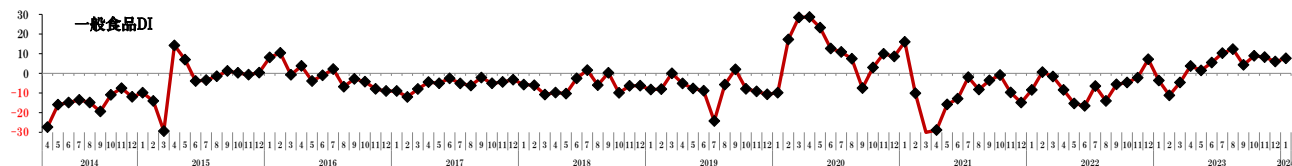
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	2.4	14.2	28.4	40.2	14.8	12.7
日配（当月）	0.0	19.2	39.1	33.8	7.9	7.6



原価値上げの影響により単価上昇が続く一方で、買上点数の減少は抑えられており、好調な動向が続いている。価格再改定のあったパン類は特に好調、牛乳など乳製品も堅調に推移した。一方でヨーグルト類は価格競争の厳しさを指摘するコメントもみられた。鶏卵は、鳥インフルエンザによる品薄が今年は緩和したものの、やや相場の高い状況が継続し好調。冷凍食品、納豆や豆腐など、食生活に欠かせないベーシックな商品群も堅調に推移した。暖冬の影響で鍋関連の水物や練物、麺類は伸び悩んだ地域が多かった。

6. 一般食品：7.6（やや好調）

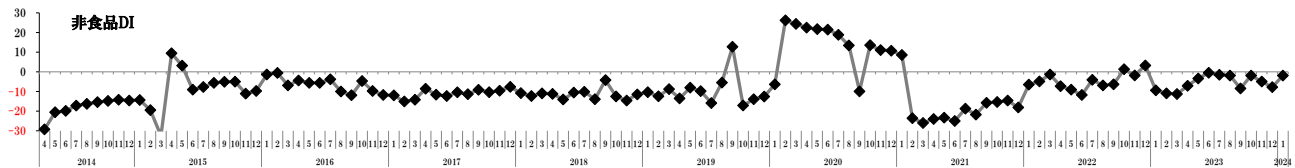
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	3.0	24.0	26.9	38.3	7.8	6.0
一般食品（当月）	2.6	18.5	34.4	34.4	9.9	7.6



全般的に販売価格上昇による単価増がみられ、好調に推移したとのコメントが多い。気温が高めに推移した地域が多く、飲料が好調に推移した。地震の影響で、水、レトルト、缶詰など備蓄品の需要も高まった。鍋つゆやスープ、シチュー、コーヒーなどのホットメニューは伸び悩んだ。調味料や菓子類などは堅調に推移、比較的値ごろな米類も回復傾向がみられる。酒類は酒税法改正の影響で新ジャンルが影響を受け、競合店との価格競争の厳しさを指摘するコメントもみられた。

7. 非食品DI：-1.9（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
非食品（前月）	9.8	38.4	29.9	17.1	4.9	-7.8
非食品（当月）	8.9	25.3	37.7	20.5	7.5	-1.9



単価が上昇したトイレトーパー・キッチンペーパーなど紙製品が引き続き好調に推移した。ペットフード、ラップやホイルなども単価上昇により好調とのコメントが多い。一方で、マスクやハンドソープ、除菌関連など衛生用品は需要低下傾向が続く。家庭用洗剤は値上げで単価が上昇した一方、ドラッグストアなど競合店との価格競争の厳しさを指摘するコメントがみられた。

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～

2024年2月調査（1月実績）キーワードTOP3

1. 暖冬の影響
2. 客単価堅調
3. 青果、水産相場の落ち着き

（参考）2023年2月調査（1月実績）キーワードTOP3

1. 一品単価増、買上点数減
2. 気温低下により冬物商材の動きがよい
3. 前年まん延防止等重点措置の反動

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 156社
 12月実績確報版 179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