

スーパーマーケット販売統計調査資料

2023年12月実績 速報版

11月実績 確報版

2023年 年間集計 速報版

(2024年1月23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、インスタペーカーリー、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1月23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 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	121,275,975	100.0%	103.7%	102.5%
食品合計	110,143,148	90.8%	104.4%	103.1%
生鮮3部門合計	41,539,760	34.3%	103.5%	102.6%
青果	15,727,132	13.0%	106.6%	105.5%
水産	11,858,988	9.8%	104.2%	102.8%
畜産	13,953,640	11.5%	99.7%	99.2%
惣菜	12,988,385	10.7%	104.7%	103.3%
日配	24,194,801	20.0%	105.8%	103.9%
一般食品	31,420,202	25.9%	104.4%	103.2%
非食品	8,106,249	6.7%	96.9%	96.5%
その他	3,026,619	2.5%	97.7%	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	17,053,740	43	104.3%	104.2%
関東地方	44,778,205	73	104.8%	103.8%
中部地方	15,026,835	53	104.6%	101.9%
近畿地方	25,716,756	44	101.6%	100.9%
中国・四国地方	12,366,543	34	103.7%	102.3%
九州・沖縄地方	6,333,896	23	100.6%	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	628,233	44	97.6%	99.6%
4~10店舗	5,363,184	85	102.1%	101.7%
11~25店舗	10,135,754	49	101.8%	101.3%
26~50店舗	22,930,858	47	103.5%	102.4%
51店舗以上	82,217,946	45	104.0%	102.8%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	118,206,473	
総店舗数 (店舗)	8,387	店舗平均月商 (万円)	14,460	
総売場面積 (㎡)	13,987,176	売場1㎡あたり売上高 (万円)	8.7	

※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1月23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11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	99,438,876	100.0%	104.5%	103.5%
食品合計	90,742,593	91.3%	105.0%	103.7%
生鮮3部門合計	33,572,804	33.8%	104.3%	103.1%
青果	13,347,132	13.4%	106.3%	105.1%
水産	8,215,130	8.3%	103.9%	102.6%
畜産	12,010,542	12.1%	102.4%	101.2%
惣菜	10,721,928	10.8%	104.6%	103.2%
日配	20,617,294	20.7%	106.2%	104.9%
一般食品	25,830,568	26.0%	105.0%	103.9%
非食品	6,528,339	6.6%	101.0%	100.3%
その他	2,167,986	2.2%	100.5%	99.0%

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	13,240,413	43	104.4%	103.8%
関東地方	36,447,290	73	105.1%	103.8%
中部地方	12,176,525	53	105.2%	104.3%
近畿地方	22,536,353	44	103.1%	102.2%
中国・四国地方	10,028,571	34	105.8%	103.8%
九州・沖縄地方	5,009,724	23	102.8%	103.2%

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	500,046	44	96.9%	98.8%
4~10店舗	4,352,798	85	103.0%	103.2%
11~25店舗	8,013,705	49	102.9%	103.1%
26~50店舗	18,228,332	47	104.8%	102.8%
51店舗以上	68,343,995	45	104.7%	103.7%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	97,391,176
総店舗数 (店舗)	8,385	店舗平均月商 (万円)	11,859
総売場面積 (㎡)	13,981,810	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.1

※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1月23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）速報版

	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	1,223,355,080	100.0%	103.7%	102.6%
食品合計	1,110,379,658	90.8%	104.2%	103.0%
生鮮3部門合計	408,705,544	33.4%	102.6%	101.5%
青果	166,163,767	13.6%	102.3%	101.2%
水産	103,835,802	8.5%	103.0%	101.7%
畜産	138,705,975	11.3%	102.5%	101.6%
惣菜	134,071,604	11.0%	105.8%	104.4%
日配	253,736,008	20.7%	106.5%	105.0%
一般食品	313,866,503	25.7%	103.9%	102.8%
非食品	81,095,472	6.6%	100.0%	99.4%
その他	31,879,950	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	166,233,511	43	103.9%	103.3%
関東地方	447,102,821	73	104.0%	102.7%
中部地方	150,439,402	53	104.5%	102.8%
近畿地方	272,911,614	44	102.8%	101.9%
中国・四国地方	123,952,802	34	104.1%	102.9%
九州・沖縄地方	62,714,930	23	103.2%	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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	6,418,062	44	97.2%	98.9%
4～10店舗	53,823,162	85	101.0%	101.4%
11～25店舗	105,550,166	50	102.3%	102.0%
26～50店舗	215,062,997	45	104.2%	102.7%
51店舗以上	842,500,693	46	104.0%	102.8%

※保有店舗数カテゴリーは2023年1月時点での保有店舗数による分類

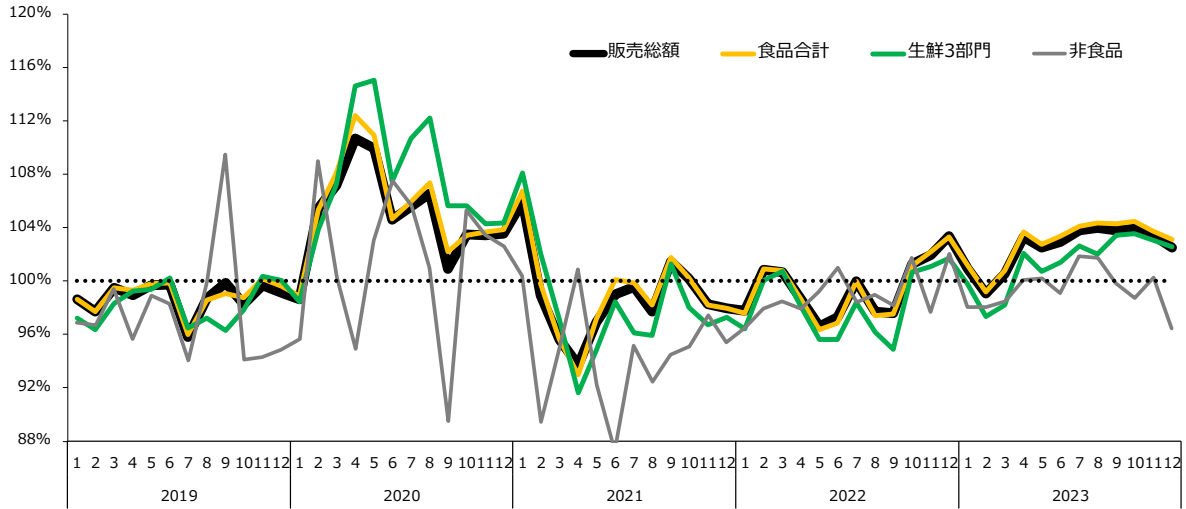
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,197,614,833
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

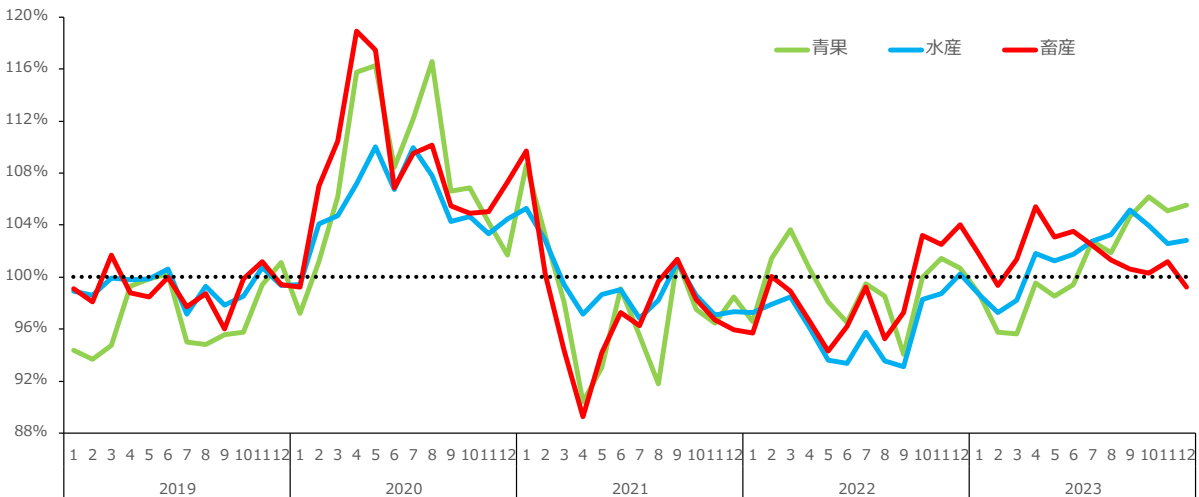
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

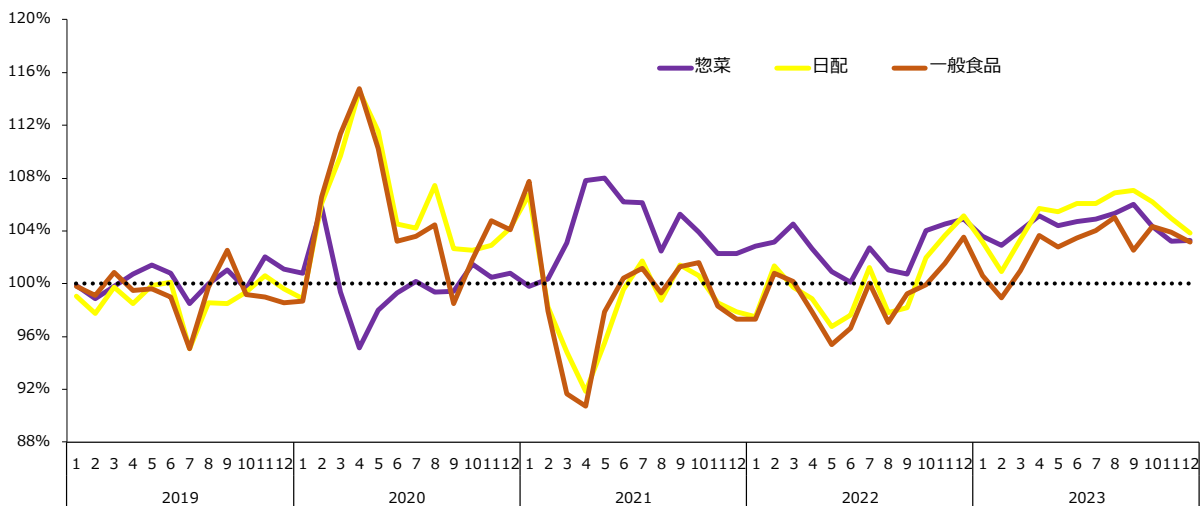
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2023年12月実績は速報版

2023年12月 エリア別気候状況

12月の気温：全国的に気温の変動が大きかった

上旬：北日本で高かった。

中旬：東・西日本でかなり高かった。

下旬：北・西日本で低かった。

2022年12月との比較：上旬から中旬にかけて前年より気温の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)		
	2023年12月 (今年)			2022年12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	1.8	-0.4	-0.3	-1.5	-1.3	1.9	3.3	0.9	-2.2
太平洋側	1.9	-0.2	-0.2	-1.2	-1.2	1.7	3.1	1.0	-1.9
東日本 日本海側	1.2	1.9	-0.5	-0.1	-1.0	-0.8	1.3	2.9	0.3
太平洋側	0.4	3.2	0.3	0.2	-0.5	-0.6	0.2	3.7	0.9
西日本 日本海側	1.1	2.5	-0.8	-0.5	-1.3	-1.8	1.6	3.8	1.0
太平洋側	0.2	2.6	-0.8	-0.3	-1.3	-1.5	0.5	3.9	0.7

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

12月の日照時間：東・西日本太平洋側が多かった

上旬：北・東・西日本太平洋側でかなり多く、北・東・西日本日本海側が多かった。

中旬：北・西日本日本海側と北・東・西日本太平洋側でかなり少なかった。

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

2022年12月との比較：上旬は全国的に前年より日照時間が多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2023年12月 (今年)			2022年12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	118	71	96	69	73	98	49	-2	-2
太平洋側	114	82	115	101	87	94	13	-5	21
東日本 日本海側	145	72	116	96	64	59	49	8	57
太平洋側	131	82	122	98	103	109	33	-21	13
西日本 日本海側	143	47	111	111	85	93	32	-38	18
太平洋側	129	70	124	100	105	108	29	-35	16

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%

12月の降水量：東日本日本海側が多かった。一方、北・東日本太平洋側と北・西日本日本海側で少なかった。

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

中旬：西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり多く、北・東日本日本海側と北・東日本太平洋側が多かった。

下旬：東日本日本海側でかなり多かった。一方、西日本日本海側と北・西日本太平洋側で少なかった。

2022年12月との比較：上旬・下旬は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 (%)		
	2023年12月 (今年)			2022年12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	63	113	104	111	124	128	-48	-11	-24
太平洋側	30	179	40	42	88	164	-12	91	-124
東日本 日本海側	70	125	186	121	173	145	-51	-48	41
太平洋側	6	202	40	38	54	100	-32	148	-60
西日本 日本海側	20	209	53	10	69	112	10	140	-59
太平洋側	35	207	41	26	61	93	9	146	-52

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「12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1月調査結果（12月実績）
（2024年1月23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

1月調査（12月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は堅調

12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-0.3の50.9となり、6ヵ月連続で好不調の判断の分かれ目である50を上回った。見通し判断は、前月から-0.5の47.3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共に前月水準で推移した。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIは高水準で推移しており、販売価格DIに動きはみられなかった。来客数DIは前月に比べやや上昇し、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。カテゴリ動向調査では、クリスマス商戦、年末商戦の堅調を背景にプラス域で推移したカテゴリが多いものの、相場高で伸び悩んだ畜産DI、衛生用品の反動減が続く非食品DIはマイナス域での推移となった。（最終ページに詳細掲載）

景況感調査は、基調に大きな変化はなく、全般的にほぼ前月水準で堅調な推移が続いている。販売価格が上昇する中でも消費者の購買意欲は比較的堅調で、買上点数の減少は抑えられており、景気判断DI、消費者購買意欲DIは高水準を維持している。（長期傾向についてはP11参照）

気温が冷え込みを見せた下旬のクリスマス商戦と年末商戦は、曜日巡りによる大型商業施設への流出や旅行、外食の増加を指摘する声も多かったが、帰省客増加の恩恵を受けた地域もあり概ね好調に推移した。節約志向による内食傾向もみられ追い風となっている。一方で、好調を牽引してきた惣菜の伸び鈍化傾向や畜産カテゴリの不振を懸念する声も聞かれる。単価増の恩恵が一巡する2024年は、今後どのように売上や利益を確保していくか、次の一手を着実に実行すべき、正念場の1年と言えよう。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月：50.9 (-0.3) 前月：51.2	消費者購買意欲DI 当月：49.8 (+1.2) 前月：48.6	周辺地域 競合状況DI 当月：46.9 (+1.3) 前月：45.6	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：49.5 (-0.1) 前月：49.6
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月：47.3 (-0.5) 前月：47.8	消費者購買意欲DI 当月：46.3 (+0.6) 前月：45.7	周辺地域 競合状況DI 当月：44.6 (+0.8) 前月：43.8	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：48.0 (-0.3) 前月：48.3
--	---	---	---

経営動向調査 経営状況

売上高DI 当月：8.1 (-0.6) 前月：8.7	客単価DI 当月：12.7 (-2.6) 前月：15.3	来客数DI 当月：-2.3 (+4.0) 前月：-6.3	
収益DI 当月：9.8 (-0.1) 前月：9.9	販売価格DI 当月：23.9 (0.0) 前月：23.9	生鮮品仕入原価DI 当月：17.6 (+0.9) 前月：16.7	食品仕入原価DI 当月：20.8 (+0.3) 前月：20.5

カテゴリ動向

青果DI 当月：17.0 (+1.2) 前月：15.8	水産DI 当月：9.4 (+6.4) 前月：3.0	畜産DI 当月：-9.6 (-7.7) 前月：-1.9	
惣菜DI 当月：11.1 (+1.4) 前月：9.7	日配DI 当月：13.1 (-1.8) 前月：14.9	一般食品DI 当月：5.5 (-2.7) 前月：8.2	非食品DI 当月：-8.1 (-3.2) 前月：-4.9

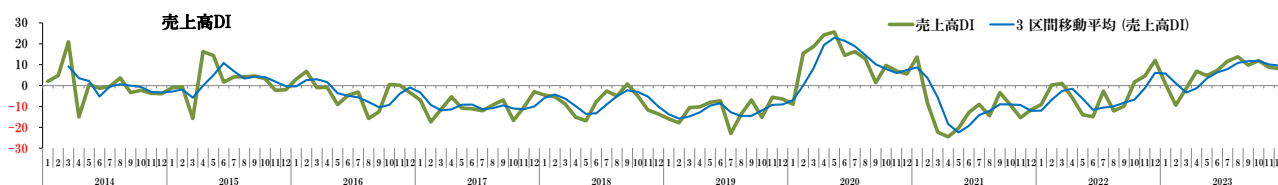
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月から横ばい推移で、プラス圏を維持

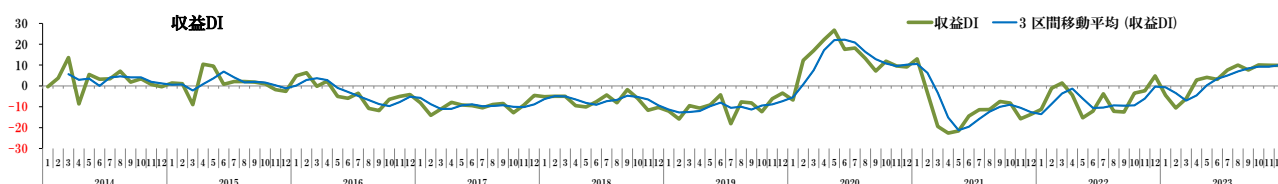
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	3.9	18.0	27.0	41.6	9.6	8.7
売上高 (当月)	3.8	18.1	30.0	38.1	10.0	8.1



2. 収益DI

前月から横ばい推移で、プラス圏を維持

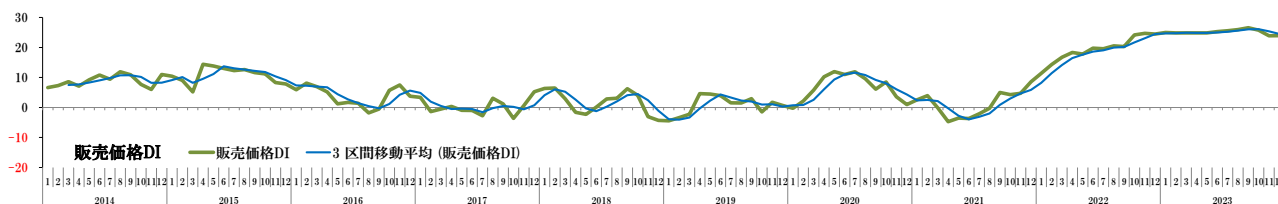
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	1.7	17.6	34.7	31.3	14.8	9.9
収益 (当月)	2.6	17.4	31.6	34.8	13.5	9.8



3. 販売価格DI

前月から横ばい推移で、引き続き高水準で推移

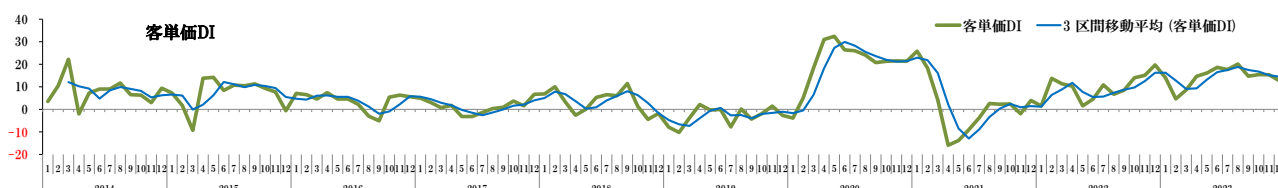
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.7	15.2	69.1	14.0	23.9
販売価格 (当月)	0.0	0.0	18.0	68.3	13.7	23.9



4. 客単価DI

前月から小幅に下落も、二桁プラス水準を維持

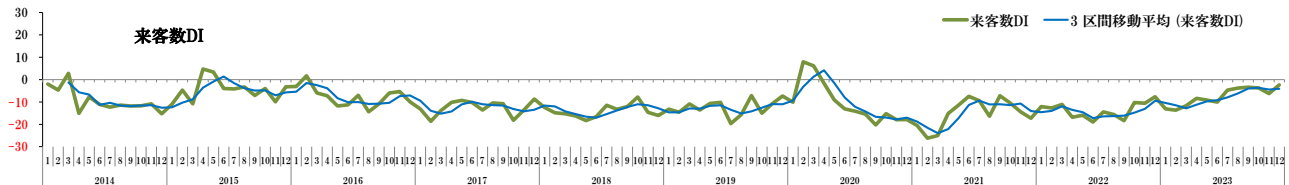
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	6.8	27.3	61.4	4.0	15.3
客単価 (当月)	0.6	11.9	27.0	56.6	3.8	12.7



5. 来客数 DI

前月から小幅に上昇し、マイナス幅を縮小

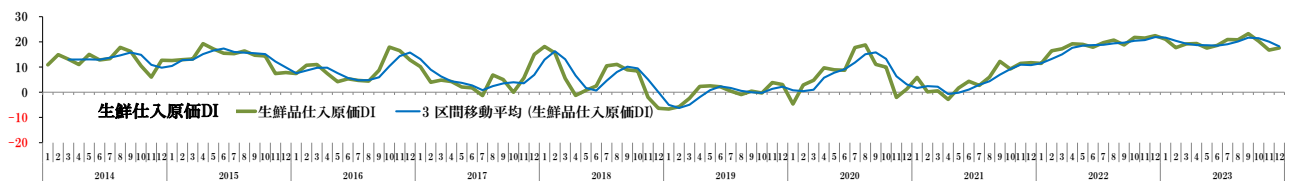
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	8.5	37.5	27.8	22.7	3.4	-6.3
来客数 (当月)	6.3	29.4	35.6	25.0	3.8	-2.3



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から横ばい推移で、二桁プラス水準

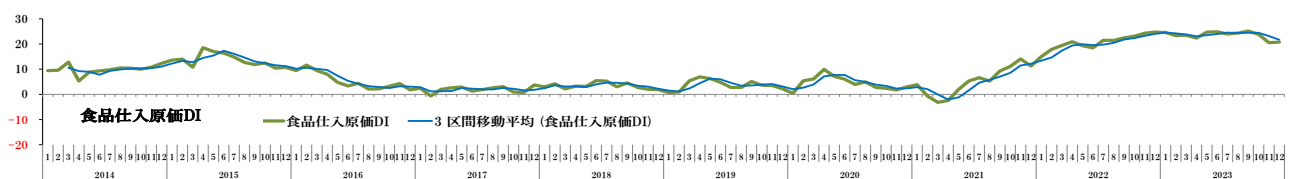
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.7	4.1	29.1	55.8	9.3	16.7
生鮮仕入原価 (当月)	0.6	3.2	26.5	64.5	5.2	17.6



7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい推移で、32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	5.2	20.3	59.3	14.5	20.5
食品仕入原価 (当月)	0.6	3.9	18.2	66.2	11.0	20.8

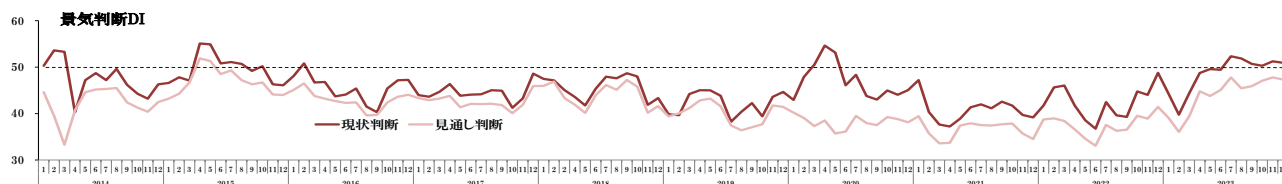


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景気判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断は前月水準を維持、6か月連続で50台

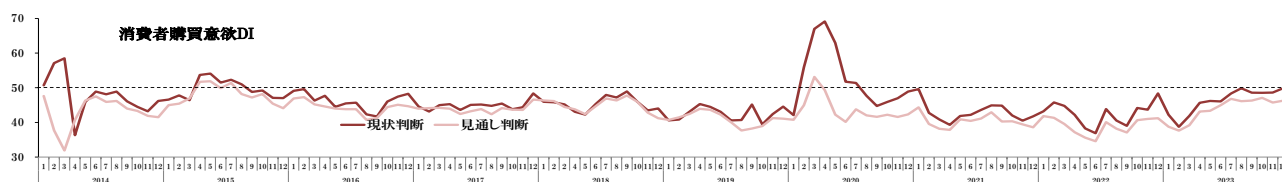
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	0.6	12.7	68.5	17.7	0.6	51.2
【現状】景気判断 (当月)	0.6	13.6	67.9	17.3	0.6	50.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	1.7	19.9	64.1	14.4	0.0	47.8
【見通し】景気判断 (当月)	1.3	20.6	66.3	11.3	0.6	47.3



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に上昇

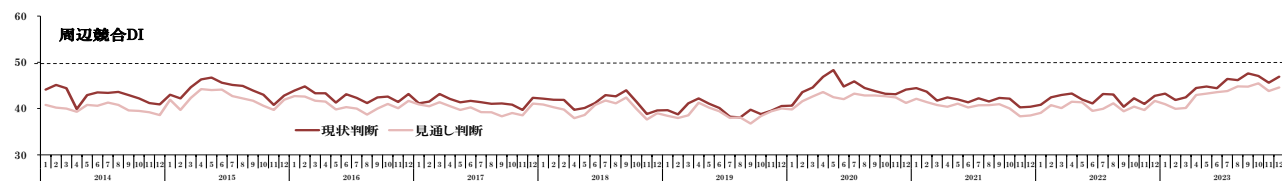
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.1	18.2	65.7	14.9	0.0	48.6
【現状】購買意欲 (当月)	0.6	16.0	67.3	15.4	0.6	49.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	0.6	25.4	64.6	9.4	0.0	45.7
【見通し】購買意欲 (当月)	1.2	20.5	70.8	6.8	0.6	46.3



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に上昇

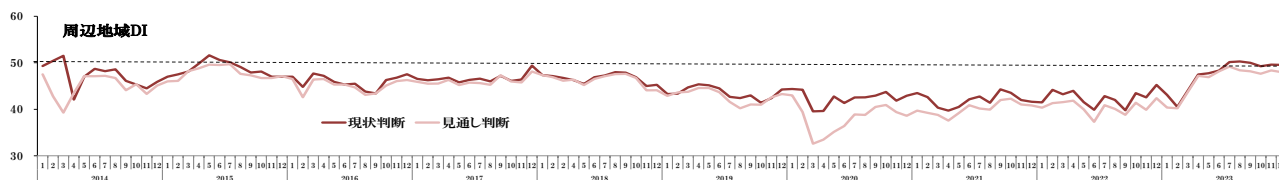
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	1.7	21.0	71.3	5.5	0.6	45.6
【現状】競合状況 (当月)	1.9	14.3	78.9	4.3	0.6	46.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	3.3	22.7	69.6	4.4	0.0	43.8
【見通し】競合状況 (当月)	3.7	19.9	71.4	4.3	0.6	44.6



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	9.4	81.2	8.8	0.0	49.6
【現状】地域景気 (当月)	0.6	7.4	85.2	6.8	0.0	49.5
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)	0.0	14.9	76.8	8.3	0.0	48.3
【見通し】地域景気 (当月)	0.6	11.3	83.8	4.4	0.0	48.0

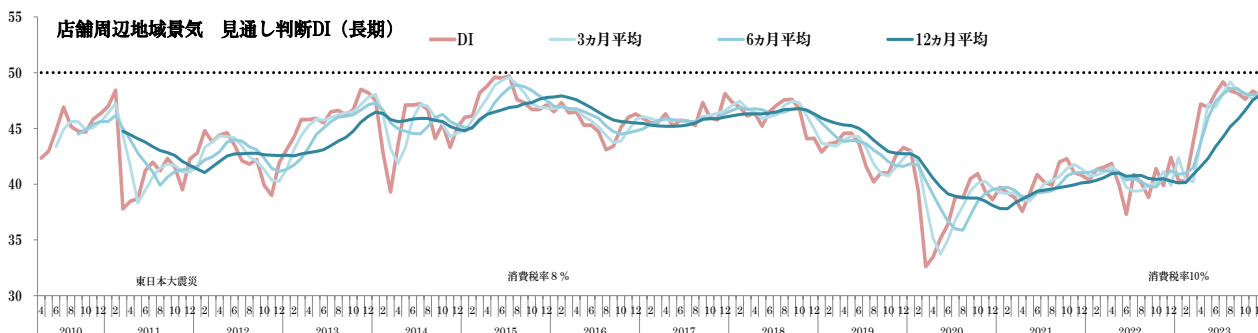
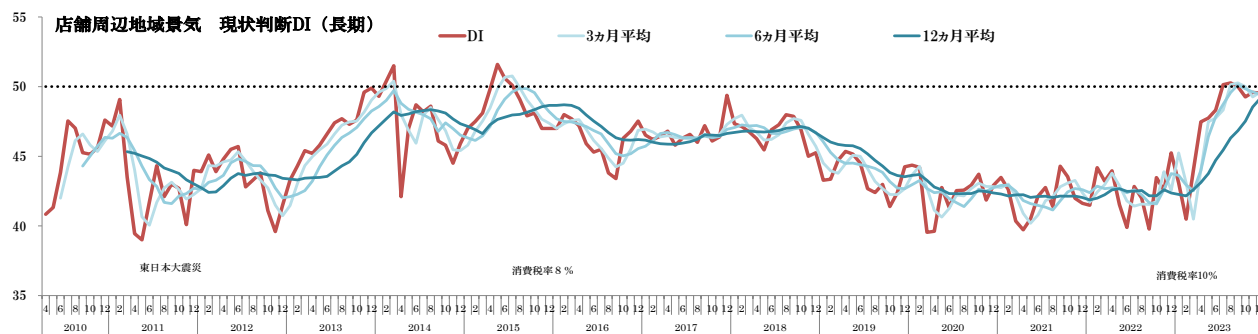


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

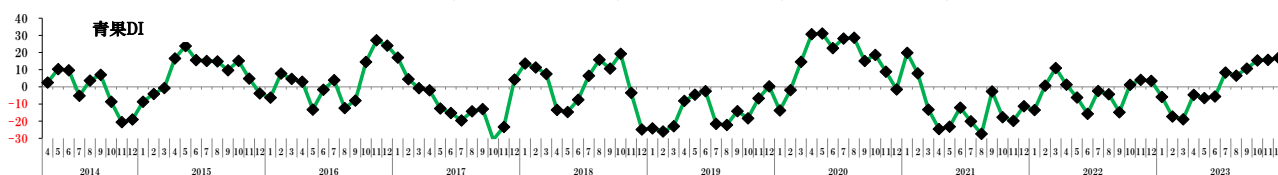
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。その後23年3月以降は改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破した。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：17.0（好調）

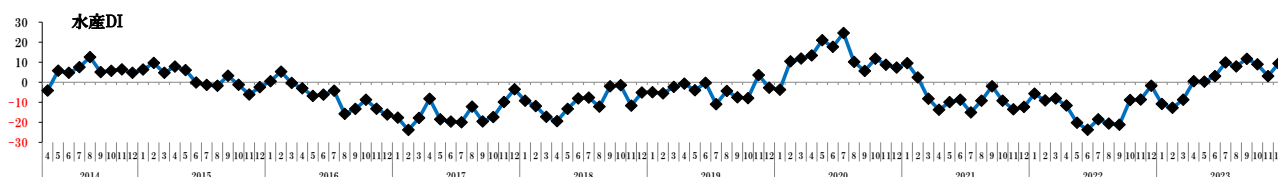
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	1.8	12.9	24.6	42.1	18.7	15.8
青果（当月）	0.7	12.4	24.8	42.5	19.6	17.0



青果相場は中旬以降落ち着いたものの、買上点数が順調に推移し、客単価の上昇により好調となった店舗が多かった。なかでも白菜やネギ、キノコなどの鍋関連野菜が好調に推移した。前年価格が高騰した玉ねぎなどの土物類には反動がみられたが、大根をはじめとする根菜類は年末商戦を中心に好調となった。国産果実では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、りんごやぶどうなど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：9.4（やや好調）

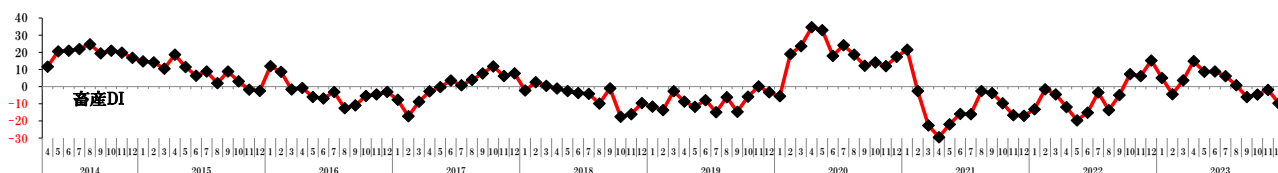
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	5.2	24.9	31.8	28.9	9.2	3.0
水産（当月）	1.3	25.0	21.7	38.8	13.2	9.4



全般的に相場が落ち着いた傾向にあり、販促しやすい環境に変化し、好調な販売動向となった。年末商戦では、本マグロなどの高品質な刺身盛り合わせ、カニやイクラなどが特に好調に推移した。ブリやタラ、サーモンも販売しやすい価格で好調、塩干類も順調に推移した店舗が多い。予約販売やギフトの好調を指摘するコメントも多い。うなぎ類は相場高で不振、カキを中心とした貝類は動きが悪かった。

3. 畜産DI：-9.6（やや不調）

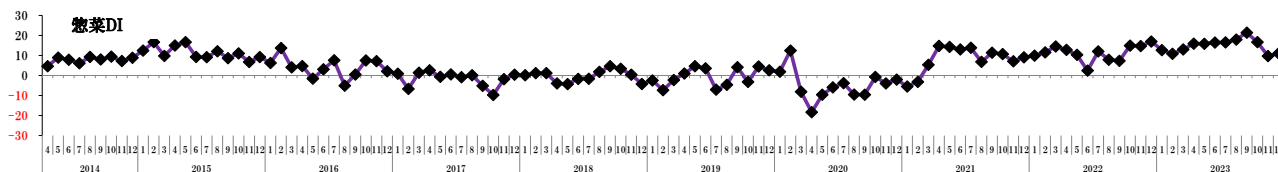
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	7.5	28.7	31.6	28.2	4.0	-1.9
畜産（当月）	10.5	42.5	24.2	20.9	2.0	-9.6



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の低迷を指摘するコメントもみられた。牛肉は年末商戦でのしゃぶしゃぶ、すき焼き用のブランド牛、和牛は売上を確保した店舗が多いが、それ以外は全般的に不振となった。豚肉も国産、輸入ともに高値で伸び悩んだ。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：11.1（好調）

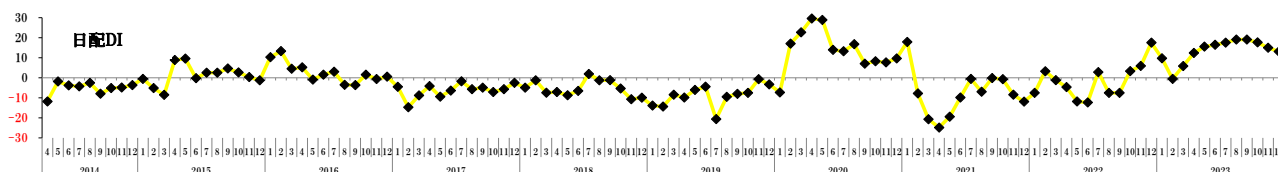
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	5.2	15.1	27.3	40.1	12.2	9.7
惣菜（当月）	2.6	18.5	25.2	39.1	14.6	11.1



曜日巡りのよかったクリスマス商戦、帰省客が増加を背景とした年末商戦の好調を指摘するコメントが多い。おせちやオードブル、ローストチキンなどが予約販売を含め好調に推移した。天ぷら、コロッケなどの揚げ物類は引き続き好調だが、平時の米飯類や惣菜は好調が一巡し、伸び率の鈍化傾向を指摘するコメントもみられた。寿司類は水産カテゴリーでの刺身類の好調により伸び悩んだというコメントもみられた。

5. 日配DI：13.1（好調）

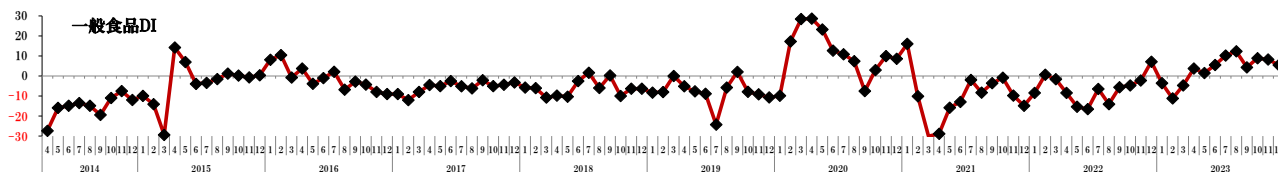
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	2.3	10.9	28.2	42.0	16.7	14.9
日配（当月）	2.0	13.1	30.1	40.5	14.4	13.1



値上げの影響が大きいカテゴリーであるが、買上点数の減少は抑えられており、一品単価上昇により好調な動向が続いている。おせち関連を中心とした年末・正月商材は単価が上昇したものの、好不調の判断が分かれている。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。鶏卵は相場が落ち着きはじめ好調持続、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。鍋関連の水物や練物、麺類は、上旬から中旬にかけての暖冬の影響で伸び悩んだ地域もみられた。

6. 一般食品：5.5（やや好調）

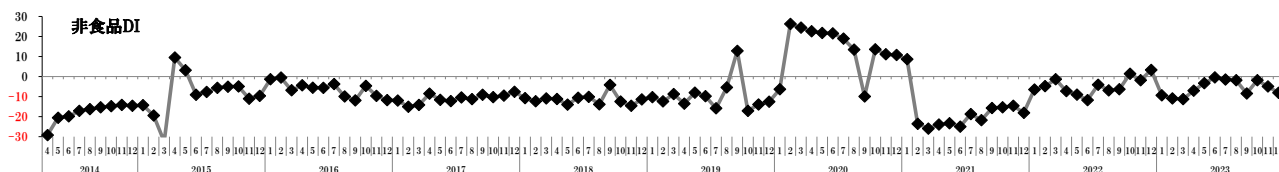
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	2.9	22.5	25.4	37.0	12.1	8.2
一般食品（当月）	3.3	23.8	27.8	37.7	7.3	5.5



全般的に販売価格上昇による買上点数の抑制傾向がみられるものの、年末商戦では前年より販売数量が伸長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、鍋つゆやスープ、シチューなどのホットメニュー、コーヒーなどのホット飲料は好不調の判断がわかる結果となった。米類は回復傾向がみられ、正月用の餅も好調に推移した店舗が多い。酒類は酒税法改正の影響で新ジャンルが影響を受けたほか、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：-8.1（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
非食品（前月）	12.0	26.9	35.9	19.2	6.0	-4.9
非食品（当月）	9.5	39.2	31.1	14.9	5.4	-8.1



気温が高めに推移した地域が多く、カセットボンベや紙皿、カイロなど冬物商材の動きが鈍い。マスクやハンドソープ、除菌関連など衛生用品も需要低下傾向が続く。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は好調に推移した。前年、大雪で買いだめ需要が発生した地域では反動減もみられた。家庭用洗剤は値上げで単価上昇の一方、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～

2024年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 年末・クリスマス商戦好調
2. 客単価増
3. 高い気温による影響

（参考）2023年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 年末・クリスマス商戦好調
2. 価格高騰による買上点数減
3. 帰省客・旅行客の増加

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

12月実績速報版 162社
 11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