

スーパーマーケット販売統計調査資料

2015年12月実績 速報版

11月実績 確報版

2015年実績 速報版

(2016年1月21日公表)

調査資料概要

【パネル275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

※2015年4月実績よりパネル対象企業変更(285社→275社)

【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:毎月21日前後に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行い確報値として公表

【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3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・沖縄地方	福岡、佐賀、長崎、大分、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄

※2014年4月実績よりエリア区分を8地方区分による6地方に変更

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

一般社団法人 新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

2016年1月21日

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
 一般社団法人 新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
 2015年12月実績 速報版 (パネル275)

	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	100,880,861	100.0%	102.6%	100.6%
食品合計	89,283,052	88.5%	103.3%	101.0%
生鮮3部門合計	33,946,742	33.7%	102.3%	100.0%
青果	12,344,268	12.2%	102.4%	100.1%
水産	10,195,249	10.1%	102.5%	100.3%
畜産	11,407,225	11.3%	102.0%	99.5%
惣菜	9,745,435	9.7%	106.0%	103.2%
日配	18,517,045	18.4%	103.7%	101.4%
一般食品	27,073,829	26.8%	103.2%	101.4%
非食品	8,279,114	8.2%	97.5%	96.4%
その他	3,318,739	3.3%	99.4%	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	16,600,380	49	103.2%	101.9%
関東地方	35,813,561	70	102.9%	100.4%
中部地方	12,085,470	58	101.7%	99.9%
近畿地方	19,967,200	34	101.9%	100.2%
中国・四国地方	10,175,574	36	103.6%	99.8%
九州・沖縄地方	6,238,676	28	101.3%	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 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	1,137,285	57	98.6%	99.8%
4~10店舗	4,414,850	67	101.6%	100.8%
11~25店舗	11,959,748	64	100.5%	100.0%
26~50店舗	19,181,360	45	102.4%	100.4%
51店舗以上	64,187,618	42	103.1%	100.7%

集計企業数 (社)	275	既存店総売上高 (万円)	97,722,902
総店舗数 (店舗)	7,478	店舗平均月商 (万円)	13,490
総売場面積 (㎡)	12,736,676	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.9

※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

2016年1月21日

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
 一般社団法人 新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
 2015年11月実績 確報版 (パネル275)

	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	82,517,658	100.0%	102.1%	100.3%
食品合計	73,168,645	88.7%	102.8%	100.8%
生鮮3部門合計	27,489,920	33.3%	102.8%	100.6%
青果	10,428,065	12.6%	105.0%	102.8%
水産	7,396,804	9.0%	101.5%	99.4%
畜産	9,665,052	11.7%	101.4%	99.3%
惣菜	7,830,245	9.5%	104.1%	101.6%
日配	15,868,012	19.2%	103.1%	101.2%
一般食品	21,980,467	26.6%	102.2%	100.5%
非食品	6,796,239	8.2%	97.3%	96.3%
その他	2,552,818	3.1%	97.1%	96.4%

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	12,940,087	49	102.4%	101.1%
関東地方	29,405,579	70	102.6%	100.4%
中部地方	9,728,003	58	100.9%	99.4%
近畿地方	17,383,578	34	101.1%	99.6%
中国・四国地方	8,089,612	36	103.9%	100.7%
九州・沖縄地方	4,970,799	28	101.7%	101.7%

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	902,477	57	97.5%	98.4%
4~10店舗	3,468,542	67	100.6%	99.7%
11~25店舗	9,324,728	63	100.2%	99.3%
26~50店舗	15,239,671	46	101.7%	100.1%
51店舗以上	53,582,240	42	102.8%	100.6%

集計企業数 (社)	275	既存店総売上高 (万円)	80,028,572
総店舗数 (店舗)	7,451	店舗平均月商 (万円)	11,075
総売場面積 (㎡)	12,697,259	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.5

※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

2016年1月21日

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
 一般社団法人 新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 2015年実績（パネル275）速報版

	全店売上高（万円）	構成比	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
総売上高	1,026,721,491	100.0%	103.6%	101.5%
食品合計	911,532,106	88.8%	104.3%	102.0%
生鮮3部門合計	348,318,102	33.9%	105.3%	102.9%
青果	140,133,606	13.6%	106.3%	104.0%
水産	93,937,196	9.1%	104.0%	101.6%
畜産	114,247,300	11.1%	105.1%	102.6%
惣菜	99,488,747	9.7%	106.8%	104.0%
日配	193,255,291	18.8%	103.8%	101.6%
一般食品	270,469,966	26.3%	102.4%	100.4%
非食品	80,732,854	7.9%	98.3%	97.7%
その他	34,456,531	3.4%	98.2%	98.6%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
北海道・東北地方	162,474,089	49	103.1%	101.2%
関東地方	363,943,505	70	104.3%	102.0%
中部地方	122,862,919	58	103.7%	101.5%
近畿地方	213,471,572	34	102.3%	100.9%
中国・四国地方	101,675,216	36	104.8%	101.9%
九州・沖縄地方	62,294,191	28	102.6%	102.1%

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	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
1～3店舗	10,809,286	55	99.9%	100.1%
4～10店舗	43,476,547	68	101.8%	101.3%
11～25店舗	125,226,420	66	102.1%	100.5%
26～50店舗	179,368,130	43	103.7%	101.7%
51店舗以上	667,841,109	43	103.9%	101.7%

※保有店舗数カテゴリーは2015年1月時点での保有店舗数による分類

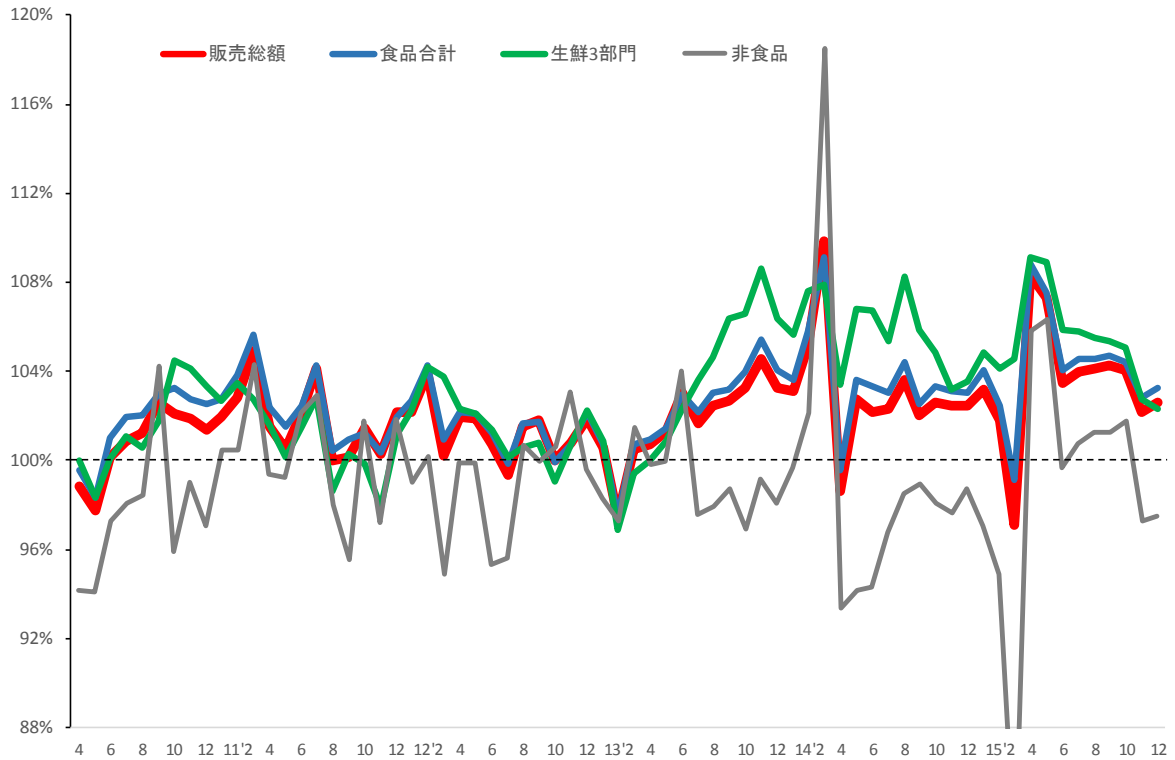
集計企業数（社）	275	既存店総売上高（万円）	995,232,904
----------	-----	-------------	-------------

※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推移 2010年4月～2015年12月(全店ベース対前年同月比)

販売総額・食品合計・生鮮3部門・非食品

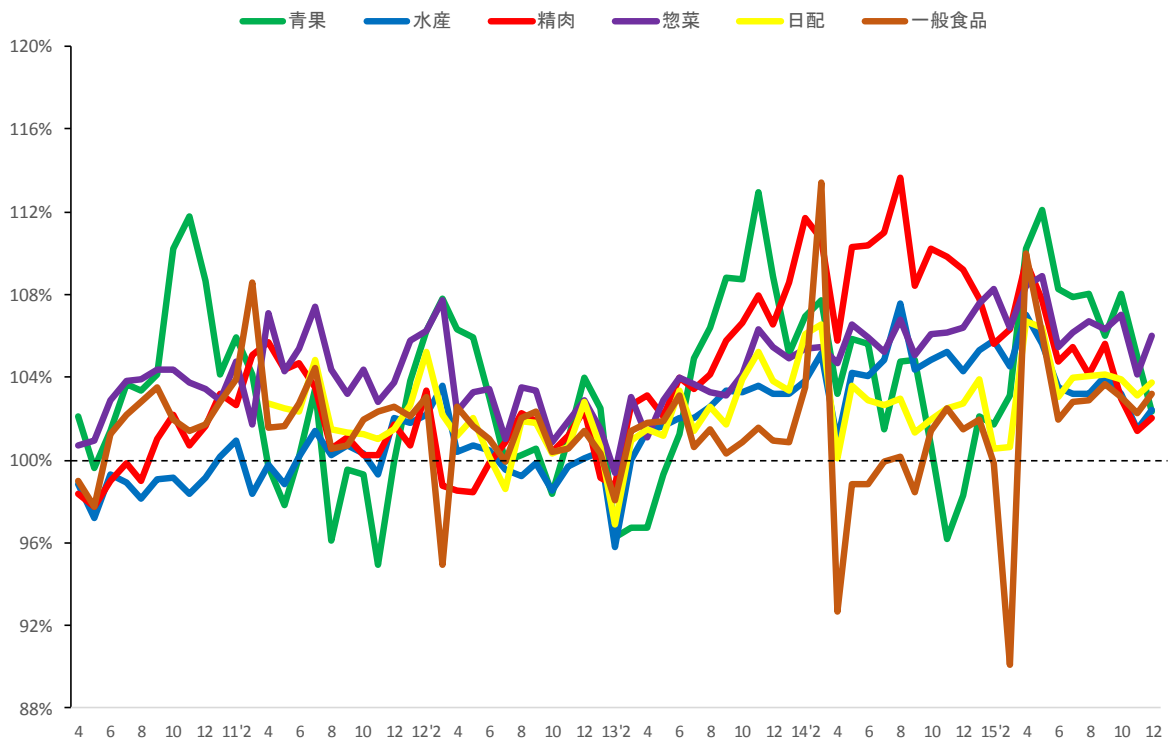


※2010年4月～2015年11月までは確報版による前年同月比、2015年12月は速報版による前年同月比

※2011年3月までは、「非食品」に「その他」を含む

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2015年12月(全店ベース対前年同月比)

青果・水産・畜産・惣菜・日配・一般食品



※2010年4月～2015年11月までは確報版による前年同月比、2015年12月は速報版による前年同月比

※2011年3月までは、「一般食品」に「日配」を含む

2015年12月エリア別気候状況

1. 平均気温：全国的に気温がかなり高くなった

全国的にかなり高かった。横浜(神奈川県)、高松(香川県)など19地点で12月の平均気温の高い方から1位の値を更新し、京都(京都府)、神戸(兵庫県)など5地点で1位タイの値を記録した。

2014年12月との比較：前年との比較では、全国的にかなり高い気温となり、中旬では5℃以上高い地域もあった。

	平年との比較(℃)						今年と前年との差(℃)		
	2015年12月			2014年12月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	1.5	3.7	0.2	-1.5	0.4	-0.2	3.0	3.3	0.4
東北地方	0.5	3.1	0.6	-1.6	-1.7	-1.3	2.1	4.8	1.9
関東甲信地方	1.0	3.4	1.6	-1.0	-1.6	-0.4	2.0	5.0	2.0
北陸地方	0.7	2.6	0.9	-2.6	-2.5	-1.3	3.3	5.1	2.2
東海地方	1.2	3.5	1.8	-1.7	-2.2	-0.4	2.9	5.7	2.2
近畿地方	1.4	2.7	1.4	-1.8	-2.4	-0.6	3.2	5.1	2.0
中国地方	1.2	1.9	1.1	-2.3	-2.6	-0.7	3.5	4.5	1.8
四国地方	1.7	2.1	1.9	-1.9	-2.3	-0.7	3.6	4.4	2.6
九州北部	1.7	1.6	1.5	-2.1	-2.1	-0.7	3.8	3.7	2.2
九州南部・奄美地方	1.6	1.5	2.1	-1.5	-1.7	-0.8	3.1	3.2	2.9

平年差



前年差



2. 日照時間：北・東日本太平洋側と西日本で日照時間がかなり少なかった

北日本と東日本日本海側が多かった。沖縄・奄美ではかなり少なく、東日本太平洋側と西日本海側で少なかった。西日本太平洋側では平年並だった。

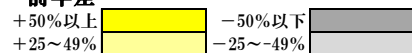
2014年12月との比較：前年との比較では一部地域でやや高くなったがほぼ前年と変わらない日照時間となった。

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年12月			2014年12月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	98	128	106	90	88	80	8	40	26
東北地方	113	121	108	67	68	85	46	53	23
関東甲信地方	101	85	95	105	80	110	-4	5	-15
北陸地方	140	110	73	41	30	81	99	80	-8
東海地方	102	85	97	103	72	113	-1	13	-16
近畿地方	105	82	98	99	56	110	6	26	-12
中国地方	95	74	106	79	65	103	16	9	3
四国地方	92	101	120	91	66	104	1	35	16
九州北部	82	90	95	57	71	117	25	19	-22
九州南部・奄美地方	81	97	90	79	73	113	2	24	-23

平年差



前年差



3. 降水量：ほぼ全国的に降水量が多く、西日本ではかなり多かった

西日本でかなり多く、北・東日本太平洋側と沖縄・奄美が多かった。山口(山口県)、高松(香川県)など8地点では12月の降水量の多い方からの1位の値を更新した。北・東日本日本海側では平年並だった。

2014年12月との比較：上旬と下旬で西日本を中心に多くなったが、それ以外の地域では少ない降水量となった。

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年12月			2014年12月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	116	90	89	148	251	85	-32	-161	4
東北地方	93	263	62	188	224	111	-95	39	-49
関東甲信地方	47	257	54	98	335	76	-51	-78	-22
北陸地方	88	130	97	281	205	185	-193	-75	-88
東海地方	123	309	132	96	374	61	27	-65	71
近畿地方	149	325	143	102	288	121	47	37	22
中国地方	234	234	113	117	241	58	117	-7	55
四国地方	463	295	219	98	369	85	365	-74	134
九州北部	338	99	145	130	251	51	208	-152	94
九州南部・奄美地方	506	38	113	75	245	45	431	-207	68

平年差



前年差



気象庁ホームページ・報道発表資料「12月の気候」を参照
 平年値は過去30年(1981年~2010年)の平均
 スーパーマーケット統計事務局作成

スーパーマーケット景気動向調査

2016年1月調査結果（12月実績）
（2016年1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 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
一般社団法人 新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は現状判断、見通し判断ともに前月水準を維持

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 現状判断は前月から-0.1の46.2、見通し判断は前月から変わらず44.1となり、共に前月とほぼ同水準となった。

経営動向調査結果は、客単価DI-1.1（前月比-8.8）と大きく下落し、消費税率引き上げの影響があった2015年3月と2014年4月を除けば、2013年8月以来のマイナスとなった。一方で前月大幅に下落した来客数DIは、依然としてマイナスではあるものの、-3.3（+6.6）と改善をみせた。仕入原価DIや販売価格DIには大きな変化はなく、来客数増と客単価減が相殺されたため、売上高DI、収益DIともに前月並みの水準を維持する結果となった。

カテゴリ動向結果は、平年よりかなり高い気温に大きな影響を受けている。これまで好調な動向を牽引していた青果DIが相場下落も重なり-3.8（前月比-8.7）と落ち込みが大きく、畜産DIも前月に引き続き2ヵ月連続でマイナスとなっている。一方で、好天の日が多く行楽・行事需要の高まりを受け、惣菜DIは9.1（+2.3）と堅調に推移した。（カテゴリ動向については最終ページに詳細を掲載）

景況感調査は、今月はすべてのDIで前月から大きな変化はみられずほぼ横ばいでの推移となった。前月に続いての悪化からは踏みとどまった結果となったが、周辺地域景気判断DIの長期傾向でみる2015年5月をピークとした下降トレンドが継続している（周辺地域景気動向DI長期傾向参照）

11月に続き季節外れの気温や相場の落ち着きにより、好調を牽引してきた生鮮品が伸び悩み、実質的には、2年半ぶりに客単価がマイナスを記録するなど厳しい状況を来客数の改善が支える結果となった。今後も天候や相場に左右される側面はあるものの、客単価が支えてきた売上高に変化の兆しがみえている。今後も客単価DIと来客数DIの動向を注視していく必要がある。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月： 46.2 （-0.1） 前月：46.3	消費者購買意欲DI 当月： 47.4 （+0.3） 前月：47.1	周辺地域 競合状況DI 当月： 42.9 （+2.1） 前月：40.8	店舗周辺地域 景気判断DI 当月： 47.2 （+0.2） 前月：47.0
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月： 44.1 （±0） 前月：44.1	消費者購買意欲DI 当月： 44.4 （-1.0） 前月：45.4	周辺地域 競合状況DI 当月： 41.8 （+2.1） 前月：39.7	店舗周辺地域 景気判断DI 当月： 47.3 （+0.6） 前月：46.7
--	---	---	---

経営動向調査

経営状況

売上高DI 当月： -1.9 （+0.4） 前月： -2.3		収益DI 当月： -2.8 （-1.0） 前月： -1.8		
販売価格DI 当月： 7.5 （-0.8） 前月：8.3	客単価DI 当月： -1.1 （-8.8） 前月：7.7	来客数DI 当月： -3.3 （+6.6） 前月： -9.9	生鮮品仕入原価DI 当月： 7.3 （-0.1） 前月：7.4	食品仕入原価DI 当月： 10.3 （-0.1） 前月：10.4

カテゴリ動向

青果DI 当月： -3.8 （-8.7） 前月：4.9	水産DI 当月： -2.5 （+3.6） 前月： -6.1	畜産DI 当月： -2.3 （-0.6） 前月： -1.7	
惣菜DI 当月： 9.1 （+2.3） 前月：6.8	日配DI 当月： -1.5 （-1.8） 前月：0.3	一般食品DI 当月： +0.4 （+1.1） 前月： -0.7	非食品DI 当月： -10.2 （+0.8） 前月： -11.0

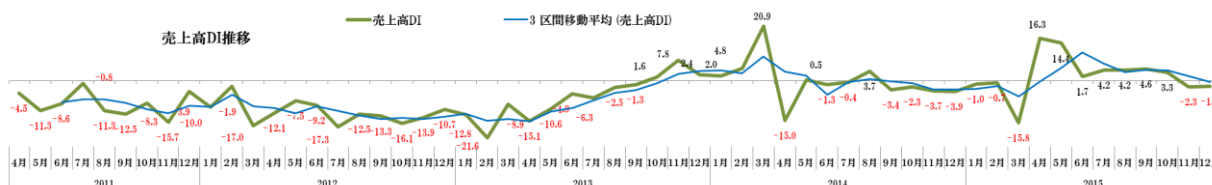
○ 内は前月DIとの増減、赤字はマイナス

1月調査（12月実績）結果詳細 I. 経営動向調査（2011年4月～）

1. 売上高DI

2ヵ月連続のマイナスとなるも前月からは横ばい

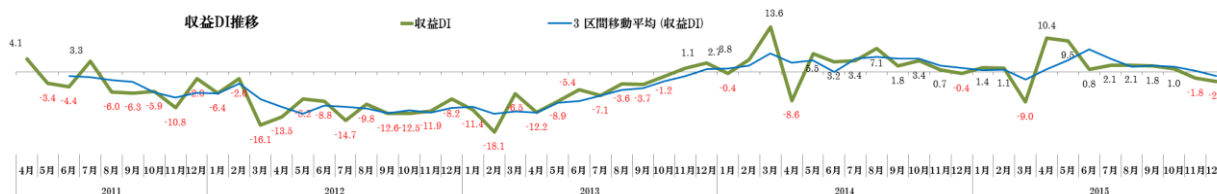
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（前月）	7.5	25.7	37.2	27.9	1.8	-2.3
売上高（当月）	5.2	27.0	40.3	25.1	2.4	-1.9



2. 収益DI

2ヵ月連続のマイナスとなり小幅に下落トレンド

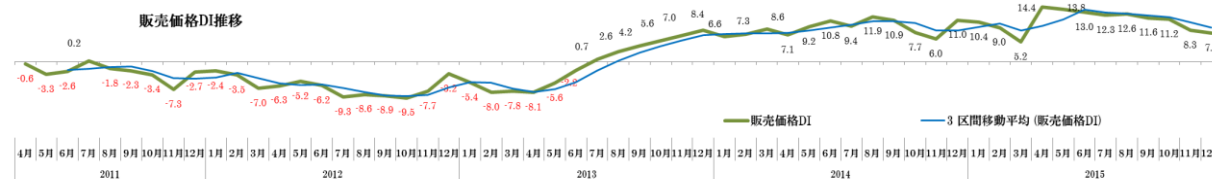
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（前月）	4.0	30.8	37.5	23.7	4.0	-1.8
収益（当月）	4.4	29.1	41.9	22.7	2.0	-2.8



3. 販売価格DI

引き続きプラス圏で推移もゆるやかに下降傾向

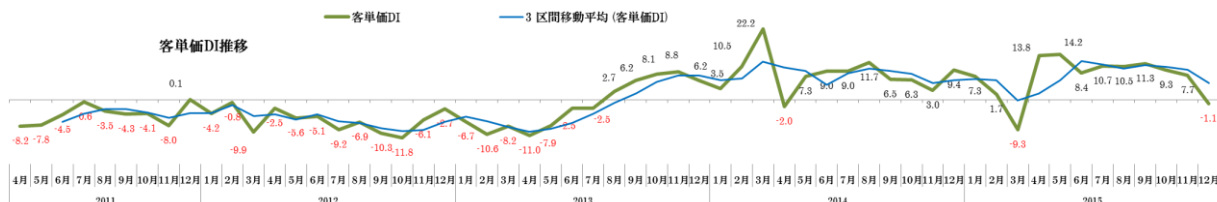
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格（前月）	0.4	7.1	52.7	38.4	1.3	8.3
販売価格（当月）	0.0	9.6	51.4	38.5	0.5	7.5



4. 客単価DI

大きく下降し、消費税率引き上げの影響を除けば2013年8月以来のマイナス

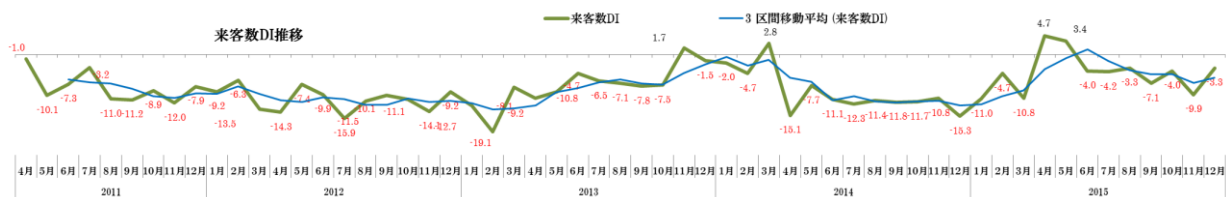
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価（前月）	0.0	11.1	47.6	40.9	0.4	7.7
客単価（当月）	1.0	28.6	44.3	26.2	0.0	-1.1



5. 来客数 DI

回復をみせるも7か月連続でマイナスを記録

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
来客数 (前月)	9.4	38.8	35.3	15.2	1.3	-9.9
来客数 (当月)	4.7	33.2	34.6	25.6	1.9	-3.3



6. 生鮮仕入原価 DI

2014年11月以来の一桁水準まで低下も前月からは横ばい

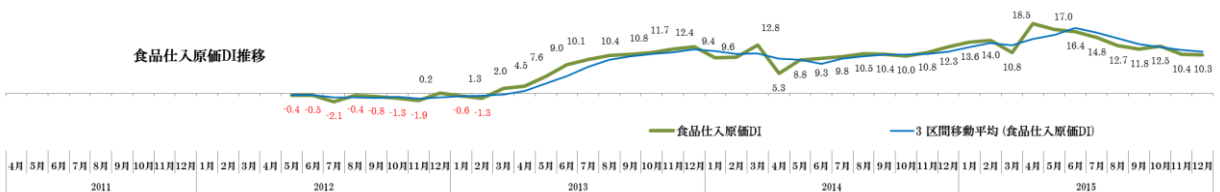
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.3	9.5	47.7	37.4	3.2	7.4
生鮮仕入原価 (当月)	1.0	13.7	43.4	39.0	2.9	7.3



7. 食品仕入原価 DI

ゆるやかに下降傾向も前月からは横ばい

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)	1.3	4.0	48.4	43.9	2.2	10.4
食品仕入原価 (当月)	1.0	5.8	47.3	43.0	2.9	10.3

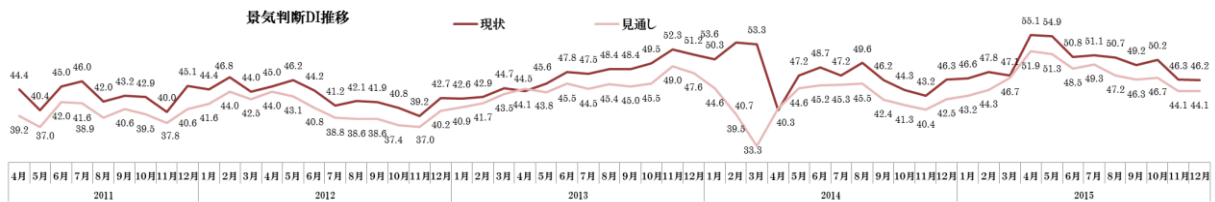


II. 景況感調査 (2011年4月～/周辺地域景気判断のみ2010年4月～)

1. 中核店舗景気判断 DI

現状、見通し判断共に前月と変わらず

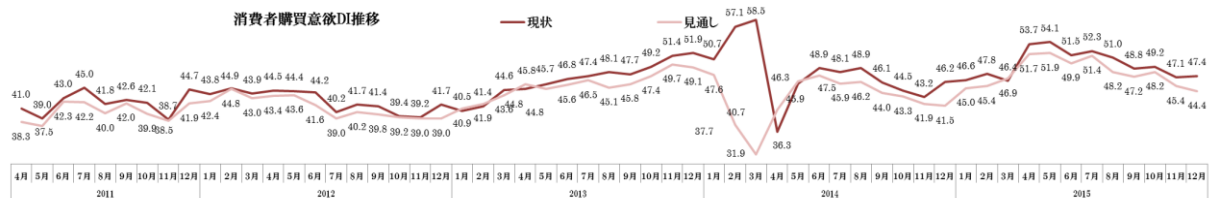
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	1.3	26.3	58.0	14.3	0.0	46.3
【現状】景気判断 (当月)	2.4	20.9	67.3	8.5	0.9	46.2
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	2.2	30.8	55.4	11.6	0.0	44.1
【見通し】景気判断 (当月)	3.3	23.2	67.8	5.2	0.5	44.1



2. 消費者購買意欲 DI

現状はわずかに改善も、見通し判断は悪化

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】購買意欲 (前月)	0.0	22.0	67.7	10.3	0.0	47.1
【現状】購買意欲 (当月)	0.9	19.4	69.7	9.0	0.9	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)	0.0	25.1	68.2	6.7	0.0	45.4
【見通し】購買意欲 (当月)	0.9	25.1	69.2	4.7	0.0	44.4



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

7か月ぶりにやや改善をみせる

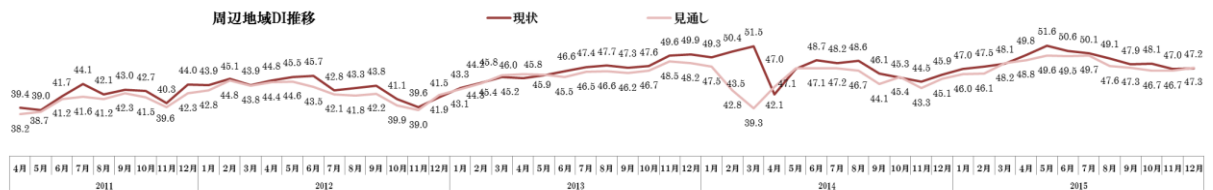
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	5.8	27.2	64.7	2.2	0.0	40.8
【現状】競合状況 (当月)	4.3	22.7	70.1	2.8	0.0	42.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	5.8	31.7	60.3	2.2	0.0	39.7
【見通し】競合状況 (当月)	4.3	26.1	67.8	1.9	0.0	41.8



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状、見通し判断共に前月と変わらず

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)	0.9	13.8	81.7	3.6	0.0	47.0
【現状】地域景気 (当月)	0.5	15.2	79.6	4.7	0.0	47.2
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】地域景気 (前月)	0.0	17.4	78.6	4.0	0.0	46.7
【見通し】地域景気 (当月)	0.0	14.7	81.5	3.8	0.0	47.3

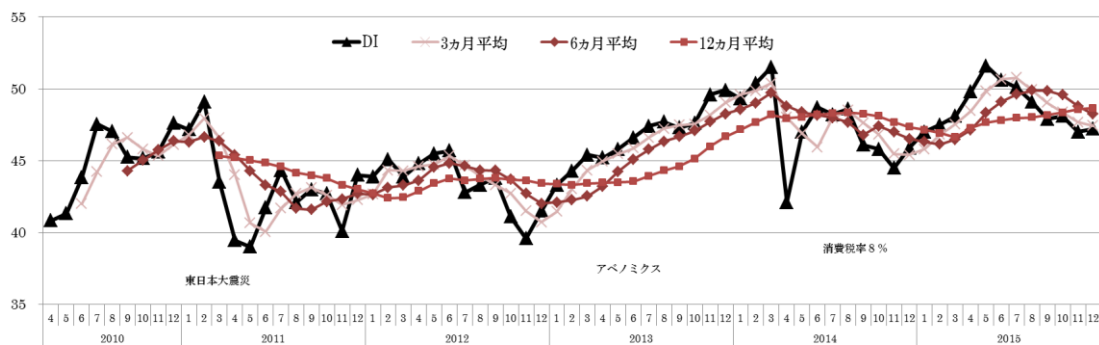


長期傾向 (2010年4月～)

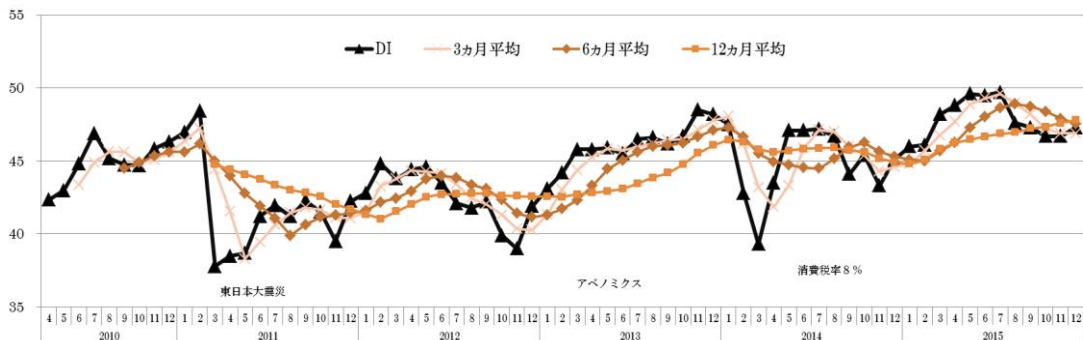
2012年11月以降上昇を続けていた「中核店舗周辺地域景気判断DI」は、2014年4月の消費税率引き上げの影響を受け下落した。その後5月に持ち直すものの、6月～8月まで横ばい推移、9月～11月では再び下落となった。消費税率引き上げ後、3ヵ月周期でトレンドが変化し、方向感の見えにくい状況であったが、12月以降は6ヵ月連続の改善となり、2015年5月には調査開始以降で最高水準にまで上昇をみせた。その後6月以降は一転して下落が続いている。直近11月は下落の速度がやや早まったが、12月はひとまず横ばい推移で踏みとどまっている。

引き続き12ヵ月平均線のみがわずかにプラスを維持しているものの、他の平均線はマイナス推移に転換し、12ヵ月平均線の下方に位置しており、弱含みな状況であることが顕著になっている。

現状判断 (中長期傾向)



見通し判断 (中長期傾向)



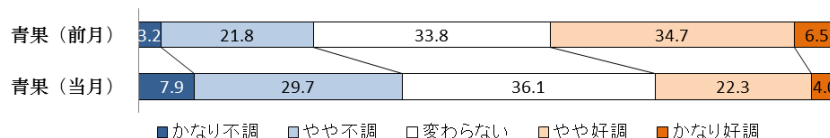
Ⅲ. カテゴリー別動向

カテゴリー別動向 DI による好不調判断

かなり好調：20 以上・好調：10～20・やや好調：0～10

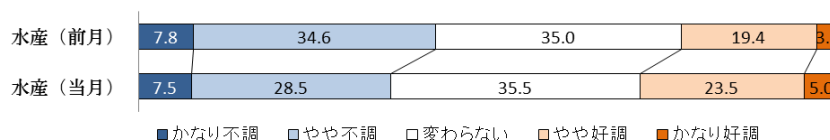
かなり不調：-20 以下・不調：-20～-10・やや不調：-10～0

1. 青果 DI：-3.8（やや不調）



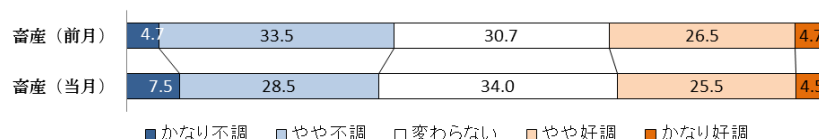
天候に恵まれ、生育が良く、相場安となり単価が下落した影響や葉物、根菜、きのこ類など鍋商材が伸び悩んだためやや不調となった。一方、果物は、みかんやいちごなどで単価が高く好調、など好調とするコメントがある一方で、品質の低下で苦戦しているとのコメントもみられた。

2. 水産 DI：-2.5（やや不調）



年末商戦での際物や刺身類が好調だった一方で、気温上昇によりタラ、カキ、カニ、練り物など鍋物商材が苦戦したため、全体としてはやや不調となった。

3. 畜産 DI：-2.3（やや不調）



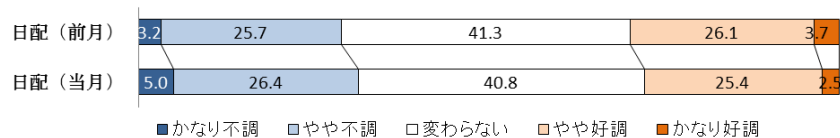
気温上昇により鍋物商材が苦戦、牛肉は相場が高く売り込みにくい状況となっておりやや不調となった。豚肉は相場が下がり始めた影響で好調とするコメントも一部にみられた。クリスマスは、ローストビーフが好調に推移したが、年末、地方では帰省客が少なく大型パックが不調とのコメントもみられた。加工肉は WHO の報道の影響がギフトを中心に大きく、回復には至らなかった。

4. 惣菜 DI：9.1（やや好調）



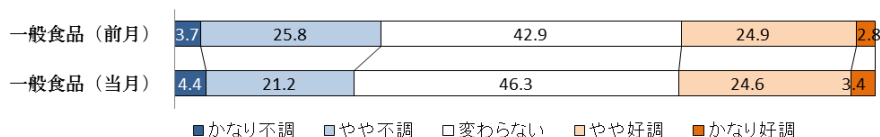
気温が高く、麺類などホットメニューは厳しかったものの、サラダ類や酒類のおつまみが好調となり、好天により外出の機会も多かったことから、全体ではやや好調となった。年末は、おせちのニーズは減少しているものの、クリスマスのチキンが好調だったというコメントが多く、洋風メニューの提案が好評だったとのコメントもみられた。

5. 日配DI：-1.5（やや不調）



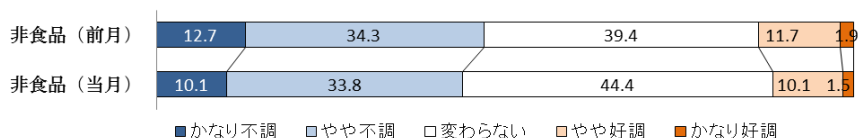
気温が高い影響で豆腐、こんにゃく、おでんなどの鍋用商材の動きが鈍かったが、一方で飲料や洋菓子、アイスクリーム（特にプレミアム系）が好調となった。クリスマスケーキの伸長、健康を意識したヨーグルト飲料をはじめとする乳製品が引き続き好調であるとのコメントが多い。

6. 一般食品：0.4（やや好調）



食品価格の上昇に加え、気温が高いことから飲料、酒類などが牽引し、やや好調となった。鏡餅など餅類は苦戦した。前年低調だったギフト需要が酒類を中心に回復したとのコメントもみられた。

7. 非食品DI：-10.2（不調）



気温が高く、冬物衣料、カイロなど防寒用品、マスクなどが伸び悩み不調となった。また100円ショップやドラッグストアとの競合の影響や、タバコの売上低下への指摘が多くあった。申年にちなみ赤色の肌着が売れたというコメントもみられた。

2016年1月調査（12月実績）キーワードTOP3

1. 気温上昇で冬物商材不調
2. 来客数改善
3. 年末売上好調

スーパーマーケット景気動向調査

- 12月実績速報版集計 211社
11月実績確報版集計 226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

tokei@super.or.jp