

スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年9月実績 速報版(パネル270)

8月実績 確報版(パネル270)

(2022年10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10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
 2022年9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	96,085,263	100.0%	99.2%	97.8%
食品合計	88,846,388	92.5%	98.9%	97.6%
生鮮3部門合計	33,034,233	34.4%	96.4%	95.0%
青果	13,935,529	14.5%	95.4%	94.1%
水産	7,807,799	8.1%	94.6%	93.2%
畜産	11,290,905	11.8%	99.0%	97.4%
惣菜	10,486,256	10.9%	102.4%	100.7%
日配	19,765,194	20.6%	99.6%	98.2%
一般食品	25,560,706	26.6%	100.6%	99.5%
非食品	5,409,614	5.6%	99.0%	98.2%
その他	1,829,306	1.9%	94.5%	94.1%

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	12,893,655	43	101.6%	100.0%
関東地方	35,145,271	73	97.4%	96.0%
中部地方	11,823,880	53	99.9%	98.1%
近畿地方	21,639,861	44	98.2%	97.1%
中国・四国地方	9,738,913	34	100.9%	99.9%
九州・沖縄地方	4,843,683	23	104.6%	103.8%

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	519,904	43	95.7%	97.2%
4~10店舗	4,318,419	85	94.6%	94.5%
11~25店舗	8,390,411	51	98.9%	97.4%
26~50店舗	17,690,985	46	100.3%	98.6%
51店舗以上	65,165,545	45	99.1%	97.8%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	94,289,149	
総店舗数 (店舗)	8,341	店舗平均月商 (万円)	11,520	
総売場面積 (㎡)	13,808,364	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

2022年10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 2022年8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	102,740,047	100.0%	98.9%	97.7%
食品合計	94,025,250	91.5%	98.7%	97.4%
生鮮3部門合計	34,904,604	34.0%	97.6%	96.2%
青果	14,805,400	14.4%	99.7%	98.5%
水産	8,451,273	8.2%	95.0%	93.5%
畜産	11,647,931	11.3%	96.8%	95.3%
惣菜	11,633,204	11.3%	102.9%	101.1%
日配	20,714,075	20.2%	99.2%	97.8%
一般食品	26,773,368	26.1%	98.1%	97.1%
非食品	6,371,533	6.2%	99.5%	98.9%
その他	2,343,306	2.3%	98.9%	98.7%

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	14,222,778	43	99.8%	98.5%
関東地方	36,815,393	73	97.4%	95.9%
中部地方	12,707,655	53	100.0%	98.1%
近畿地方	23,067,034	44	98.0%	97.4%
中国・四国地方	10,485,758	34	101.1%	99.9%
九州・沖縄地方	5,441,430	23	107.4%	106.8%

保有店舗数別集計

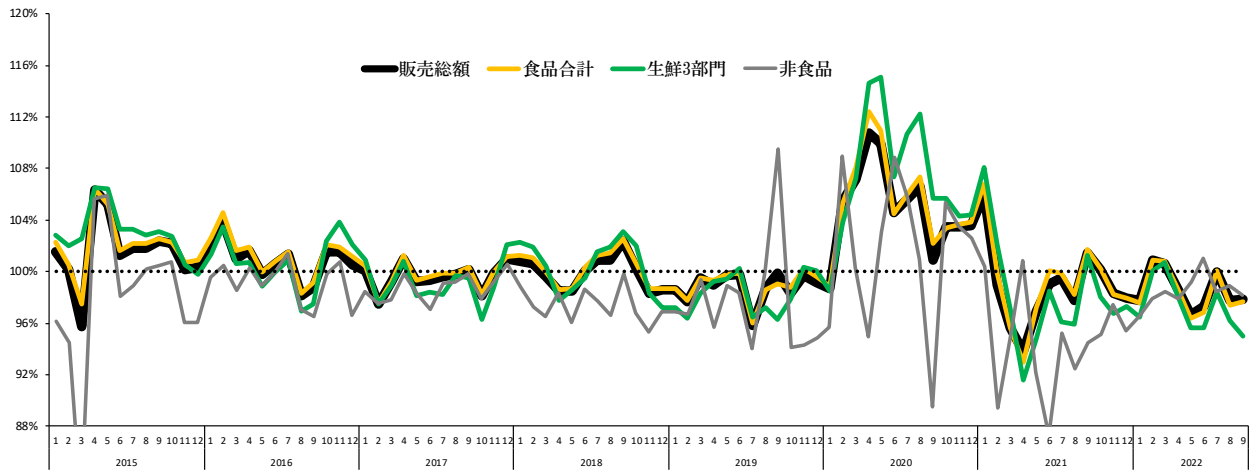
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	567,265	43	94.6%	96.3%
4~10店舗	4,638,437	85	94.7%	94.1%
11~25店舗	9,087,981	51	98.2%	97.1%
26~50店舗	18,894,706	46	99.4%	98.2%
51店舗以上	69,551,658	45	99.2%	97.9%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	100,692,279	
総店舗数 (店舗)	8,346	店舗平均月商 (万円)	12,310	
総売場面積 (㎡)	13,800,430	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.4	

※売上高は税抜金額

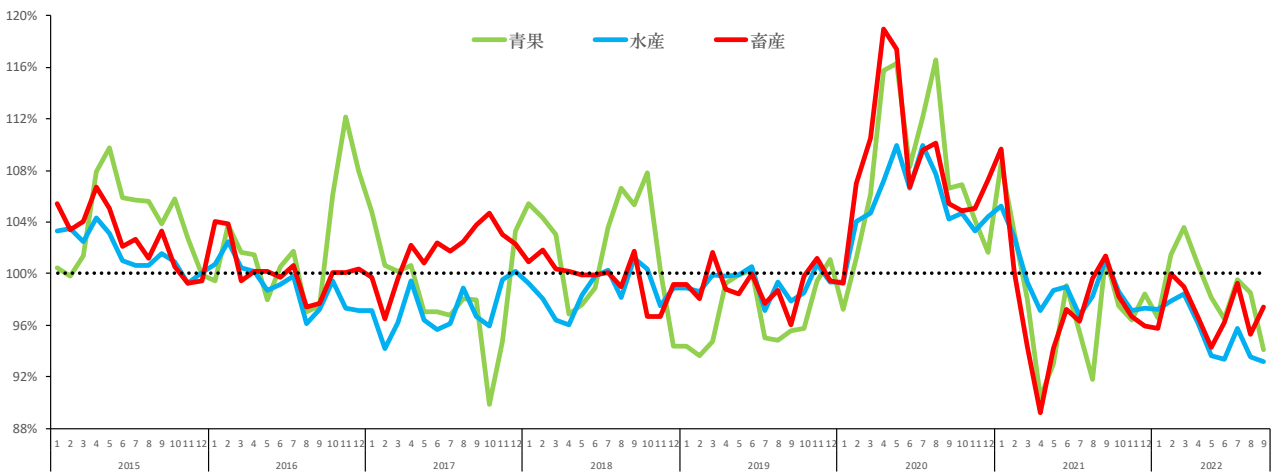
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

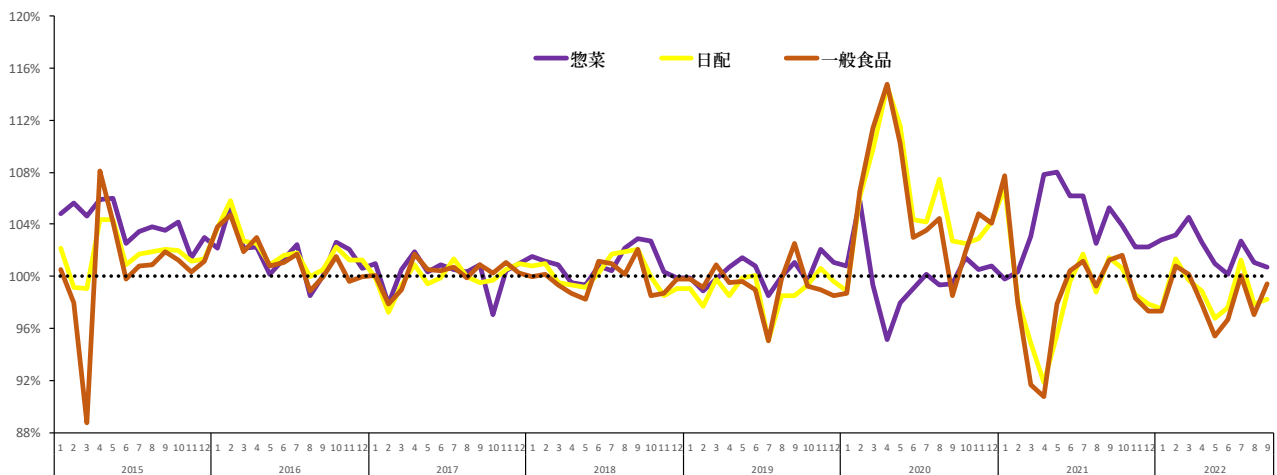
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2022年9月実績は速報版

2022年9月エリア別気候状況

9月の気温：北・東・西日本で高かった

上旬：北・東・西日本で高かった。

中旬：北・東・西日本でかなり高かった。

下旬：北日本を中心にやや高かった。□

2021年9月との比較：上旬から中旬にかけて全国的に前年よりかなり高い気温となった。

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2022年9月			2021年9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	0.5	1.7	1.3	-1.4	-0.4	1.7	1.9	2.1	-0.4
太平洋側	0.6	1.6	1.2	-1.9	-0.8	1.5	2.5	2.4	-0.3
東日本 日本海側	0.8	3.1	0.0	-2.0	0.0	2.2	2.8	3.1	-2.2
太平洋側	0.6	2.2	1.0	-2.8	-0.2	1.3	3.4	2.4	-0.3
西日本 日本海側	0.4	2.6	0.2	-0.2	0.3	2.4	0.6	2.3	-2.2
太平洋側	0.9	2.4	0.6	-0.3	-0.2	1.7	1.2	2.6	-1.1



9月の日照時間：北日本日本海側でかなり多かった

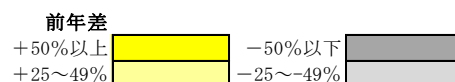
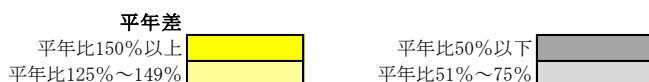
上旬：東・西日本日本海側と東・西日本太平洋側で少なかった。一方、北日本日本海側でかなり多く、北日本太平洋側で多かった。□

中旬：北・東日本日本海側と東日本太平洋側で多かった。

下旬：北日本日本海側、北・東・西日本太平洋側で多かった。□

2021年9月との比較：中旬は東日本と西日本で前年よりやや日照時間が長かった。

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年9月			2021年9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	130	121	122	131	146	116	-1	-25	6
太平洋側	113	108	115	115	127	107	-2	-19	8
東日本 日本海側	82	138	99	71	116	134	11	22	-35
太平洋側	76	117	117	51	84	133	25	33	-16
西日本 日本海側	71	104	99	70	70	127	1	34	-28
太平洋側	83	93	114	79	55	124	4	38	-10



9月の降水量：西日本で多く、北日本で少なかった

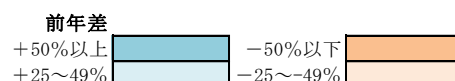
上旬：東・西日本日本海側と東・西日本太平洋側で多かった。一方、北日本日本海側と北日本太平洋側で少なかった。

中旬：西日本日本海側と西日本太平洋側で多かった。

下旬：北・東・西日本日本海側、西日本太平洋側で少なかった。一方、東日本太平洋側で多かった。□

2021年9月との比較：中旬から下旬にかけて前年よりやや降水量の多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9月			2021年9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	45	117	67	38	65	109	7	52	-42
太平洋側	41	78	91	59	99	70	-18	-21	21
東日本 日本海側	110	85	59	136	31	75	-26	54	-16
太平洋側	122	97	159	166	67	35	-44	30	124
西日本 日本海側	119	179	61	131	116	23	-12	63	38
太平洋側	136	180	54	115	164	24	21	16	30



気象庁報道資料「9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10月調査結果（9月実績）
（2022年10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

10月調査（9月実績）結果概況

景気判断DIは現状・見通しともに前月水準で推移

9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-0.8の38.8、見通し判断は前月から-0.4の35.9となり、現状判断、見通し判断とも前月とほぼ同水準で推移した。

経営動向調査では、売上高DIは前年より小幅に上昇も、収益DIは前月と同水準で推移した。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIの高止まりにより、販売価格DIも同様に高水準で推移し、客単価DIも前月より小幅に上昇した。行動制限のない中での人流変化による影響や週末の天候不順の影響を受けて、来客数DIは前月より小幅な下落となった。

カテゴリー動向調査では、内食需要の低下により惣菜DI以外はマイナスとなった。一方で、前年の緊急事態宣言下からの反動や、曜日めぐりの影響が大きかった前月に比べ、やや持ち直したカテゴリーが多かったが、相場安となった青果は大幅な下落となった。（カテゴリー動向は最終ページに詳細を掲載）

景況感調査では、消費者購買意欲が小幅な悪化をみせたが、その他は、ほぼ前月水準から大きな変化はみられなかった。（長期傾向についてはP11参照）

行動制限がなく、イベントや行楽が再開されたことで、家庭内食品需要の低下傾向が続いている。さらに相次ぐ値上げの公表や報道による食品支出の冷え込みも警戒され、スーパーマーケットにとって厳しい市場環境が続くとみられる。一方で今回の値上げは食品に限定されるものではなく、外食やサービスなどあらゆる業態に影響が及んでいるため、「節約志向の受け皿」として内食需要を刺激する施策が求められる。

全国旅行支援は年内で終わる予定だが、入国制限の緩和や円安による外国人観光客の回復が見込まれており、関連需要を取り込む施策も検討に値すると言えよう。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：38.8 (-0.8)
前月：39.6

消費者購買意欲DI
当月：38.4 (-2.1)
前月：40.5

周辺地域 競合状況DI
当月：41.1 (-1.9)
前月：43.0

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：39.5 (-2.5)
前月：42.0

見通し判断

景気判断DI
当月：35.9 (-0.4)
前月：36.3

消費者購買意欲DI
当月：36.2 (-2.0)
前月：38.2

周辺地域 競合状況DI
当月：39.7 (-1.4)
前月：41.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：38.4 (-1.7)
前月：40.1

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-9.5 (+2.6)
前月：-12.1

客単価DI
当月：8.3 (+1.6)
前月：6.7

来客数DI
当月：-17.8 (-2.2)
前月：-15.6

収益DI
当月：-12.0 (+0.1)
前月：-12.1

販売価格DI
当月：19.7 (-0.8)
前月：20.5

生鮮品仕入原価DI
当月：18.6 (-2.1)
前月：20.7

食品仕入原価DI
当月：22.5 (+1.1)
前月：21.4

カテゴリー動向

青果DI
当月：-14.4 (-10.1)
前月：-4.3

水産DI
当月：-20.6 (+0.1)
前月：-20.7

畜産DI
当月：-5.4 (+8.3)
前月：-13.7

惣菜DI
当月：6.0 (-1.9)
前月：7.9

日配DI
当月：-7.7 (-0.2)
前月：-7.5

一般食品DI
当月：-5.6 (+8.5)
前月：-14.1

非食品DI
当月：-6.5 (+0.4)
前月：-6.9

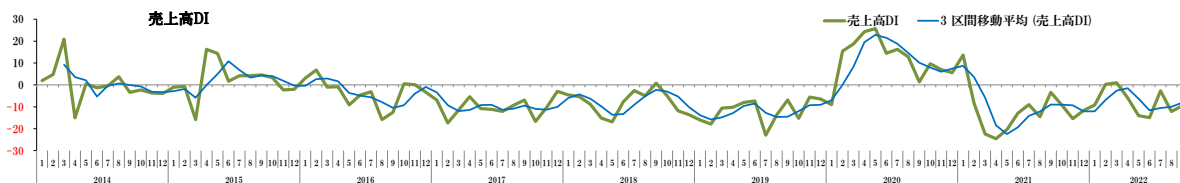
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月よりやや下落幅縮小も、6か月連続マイナス圏

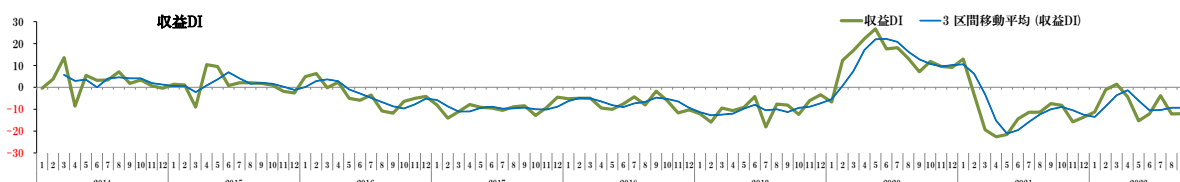
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	16.0	41.7	19.4	20.6	2.3	-12.1
売上高 (当月)	12.8	38.5	26.9	17.3	4.5	-9.5



2. 収益DI

前月同様の水準で6か月連続マイナス

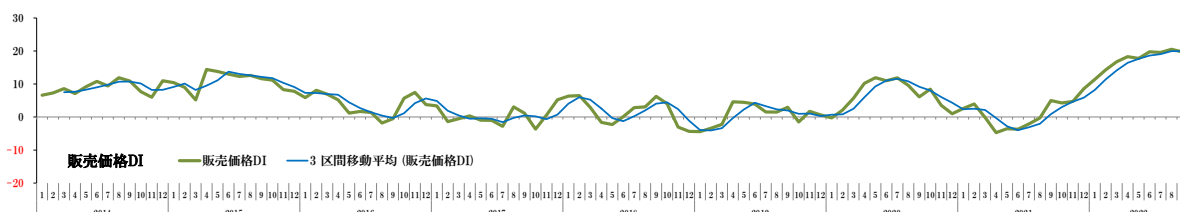
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	17.5	36.8	25.1	17.5	2.9	-12.1
収益 (当月)	17.5	36.4	27.3	14.3	4.5	-12.0



3. 販売価格DI

調査開始以来の最高水準で高止まり

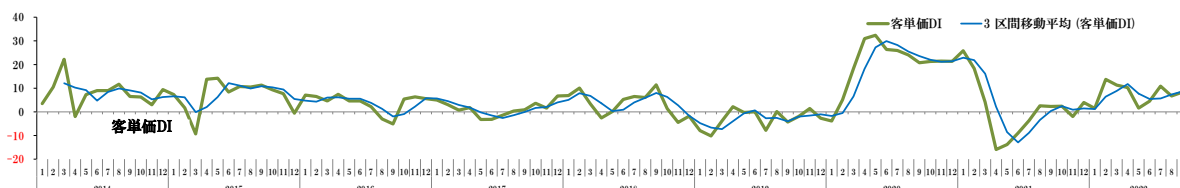
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	2.9	18.4	70.1	8.0	20.5
販売価格 (当月)	0.6	1.9	22.4	67.9	7.1	19.7



4. 客単価DI

前月よりややプラス幅を拡大し、プラス圏での推移

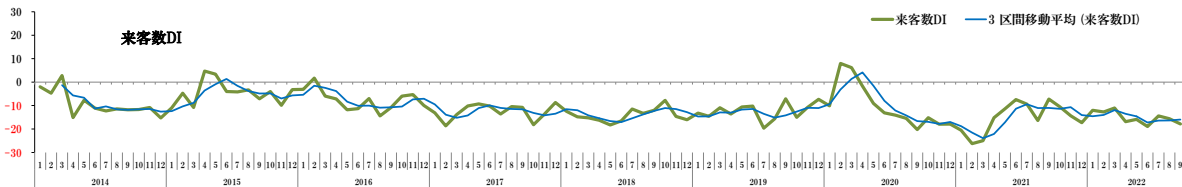
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.7	18.3	36.6	38.3	5.1	6.7
客単価 (当月)	2.6	12.8	36.5	44.9	3.2	8.3



5. 来客数 DI

やや下落幅を拡大し、マイナス圏で推移

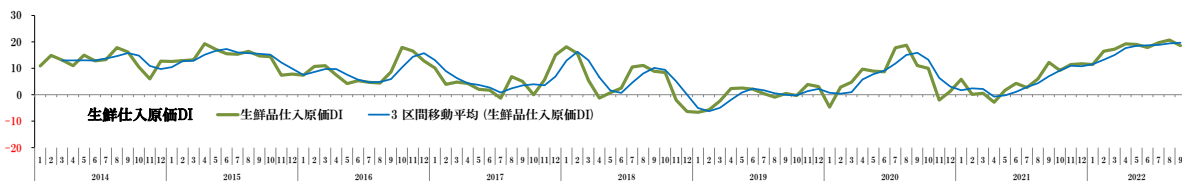
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	13.9	46.8	27.2	12.1	0.0	-15.6
来客数 (当月)	14.0	52.9	24.2	8.3	0.6	-17.8



6. 生鮮仕入原価 DI

二桁プラス圏で高止まり続く

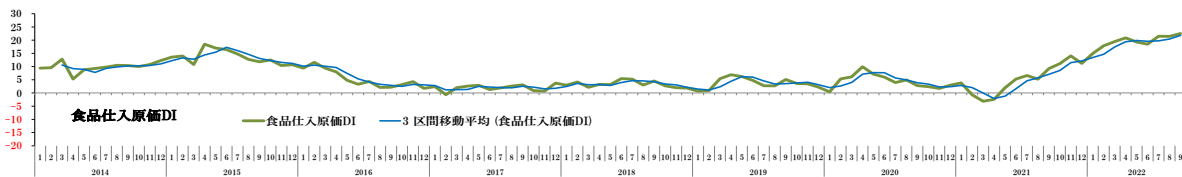
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.2	4.2	21.4	57.1	16.1	20.7
生鮮仕入原価 (当月)	1.3	9.2	17.8	57.2	14.5	18.6



7. 食品仕入原価 DI

高止まり傾向が続き、18か月連続のプラス圏

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)	1.8	4.2	19.0	56.5	18.5	21.4
食品仕入原価 (当月)	1.3	3.3	16.6	61.6	17.2	22.5

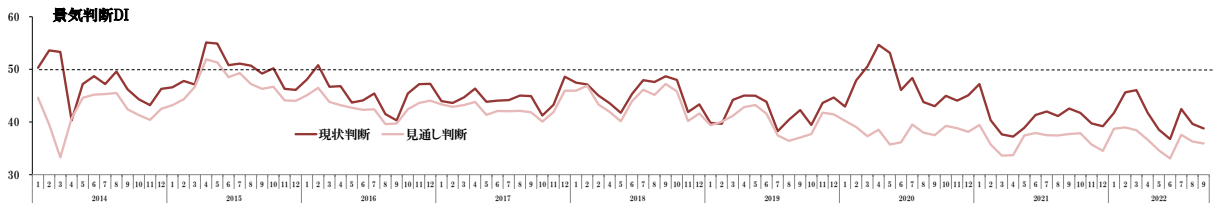


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準で推移

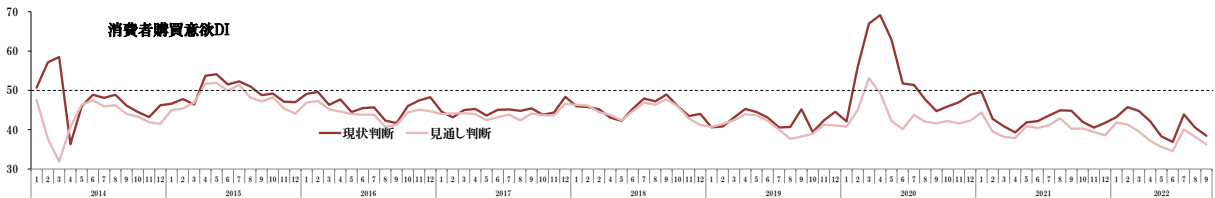
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	7.4	35.2	48.9	8.5	0.0	39.6
【現状】景況判断 (当月)	5.1	39.9	50.6	3.8	0.6	38.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	8.6	42.3	44.6	4.6	0.0	36.3
【見通し】景況判断 (当月)	7.0	45.6	44.3	3.2	0.0	35.9



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に悪化

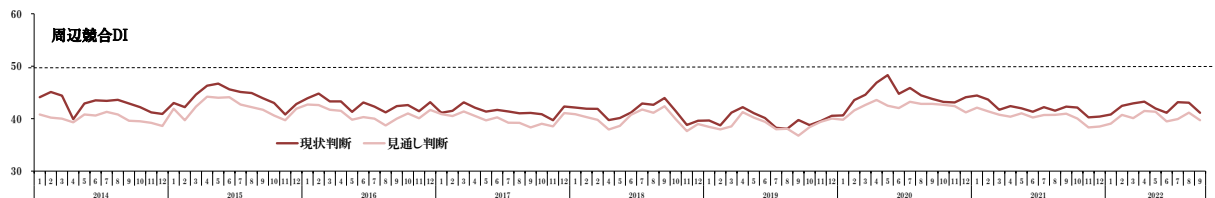
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	4.0	37.9	50.8	6.8	0.6	40.5
【現状】購買意欲 (当月)	6.3	37.3	53.2	2.5	0.6	38.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	5.7	41.5	47.7	4.5	0.6	38.2
【見通し】購買意欲 (当月)	6.3	44.9	46.2	2.5	0.0	36.2



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

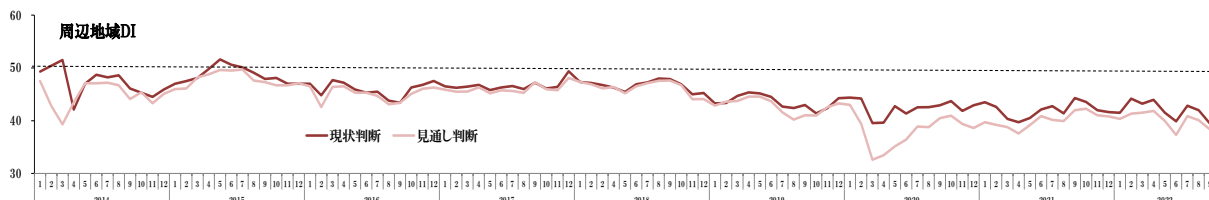
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	5.1	22.7	67.6	4.0	0.6	43.0
【現状】競合状況 (当月)	5.1	28.5	63.3	3.2	0.0	41.1
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	6.3	25.7	65.1	2.9	0.0	41.1
【見通し】競合状況 (当月)	7.0	29.7	60.8	2.5	0.0	39.7



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断、見通し判断共に小幅に悪化

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】地域景気 (前月)	3.4	30.3	61.7	4.0	0.6	42.0
【現状】地域景気 (当月)	2.5	38.9	56.7	1.9	0.0	39.5
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)	4.6	33.9	58.0	3.4	0.0	40.1
【見通し】地域景気 (当月)	2.5	43.3	52.2	1.9	0.0	38.4

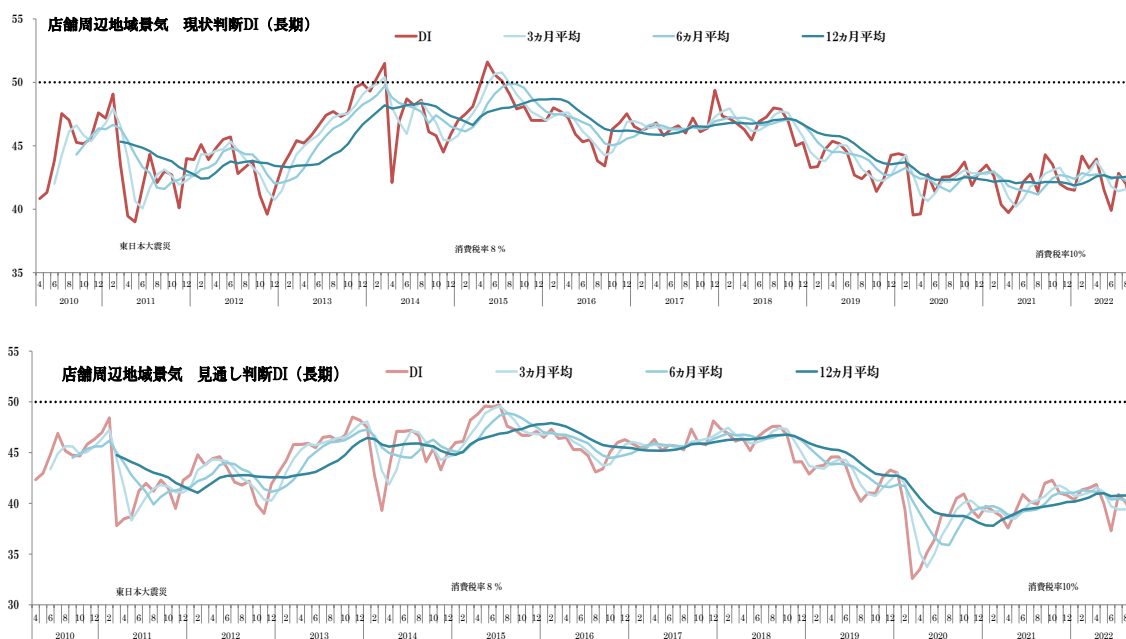


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

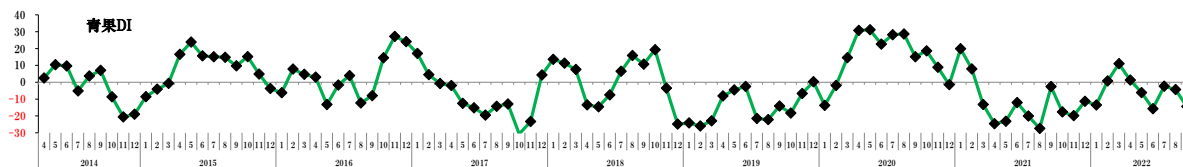
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせたが、その後は再び悪化が続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-14.4（不調）

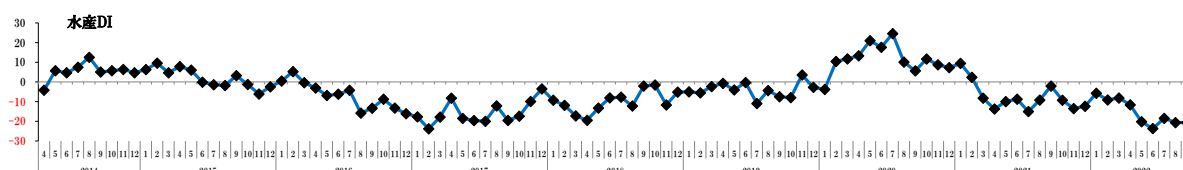
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	8.3	37.3	23.1	26.0	5.3	-4.3
青果（当月）	13.5	48.6	21.6	14.2	2.0	-14.4



感染が再拡大した前年と比べ、肉食需要の落ち着きによる買上点数の減少や前年相場高からの反動が加わり不振となった。高めの気温によりサラダ関連野菜が好調となり、キャベツやレタスなどの葉物類や豆類では点数が増加したものの、単価は下落し不振となった。鍋関連野菜も気温が高く動きが鈍かった。国産果物類は梨や桃が比較的好調に推移した一方でぶどうや柿は伸び悩んだ店舗が多い。台風の影響により供給不足となった地域も。輸入果実は円安もあり価格高騰の影響で不振となった。

2. 水産DI：-20.6（かなり不調）

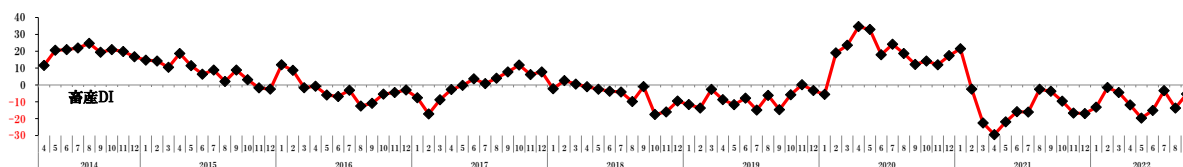
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	26.3	44.9	17.4	7.8	3.6	-20.7
水産（当月）	30.9	36.2	20.1	10.1	2.7	-20.6



燃料費や養殖飼料等高騰による相場高や、毎週の台風により水揚げが不安定な状況が続いているほか、サーモンなど輸入魚の価格上昇が続き不振となっている。刺身類も原材料の高騰により販売に苦心するコメントが多い。高い気温により鍋関連商材の動きも悪く、家飲み需要の減少により、塩干類も点数減で厳しい状況が続いている。売り込む商材がないとのコメントもみられた。

3. 畜産DI：-5.4（やや不調）

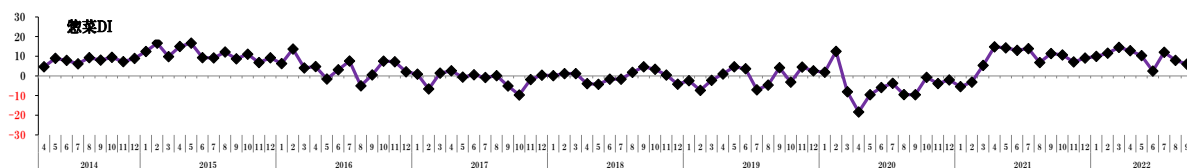
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	18.5	41.7	20.2	15.5	4.2	-13.7
畜産（当月）	12.1	31.5	28.2	22.1	6.0	-5.4



前年と比べて肉食需要が低下したことや値上げの影響で加工肉が低迷しているほか、外食機会の増加により買上点数減となった店舗が多くなった。相場高騰が続くなかで積極的な販促が行えないとのコメントがみられた。牛肉は連休の天候不順の影響を受けた店舗が多く、国産、輸入共に不振。豚肉は国産が価格高騰で不振。安価な鶏肉は比較的動きがよかった。原価高騰により利益が圧迫されているとのコメントが多くみられた。

4. 惣菜DI：6.0（やや好調）

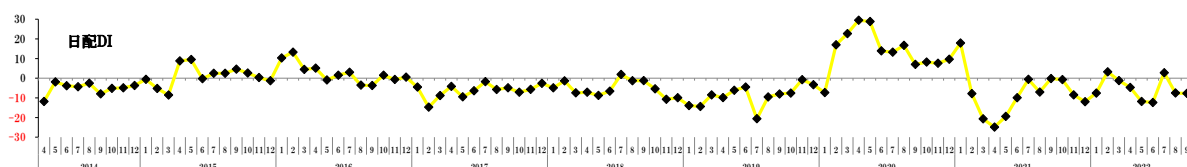
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	4.3	17.1	30.5	39.0	9.1	7.9
惣菜（当月）	3.4	20.8	36.9	26.2	12.8	6.0



行楽需要やイベント再開などによる予約販売が回復し、米飯類、おつまみ類の動きがよかった。調理油の値上げの影響で、天ぷら、唐揚げやコロッケなどの揚げ物類、中華惣菜を中心に引き続き好調となった。一方で、外出機会の増加や値上げの影響で寿司類は不振となった。気温上昇により、サラダ、涼味麺などの涼味商材は堅調に推移した。原材料や資材の値上げが続き、利益を圧迫する状況が続いている。

5. 日配DI：-7.7（やや不調）

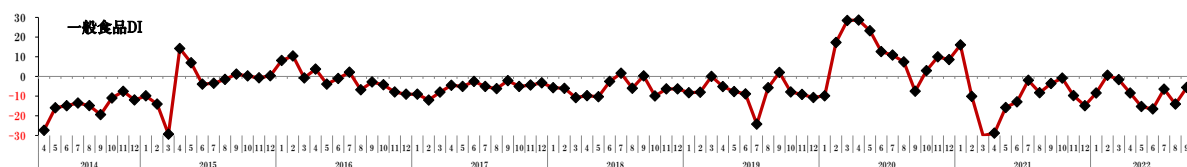
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	10.2	36.7	28.9	21.1	3.0	-7.5
日配（当月）	8.1	39.6	30.9	18.1	3.4	-7.7



値上げの続くパン類は一品単価が上昇したほか、台風接近による買い置き需要が加わり、引き続き好調に推移した。前年より高い気温によりアイスやチルド飲料をはじめとする涼味商材、デザート類が好調となった一方で、ホット商材は不振となった。機能性の乳酸菌飲料は特需が続いている。前年好調であったチルドピザ、キムチなどの発酵食品、チーズやバターなどには反動減で落ち着きが見られる。

6. 一般食品：-5.6（やや不調）

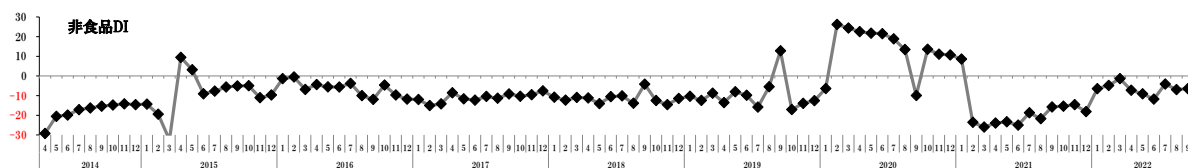
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	15.6	44.3	24.6	12.0	3.6	-14.1
一般食品（当月）	7.9	39.1	25.8	21.9	5.3	-5.6



値上げ、家庭内食事需要の縮小による販売数量減を指摘するコメントが多い。一方で台風接近による備蓄需要や、自宅療養者への支援物資の受注などにより、保存がきくインスタント麺、パスタ類が好調となった店舗も。高い気温により飲料が、行楽需要回復により菓子類が好調となった。米類は相場安が続くが買上点数は伸びず不調が続く。一部の店舗では、酒類に値上げ前の駆け込み需要がみられたが、家飲み需要の減少で低迷したというコメントもみられた。競合店舗との価格競争激化を指摘するコメントがみられた。

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）	13.5	34.4	26.4	17.8	8.0	-6.9
非食品（当月）	15.0	31.3	27.2	17.7	8.8	-6.5



感染者数の増加により、マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品が好調に推移した。気温が高めに推移し、殺虫剤、紙コップや割り箸などの行楽、アウトドア関連も好調に推移した。前年とは異なり、行動制限のなく外出機会も増え、洗剤などの家庭用品は不振となったが、トイレトペーパー、キッチンペーパーなどの紙製品は値上げの影響で好調に推移した店舗が多い。前年値上げ前に駆け込み需要のあったタバコには反動減がみられた。

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 ～

2022年10月調査（9月実績）キーワード TOP3

1. 内食需要の低下
2. 値上げの影響
3. 気温が高い

（参考）2021年10月調査（9月実績）キーワード TOP3

1. 中旬まで気温低下
2. 生鮮品相場高騰
3. 前年に比べ来客数回復

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

9月実績速報版 158社
 8月実績確報版 177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