

スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年10月実績 速報版(パネル270)

9月実績 確報版(パネル270)

(2022年11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11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
 2022年10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 | 98,574,737 | 100.0% | 102.7% | 101.4% |
| 食品合計 | 89,797,648 | 91.1% | 102.6% | 101.2% |
| 生鮮3部門合計 | 33,859,143 | 34.3% | 102.2% | 100.7% |
| 青果 | 13,746,909 | 13.9% | 101.4% | 100.0% |
| 水産 | 8,051,049 | 8.2% | 99.8% | 98.3% |
| 畜産 | 12,061,186 | 12.2% | 104.9% | 103.3% |
| 惣菜 | 10,718,550 | 10.9% | 105.9% | 104.1% |
| 日配 | 19,986,131 | 20.3% | 103.4% | 102.0% |
| 一般食品 | 25,233,824 | 25.6% | 101.2% | 100.0% |
| 非食品 | 6,661,727 | 6.8% | 102.3% | 101.7% |
| その他 | 2,115,407 | 2.1% | 98.3% | 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 | 13,280,468 | 43 | 103.3% | 101.8% |
| 関東地方 | 36,142,683 | 73 | 103.0% | 101.4% |
| 中部地方 | 12,120,429 | 53 | 103.2% | 101.5% |
| 近畿地方 | 21,979,234 | 44 | 100.7% | 99.9% |
| 中国・四国地方 | 9,958,244 | 34 | 103.4% | 102.4% |
| 九州・沖縄地方 | 5,093,678 | 23 | 106.1% | 105.5% |

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 (全店) | 前年同月比 (既存店) |
|-----------|------------|-----------------|---------------|----------------|
| 1~3店舗 | 531,903 | 43 | 97.8% | 99.5% |
| 4~10店舗 | 4,477,337 | 85 | 99.2% | 99.1% |
| 11~25店舗 | 8,651,262 | 51 | 102.4% | 100.9% |
| 26~50店舗 | 17,281,857 | 45 | 102.9% | 101.5% |
| 51店舗以上 | 67,632,378 | 46 | 102.9% | 101.5% |
| 集計企業数 (社) | 270 | 既存店総売上高 (万円) | 96,445,094 | |
| 総店舗数 (店舗) | 8,343 | 店舗平均月商 (万円) | 11,815 | |
| 総売場面積 (㎡) | 13,815,399 | 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

2022年11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
 2022年9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 | 96,048,833 | 100.0% | 98.9% | 97.6% |
| 食品合計 | 88,461,340 | 92.1% | 98.8% | 97.5% |
| 生鮮3部門合計 | 33,027,383 | 34.4% | 96.2% | 94.9% |
| 青果 | 13,855,604 | 14.4% | 95.2% | 94.1% |
| 水産 | 7,846,427 | 8.2% | 94.4% | 93.1% |
| 畜産 | 11,325,352 | 11.8% | 98.8% | 97.2% |
| 惣菜 | 10,470,848 | 10.9% | 102.2% | 100.7% |
| 日配 | 19,650,711 | 20.5% | 99.4% | 98.2% |
| 一般食品 | 25,312,397 | 26.4% | 100.3% | 99.3% |
| 非食品 | 5,450,158 | 5.7% | 98.9% | 98.2% |
| その他 | 2,137,384 | 2.2% | 89.8% | 90.3% |

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 (全店) | 前年同月比 (既存店) |
|----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北地方 | 12,878,629 | 43 | 101.4% | 99.9% |
| 関東地方 | 35,143,746 | 73 | 97.2% | 95.8% |
| 中部地方 | 11,781,969 | 53 | 99.6% | 97.9% |
| 近畿地方 | 21,686,061 | 44 | 97.6% | 96.5% |
| 中国・四国地方 | 9,712,741 | 34 | 100.9% | 99.9% |
| 九州・沖縄地方 | 4,845,687 | 23 | 104.3% | 103.6% |

保有店舗数別集計

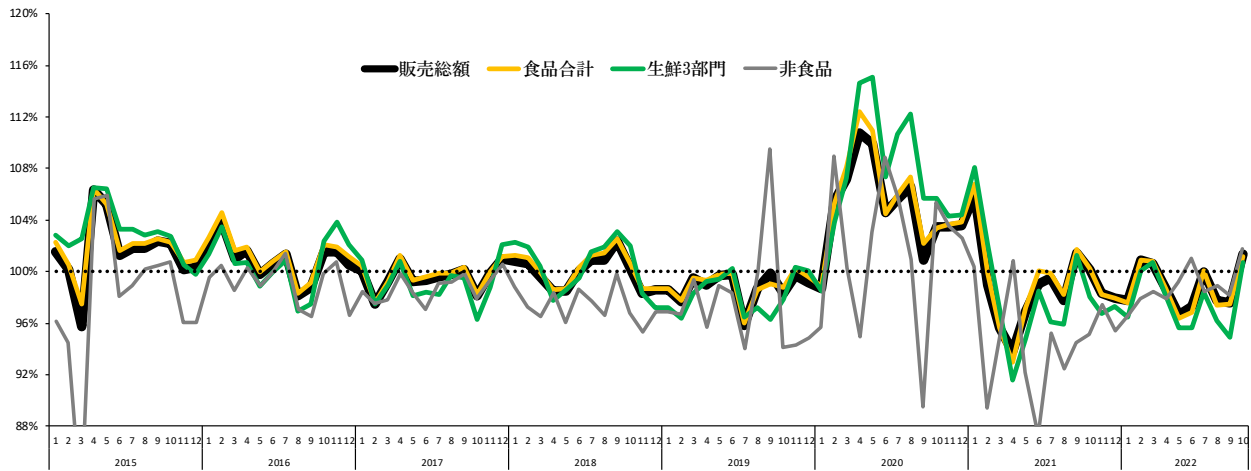
| 保有店舗数 | 全店売上高 (万円) | 集計対象企業数 | 前年同月比 (全店) | 前年同月比 (既存店) |
|-----------|------------|-----------------|---------------|----------------|
| 1~3店舗 | 520,194 | 43 | 95.2% | 96.6% |
| 4~10店舗 | 4,306,444 | 85 | 94.0% | 93.7% |
| 11~25店舗 | 8,357,286 | 51 | 98.4% | 97.3% |
| 26~50店舗 | 17,653,960 | 46 | 100.2% | 98.6% |
| 51店舗以上 | 65,210,948 | 45 | 98.9% | 97.6% |
| 集計企業数 (社) | 270 | 既存店総売上高 (万円) | 94,118,518 | |
| 総店舗数 (店舗) | 8,335 | 店舗平均月商 (万円) | 11,524 | |
| 総売場面積 (㎡) | 13,802,250 | 売場1㎡あたり売上高 (万円) | 7.0 | |

※売上高は税抜金額

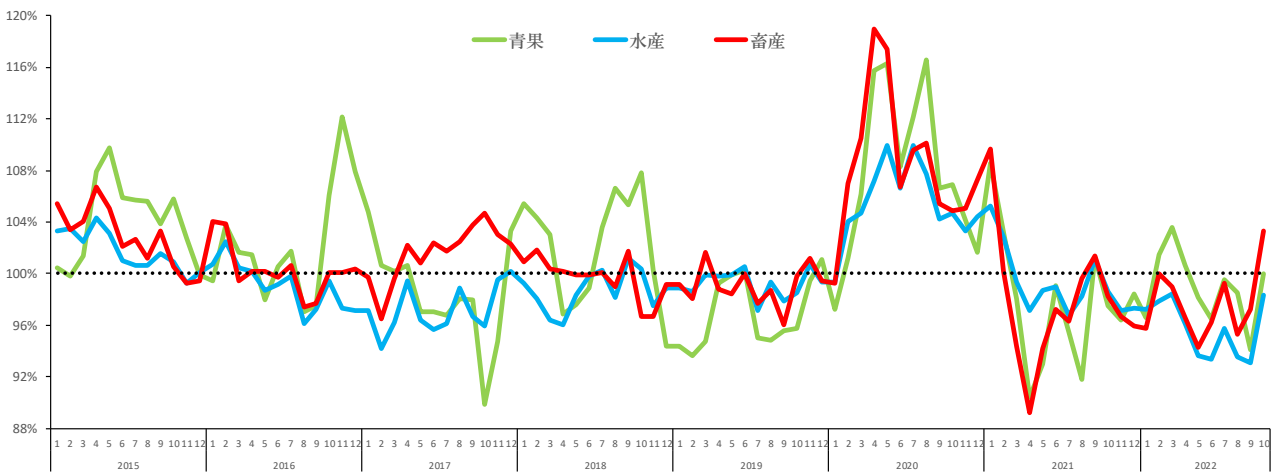
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

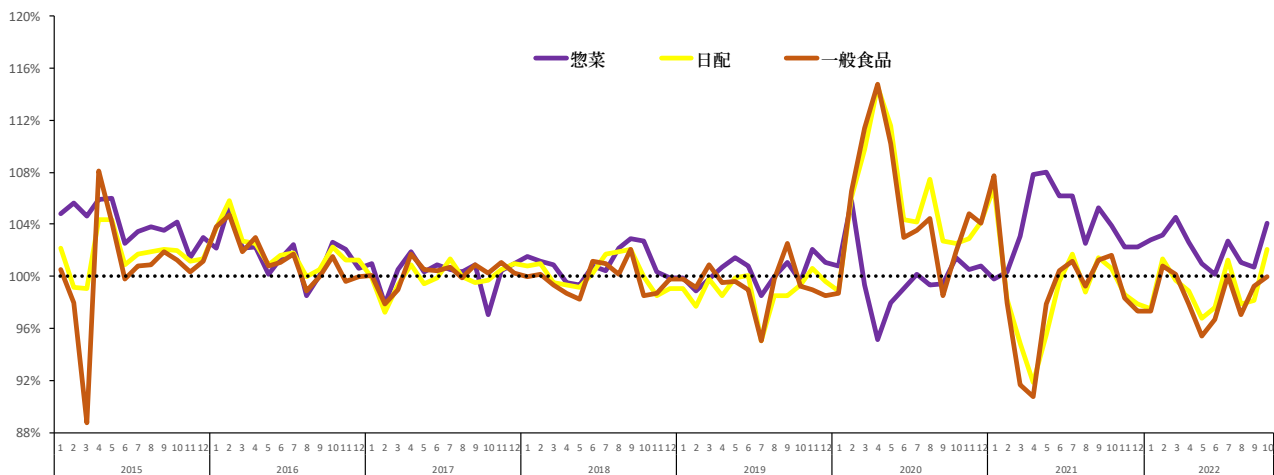
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2022年10月実績は速報版

2022年10月エリア別気候状況

10月の気温：気温は東日本で低く、全国的に気温の変動が大きかった

上旬：西日本で高かった

中旬：北日本で高かった。

下旬：東日本でかなり低かった。□

2021年10月との比較：上旬は前年に比べ全国的にかなり気温が低くなった

| | 平年との比較 (°C) | | | | | | 今年と前年との差 (°C) | | |
|----------|-------------|------|------|---------------|------|------|---------------|------|-----|
| | 2022年10月 | | | 2021年10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 | -0.2 | 0.9 | -0.2 | 2.0 | -0.4 | -0.6 | -2.2 | 1.3 | 0.4 |
| 太平洋側 | -0.2 | 0.7 | -0.2 | 1.8 | -0.3 | -0.7 | -2.0 | 1.0 | 0.5 |
| 東日本 日本海側 | -0.2 | -0.4 | -0.8 | 3.4 | 0.2 | -1.0 | -3.6 | -0.6 | 0.2 |
| 太平洋側 | -0.3 | 0.2 | -1.3 | 2.7 | 0.7 | -1.6 | -3.0 | -0.5 | 0.3 |
| 西日本 日本海側 | 0.3 | -0.5 | -0.3 | 3.2 | 1.2 | -1.0 | -2.9 | -1.7 | 0.7 |
| 太平洋側 | 0.3 | -0.2 | -0.2 | 2.8 | 1.5 | -1.6 | -2.5 | -1.7 | 1.4 |

平年差



前年差



10月の日照時間：西日本日本海側と西日本太平洋側で多かった

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

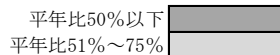
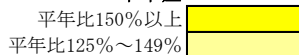
中旬：西日本日本海側と西日本太平洋側で多かった。

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

2021年10月との比較：上旬は前年に比べ全国的にかなり日照時間が少なくなった

| | 日照時間 平年比 (%) | | | | | | 今年と前年との差 (%) | | |
|----------|--------------|-----|-----|---------------|----|-----|--------------|----|----|
| | 2022年10月 | | | 2021年10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 | 87 | 103 | 129 | 110 | 81 | 115 | -23 | 22 | 14 |
| 太平洋側 | 75 | 101 | 121 | 100 | 71 | 115 | -25 | 30 | 6 |
| 東日本 日本海側 | 65 | 102 | 142 | 152 | 81 | 113 | -87 | 21 | 29 |
| 太平洋側 | 85 | 89 | 128 | 154 | 95 | 112 | -69 | -6 | 16 |
| 西日本 日本海側 | 91 | 113 | 134 | 176 | 85 | 113 | -85 | 28 | 21 |
| 太平洋側 | 91 | 114 | 136 | 176 | 93 | 110 | -85 | 21 | 26 |

平年差



前年差



10月の降水量：東・西日本日本海側と東・西日本太平洋側で少なかった

上旬：北・東日本日本海側でかなり多く、北日本太平洋側で多かった。

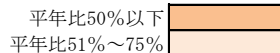
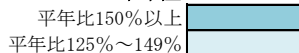
中旬：北・東日本日本海側と北・東日本太平洋側で少なかった。

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

2021年10月との比較：上旬は全国的に前年よりかなり降水量が多く、中旬以降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 (%) | | |
|----------|-------------|----|----|---------------|-----|-----|--------------|------|-----|
| | 2022年10月 | | | 2021年10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 | 154 | 67 | 56 | 91 | 195 | 101 | 63 | -128 | -45 |
| 太平洋側 | 144 | 24 | 53 | 112 | 135 | 81 | 32 | -111 | -28 |
| 東日本 日本海側 | 186 | 33 | 25 | 32 | 199 | 33 | 154 | -166 | -8 |
| 太平洋側 | 85 | 29 | 10 | 58 | 59 | 61 | 27 | -30 | -51 |
| 西日本 日本海側 | 100 | 44 | 46 | 2 | 66 | 43 | 98 | -22 | 3 |
| 太平洋側 | 74 | 42 | 5 | 6 | 48 | 76 | 68 | -6 | -71 |

平年差



前年差



スーパーマーケット景気動向調査

2022年11月調査結果（10月実績）
（2022年11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

11月調査（10月実績）結果概況

現状判断が大幅に改善、見通し判断も改善

10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+5.4の44.7、見通し判断は前月から+3.1の39.6となり、現状判断が大幅に改善、見通し判断も改善をみせた。

経営動向調査では、売上高DIは前月より大幅に上昇しプラス圏を回復、収益DIも上昇し、マイナス幅を縮小した。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIはさらに上昇した影響で、販売価格DIや客単価DIの上昇が続いている。来客数DIは引き続きマイナス圏での推移となっているものの、前月からは上昇をみせた。

カテゴリ動向調査では、すべてのカテゴリが前月より上昇しており、特にこれまで内食需要の減少により低迷していた生鮮品カテゴリで上昇幅が大きくなった。また前年に比べ低めの気温で推移したことで、ホットメニュー、季節商材が好調に推移したこともあって、日配カテゴリの上昇幅も大きくなっている。（カテゴリ動向は最終ページに詳細を掲載）

景況感調査では、現状判断DIが大幅な改善をみせたほか、見通し判断にも、改善傾向がみられた。（長期傾向についてはP11参照）

イベントや行楽が再開されたことで家庭内食品需要が抑えられ買上点数の減少傾向に大きな変化はみられないが、10月は値上げが多く、客単価が上昇し売上高としては好調の店舗が多い。今月の動向が示すように、長期化する生活全般に及ぶ物価上昇は「節約志向の受け皿」として、ふたたび内食需要を促す可能性が高い。今後、年末にかけて全国旅行支援や飲食店支援策による影響も懸念されるが、観光客による消費や、外食からの「代替消費」への対応も重要となるだろう。またポイント還元など消費喚起策を行う自治体も増えている中、生活防衛意識の高まりを受け止める施策が重要な局面となっている。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：44.7 (+5.4)
前月：39.3

消費者購買意欲DI
当月：44.5 (+5.5)
前月：39.0

周辺地域 競合状況DI
当月：42.7 (+2.3)
前月：40.4

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：44.1 (+4.3)
前月：39.8

見通し判断

景気判断DI
当月：39.6 (+3.1)
前月：36.5

消費者購買意欲DI
当月：40.7 (+3.6)
前月：37.1

周辺地域 競合状況DI
当月：41.1 (+1.7)
前月：39.4

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：41.6 (+2.8)
前月：38.8

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：1.9 (+11.8)
前月：-9.9

客単価DI
当月：14.0 (+5.5)
前月：8.5

来客数DI
当月：-9.8 (+8.6)
前月：-18.4

収益DI
当月：-4.3 (+8.2)
前月：-12.5

販売価格DI
当月：24.2 (+3.9)
前月：20.3

生鮮品仕入原価DI
当月：21.1 (+2.3)
前月：18.8

食品仕入原価DI
当月：22.9 (+0.5)
前月：22.4

カテゴリ動向

青果DI
当月：1.5 (+16.3)
前月：-14.8

水産DI
当月：-9.0 (+12.2)
前月：-21.2

畜産DI
当月：6.7 (+11.6)
前月：-4.9

惣菜DI
当月：15.0 (+7.7)
前月：7.3

日配DI
当月：3.9 (+11.5)
前月：-7.6

一般食品DI
当月：-4.0 (+1.6)
前月：-5.6

非食品DI
当月：1.4 (+7.8)
前月：-6.4

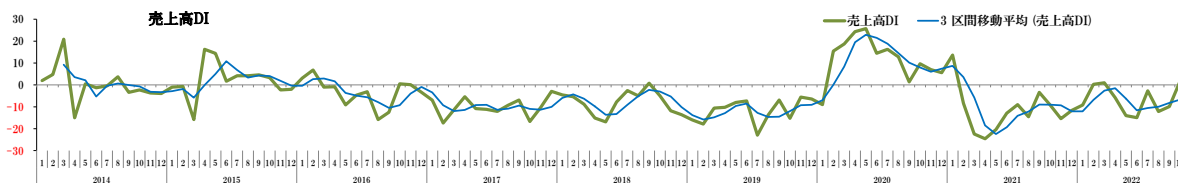
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月より上昇、小幅ながら7か月ぶりプラス圏

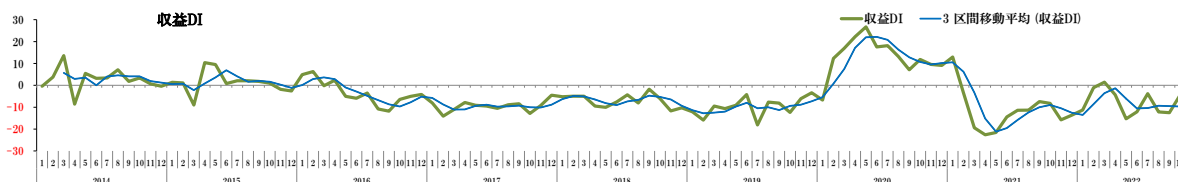
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 売上高 (前月) | 12.8 | 39.4 | 26.7 | 16.7 | 4.4 | -9.9 |
| 売上高 (当月) | 5.7 | 26.1 | 26.8 | 37.6 | 3.8 | 1.9 |



2. 収益DI

前月から上昇も、7か月連続マイナス圏で推移

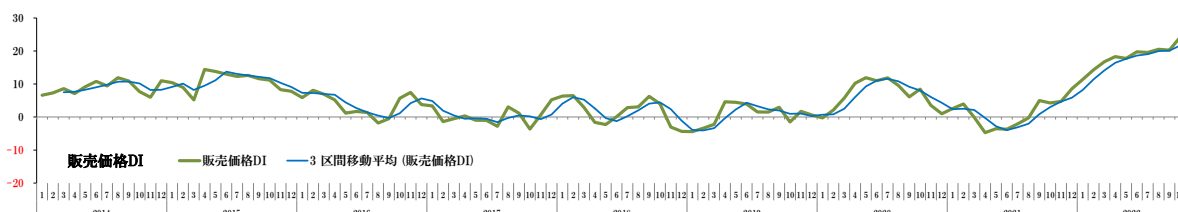
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 収益 (前月) | 18.5 | 36.5 | 26.4 | 13.5 | 5.1 | -12.5 |
| 収益 (当月) | 7.7 | 32.7 | 35.3 | 17.9 | 6.4 | -4.3 |



3. 販売価格DI

前月から上昇し、調査開始以来最高値を更新

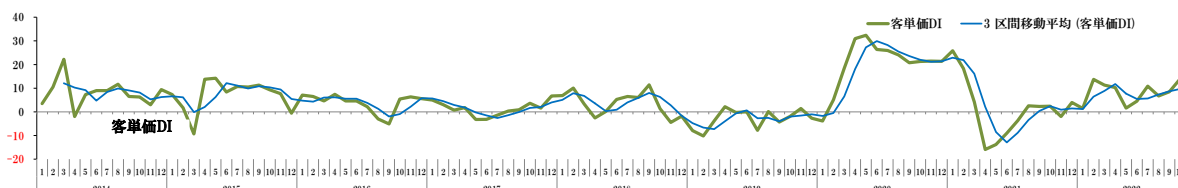
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 販売価格 (前月) | 0.6 | 1.7 | 22.8 | 66.1 | 8.9 | 20.3 |
| 販売価格 (当月) | 0.0 | 1.9 | 14.0 | 69.4 | 14.6 | 24.2 |



4. 客単価DI

前月から上昇し、プラス幅は二桁に拡大

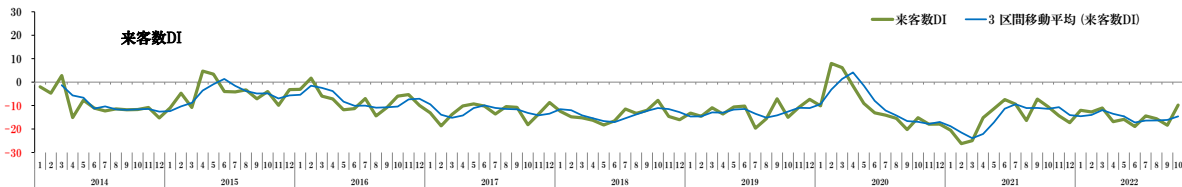
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 客単価 (前月) | 2.2 | 13.3 | 37.8 | 41.7 | 5.0 | 8.5 |
| 客単価 (当月) | 0.0 | 8.3 | 31.8 | 55.4 | 4.5 | 14.0 |



5. 来客数 DI

前月から上昇し、マイナス幅を縮小

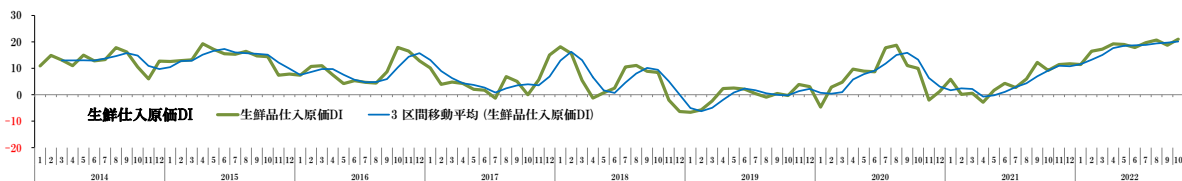
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 来客数 (前月) | 15.5 | 51.9 | 23.8 | 8.3 | 0.6 | -18.4 |
| 来客数 (当月) | 9.6 | 38.5 | 35.3 | 14.7 | 1.9 | -9.8 |



6. 生鮮仕入原価 DI

前月からさらに上昇、二桁プラス圏で推移

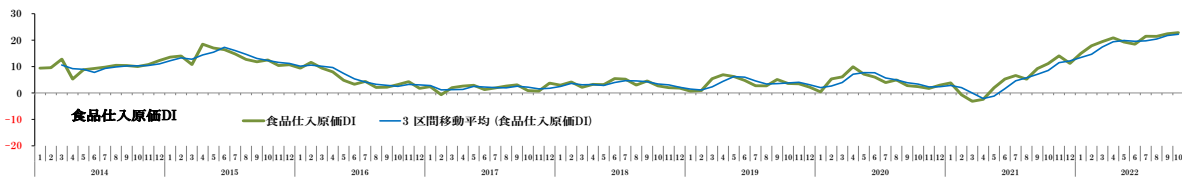
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|--------------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 生鮮仕入原価 (前月) | 1.7 | 8.0 | 18.8 | 56.8 | 14.8 | 18.8 |
| 生鮮仕入原価 (当月) | 2.0 | 2.6 | 21.1 | 57.9 | 16.4 | 21.1 |



7. 食品仕入原価 DI

高止まり傾向が続き 19 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) | 1.7 | 3.4 | 16.6 | 60.0 | 18.3 | 22.4 |
| 食品仕入原価 (当月) | 2.6 | 3.3 | 13.8 | 60.5 | 19.7 | 22.9 |

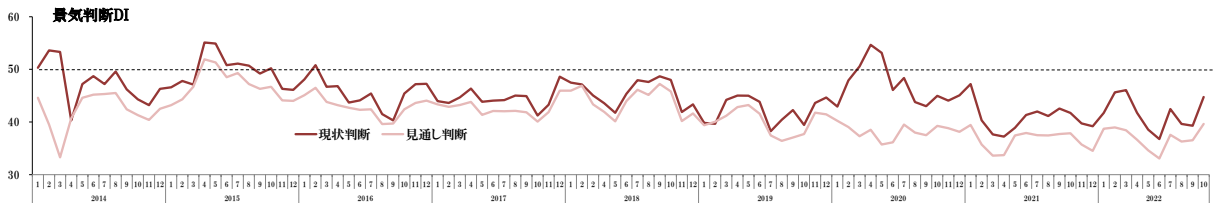


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断が大幅に改善、見通し判断も改善

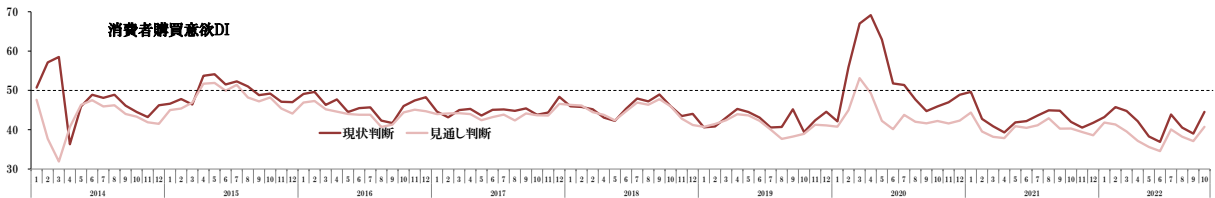
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】景況判断 (前月) | 4.9 | 38.5 | 51.6 | 4.4 | 0.5 | 39.3 |
| 【現状】景況判断 (当月) | 4.5 | 26.8 | 54.8 | 13.4 | 0.6 | 44.7 |
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
| 【見通し】景況判断 (前月) | 7.1 | 44.0 | 44.5 | 4.4 | 0.0 | 36.5 |
| 【見通し】景況判断 (当月) | 5.0 | 40.3 | 45.9 | 8.8 | 0.0 | 39.6 |



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断が大幅に改善、見通し判断も改善

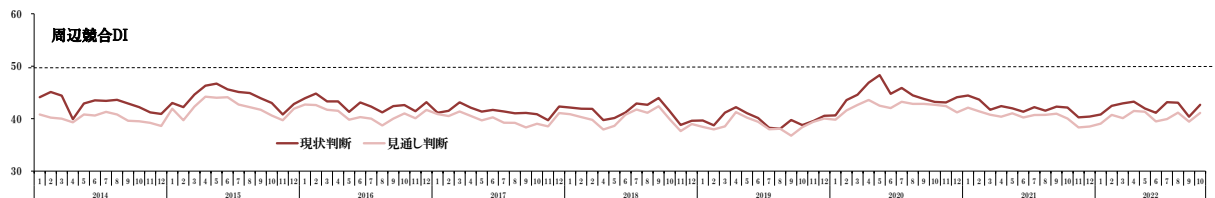
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】購買意欲 (前月) | 5.5 | 37.4 | 53.8 | 2.2 | 1.1 | 39.0 |
| 【現状】購買意欲 (当月) | 1.3 | 30.0 | 58.8 | 9.4 | 0.6 | 44.5 |
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
| 【見通し】購買意欲 (前月) | 6.0 | 43.4 | 47.3 | 2.7 | 0.5 | 37.1 |
| 【見通し】購買意欲 (当月) | 1.3 | 41.5 | 50.3 | 6.9 | 0.0 | 40.7 |



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改善

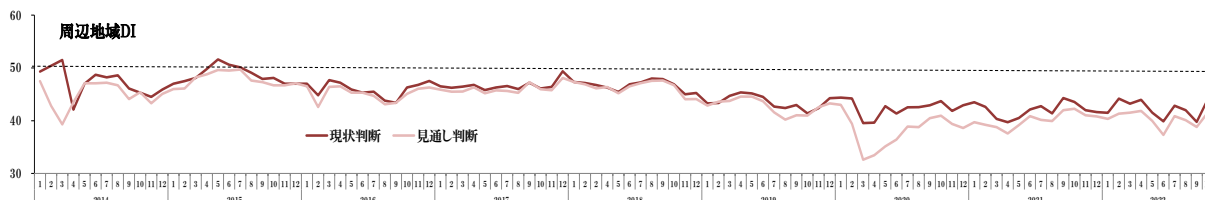
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】競合状況 (前月) | 6.0 | 29.1 | 62.1 | 2.7 | 0.0 | 40.4 |
| 【現状】競合状況 (当月) | 3.8 | 27.5 | 63.1 | 5.6 | 0.0 | 42.7 |
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
| 【見通し】競合状況 (前月) | 7.1 | 30.2 | 60.4 | 2.2 | 0.0 | 39.4 |
| 【見通し】競合状況 (当月) | 4.4 | 30.6 | 61.3 | 3.8 | 0.0 | 41.1 |



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断が大幅に改善、見通し判断も改善

| 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) | 2.2 | 38.1 | 58.0 | 1.7 | 0.0 | 39.8 |
| 【現状】地域景気 (当月) | 1.3 | 28.1 | 63.8 | 6.9 | 0.0 | 44.1 |
| 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) | 2.2 | 42.5 | 53.0 | 2.2 | 0.0 | 38.8 |
| 【見通し】地域景気 (当月) | 1.9 | 35.0 | 58.1 | 5.0 | 0.0 | 41.6 |

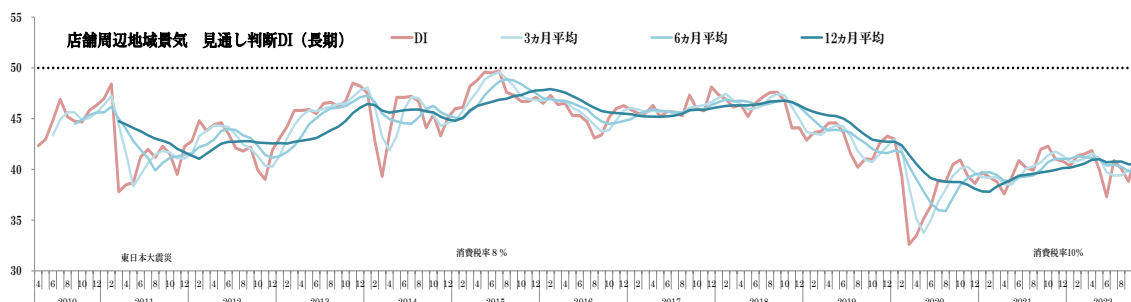
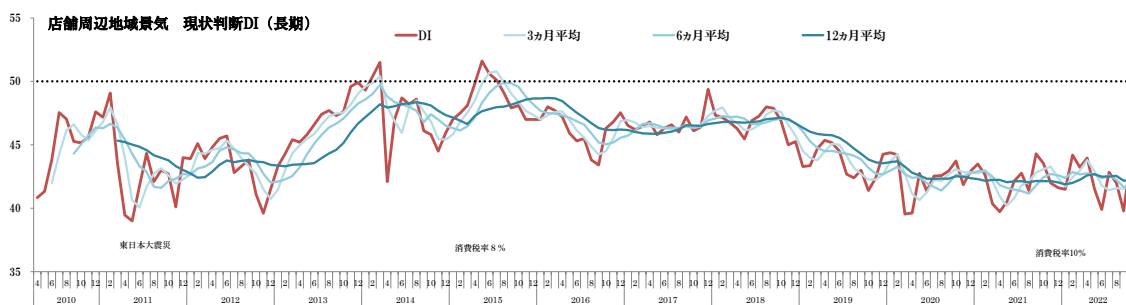


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

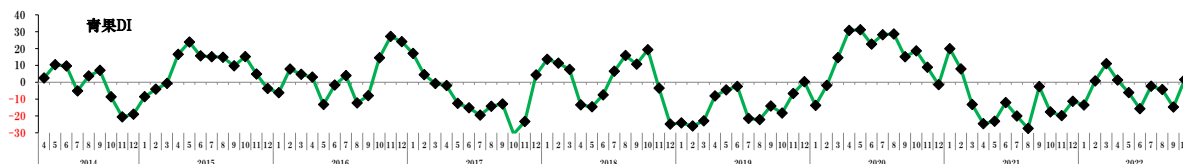
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせたが、その後は低迷、10月に再び改善するなど方向感のない不安定な推移となっている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：1.5（やや好調）

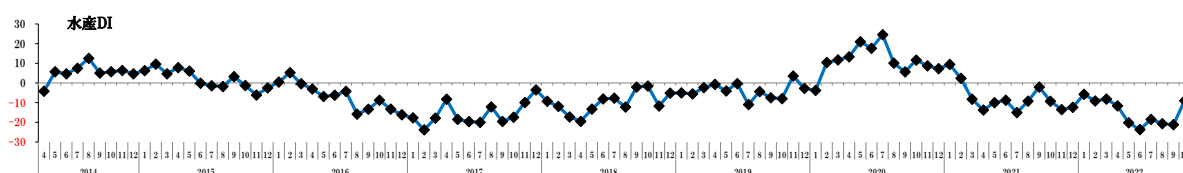
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 青果 (前月) | 15.8 | 46.8 | 21.1 | 13.5 | 2.9 | -14.8 |
| 青果 (当月) | 7.4 | 28.9 | 23.5 | 30.9 | 9.4 | 1.5 |



内食需要の落ち着きによる買上点数の減少は見られるものの、一部の野菜類には相場高による単価上昇がみられた。前年より低い気温で推移した地域では、葉物や白ネギ、菌類など鍋関連野菜、煮物用の根菜類が好調となった店舗が多い。サラダ関連野菜は好不調の判断がわかれた。国産果物類はおおむね供給が安定しており、りんごや柿、梨が比較的好調に推移したが、出荷の遅れているみかんは伸び悩んだ。バナナやキウイなどの輸入果実は円安による価格高騰の影響で不振となっている。

2. 水産DI：-9.0（やや不調）

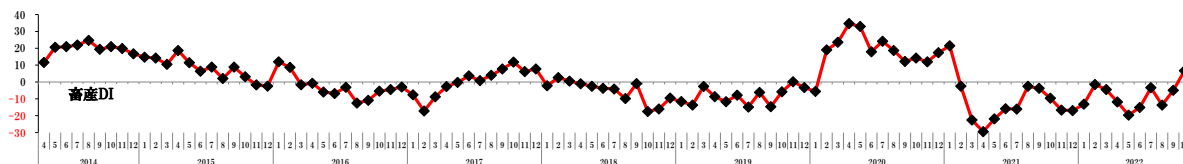
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 水産 (前月) | 32.6 | 35.5 | 19.2 | 9.9 | 2.9 | -21.2 |
| 水産 (当月) | 12.0 | 38.0 | 29.3 | 15.3 | 5.3 | -9.0 |



燃料費や養殖飼料等高騰による相場高が続いており、サーモンなど輸入魚や冷凍品の価格上昇が続いている。サンマや秋鮭は入荷には一部に回復傾向がみられた店舗もみられた。刺身類は、養殖魚を中心に仕入れ価格が高騰しており、販売に苦心するコメントが多い。前年より低い気温で推移した地域では、鍋関連商材の動きがよかった。家飲み需要の落ち着きもあって、塩干類も点数減で厳しい状況が続いている。

3. 畜産DI：6.7（やや好調）

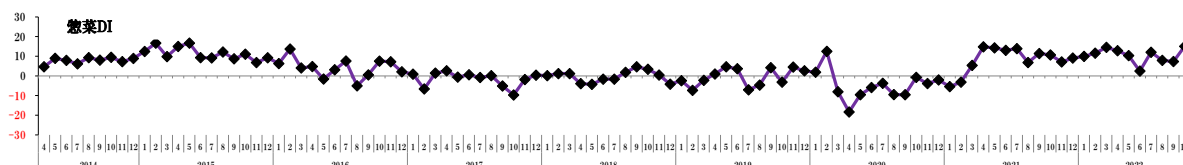
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 畜産 (前月) | 12.2 | 30.8 | 27.9 | 22.7 | 6.4 | -4.9 |
| 畜産 (当月) | 4.7 | 22.1 | 24.8 | 38.3 | 10.1 | 6.7 |



相場の高騰が続き、買上点数の伸び悩みは続いているが、前年より気温が低く推移した地域を中心に、豚肉や鶏団子など鍋物用の商材の動きがよかった店舗が多く、やや好調となった。内食需要の落ち着きにより加工肉は低迷が続いている。牛肉は国産、輸入ともに動きが良くないが、鶏肉は国産を中心に回復傾向がみられた店舗が多かった。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：15.0（好調）

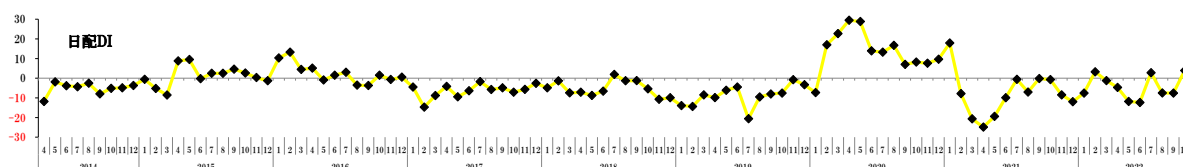
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 惣菜（前月） | 4.1 | 18.7 | 33.9 | 30.4 | 12.9 | 7.3 |
| 惣菜（当月） | 2.7 | 12.2 | 23.0 | 46.6 | 15.5 | 15.0 |



調理油の値上げの影響もあり、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。行楽需要やイベント再開、通勤再開による夕方以降の需要回復により米飯類、寿司類の動きがよくなった店舗も多い。前年より低い気温により麺類などホットメニューも好調に推移した。一方で家飲み用のおつまみ惣菜は伸び悩み傾向とのコメントも。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：3.9（やや好調）

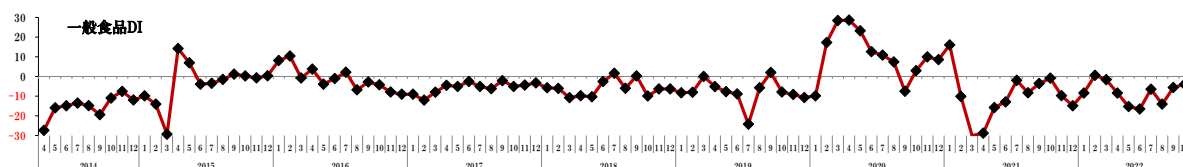
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| 日配（前月） | 8.7 | 37.8 | 32.0 | 18.0 | 3.5 | -7.6 |
| 日配（当月） | 3.4 | 24.3 | 32.4 | 33.1 | 6.8 | 3.9 |



全般的に値上げの影響で買上点数の減少傾向はみられるが、パン類は、一品単価の上昇により売上高としては好調に推移している。前年より低い気温で推移した地域では、鍋物、おでん関連の練り物や水物、うどんなどホットメニューの動きがよかった。冷凍食品や機能性の乳酸菌飲料は引き続き好調。一方で飲料やアイス類は低めの気温で動きが鈍かった。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た。

6. 一般食品：-4.0（やや不調）

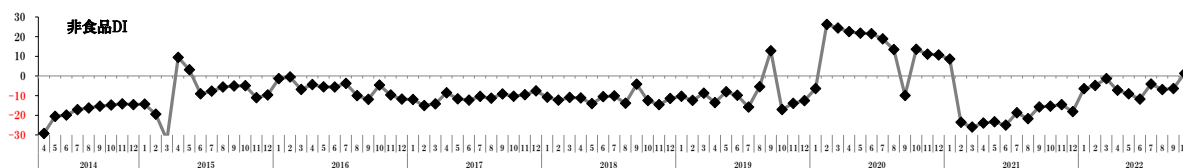
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 一般食品（前月） | 8.7 | 36.4 | 28.3 | 22.0 | 4.6 | -5.6 |
| 一般食品（当月） | 6.0 | 31.1 | 37.7 | 23.2 | 2.0 | -4.0 |



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が、単価の上昇により売上高を確保した店舗が多い。前年より低い気温で推移したことで鍋物用のつゆ、スープや麺類などのホットメニューは好調に推移した。米類は相場安が続くが、買上点数は伸びず不調が続いている。値上がり後低迷していた食用油や小麦粉には回復傾向がみられた店舗も。酒類は当月に一斉値上げがあり、前月に特売を仕掛けた店舗が多く、反動減がみられた。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：1.4（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 |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 非食品（前月） | 15.4 | 30.2 | 27.8 | 17.8 | 8.9 | -6.4 |
| 非食品（当月） | 8.2 | 20.5 | 37.7 | 24.7 | 8.9 | 1.4 |



感染状況により、マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品は好不調が地域によって分かれた。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。外出機会が増えた影響か、洗剤などの家庭用品、トイレットペーパー、キッチンペーパーなどの紙製品は不調。値上げの影響で競合業態への流出もみられる。前年10月に値上げがあったタバコは、反動で好調に推移した。

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～

2022年11月調査（10月実績）キーワード TOP3

1. 価格上昇による単価上昇
2. 内食需要低下と買い控えによる買上点数減
3. 前年より低い気温による季節商材好調

（参考）2021年11月調査（10月実績）キーワード TOP3

1. 気温が高く季節商材不調
2. 緊急事態宣言解除による客数減と原価等上昇による単価増
3. 日曜日が前年より1日多い

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

10月実績速報版 159社
 9月実績確報版 182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