

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年12月実績 速報版

11月実績 確報版

2022年実績 速報版

(2023年1月20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

2023年1月20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	117,781,259	100.0%	104.8%	103.4%
食品合計	107,473,479	91.2%	104.9%	103.4%
生鮮3部門合計	40,796,424	34.6%	103.2%	101.7%
青果	15,069,129	12.8%	101.9%	100.7%
水産	11,531,579	9.8%	101.8%	100.3%
畜産	14,195,716	12.1%	105.6%	104.0%
惣菜	12,713,389	10.8%	106.9%	105.0%
日配	23,340,338	19.8%	106.7%	105.2%
一般食品	30,623,327	26.0%	105.0%	103.6%
非食品	7,429,285	6.3%	103.4%	103.0%
その他	2,878,540	2.4%	95.4%	95.6%

## 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	16,940,720	43	105.6%	104.9%
関東地方	42,824,539	73	105.0%	103.2%
中部地方	14,467,300	53	105.0%	103.3%
近畿地方	25,474,720	44	102.7%	101.9%
中国・四国地方	11,910,969	34	106.4%	105.0%
九州・沖縄地方	6,163,011	23	109.5%	109.2%

## 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	650,753	44	95.5%	99.1%
4~10店舗	5,280,702	84	100.9%	101.7%
11~25店舗	10,672,933	51	104.7%	103.7%
26~50店舗	21,214,608	45	104.8%	102.8%
51店舗以上	79,962,263	46	105.1%	103.7%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	115,421,485	
総店舗数 (店舗)	8,378	店舗平均月商 (万円)	14,058	
総売場面積 (㎡)	13,853,237	売場1㎡あたり売上高 (万円)	8.5	

※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

2023年1月20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	94,983,997	100.0%	103.2%	101.9%
食品合計	86,074,555	90.6%	103.6%	102.2%
生鮮3部門合計	32,522,667	34.2%	102.5%	101.1%
青果	12,593,373	13.3%	102.6%	101.4%
水産	8,084,868	8.5%	100.1%	98.7%
畜産	11,844,427	12.5%	104.0%	102.5%
惣菜	9,971,441	10.5%	106.2%	104.5%
日配	19,156,835	20.2%	105.1%	103.7%
一般食品	24,423,612	25.7%	102.8%	101.6%
非食品	6,638,623	7.0%	98.0%	97.7%
その他	2,270,869	2.4%	94.5%	95.0%

## 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	12,638,927	43	103.8%	102.7%
関東地方	34,683,407	73	102.8%	101.1%
中部地方	11,600,509	53	104.3%	102.2%
近畿地方	21,798,236	44	101.7%	101.3%
中国・四国地方	9,374,139	34	104.2%	102.8%
九州・沖縄地方	4,888,778	23	106.1%	105.4%

## 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	522,624	44	94.7%	97.3%
4~10店舗	4,227,737	84	99.1%	99.6%
11~25店舗	8,290,008	51	101.9%	101.1%
26~50店舗	16,544,745	45	103.5%	101.7%
51店舗以上	65,398,883	46	103.6%	102.3%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,079,681	
総店舗数 (店舗)	8,360	店舗平均月商 (万円)	11,362	
総売場面積 (㎡)	13,823,989	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.9	

※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

2023年1月20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 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	1,180,690,969	100.0%	100.8%	99.5%
食品合計	1,068,165,764	90.5%	100.7%	99.4%
生鮮3部門合計	400,267,082	33.9%	99.7%	98.3%
青果	162,411,752	13.8%	100.4%	99.2%
水産	100,837,441	8.5%	97.8%	96.4%
畜産	137,017,889	11.6%	100.1%	98.6%
惣菜	127,164,232	10.8%	104.4%	102.7%
日配	237,396,453	20.1%	101.2%	100.0%
一般食品	303,337,998	25.7%	100.3%	99.1%
非食品	80,236,059	6.8%	99.9%	99.1%
その他	32,289,146	2.7%	95.3%	95.4%

### 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	160,611,979	43	101.6%	100.6%
関東地方	430,108,578	73	100.3%	98.7%
中部地方	145,100,432	53	101.8%	100.1%
近畿地方	265,244,109	44	99.0%	98.2%
中国・四国地方	118,736,264	34	102.5%	100.8%
九州・沖縄地方	60,889,606	23	105.0%	104.8%

### 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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	7,540,131	46	98.3%	98.1%
4～10店舗	52,290,305	82	96.0%	96.1%
11～25店舗	109,857,725	52	100.5%	99.1%
26～50店舗	209,846,389	45	101.2%	99.6%
51店舗以上	801,156,418	45	101.0%	99.7%

※保有店舗数カテゴリーは2022年1月時点での保有店舗数による分類

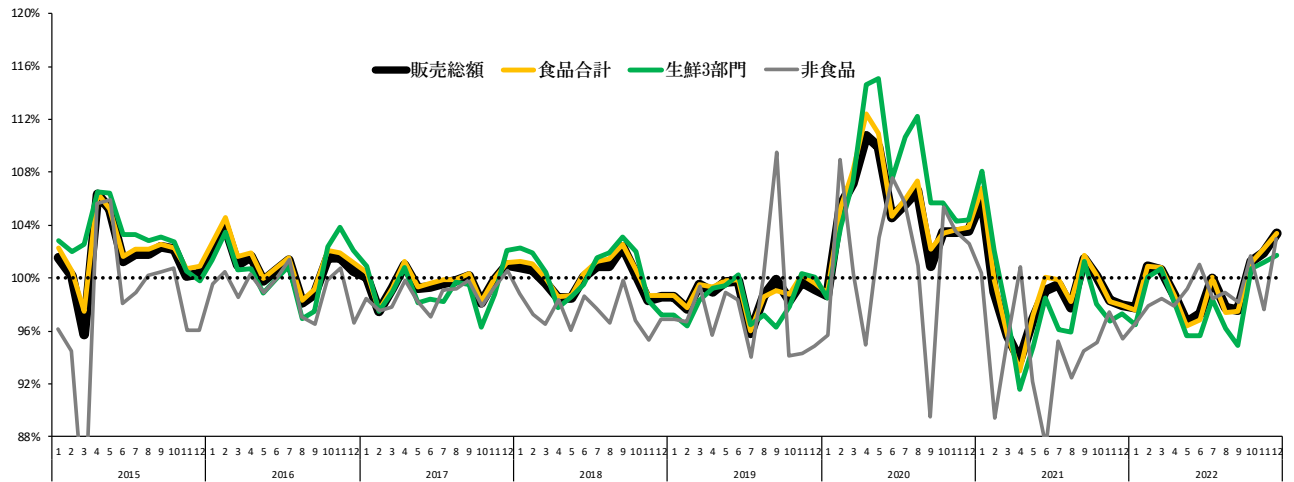
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,155,740,416
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

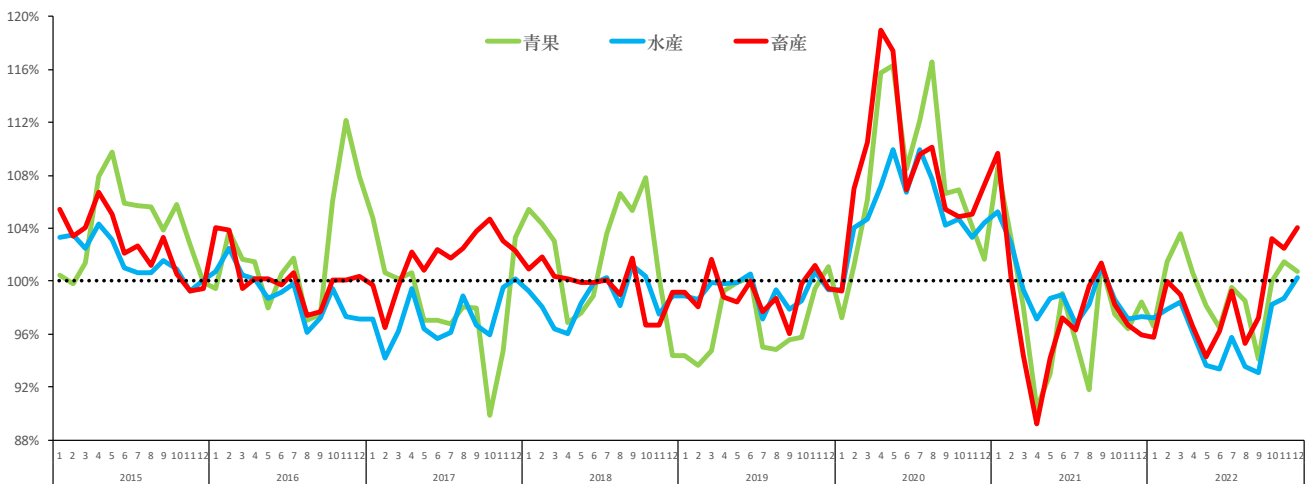
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

# 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～

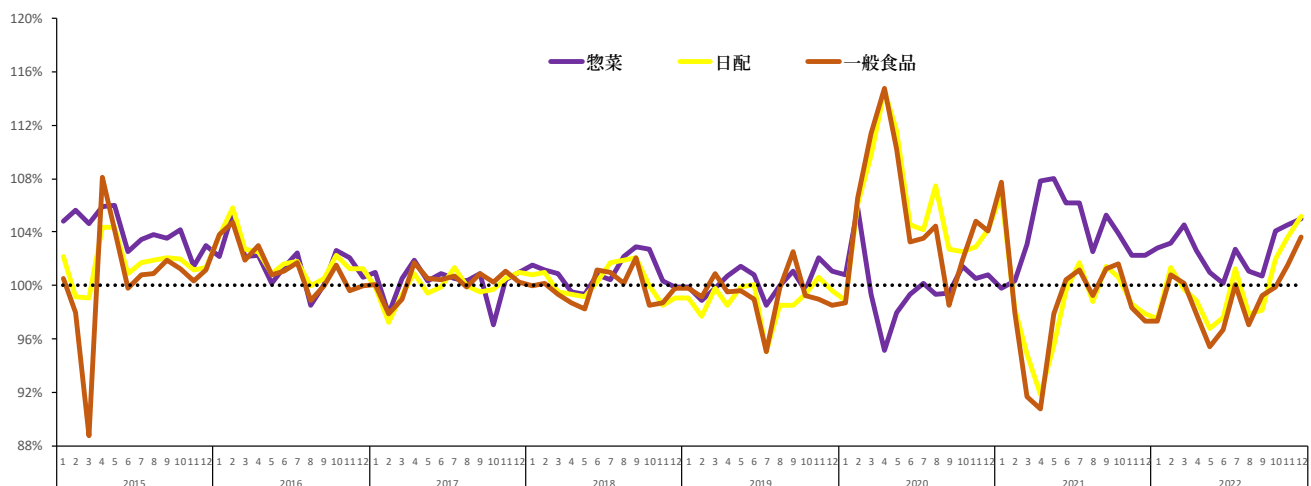
## 総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



## 青果・水産・畜産



## 惣菜・日配・一般食品



※2022年12月実績は速報版

## 2022年12月エリア別気候状況

### 12月の気温：東・西日本で低かった

上旬：北日本で低かった。東・西日本では平年並だった。□

中旬：北・西日本で低かった。東日本では平年並だった。□

下旬：北日本でかなり高かった。一方、東・西日本で低かった。

2021年12月との比較：上旬は北日本でかなり低く、中旬は全国的にかなり低く、下旬は北日本で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12月			2021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	-1.5	-1.3	1.9	2.2	1.5	-2.2	-3.7	-2.8	4.1
太平洋側	-1.2	-1.2	1.7	2.6	1.4	-1.8	-3.8	-2.6	3.5
東日本 日本海側	-0.1	-1.0	-0.8	0.6	1.0	-1.2	-0.7	-2.0	0.4
太平洋側	0.2	-0.5	-0.6	1.0	0.4	-0.6	-0.8	-0.9	0.0
西日本 日本海側	-0.5	-1.3	-1.8	0.1	0.8	-0.6	-0.6	-2.1	-1.2
太平洋側	-0.3	-1.3	-1.5	-0.2	0.7	-0.5	-0.1	-2.0	-1.0

#### 平年差



#### 前年差



### 12月の日照時間：北日本日本海側でかなり少なかった

上旬：北日本日本海側で少ない一方、西日本日本海側で多かった。□

中旬：北・東・西日本日本海側、北日本太平洋側で少ない一方、西日本太平洋側で多かった。

下旬：東日本日本海側でかなり少なく、北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12月との比較：上旬に北日本日本海側でやや少なくなったほかは、ほぼ前年並みだった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年12月			2021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	69	73	98	190	63	82	-121	10	16
太平洋側	101	87	94	102	91	113	-1	-4	-19
東日本 日本海側	96	64	59	109	100	80	-13	-36	-21
太平洋側	98	103	109	96	120	114	2	-17	-5
西日本 日本海側	111	85	93	124	91	101	-13	-6	-8
太平洋側	100	105	108	128	120	102	-28	-15	6

#### 平年差



#### 前年差



### 12月の降水量：北・東日本日本海側でかなり多く、降雪量は東日本日本海側でかなり多かった

上旬：北・東日本日本海側で多かった。一方、西日本日本海側でかなり少なく、北・東・西日本太平洋側で少なかった。□

中旬：北・東日本日本海側で多かった。一方、西日本日本海側で少なかった。

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

2021年12月との比較：上旬は太平洋側を中心に少なく、中旬は東日本太平洋側や西日本で少なく、下旬は全国的に多くなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年12月			2021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	111	124	128	110	140	144	1	-16	-16
太平洋側	42	88	164	201	68	62	-159	20	102
東日本 日本海側	121	173	145	112	118	129	9	55	16
太平洋側	38	54	100	350	133	37	-312	-79	63
西日本 日本海側	10	69	112	46	137	71	-36	-68	41
太平洋側	26	61	93	49	133	21	-23	-72	72

#### 平年差



#### 前年差



# スーパーマーケット景気動向調査

2023年1月調査結果（12月実績）  
（2023年1月20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

## 現状判断は大幅に改善、見通し判断も改善

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+4.6の48.6、見通し判断は前月から+2.4の41.3となり、現状判断は大幅に改善、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二桁プラス圏の13.1、収益DIも上昇し5.8と22年3月以来のプラス圏となった。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIが過去最高水準を維持しており、販売価格DIや客単価DIの高止まりが続いている。来客数DIは小幅に上昇したものの、引き続きマイナス圏での推移となっている。

カテゴリー動向調査では、クリスマス商戦が週末と重なったことや帰省客の増加により年末商戦が好調となり、前月より軒並み上昇がみられている。値上げによる一品単価の上昇、節約志向や、感染拡大による家庭内食事需要の復調も好調要因とみられる。(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、現状判断には大幅な改善がみられているものの、特に消費者購買意欲DIの見通し判断には慎重な見方が根強く残っており、前月水準で推移している。(長期傾向についてはP11参照)

前年に比べて帰省が増加した影響で、立地により好不調が分かれる状況となった。クリスマスや年末商戦は好調に推移したものの、それ以外の時期では価格高騰による買上点数減少を指摘するコメントも多い。これまで好不調要因の中心は感染状況による内食需要の動向であったが、値上げの影響による消費動向に中心が移っている。エネルギー価格高騰への補助金や賃上げ要請、キャッシュレス決済を利用した自治体の消費喚起策、子供手当の拡充など、様々な消費対策が話題となっているが、その波及効果は一様ではなく、さまざまな周辺環境の動向を捉え、考慮した販売戦略が明暗を分ける状況が続く。

### 景況感調査

#### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：48.6 (+4.6) 前月：44.0	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：47.9 (+4.2) 前月：43.7	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：43.0 (+2.0) 前月：41.0	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：45.2 (+2.6) 前月：42.6
--	---	---	---

#### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：41.3 (+2.4) 前月：38.9	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：40.5 (-0.5) 前月：41.0	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：41.7 (+2.0) 前月：39.7	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：42.2 (+2.3) 前月：39.9
--	---	---	---

### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：13.1 (+8.5) 前月：4.6	<b>客単価DI</b> 当月：19.6 (+4.5) 前月：15.1	<b>来客数DI</b> 当月：-7.9 (+2.7) 前月：-10.6	
<b>収益DI</b> 当月：5.8 (+8.1) 前月：-2.3	<b>販売価格DI</b> 当月：24.5 (-0.2) 前月：24.7	<b>生鮮品仕入原価DI</b> 当月：22.7 (+1.2) 前月：21.5	<b>食品仕入原価DI</b> 当月：25.0 (+0.7) 前月：24.3

### カテゴリー動向

<b>青果DI</b> 当月：3.5 (-0.6) 前月：4.1	<b>水産DI</b> 当月：-2.1 (+6.6) 前月：-8.7	<b>畜産DI</b> 当月：14.9 (+8.8) 前月：6.1	
<b>惣菜DI</b> 当月：16.7 (+2.0) 前月：14.7	<b>日配DI</b> 当月：17.8 (+11.9) 前月：5.9	<b>一般食品DI</b> 当月：7.7 (+9.9) 前月：-2.2	<b>非食品DI</b> 当月：3.8 (+5.6) 前月：-1.8

※DI 値は前年同月との比較 / () 内は前月DI からの変化

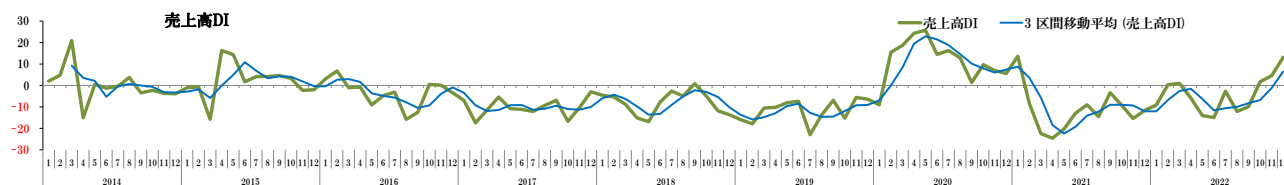


## 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

### 1. 売上高DI

前月より大幅に上昇し3か月連続のプラス圏

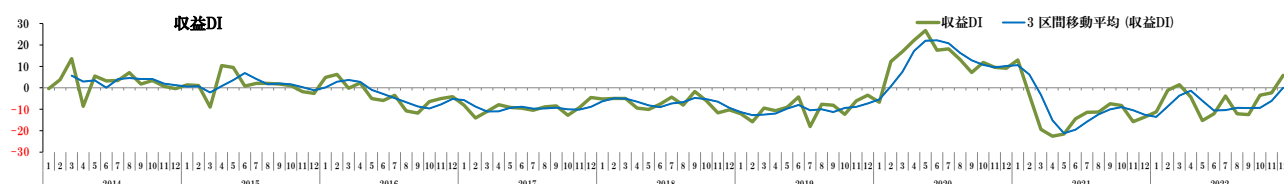
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	5.1	23.4	23.4	44.0	4.0	4.6
売上高 (当月)	<b>1.2</b>	<b>16.7</b>	<b>17.9</b>	<b>56.8</b>	<b>7.4</b>	<b>13.1</b>



### 2. 収益DI

前月から上昇し、9か月ぶりのプラス圏

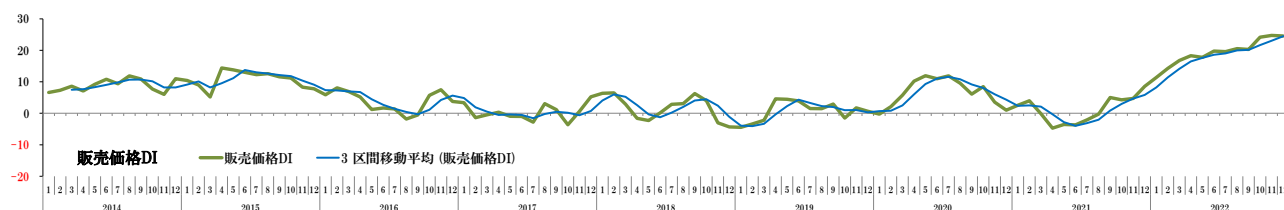
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	9.3	29.7	29.7	23.8	7.6	-2.3
収益 (当月)	<b>6.3</b>	<b>18.2</b>	<b>34.6</b>	<b>27.7</b>	<b>13.2</b>	<b>5.8</b>



### 3. 販売価格DI

前月から横ばいで、調査開始以来最高水準域で推移

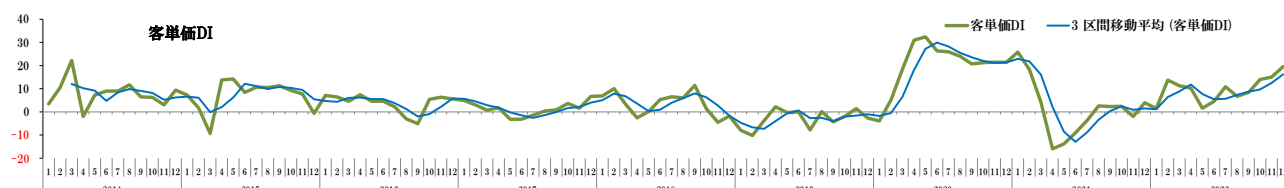
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.7	11.4	73.1	13.7	24.7
販売価格 (当月)	<b>0.0</b>	<b>1.8</b>	<b>11.7</b>	<b>73.0</b>	<b>13.5</b>	<b>24.5</b>



### 4. 客単価DI

前月から上昇し、二桁プラス圏で推移

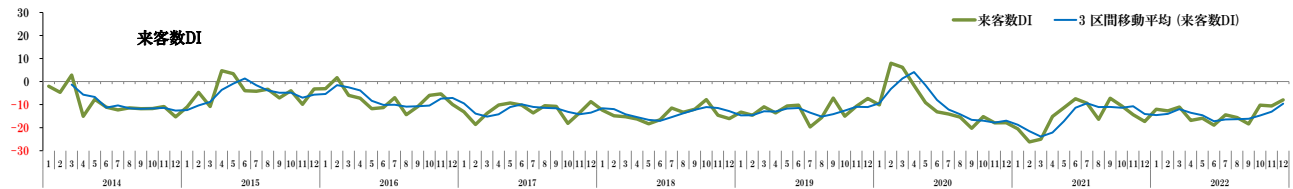
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.0	9.1	26.7	59.1	5.1	15.1
客単価 (当月)	<b>0.0</b>	<b>8.1</b>	<b>14.9</b>	<b>67.7</b>	<b>9.3</b>	<b>19.6</b>



## 5. 来客数 DI

前月から小幅に上昇するも、マイナス圏で推移

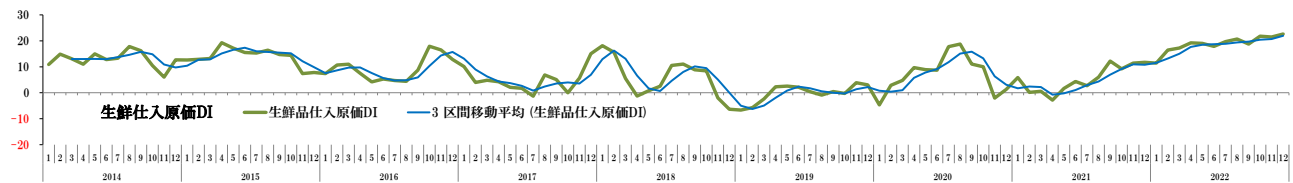
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	11.3	38.4	32.8	16.4	1.1	-10.6
来客数 (当月)	5.6	42.9	31.1	18.6	1.9	-7.9



## 6. 生鮮仕入原価 DI

前月から横ばいで、二桁プラス圏で推移

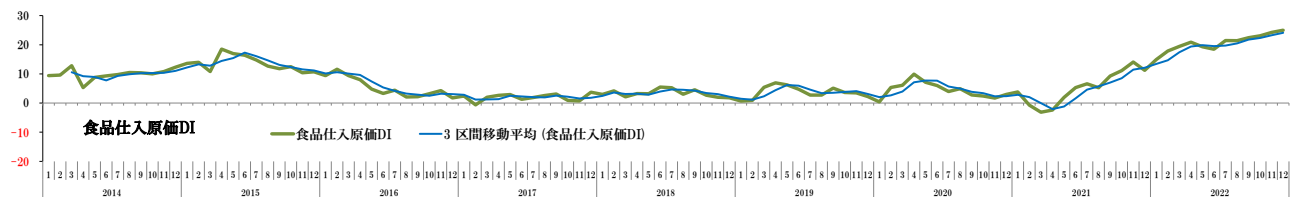
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.2	4.1	17.1	62.9	14.7	21.5
生鮮仕入原価 (当月)	1.3	3.1	15.0	65.0	15.6	22.7



## 7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい、21か月連続プラス圏

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)	1.2	4.1	11.2	63.5	20.0	24.3
食品仕入原価 (当月)	1.3	3.1	9.4	66.7	19.5	25.0

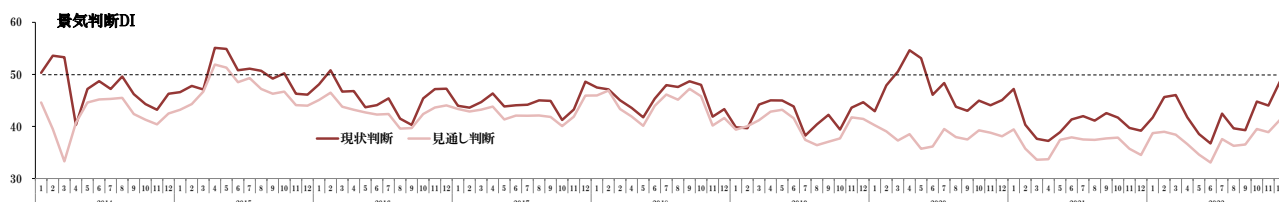


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は大幅に改善、見通し判断もやや改善

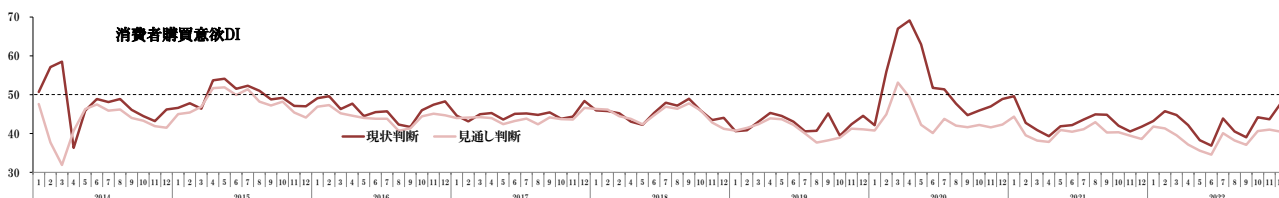
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	5.1	27.3	54.0	13.6	0.0	44.0
<b>【現状】景況判断 (当月)</b>	<b>2.4</b>	<b>22.6</b>	<b>53.7</b>	<b>20.7</b>	<b>0.6</b>	<b>48.6</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	5.1	40.4	48.3	6.2	0.0	38.9
<b>【見通し】景況判断 (当月)</b>	<b>3.0</b>	<b>36.7</b>	<b>52.4</b>	<b>7.8</b>	<b>0.0</b>	<b>41.3</b>



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は大幅な改善も、見通し判断は横ばい

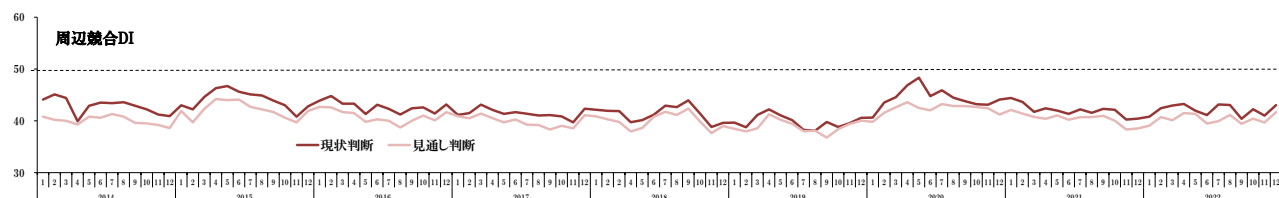
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.2	30.9	56.7	10.1	0.0	43.7
<b>【現状】購買意欲 (当月)</b>	<b>1.2</b>	<b>29.1</b>	<b>46.7</b>	<b>23.0</b>	<b>0.0</b>	<b>47.9</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.2	37.1	55.1	5.6	0.0	41.0
<b>【見通し】購買意欲 (当月)</b>	<b>1.2</b>	<b>41.2</b>	<b>52.1</b>	<b>5.5</b>	<b>0.0</b>	<b>40.5</b>



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断ともに前月からやや改善

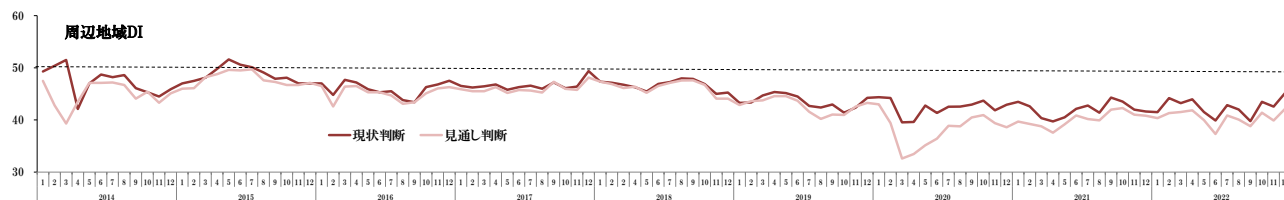
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	6.2	27.5	62.4	3.9	0.0	41.0
<b>【現状】競合状況 (当月)</b>	<b>4.2</b>	<b>21.8</b>	<b>71.5</b>	<b>2.4</b>	<b>0.0</b>	<b>43.0</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	6.8	30.5	59.9	2.8	0.0	39.7
<b>【見通し】競合状況 (当月)</b>	<b>4.2</b>	<b>26.7</b>	<b>67.3</b>	<b>1.8</b>	<b>0.0</b>	<b>41.7</b>



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断、見通し判断ともに前月から改善

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	30.3	62.4	5.1	0.0	42.6
【現状】地域景気(当月)	0.6	25.3	66.9	7.2	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】地域景気(前月)	2.8	38.2	55.6	3.4	0.0	39.9
【見通し】地域景気(当月)	0.6	33.1	63.3	3.0	0.0	42.2

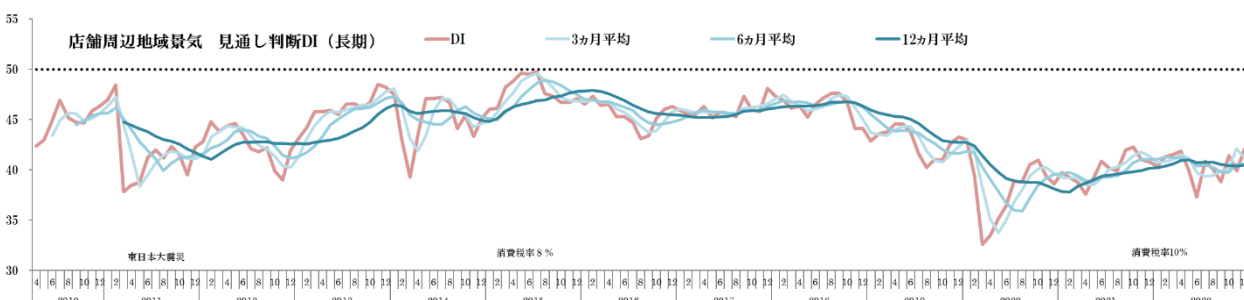
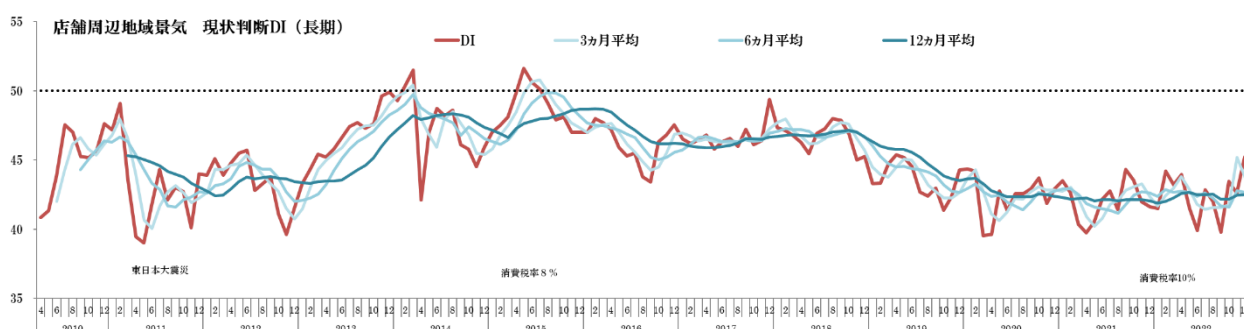


#### ・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

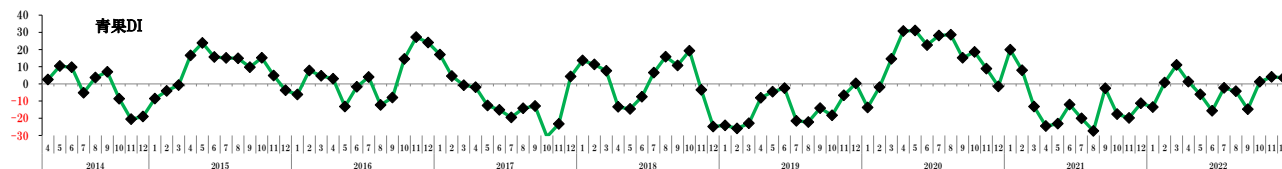
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせたが、その後は低迷、10月に再び改善に転じており、方向感のない不安定な推移となっている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：3.5（やや好調）

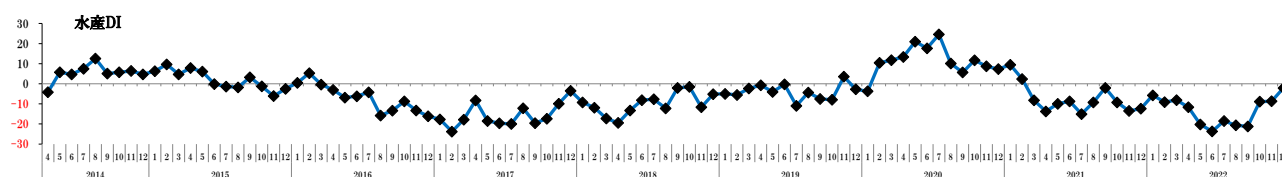
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	4.8	25.9	24.7	37.3	7.2	4.1
青果（当月）	5.8	22.6	28.4	38.1	5.2	3.5



青果相場では玉ねぎ、じゃがいも等の土物類が相場高となり販売を牽引したが、帰省客増加の影響を受け、出店地域によって年末商戦の買上点数増減が大きく、好不調の判断が分かれる結果となった。相場安となった菌類は不調。ほうれん草、みつばなどの年末商材は好調も、鍋物関連の葉物野菜は伸び悩んだ。トマトや洋菜などサラダ関連は前年との気温差により好不調の判断が分かれた。国産果物ではイチゴが高値で伸び悩んだものの、みかんは好調とする声が多い。輸入果実は売上が回復した店舗が多い。

#### 2. 水産DI：-2.1（やや不調）

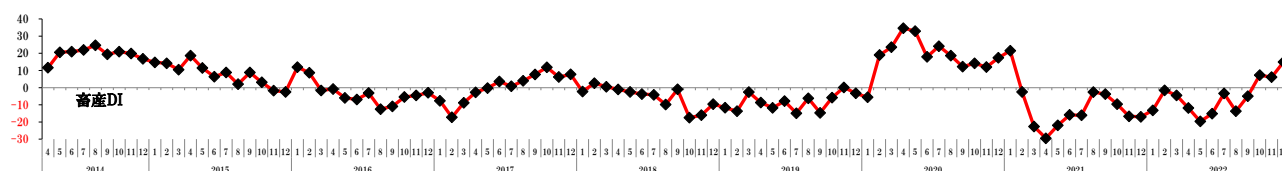
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	12.6	35.9	28.7	19.2	3.6	-8.7
水産（当月）	7.8	31.8	27.3	27.3	5.8	-2.1



帰省客増加の恩恵を受けた地域を中心に、年末商戦は数の子などの塩干類、刺身盛合せなどが好調に推移した。一方で、カニは価格が高騰し動きが悪かった。年末以外の時期は、全般的に燃料費や養殖飼料等の高騰に加え、不漁による価格上昇により販売に苦心する状況が続いている。気温の低下とともに、鍋・おでん関連商材の動きが比較的好かったが、刺身類は、養殖魚を中心に仕入価格が高騰しており、地魚中心に変更するなどして対応している動きも見られるが、動きが悪い。お歳暮は好調に推移したとのコメントが多い。

#### 3. 畜産DI：14.9（好調）

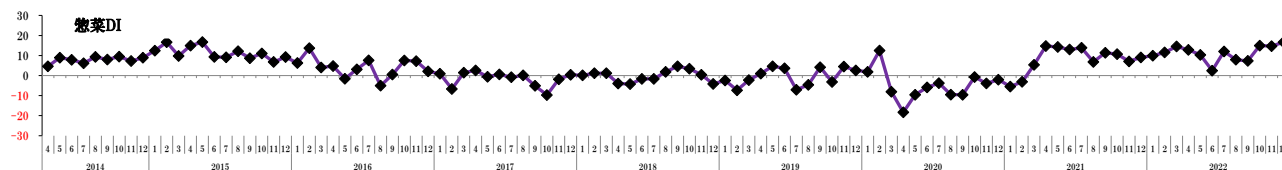
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	3.6	23.4	26.3	38.3	8.4	6.1
畜産（当月）	3.8	13.5	23.7	37.2	21.8	14.9



帰省客増加の恩恵を受けた地域を中心に、年末商戦は好調に推移。すき焼き、焼肉用など、ごちそうメニュー用商材の中心に動きがよかった。年末以外の時期は相場の高騰が続く、買上点数の伸び悩みが続いている。豚肉や鶏団子など鍋物用の商材の動きがよかった。加工肉も価格が高騰しているが、お歳暮の関連では回復傾向もみられた。輸入牛は価格高騰の影響が大きく動きが鈍い。豚肉は小間切れやミンチなどが好調、鶏肉はクリスマス商戦が好調で、鳥インフルエンザの影響もあるが前年並みの売上を確保した店舗が多かった。

#### 4. 惣菜DI：16.7（好調）

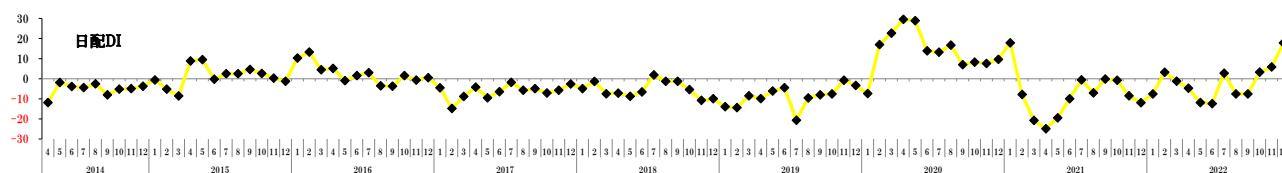
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	3.0	10.9	23.0	50.3	12.7	14.7
<b>惣菜（当月）</b>	<b>2.6</b>	<b>8.5</b>	<b>25.5</b>	<b>46.4</b>	<b>17.0</b>	<b>16.7</b>



年末の帰省客が増加した地域を中心に、おせちやオードブル、寿司の大型パックなどが予約販売を含め好調に推移した。クリスマス商戦が週末と重なり、ローストチキンなどの動きがよかった。調理油の値上げの影響もあり、天ぷら、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が、鶏から揚げは伸び悩んだ店舗が多い。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の動きも引き続き好調。気温の低下により麺類などホットメニューも好調に推移した。

#### 5. 日配DI：17.8（好調）

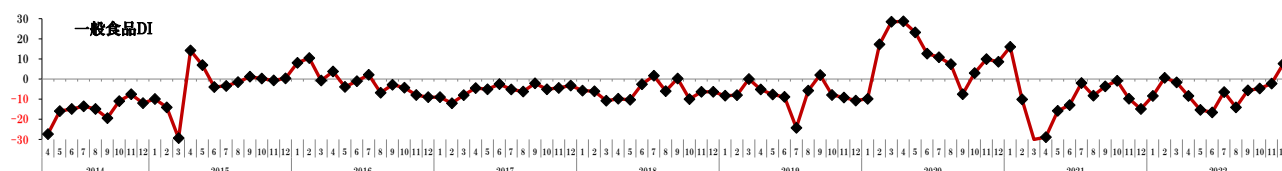
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	5.4	20.5	27.1	39.2	7.8	5.9
<b>日配（当月）</b>	<b>1.3</b>	<b>10.2</b>	<b>24.2</b>	<b>44.6</b>	<b>19.7</b>	<b>17.8</b>



帰省客が増加した地域を中心に年末商戦が好調、特におせち関連が好調に推移した。クリスマス商戦もケーキの予約注文が好調。乳製品やパン類など、値上げの影響で買上点数の減少傾向はみられるが、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。気温の低下とともに、鍋物、おでん関連の練り物、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。納豆や漬物などの和日配は好不調の判断が分かれている。

#### 6. 一般食品：7.7（やや好調）

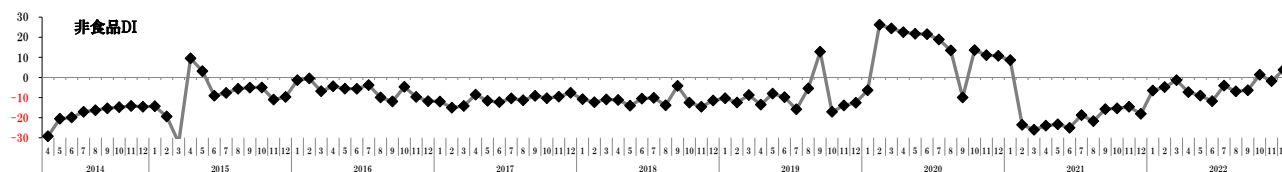
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	5.4	31.5	33.9	25.0	4.2	-2.2
<b>一般食品（当月）</b>	<b>3.2</b>	<b>18.6</b>	<b>33.3</b>	<b>34.0</b>	<b>10.9</b>	<b>7.7</b>



餅や調味料など、正月商材の動きがよかった。値上げによる販売数量減の影響を受けているが、単価の上昇により売上高を確保した店舗も多い。気温の低下に伴い鍋物用のつゆ、カレーやシチュー、麺類やパスタなどのホットメニューは好調に推移した。菓子類も大型パックの動きがよかった。米類は引き続き相場安が続く中で買上点数は伸びず、不調が続いている。値上がり後低迷していた食用油には回復傾向がみられた。酒類ではビールを中心に動きがよかった。

## 7. 非食品 DI：3.8（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）	7.9	26.2	38.4	20.1	7.3	-1.8
非食品（当月）	6.0	21.2	34.4	28.5	9.9	3.8



マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品は前年に続き低調。気温の低下によりカセットボンベなどの動きがよかった店舗も。値上げが相次いでいる洗剤などの家庭用品は前年並みの販売を確保した店舗もみられるが、トイレトペーパー、キッチンペーパーなど紙製品も、値上げの影響を受けて不調。全般的に、値上げの影響を受けてドラッグストアなど競合業態への流出が一層強まったとのコメントも寄せられている。

### 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～

### 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

### （参考）2022年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 年末商戦、クリスマス商戦好調
2. 前年に比べ内食需要減少
3. 前年に比べ気温が高い

### 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      166社  
 11月実績確報版      178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](mailto:tokei@super.or.jp)