

スーパーマーケット販売統計調査資料

2024年2月実績 速報版

1月実績 確報版

(2024年3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1m²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、瓶缶詰、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3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
 2024年2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	96,903,371	100.0%	105.7%	105.0%
食品合計	89,708,772	92.6%	106.0%	105.2%
生鮮3部門合計	33,810,062	34.9%	105.2%	104.5%
青果	13,252,125	13.7%	105.6%	105.0%
水産	8,729,530	9.0%	106.4%	105.4%
畜産	11,828,408	12.2%	104.0%	103.1%
惣菜	10,188,550	10.5%	106.5%	105.4%
日配	19,491,636	20.1%	106.8%	106.0%
一般食品	26,218,523	27.1%	106.2%	105.5%
非食品	4,939,172	5.1%	100.9%	100.9%
その他	2,255,486	2.3%	105.3%	104.4%

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	13,036,575	43	106.5%	106.5%
関東地方	35,601,270	73	108.0%	107.6%
中部地方	12,172,952	53	107.6%	105.8%
近畿地方	21,682,167	44	103.1%	102.3%
中国・四国地方	9,665,647	34	105.1%	104.8%
九州・沖縄地方	4,744,760	23	101.4%	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	492,497	44	100.1%	101.9%
4~10店舗	4,396,255	86	103.4%	102.9%
11~25店舗	7,810,981	48	105.3%	105.0%
26~50店舗	17,847,808	47	106.2%	105.1%
51店舗以上	66,355,829	45	105.8%	105.1%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	95,331,332
総店舗数 (店舗)	8,378	店舗平均月商 (万円)	11,566
総売場面積 (㎡)	13,983,183	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

2024年3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
 2024年1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	100,189,714	100.0%	102.9%	102.1%
食品合計	91,687,028	91.5%	103.3%	102.4%
生鮮3部門合計	34,859,537	34.8%	102.2%	101.2%
青果	13,697,934	13.7%	103.3%	102.4%
水産	8,993,598	9.0%	103.0%	102.0%
畜産	12,168,005	12.1%	100.3%	99.4%
惣菜	10,866,950	10.8%	104.4%	103.3%
日配	20,465,986	20.4%	103.8%	102.9%
一般食品	25,494,555	25.4%	104.0%	103.2%
非食品	6,426,823	6.4%	99.5%	98.8%
その他	2,075,904	2.1%	97.7%	97.4%

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	13,349,579	43	103.2%	102.8%
関東地方	35,929,503	73	103.6%	102.6%
中部地方	12,412,712	53	104.2%	102.2%
近畿地方	23,418,318	44	101.5%	100.7%
中国・四国地方	9,944,178	34	102.9%	102.5%
九州・沖縄地方	5,135,424	23	101.0%	101.3%

保有店舗数別集計

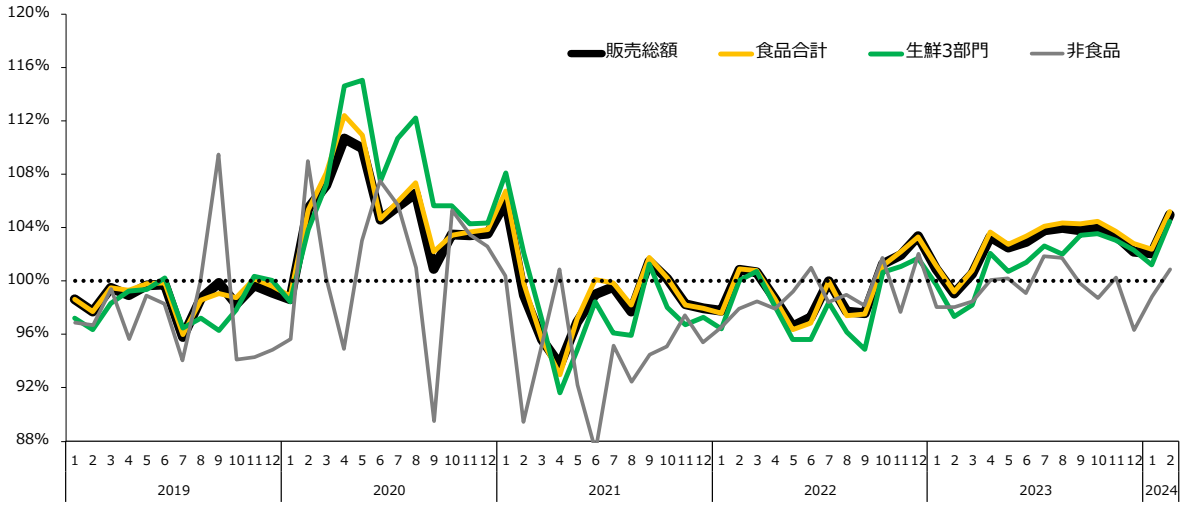
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	494,467	44	96.8%	98.8%
4~10店舗	4,335,107	85	100.5%	100.7%
11~25店舗	8,097,740	49	101.7%	101.7%
26~50店舗	18,120,339	47	102.8%	101.6%
51店舗以上	69,142,061	45	103.2%	102.3%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	98,256,288	
総店舗数 (店舗)	8,379	店舗平均月商 (万円)	11,957	
総売場面積 (㎡)	13,988,806	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.2	

※売上高は税抜金額

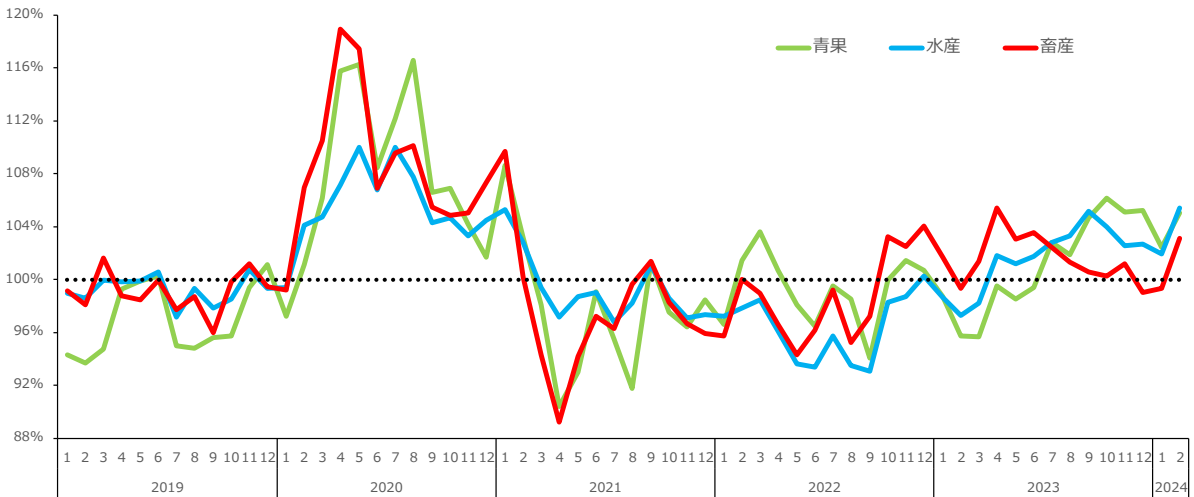
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

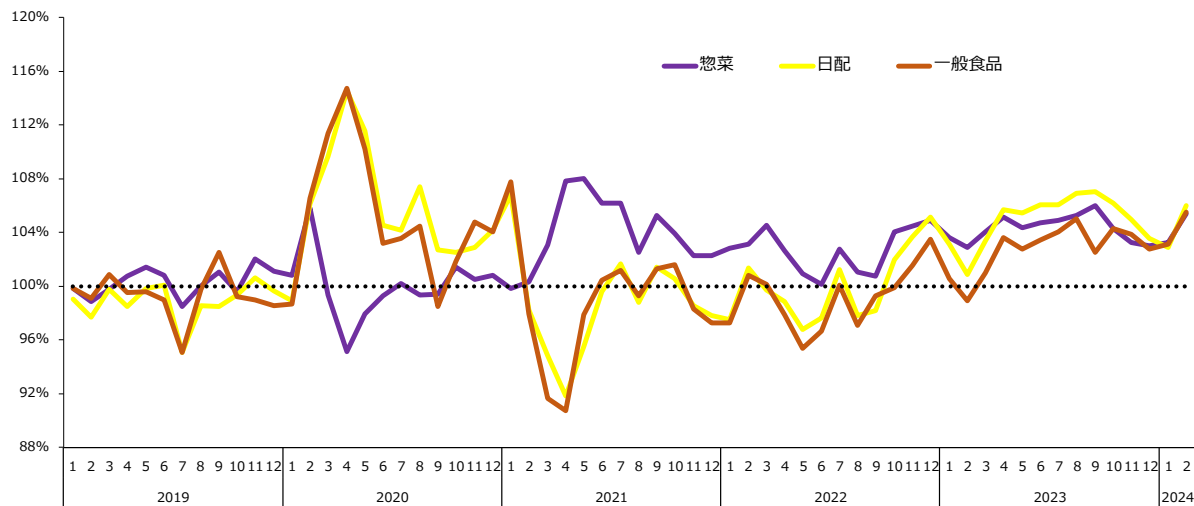
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2024年2月実績は速報版

2024年2月 エリア別気候状況

2月の気温：東日本、西日本ではかなり高かった。北日本では高かった。

上旬：西日本ではかなり高かった。東日本では高かった。

中旬：北日本、東日本、西日本ではかなり高かった。

下旬：北日本では低かった。

2023年2月との比較：中旬は全国的に前年に比べかなり高くなった。

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2024年2月 (今年)			2023年2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	4.8	-1.5	-0.4	0.5	0.2	0.6	4.3	-1.7
太平洋側	0.0	4.9	-1.2	-0.5	0.5	0.2	0.5	4.4	-1.4
東日本 日本海側	0.8	5.1	-0.2	0.8	0.8	-0.2	0.0	4.3	0.0
太平洋側	0.9	5.2	0.1	1.5	1.7	-0.1	-0.6	3.5	0.2
西日本 日本海側	1.8	4.4	0.8	1.5	1.9	-0.5	0.3	2.5	1.3
太平洋側	1.8	4.1	1.0	1.5	1.5	-1.2	0.3	2.6	2.2



2月の日照時間：北日本日本海側、太平洋側では多かった。東日本太平洋側、西日本日本海側、太平洋側ではかなり少なかった。

上旬：北日本日本海側、太平洋側では多かった。西日本太平洋側ではかなり少なかった。

中旬：北日本日本海側、太平洋側、東日本日本海側ではかなり多かった。西日本日本海側では多かった。

下旬：東日本日本海側、西日本日本海側、太平洋側ではかなり少なかった。北日本太平洋側、東日本太平洋側では少なかった。

2023年2月との比較：中旬は日本海側を中心に前年より多くなった地域が多く、下旬は西日本を中心にかなり少なくなった。

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2024年2月 (今年)			2023年2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	121	173	93	97	97	110	24	76	-17
太平洋側	113	124	88	107	98	114	6	26	-26
東日本 日本海側	85	179	47	137	88	117	-52	91	-70
太平洋側	82	101	75	88	98	117	-6	3	-42
西日本 日本海側	72	123	50	108	87	123	-36	36	-73
太平洋側	72	108	62	79	92	123	-7	16	-61



2月の降水量：西日本日本海側、西日本太平洋側ではかなり多かった。東日本太平洋側では多かった。

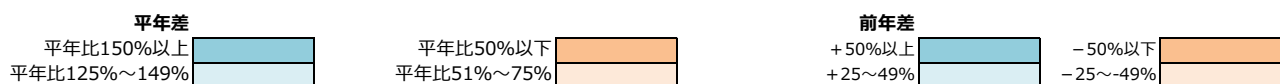
上旬：西日本日本海側、太平洋側ではかなり多かった。東日本太平洋側では多かった。北日本日本海側、太平洋側、東日本日本海側では少なかった。

中旬：西日本日本海側では多かった。

下旬：北日本太平洋側、東日本日本海側、太平洋側、西日本日本海側、太平洋側ではかなり多かった。

2023年2月との比較：上旬は北日本で少なく、西日本で多くなった。下旬は北日本日本海側を除いてかなり多くなった。

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2024年2月 (今年)			2023年2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	72	91	87	109	100	77	-37	-9	10
太平洋側	53	85	219	146	104	34	-93	-19	185
東日本 日本海側	68	89	175	85	115	35	-17	-26	140
太平洋側	221	84	251	167	71	12	54	13	239
西日本 日本海側	185	128	248	119	150	22	66	-22	226
太平洋側	224	94	264	147	92	41	77	2	223



気象庁ホームページ「2024年2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3月調査結果（2月実績）

（2024年3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

3月調査（2月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は50台を回復

2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+2.1の51.0となり、再び好不調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+0.7の47.9と小幅に改善した。

経営動向調査では、うるう年の恩恵もあり、売上高DI、収益DI共に前月より大幅に上昇した。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIは前月と同様の高水準を維持した。客単価DIは前月水準を維持し、来客数DIは前月より上昇し、2020年3月以来のプラス圏となった。

カテゴリー動向調査では、うるう年で営業日数が1日多い恩恵を受けて、すべてのカテゴリーDIがプラスとなった。生鮮相場の落ち着きにより、青果や水産では販売数量が堅調に推移した。節約志向による内食需要の高止まりも背景に、日配や一般食品カテゴリーにおいても堅調な動向となった。（最終ページに詳細掲載）

景況感調査では、景気判断現状判断DIが小幅に改善し、他のDIは前月に引き続き高水準を維持している。（長期傾向はP11参照）

2月はうるう年の恩恵、内食需要の高止まりも追い風に好調な販売動向となった。記録的な暖冬で降雪量もかなり少ない一方で急に冷え込む日もあり、品揃えやメニュー提案に苦心したとの声も多く寄せられた。生鮮相場を中心に価格が安定し、販売数量に増加傾向がみられた。節分は土曜日となり、恵方巻の販売は概ね好調に推移するも、立地や規模により実績差がみられた。一品単価の上昇と販売数量減の流れに反転の兆しも見られ始めており、各社では販売数量回復に向けた来客数確保の動きが激しくなると予想される。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：51.0 (+2.1)
前月：48.9

消費者購買意欲DI
当月：49.0 (-0.2)
前月：49.2

周辺地域 競合状況DI
当月：46.4 (+1.0)
前月：45.4

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：48.6 (-1.0)
前月：49.6

見通し判断

景気判断DI
当月：47.9 (+0.7)
前月：47.2

消費者購買意欲DI
当月：47.4 (+0.6)
前月：46.8

周辺地域 競合状況DI
当月：44.9 (+1.1)
前月：43.8

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：47.2 (-1.5)
前月：48.7

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：13.4 (+8.9)
前月：4.5

客単価DI
当月：12.6 (+1.7)
前月：10.9

来客数DI
当月：3.0 (+6.1)
前月：-3.1

収益DI
当月：13.1 (+6.5)
前月：6.6

販売価格DI
当月：19.0 (-1.0)
前月：20.0

生鮮品仕入原価DI
当月：16.4 (+0.5)
前月：15.9

食品仕入原価DI
当月：20.3 (+2.1)
前月：18.2

カテゴリー動向

青果DI
当月：12.9 (+4.2)
前月：8.7

水産DI
当月：12.1 (+7.1)
前月：5.0

畜産DI
当月：6.6 (+13.4)
前月：-6.8

惣菜DI
当月：16.0 (+2.5)
前月：13.5

日配DI
当月：14.5 (+6.6)
前月：7.9

一般食品DI
当月：13.0 (+5.5)
前月：7.5

非食品DI
当月：6.5 (+9.0)
前月：-2.5

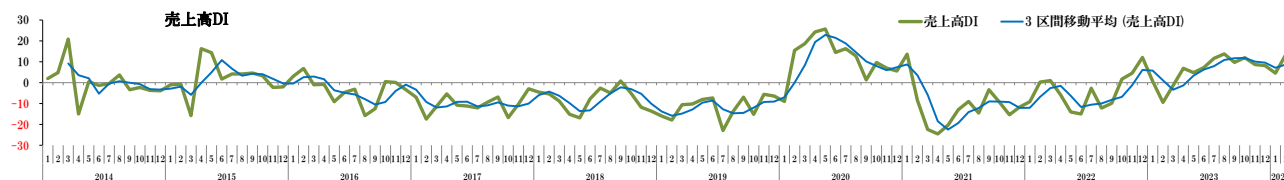
※DI値は前年同月との比較 / ()内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月から大きく上昇、プラス圏を二桁に拡大

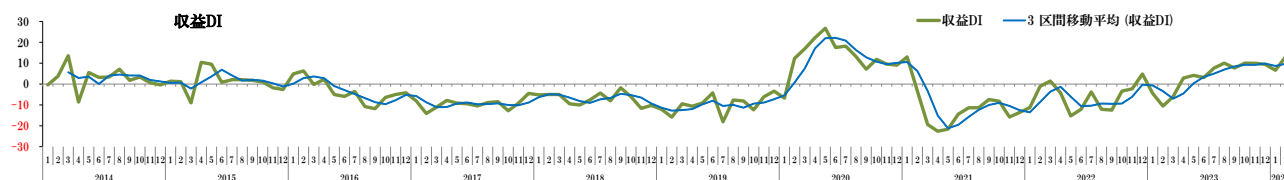
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	4.0	21.0	35.2	32.4	7.4	4.5
売上高 (当月)	3.5	9.7	31.9	39.6	15.3	13.4



2. 収益DI

前月から大きく上昇、プラス圏を二桁に拡大

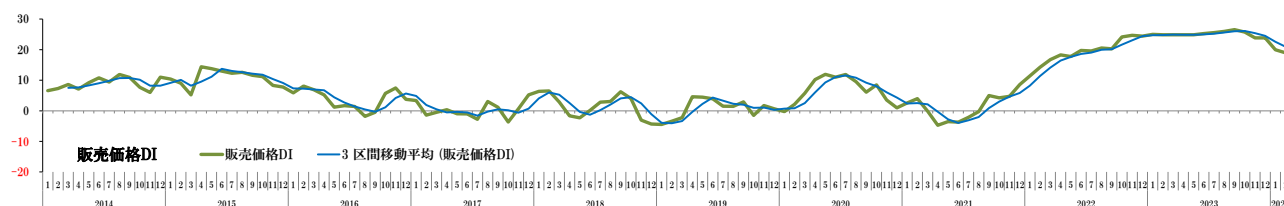
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	3.4	20.7	32.2	33.3	10.3	6.6
収益 (当月)	2.1	11.3	33.3	38.3	14.9	13.1



3. 販売価格DI

前月から横ばい推移、引き続き高水準で推移

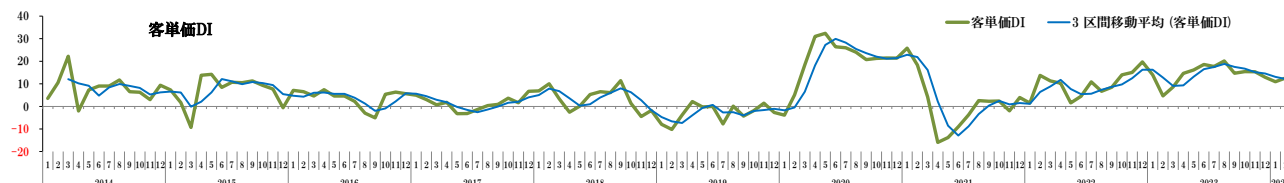
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	0.6	25.9	64.4	8.6	20.0
販売価格 (当月)	0.0	1.4	25.5	68.8	4.3	19.0



4. 客単価DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準を維持

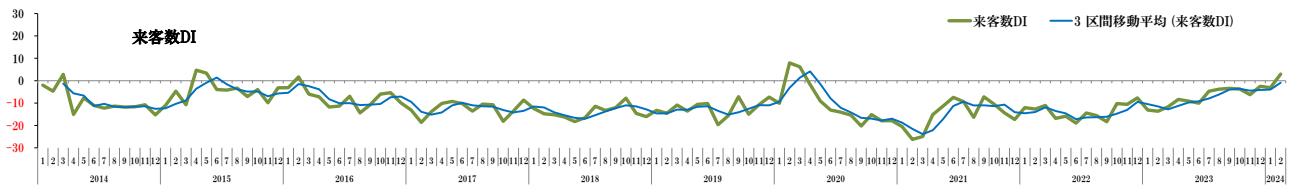
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.7	9.7	33.5	53.4	1.7	10.9
客単価 (当月)	0.7	9.1	32.9	53.8	3.5	12.6



5. 来客数 DI

前月から上昇し、2020年以来のプラス圏に浮上

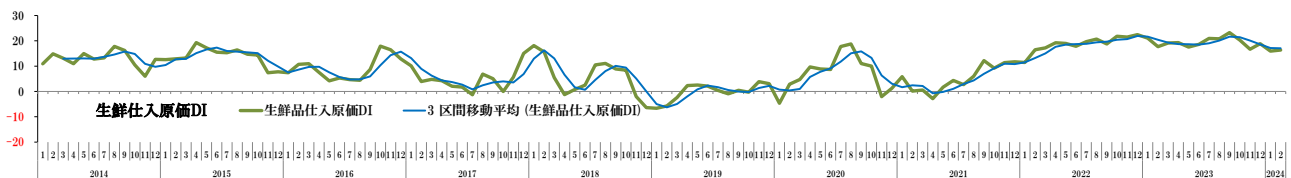
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	5.1	33.5	33.0	25.6	2.8	-3.1
来客数 (当月)	3.5	27.3	30.1	32.2	7.0	3.0



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から横ばい推移、二桁プラス水準

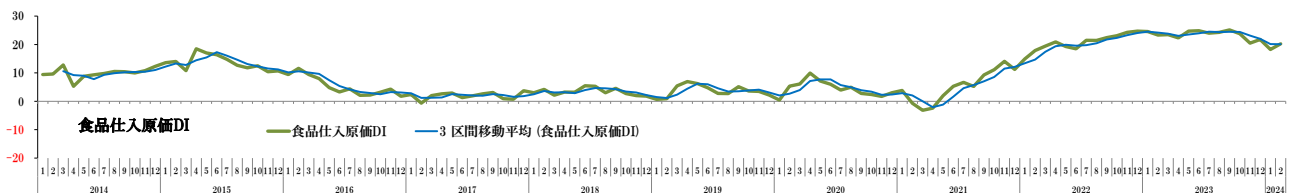
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	4.7	32.7	56.7	5.8	15.9
生鮮仕入原価 (当月)	0.7	2.9	34.5	54.0	7.9	16.4



7. 食品仕入原価 DI

前月から上昇、34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)	1.2	4.1	25.9	58.2	10.6	18.2
食品仕入原価 (当月)	0.7	3.6	20.4	64.2	10.9	20.3

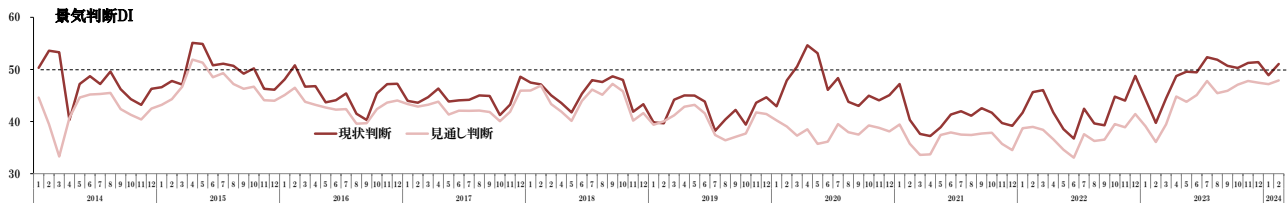


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断 DI が小幅に改善、再び 50 を上回る

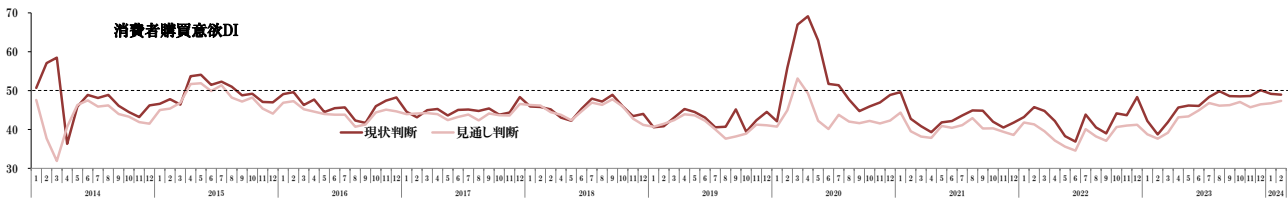
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	1.7	15.2	69.7	12.9	0.6	48.9
【現状】景況判断 (当月)	0.7	9.1	75.5	14.7	0.0	51.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	1.7	19.8	67.2	10.7	0.6	47.2
【見通し】景況判断 (当月)	0.7	18.2	69.9	11.2	0.0	47.9



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準で推移

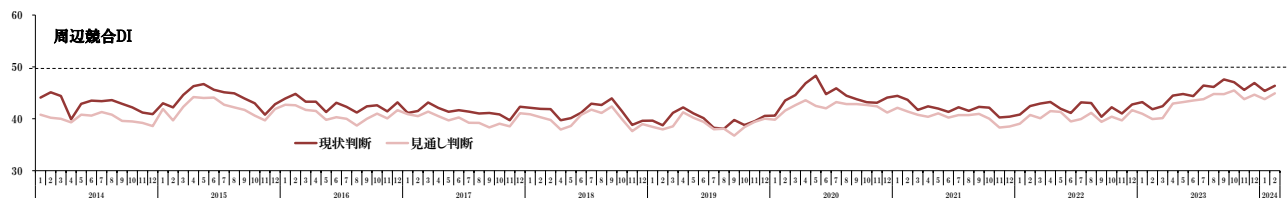
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.1	16.3	68.0	14.0	0.6	49.2
【現状】購買意欲 (当月)	0.7	16.0	70.1	13.2	0.0	49.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.1	20.3	69.5	8.5	0.6	46.8
【見通し】購買意欲 (当月)	0.7	18.9	70.6	9.8	0.0	47.4



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準で推移

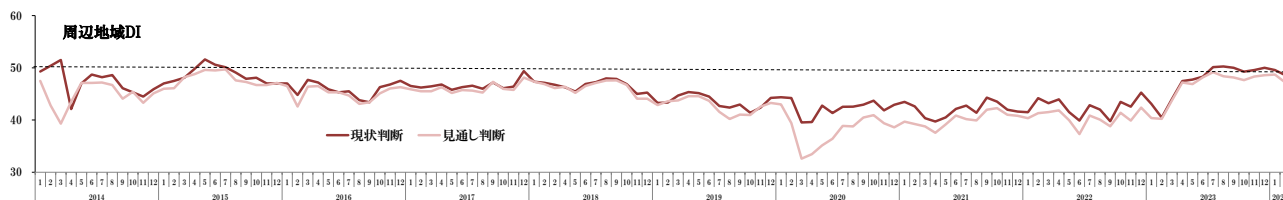
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	2.8	15.7	78.7	2.8	0.0	45.4
【現状】競合状況 (当月)	1.4	14.6	81.9	1.4	0.7	46.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	5.1	18.1	73.4	3.4	0.0	43.8
【見通し】競合状況 (当月)	2.1	18.3	77.5	2.1	0.0	44.9



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)	1.1	7.3	84.2	6.8	0.6	49.6
【現状】地域景気(当月)	0.7	9.8	84.6	4.2	0.7	48.6
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)	1.1	10.2	81.8	6.3	0.6	48.7
【見通し】地域景気(当月)	0.7	14.7	80.4	3.5	0.7	47.2

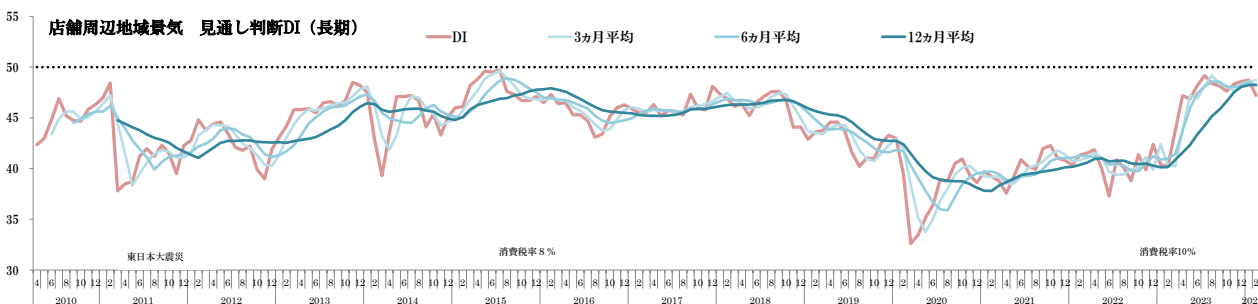
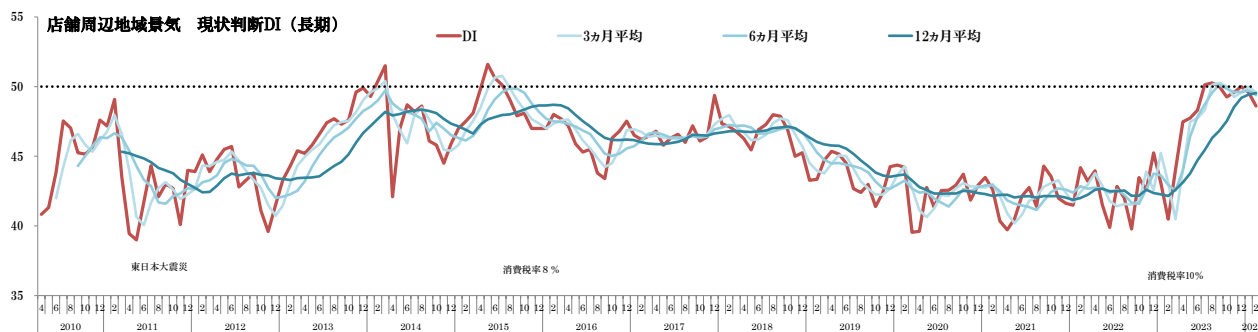


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

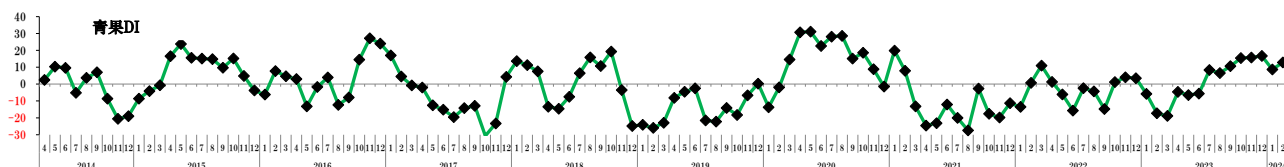
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。その後23年3月以降は改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破した。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：12.9（好調）

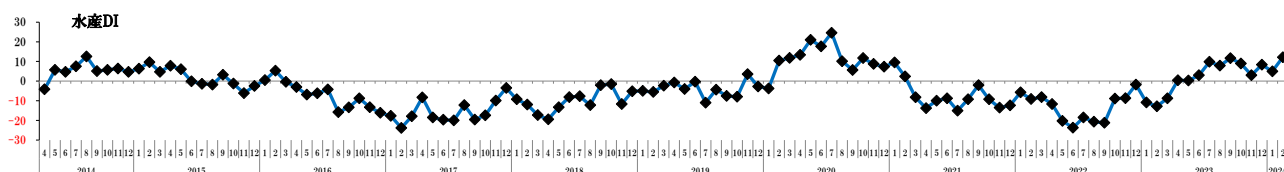
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	1.7	20.3	30.8	35.5	11.6	8.7
青果（当月）	0.7	17.4	27.5	38.4	15.9	12.9



玉ねぎなどの土物類は前年相場安との比較で大幅に単価増となり好調となった。暖冬の影響を受けた地域では白菜やネギ、キノコなどの鍋関連野菜が伸び悩んだ。前年不作により不調だった豆類は売上が回復した。サラダ関連は単価が落ち着き、好不調が分かれた。国産果実は全般的に相場高傾向が続くなか、みかんをはじめとする柑橘類が好調だが、イチゴは好不調の判断が分かれ、りんごは高値で不調とするコメントが多い。輸入果物では前月に引き続きバナナの動きがよかった。

2. 水産DI：12.1（好調）

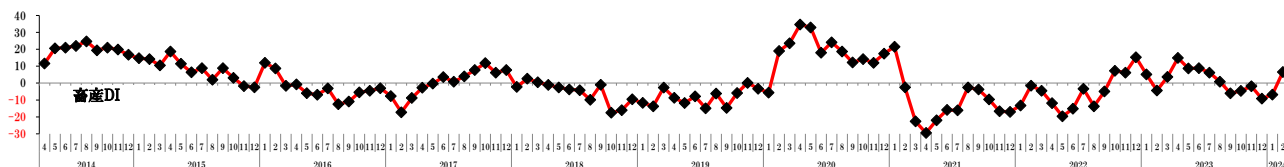
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	2.9	24.6	31.0	32.7	8.8	5.0
水産（当月）	1.4	18.1	27.5	36.2	16.7	12.1



入荷が安定、相場が落ち着き、販促しやすい環境とする回答が多く、気温が高めに推移したためマグロを中心とした刺身類が好調、ブリ、サーモンなどが販売しやすい価格で好調、かに類、塩干類も順調に推移した店舗が多い。暖冬の影響を受け、タラをはじめとする鍋関連商材、カキなどの貝類は伸び悩んだとのコメントが多い。曜日巡りのよかった恵方巻関連は好調に推移した。

3. 畜産DI：6.6（やや好調）

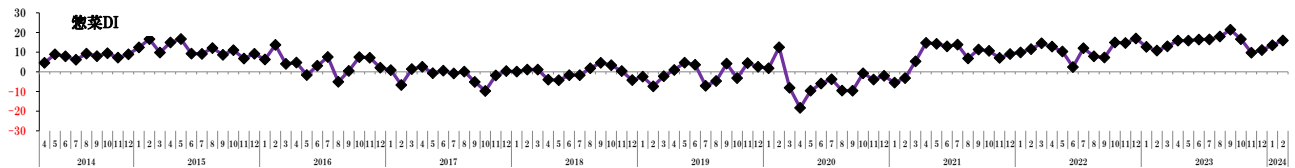
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	5.9	40.8	30.2	20.7	2.4	-6.8
畜産（当月）	2.2	21.2	32.8	35.8	8.0	6.6



価格が安定している豚肉や鶏肉への需要シフトが継続しているものの、全体的に前年に比べ相場に落ち着きがみられはじめ、うるう年の恩恵もあり販売は好調となった。豚肉は国産相場が安定し、小間切れやひき肉など普段使いの商材を中心に売上が回復。前年鳥インフルエンザからの反動もあり、鶏肉も引き続き好調に推移した。気温が高めに推移した地域を中心に、鍋関連の需要は前年との気温差で好不調がわかれた。牛肉は回復傾向がみられた店舗もあったが、全般的に伸び悩んだ。加工肉は、引き続き動きが鈍い。

4. 惣菜DI：16.0（好調）

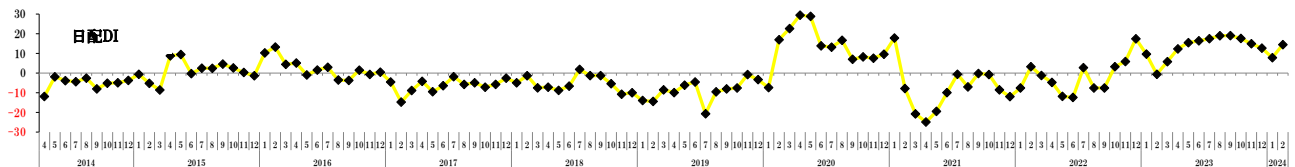
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.4	13.1	26.8	43.5	14.3	13.5
惣菜（当月）	2.9	10.3	25.7	41.9	19.1	16.0



節分が土曜日となり、恵方巻関連は予約販売を含め概ね好調に推移した。天ぷら、コロッケなどの揚げ物類は引き続き好調。単価アップの米飯類、おかず類の動きもよかった。インスタアベーカーやサンドイッチなど、パン類の動きも良い。サラダ関連は、青果相場の落ち着きの影響を受け伸び悩んだ。新メニューやイベントの開催により、成果をあげたというコメントが多かった。3連休が2回あり、行楽需要が伸びた店舗も。

5. 日配DI：14.5（好調）

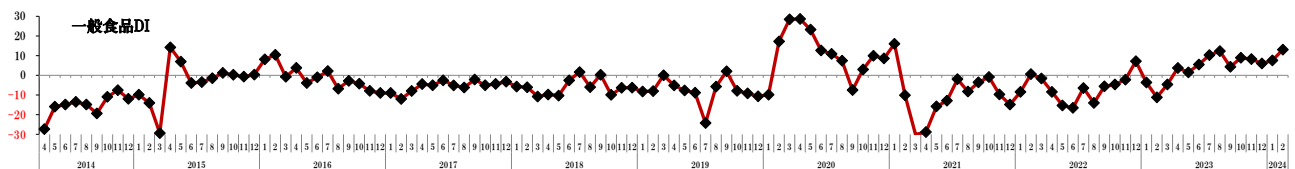
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	0.6	19.3	37.4	33.3	9.4	7.9
日配（当月）	0.7	10.1	33.3	42.0	13.8	14.5



値上げの影響により単価上昇が続く一方で、買上点数の減少は抑えられ、好調な動向が続いている。価格再改定のあったパン類、牛乳など乳製品も堅調に推移した。乳酸菌飲料やヨーグルト類の動きがよい。鶏卵は、やや相場の高い状況が継続し好調。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は引き続き堅調に推移した。暖冬で、鍋関連の水物や練物など和日配は伸び悩んだ地域が多かった。

6. 一般食品：13.0（好調）

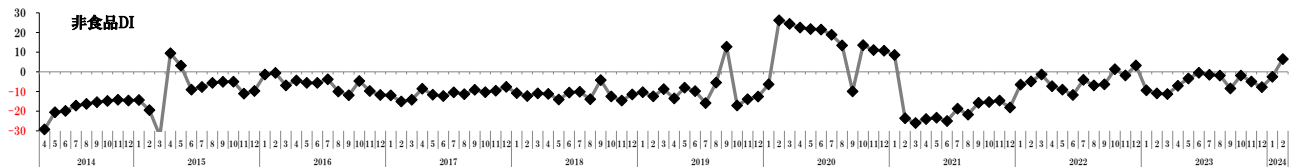
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	2.4	19.5	33.7	34.3	10.1	7.5
一般食品（当月）	1.4	13.0	31.2	40.6	13.8	13.0



全般的に販売価格上昇による単価増、うるう年により好調とのコメントが多い。気温が高めに推移した地域が多く、飲料、果汁飲料が好調に推移した。調味料や菓子類などは堅調に推移、比較的値ごろな米類は節約志向も受けて好調。食用油は値上げの影響が一巡し回復傾向がみられた。千葉での群発地震により、水、レトルト、缶詰など備蓄品の需要が高まった店舗もみられた。暖冬の影響で、鍋つゆやスープ、シチュー、コーヒーなどのホットメニューは地域により好不調が分かれた。バレンタイン商戦は年々縮小傾向。

7. 非食品DI：6.5（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
非食品（前月）	9.2	25.8	37.4	20.9	6.7	-2.5
非食品（当月）	3.7	19.4	36.6	27.6	12.7	6.5



単価が上昇したトイレトペーパー・キッチンペーパーなど紙製品が引き続き好調に推移した。ペットフード、ラップやホイルなども単価上昇により好調とのコメントが多い。一方で、マスクやハンドソープ、除菌関連など衛生用品は需要低下傾向が続くなか、花粉対策でマスクには回復傾向がみられた。家庭用洗剤は値上げで単価が上昇した一方、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3月調査（2月実績）キーワードTOP3

1. うるう年により営業日が多い
2. 生鮮相場価格に落ち着き
3. 内食需要堅調

（参考）2023年3月調査（2月実績）キーワードTOP3

1. 値上げ等による節約志向の高まり、販売数量減
2. 前年まん延防止等重点措置からの反動による内食需要減
3. 気温上昇による冬物商材の伸び悩み

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

2月実績速報版 144社
 1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