

スーパーマーケット販売統計調査資料

2019年12月実績 速報版(パネル270)

11月実績 確報版(パネル270)

2019年 年間集計 速報版

(2020年1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

※2016年4月実績よりパネル対象企業変更(275社→270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・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 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

2020年1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
 2019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	105,549,262	100.0%	100.3%	99.0%
食品合計	94,684,579	89.7%	100.8%	99.5%
生鮮3部門合計	36,898,371	35.0%	101.3%	99.8%
青果	13,817,357	13.1%	102.1%	100.8%
水産	10,547,389	10.0%	100.7%	99.1%
畜産	12,533,626	11.9%	100.8%	99.3%
惣菜	10,563,079	10.0%	102.2%	101.1%
日配	19,502,580	18.5%	101.4%	99.9%
一般食品	27,720,549	26.3%	99.3%	98.3%
非食品	7,706,519	7.3%	96.3%	94.6%
その他	3,158,217	3.0%	96.7%	95.7%

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	15,517,714	43	100.0%	98.6%
関東地方	39,233,733	73	100.7%	99.8%
中部地方	13,182,628	53	100.6%	99.5%
近畿地方	21,285,242	44	99.8%	98.5%
中国・四国地方	10,420,402	34	99.8%	98.4%
九州・沖縄地方	5,909,544	23	100.1%	97.9%

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	754,514	45	94.1%	95.9%
4~10店舗	5,128,517	79	97.7%	98.8%
11~25店舗	12,162,092	59	100.5%	99.7%
26~50店舗	19,015,607	43	99.9%	98.6%
51店舗以上	68,488,534	44	100.6%	99.1%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	103,309,841
総店舗数 (店舗)	8,020	店舗平均月商 (万円)	13,161
総売場面積 (㎡)	13,315,412	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

2020年1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
 2019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	86,895,939	100.0%	100.8%	99.7%
食品合計	78,496,317	90.3%	101.3%	100.2%
生鮮3部門合計	30,013,233	34.5%	101.5%	100.4%
青果	11,793,525	13.6%	100.4%	99.4%
水産	7,542,046	8.7%	102.2%	100.8%
畜産	10,677,662	12.3%	102.4%	101.2%
惣菜	8,931,184	10.3%	103.2%	102.1%
日配	17,151,117	19.7%	102.0%	100.6%
一般食品	22,400,783	25.8%	99.7%	99.0%
非食品	6,081,692	7.0%	95.5%	94.3%
その他	2,317,978	2.7%	98.6%	97.9%

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	11,885,931	43	101.8%	100.6%
関東地方	32,235,780	73	101.3%	100.4%
中部地方	10,671,969	53	101.5%	99.6%
近畿地方	18,822,429	44	99.2%	98.4%
中国・四国地方	8,629,381	34	100.3%	99.0%
九州・沖縄地方	4,650,449	23	100.6%	98.5%

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	607,727	45	95.1%	96.9%
4~10店舗	4,160,931	79	98.2%	99.4%
11~25店舗	9,266,080	58	100.1%	99.3%
26~50店舗	15,417,065	44	100.9%	99.6%
51店舗以上	57,444,137	44	101.1%	99.8%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	84,192,994	
総店舗数 (店舗)	8,020	店舗平均月商 (万円)	10,835	
総売場面積 (㎡)	13,327,526	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

2020年1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 2019年 年間実績（パネル270）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	1,078,803,355	100.0%	99.9%	98.7%
食品合計	965,397,077	89.5%	100.1%	98.9%
生鮮3部門合計	365,865,156	33.9%	99.4%	98.2%
青果	147,333,623	13.7%	98.0%	96.9%
水産	94,233,520	8.7%	100.5%	99.2%
畜産	124,298,013	11.5%	100.4%	99.0%
惣菜	110,453,682	10.2%	101.6%	100.3%
日配	209,576,340	19.4%	100.2%	98.8%
一般食品	279,501,899	25.9%	100.2%	99.2%
非食品	77,955,378	7.2%	98.5%	97.8%
その他	35,450,899	3.3%	99.4%	98.3%

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	149,530,388	43	99.8%	98.7%
関東地方	399,585,216	73	100.3%	99.1%
中部地方	133,057,983	53	100.2%	98.9%
近畿地方	230,671,295	44	99.4%	98.3%
中国・四国地方	107,221,525	34	99.2%	98.2%
九州・沖縄地方	58,736,948	23	99.6%	98.6%

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	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
1～3店舗	7,560,904	45	94.3%	94.6%
4～10店舗	46,723,337	73	98.1%	98.0%
11～25店舗	118,238,828	63	98.5%	98.4%
26～50店舗	195,346,797	45	99.8%	98.7%
51店舗以上	710,933,489	44	100.3%	98.9%

※保有店舗数カテゴリーは2019年1月時点での保有店舗数による分類

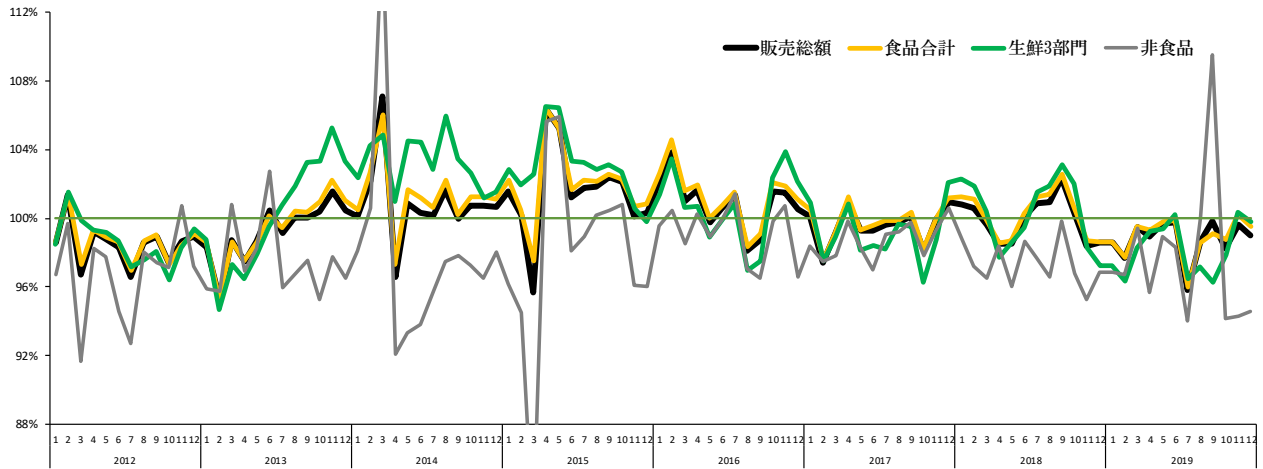
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,047,326,434
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

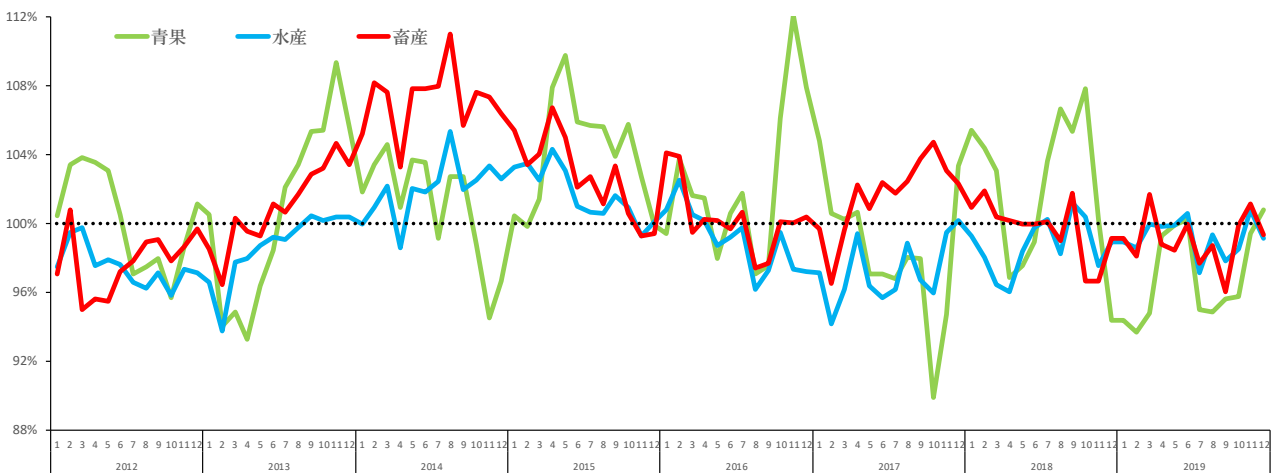
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計(パネル270) 既存店前年同月比推移 2012年1月～

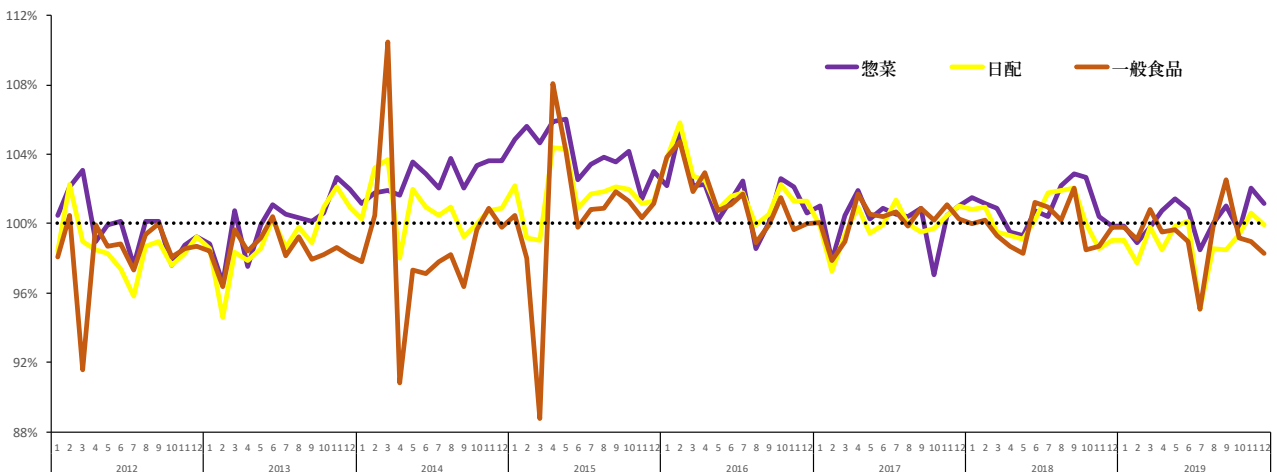
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2019年12月実績は速報値

2019年12月エリア別気候状況

気温の特徴：東・西日本でかなり高く、沖縄・奄美で高かった

上旬：北・西日本と沖縄・奄美で低く、東日本で平年並だった。

中旬：全国的にかなり高かった。

下旬：東日本と沖縄・奄美ではかなり高く、西日本で高かった。

2018年12月との比較：上旬は全国的にかなり低く、中旬以降は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)		
	2019年12月			2018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	-1.3	2.8	-0.9	-0.6	0.5	0.3	-0.7	2.3	-1.2
東北地方	-0.7	2.0	0.7	0.2	0.0	-0.4	-0.9	2.0	1.1
関東甲信地方	0.2	2.6	1.5	2.7	-0.1	0.4	-2.5	2.7	1.1
北陸地方	-0.2	2.4	2.1	1.3	0.3	0.0	-1.5	2.1	2.1
東海地方	0.4	2.9	2.0	2.7	0.4	0.5	-2.3	2.5	1.5
近畿地方	-0.2	2.0	1.9	2.3	0.3	0.6	-2.5	1.7	1.3
中国地方	-0.2	1.9	1.7	1.8	0.1	0.4	-2.0	1.8	1.3
四国地方	-0.2	2.2	1.9	2.2	0.5	0.8	-2.4	1.7	1.1
九州北部	-0.2	2.9	1.5	2.3	0.5	0.6	-2.5	2.4	0.9
九州南部・奄美地方	-0.7	2.9	2.0	2.7	0.7	0.8	-3.4	2.2	1.2

平年差

+2°C以上
+1°C以上

-2°C以上
-1°C以上

前年差

+2°C以上
+1°C以上

-2°C以上
-1°C以上

日照時間の特徴：東日本太平洋側、西日本の日照時間はかなり少なかった

上旬：沖縄・奄美ではかなり少なく、東日本太平洋側と西日本で少なかった。

中旬：沖縄・奄美でかなり多く、東・西日本日本海側が多かった。

下旬：西日本ではかなり少なく、東日本太平洋側で少なかった。

2018年12月との比較：中旬までは全国的に前年よりやや多い日照時間となった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2019年12月			2018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	92	74	88	89	93	82	3	-19	6
東北地方	108	118	118	108	98	104	0	20	14
関東甲信地方	82	89	75	65	94	94	17	-5	-19
北陸地方	103	140	114	66	95	81	37	45	33
東海地方	83	89	77	62	86	86	21	3	-9
近畿地方	87	91	84	62	77	86	25	14	-2
中国地方	79	102	76	57	66	89	22	36	-13
四国地方	88	100	71	45	84	92	43	16	-21
九州北部	82	89	75	49	75	101	33	14	-26
九州南部・奄美地方	85	110	68	40	83	92	45	27	-24

平年差

平年比150%以上
平年比125%~149%

平年比50%以下
平年比51%~75%

前年差

+50%以上
+25~49%

-50%以下
-25~-49%

降水量の特徴：日本海側の降雪量は記録的に少なかった

上旬：沖縄・奄美ではかなり多く、北・東日本日本海側、西日本で多かった。

中旬：東日本日本海側ではかなり少なく、北日本、西日本日本海側で少なかった。

下旬：西日本ではかなり多く、北・東日本太平洋側と沖縄・奄美で多かった。

2018年12月との比較：上旬から中旬はやや少なくなり、下旬はかなり多い降水量となった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2019年12月			2018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	107	75	59	136	88	64	-29	-13	-5
東北地方	62	74	122	123	129	53	-61	-55	69
関東甲信地方	110	50	221	90	189	25	20	-139	196
北陸地方	108	48	64	101	98	0	7	-50	64
東海地方	141	68	232	96	253	103	45	-185	129
近畿地方	94	49	256	117	218	94	-23	-169	162
中国地方	107	98	168	214	0	81	-107	98	87
四国地方	139	33	345	167	172	122	-28	-139	223
九州北部	201	62	273	183	0	60	18	62	213
九州南部・奄美地方	104	59	370	231	130	143	-127	-71	227

平年差

平年比150%以上
平年比125%~149%

平年比50%以下
平年比51%~75%

前年差

+50%以上
+25~49%

-50%以下
-25~-49%

気象庁ホームページ・報道発表資料「12月の気候」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

2020年1月調査結果（12月実績）
（2020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 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

景気判断DI 現状判断は2か月連続の改善も、見通し判断は小幅に悪化

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+1.0の44.6、見通し判断は前月から-0.5の41.3と現状は2か月連続で改善するも、見通し判断は小幅に悪化をみせた。

経営動向調査では、収益DIがマイナス幅を縮小したものの、売上高DIは前月水準の-6.1となった。来客数DIが小幅に上昇したものの、客単価DIが下落したことが影響している。食品仕入原価DI、生鮮品仕入原価共にプラス圏で推移しており、販売価格DIは1.3と小幅にプラスとなった。

カテゴリ動向調査では、前年の青果相場安から回復した青果DIが-0.3まで上昇し、惣菜DIも1.9とプラス圏を維持した。酒類が不振の一般食品は-11.2と低迷している。（カテゴリ動向については最終ページに詳細を掲載）

景況感調査は現状判断で改善傾向がみられており、3ヵ月移動平均は上向きに推移している。一方で見通し判断には慎重な見方が続いており、現状と見通しの乖離幅が拡大している。（長期傾向についてはp11参照）

12月は暖冬の影響を受け冬物商材を中心に伸び悩んだ。祝日の減少やクリスマスが平日となるなどマイナス要素が多かった月だが、年末商戦が高額商品を中心に比較的好調であったことが支えとなった。年々ハレの日の曜日巡りが需要に与える影響が大きくなっており、少人数用やメリハリ消費が顕著になっている。消費低迷の長期化が懸念されるなか、多様化する食品ニーズへの対応力が求められる。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月： 44.6 (+1.0) 前月：43.6	消費者購買意欲DI 当月： 44.2 (+1.8) 前月：42.4	周辺地域 競合状況DI 当月： 40.6 (+1.1) 前月：39.5	店舗周辺地域 景気判断DI 当月： 44.0 (+1.6) 前月：42.4
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月： 41.3 (-0.5) 前月：41.8	消費者購買意欲DI 当月： 40.6 (-0.6) 前月：41.2	周辺地域 競合状況DI 当月： 40.2 (+0.8) 前月：39.4	店舗周辺地域 景気判断DI 当月： 43.2 (+0.6) 前月：42.6
--	---	---	---

経営動向調査 経営状況

売上高DI 当月： -6.1 (-0.5) 前月： -5.6	客単価DI 当月： -2.1 (-3.5) 前月：1.4	来客数DI 当月： -7.6 (+3.2) 前月： -10.8	
収益DI 当月： -2.5 (+3.6) 前月： -6.1	販売価格DI 当月： 1.3 (-0.4) 前月：1.7	生鮮品仕入原価DI 当月： 4.3 (+0.4) 前月：3.9	食品仕入原価DI 当月： 2.8 (-0.7) 前月：3.5

カテゴリ動向

青果DI 当月： -0.3 (+6.4) 前月： -6.7	水産DI 当月： -2.4 (-6.0) 前月：3.6	畜産DI 当月： -3.0 (-3.1) 前月：0.1	
惣菜DI 当月： 1.9 (-2.6) 前月：4.5	日配DI 当月： -3.5 (-2.8) 前月： -0.7	一般食品DI 当月： -11.2 (-2.0) 前月： -9.2	非食品DI 当月： -11.1 (+2.8) 前月： -13.9

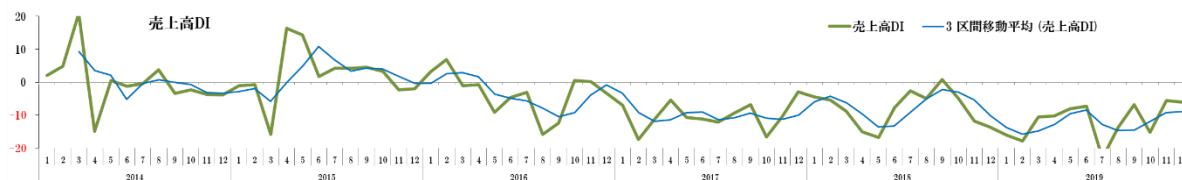
※DI 値は前年同月との比較 / () 内は前月 DI からの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

マイナス圏での横ばい推移

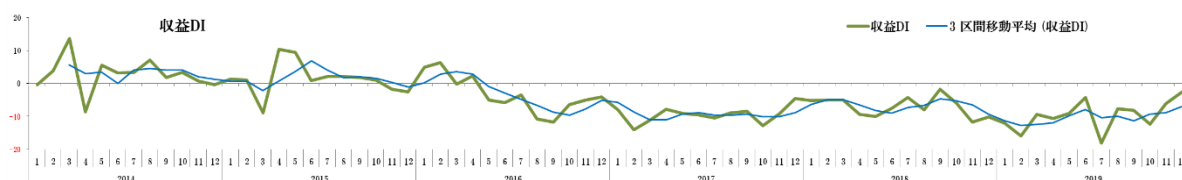
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	10.3	34.3	25.7	26.9	2.9	-5.6
売上高 (当月)	9.0	32.9	34.8	20.0	3.2	-6.1



2. 収益DI

やや上昇基調もマイナス圏での推移

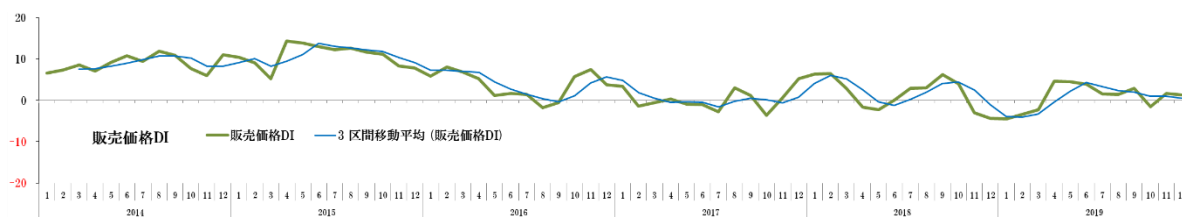
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	7.0	35.5	36.6	16.9	4.1	-6.1
収益 (当月)	5.3	29.8	37.7	23.8	3.3	-2.5



3. 販売価格DI

わずかなプラス圏で横ばい推移

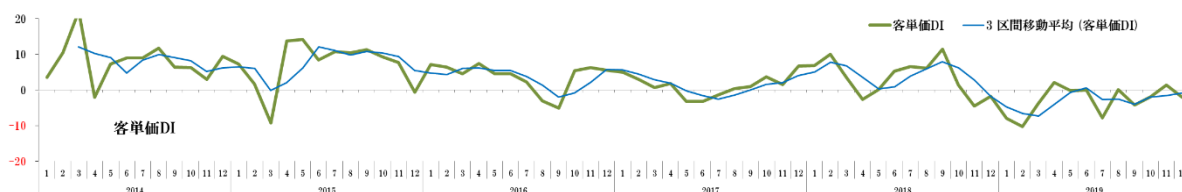
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	13.1	66.3	18.9	1.1	1.7
販売価格 (当月)	1.3	12.9	65.8	19.4	0.6	1.3



4. 客単価DI

小幅に下落し再びマイナス圏に

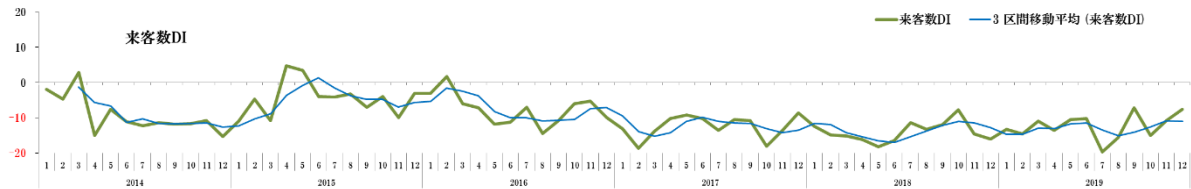
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	2.3	22.9	43.4	29.7	1.7	1.4
客単価 (当月)	1.9	29.0	44.5	24.5	0.0	-2.1



5. 来客数 DI

マイナス幅をやや縮小も低迷が続く

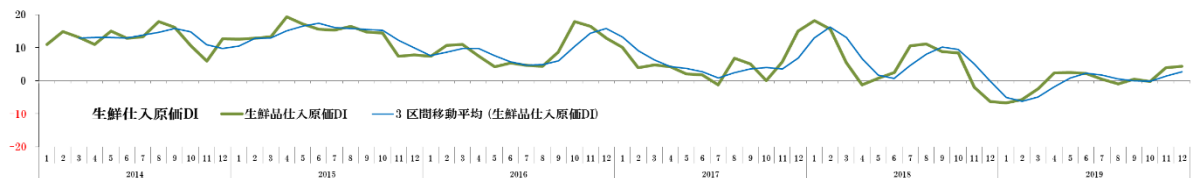
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	11.5	38.5	33.3	14.9	1.7	-10.8
来客数 (当月)	8.4	39.4	29.7	19.4	3.2	-7.6



6. 生鮮仕入原価 DI

5か月連続でプラス圏を維持

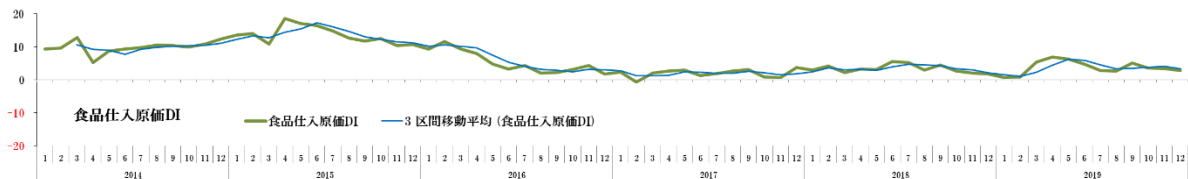
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.6	15.5	54.8	26.2	3.0	3.9
生鮮仕入原価 (当月)	1.3	12.0	54.7	32.0	0.0	4.3



7. 食品仕入原価 DI

プラス圏で底堅い推移が続く

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
食品仕入原価 (前月)	2.9	9.9	58.7	27.3	1.2	3.5
食品仕入原価 (当月)	2.6	9.9	61.6	25.2	0.7	2.8

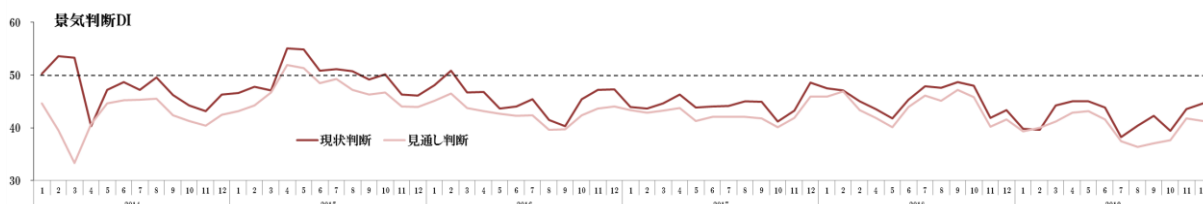


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景気判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断は改善傾向も、見通し判断はわずかに悪化

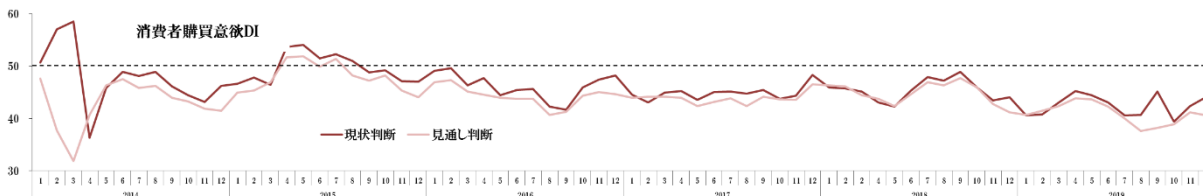
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	3.4	33.5	49.4	12.5	1.1	43.6
【現状】景気判断 (当月)	3.9	26.6	57.1	11.7	0.6	44.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	3.4	36.4	50.0	10.2	0.0	41.8
【見通し】景気判断 (当月)	3.2	33.5	58.1	5.2	0.0	41.3



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は改善傾向も、見通し判断はわずかに悪化

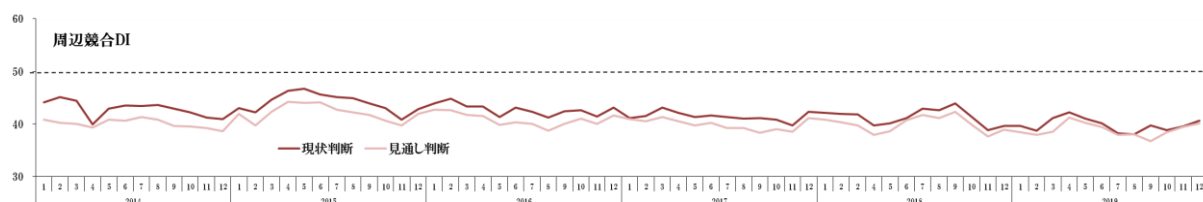
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	2.8	29.9	63.3	2.8	1.1	42.4
【現状】購買意欲 (当月)	1.9	29.0	60.0	8.4	0.6	44.2
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.8	32.8	61.0	3.4	0.0	41.2
【見通し】購買意欲 (当月)	2.6	34.8	60.0	2.6	0.0	40.6



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通しともにわずかに改善

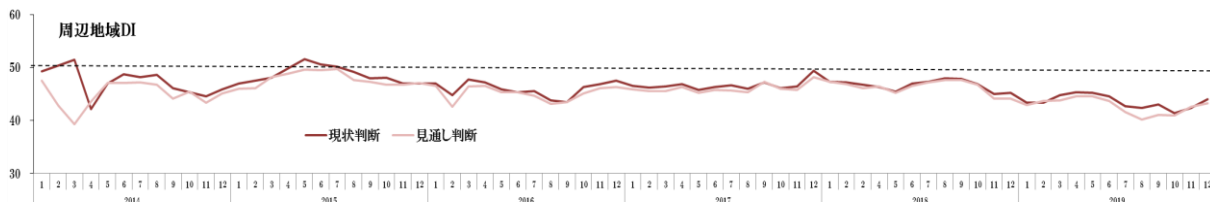
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	6.8	30.5	60.5	2.3	0.0	39.5
【現状】競合状況 (当月)	5.8	27.7	64.5	1.9	0.0	40.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	6.2	32.2	59.3	2.3	0.0	39.4
【見通し】競合状況 (当月)	7.1	27.1	63.9	1.9	0.0	40.2



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状、見通しともに改善傾向

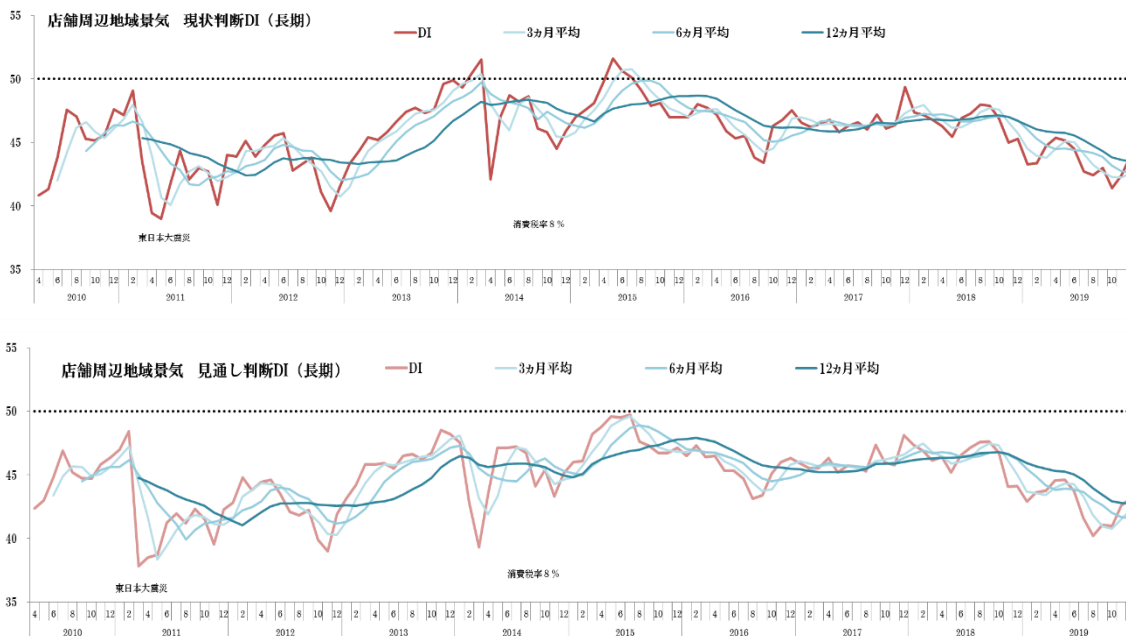
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気(前月)	3.4	24.9	70.6	1.1	0.0	42.4
【現状】地域景気(当月)	0.6	23.4	75.3	0.6	0.0	44.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気(前月)	2.3	26.9	69.1	1.7	0.0	42.6
【見通し】地域景気(当月)	0.6	27.3	70.8	1.3	0.0	43.2



・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。

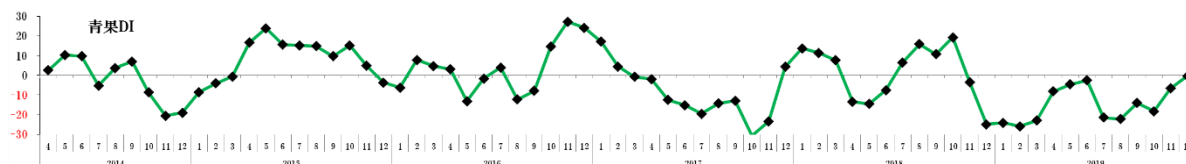
しかしこれをピークに、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷した。以後方向感の乏しい推移が続いていたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、徐々にその水準を切り下げ、19年10月には現状判断DIは40.9まで低下した。その後2ヵ月連続で改善している。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-0.3（やや不調）

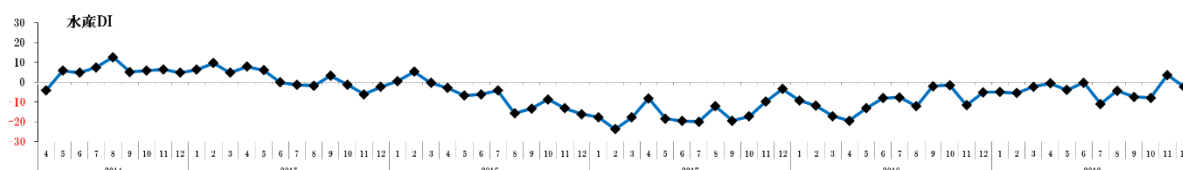
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果 (前月)	13.6	29.0	32.5	20.1	4.7	-6.7
青果 (当月)	6.8	26.5	31.3	32.0	3.4	-0.3



前年より高めに推移した気温により、サラダ商材の動きがよく、トマトやレタスなどが好調となった。鍋物食材の動きは良くなかったが、前年相場安で大きく落ち込んだ葉物類を中心に相場の回復により持ち直した。国産果物類は柑橘類、特にみかんを不調にあげるコメントが多くみられ、イチゴは高値で推移しており好不調が分かれている。一方でブドウやリンゴは好調となった店舗が多かった。

2. 水産DI：-2.4（やや不調）

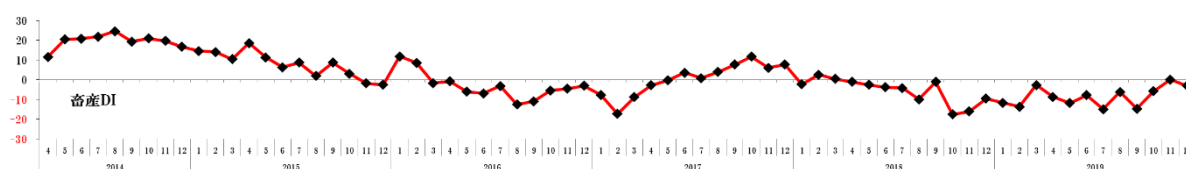
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産 (前月)	7.7	19.5	32.0	32.5	8.3	3.6
水産 (当月)	6.9	28.5	36.1	24.3	4.2	-2.4



前年より高い気温により鍋物用食材（牡蠣、カニ、タラなど）の動きが鈍かったものの、寒くなるにつれ回復した地域もみられた。年末商戦での刺身類は高額商品を中心に伸び悩んだ店舗が多い。ブリは売り込みを強化した店舗が多く、年末を中心に好調となった。おせち関連商材は前年をやや上回った店舗が多い。

3. 畜産DI：-3.0（やや不調）

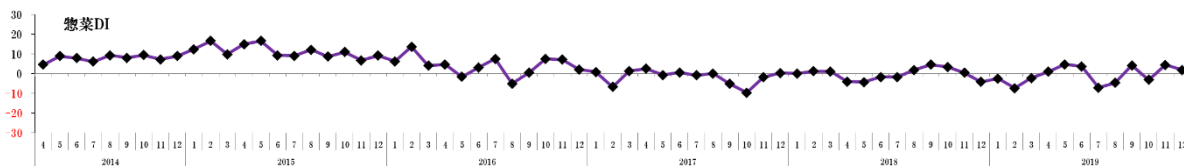
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産 (前月)	7.1	26.8	32.1	26.2	7.7	0.1
畜産 (当月)	6.9	25.7	41.0	25.0	1.4	-3.0



前年より気温が高く総じて鍋物用を中心に動きが悪かった。年末商戦は、すき焼き用など和牛の動きがよかった。国産豚肉相場が上昇しており、代わって輸入豚が好調となった。クリスマスが平日となった影響を受け鶏肉は不調となった。ハムなどのギフトは振るわなかったとのコメントが多い。

4. 惣菜DI：1.9（やや好調）

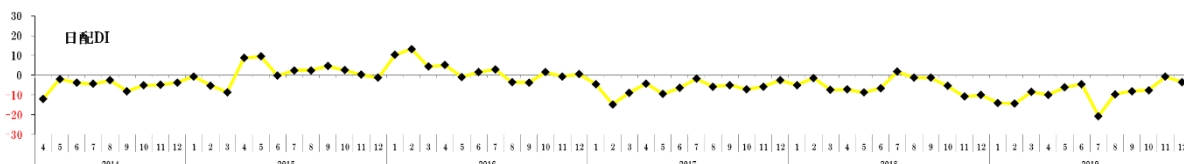
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	8.4	16.8	35.3	27.5	12.0	4.5
惣菜（当月）	5.6	21.5	38.2	29.2	5.6	1.9



クリスマスが平日となり、オードブルやパーティー向け惣菜の動きが鈍かった一方で、少人数用向けの動きがよかった。ローストチキンについては販促を強化している店舗が多く、成果をあげている。年末は高額寿司類やオードブルが好調でチャンスロスが発生した店舗もみられた。おせちは予約販売を中心に好調となった店舗が多い。月を通じてサラダ関連の動きがよかった。

5. 日配DI：-3.5（やや不調）

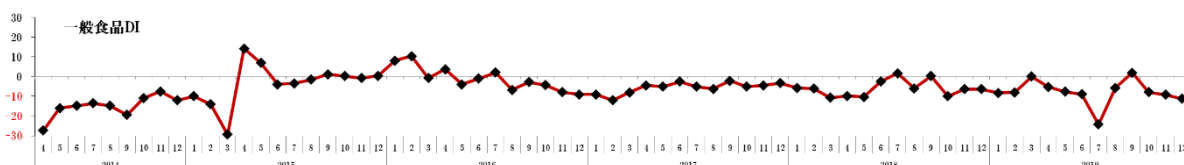
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	7.7	26.8	33.3	25.0	7.1	-0.7
日配（当月）	6.9	27.8	41.0	20.8	3.5	-3.5



前年より高い気温により、鍋おでん商材関連の和日配や麺類などのホットメニューの動きが悪かった。前年健康報道で特需のあった納豆や梅干し、キムチに反動がみられた。洋日配はバターの供給が安定し好調となったが、クリスマスケーキをはじめとするデザート類は不調となった店舗が多い。パン類や冷凍食品は動きがよかった。年末商戦は比較的好調だが、かまぼこを不調にあげるコメントが多かった。周辺競合との価格競争の厳しさを指摘するコメントもみられた。

6. 一般食品：-11.2（不調）

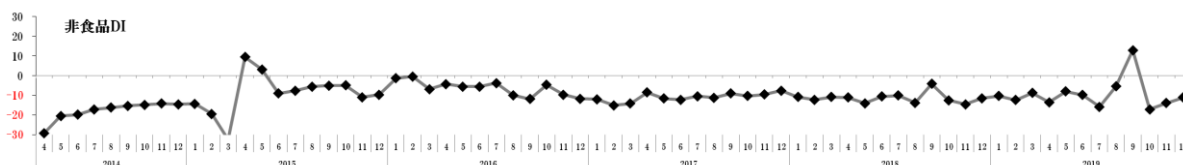
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	10.1	36.1	36.1	16.0	1.8	-9.2
一般食品（当月）	8.3	42.8	35.2	13.1	0.7	-11.2



高い気温により飲料は好調となったが、鍋用調味料や麺類やシチューなどホット商材は総じて不振となった。前年報道により特需のあったサバ缶や食油に反動がみられた。酒類はクリスマスが平日の影響や消費税率引き上げ時の駆け込み需要の反動が続き不振となった。餅やおせち関連商材は売り出しを早めるなどの取り組みを強化しているが伸び悩んだ。ドラッグストアやディスカウントストアとの価格競争の激化を指摘するコメントがみられた。

7. 非食品 DI：-11.1（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）	18.0	36.5	31.7	10.8	3.0	-13.9
非食品（当月）	14.8	31.0	39.4	13.4	1.4	-11.1



紙製品やタバコの売上が好調となった店舗もみられるが、カイロなどの冬物商材やインフルエンザ対策商品などが不振となった。年末に向けホームセンターやドラッグストアなどの価格攻勢が厳しく、掃除や家庭日用品を中心に販売の低迷が続いている。

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～

2020年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 気温が高く冬物商材の動き鈍い
2. 年末商戦は比較的好調
3. クリスマスが平日

（参考）2019年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. 中旬までの高温
2. 青果相場安
3. クリスマス以降堅調

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 169社
 11月実績確報版 191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