

スーパーマーケット販売統計調査資料

2023年3月実績 速報版

2月実績 確報版

(2023年4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

2023年4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
 2023年3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 | 98,940,942 | 100.0% | 101.9% | 100.6% |
| 食品合計 | 91,160,932 | 92.1% | 102.1% | 100.9% |
| 生鮮3部門合計 | 33,655,742 | 34.0% | 99.2% | 98.2% |
| 青果 | 13,738,255 | 13.9% | 96.7% | 95.6% |
| 水産 | 8,529,174 | 8.6% | 99.7% | 98.4% |
| 畜産 | 11,388,312 | 11.5% | 102.1% | 101.5% |
| 惣菜 | 11,003,140 | 11.1% | 105.7% | 104.2% |
| 日配 | 20,306,107 | 20.5% | 105.2% | 103.4% |
| 一般食品 | 26,195,944 | 26.5% | 102.3% | 101.1% |
| 非食品 | 5,683,709 | 5.7% | 99.0% | 98.5% |
| その他 | 2,096,349 | 2.1% | 96.9% | 96.6% |

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 | 13,507,815 | 43 | 102.2% | 100.9% |
| 関東地方 | 36,400,922 | 73 | 101.9% | 100.5% |
| 中部地方 | 12,171,310 | 53 | 102.5% | 100.8% |
| 近畿地方 | 21,864,365 | 44 | 101.1% | 100.3% |
| 中国・四国地方 | 9,981,498 | 34 | 102.1% | 101.0% |
| 九州・沖縄地方 | 5,015,032 | 23 | 102.1% | 101.4% |

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 | 515,298 | 44 | 93.6% | 95.8% |
| 4~10店舗 | 4,570,693 | 85 | 99.7% | 99.6% |
| 11~25店舗 | 8,104,395 | 49 | 101.1% | 100.3% |
| 26~50店舗 | 18,251,538 | 47 | 101.8% | 100.1% |
| 51店舗以上 | 67,499,018 | 45 | 102.1% | 100.9% |

| | | | |
|-----------|------------|-----------------|------------|
| 集計企業数 (社) | 270 | 既存店総売上高 (万円) | 96,904,524 |
| 総店舗数 (店舗) | 8,353 | 店舗平均月商 (万円) | 11,845 |
| 総売場面積 (㎡) | 13,928,701 | 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

2023年4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 2023年2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 | 91,650,745 | 100.0% | 100.4% | 99.0% |
| 食品合計 | 84,148,129 | 91.8% | 100.6% | 99.2% |
| 生鮮3部門合計 | 31,370,725 | 34.2% | 98.8% | 97.4% |
| 青果 | 12,443,471 | 13.6% | 97.0% | 95.7% |
| 水産 | 7,898,530 | 8.6% | 98.9% | 97.3% |
| 畜産 | 11,028,724 | 12.0% | 100.8% | 99.3% |
| 惣菜 | 10,050,783 | 11.0% | 104.6% | 102.9% |
| 日配 | 18,576,558 | 20.3% | 102.3% | 100.9% |
| 一般食品 | 24,150,063 | 26.4% | 100.2% | 98.9% |
| 非食品 | 5,468,311 | 6.0% | 99.0% | 98.1% |
| その他 | 2,034,353 | 2.2% | 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 | 12,258,427 | 43 | 101.2% | 100.0% |
| 関東地方 | 33,475,572 | 73 | 100.0% | 98.5% |
| 中部地方 | 11,184,338 | 53 | 100.7% | 99.1% |
| 近畿地方 | 20,919,580 | 44 | 99.5% | 98.5% |
| 中国・四国地方 | 9,202,865 | 34 | 101.4% | 99.9% |
| 九州・沖縄地方 | 4,609,963 | 23 | 102.0% | 101.0% |

保有店舗数別集計

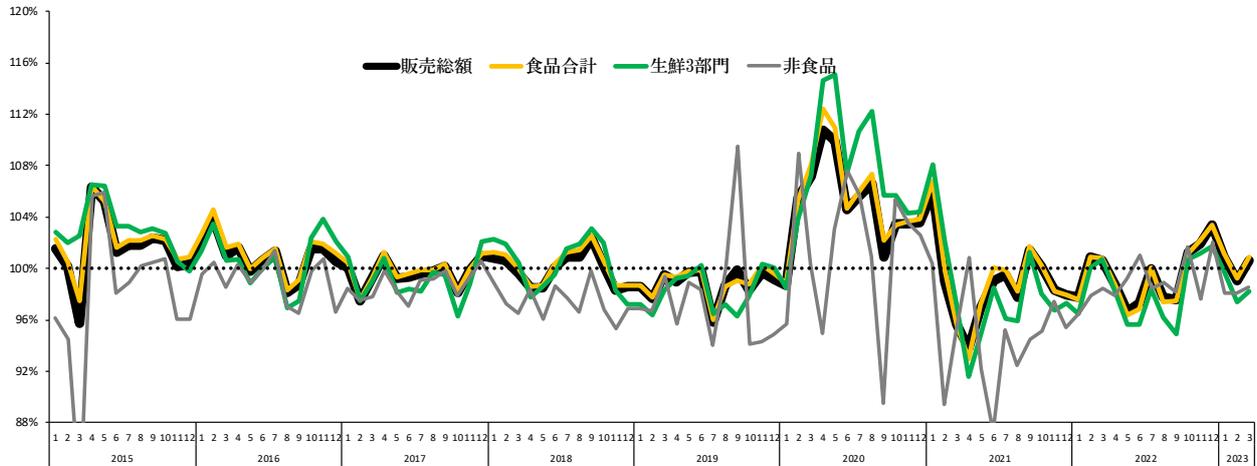
| 保有店舗数 | 全店売上高 (万円) | 集計対象企業数 | 前年同月比 (全店) | 前年同月比 (既存店) |
|-----------|------------|-----------------|---------------|----------------|
| 1~3店舗 | 485,501 | 44 | 93.2% | 96.6% |
| 4~10店舗 | 4,114,351 | 85 | 98.1% | 97.8% |
| 11~25店舗 | 7,960,934 | 50 | 99.3% | 98.8% |
| 26~50店舗 | 16,351,681 | 46 | 101.1% | 99.6% |
| 51店舗以上 | 62,738,277 | 45 | 100.5% | 99.0% |
| 集計企業数 (社) | 270 | 既存店総売上高 (万円) | 89,828,651 | |
| 総店舗数 (店舗) | 8,364 | 店舗平均月商 (万円) | 10,958 | |
| 総売場面積 (㎡) | 13,931,614 | 売場1㎡あたり売上高 (万円) | 6.6 | |

※売上高は税抜金額

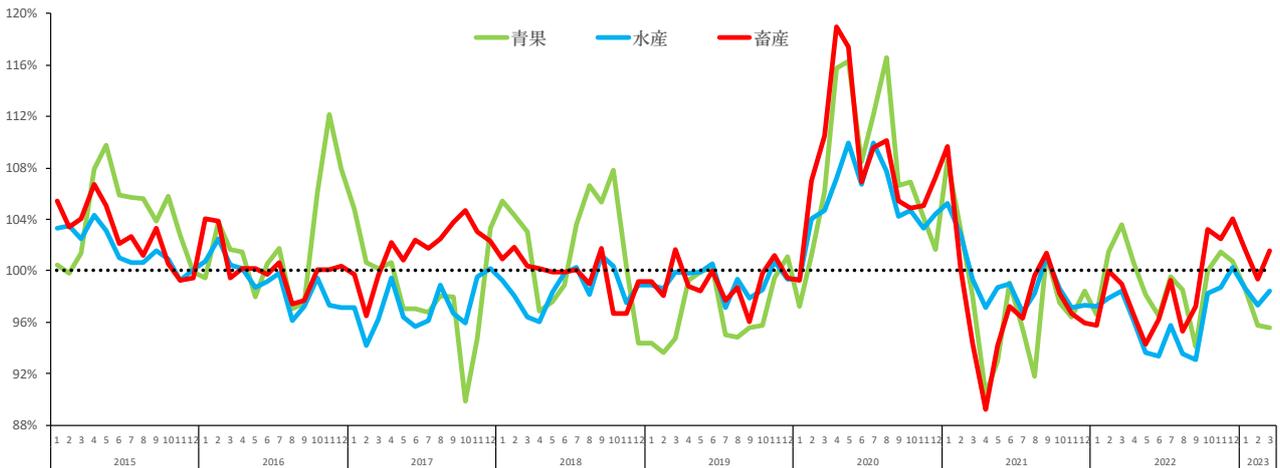
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

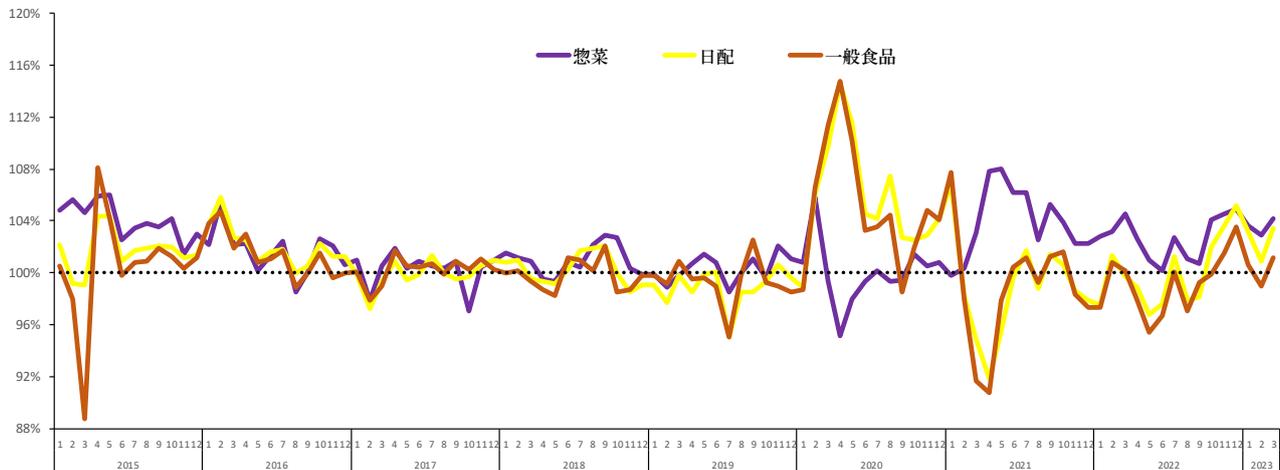
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2023年3月実績は速報版

2023年3月エリア別気候状況

3月の気温：北・東・西日本でかなり高かった

上旬：北・東・西日本でかなり高かった。

中旬：北・東・西日本でかなり高かった。

下旬：北・東・西日本でかなり高かった。

2022年3月との比較：上旬と下旬は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) | | |
|----------|--------------|-----|-----|--------------|-----|-----|---------------|------|-----|
| | 2023年3月 (今年) | | | 2022年3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 | 3.6 | 2.9 | 3.9 | 1.1 | 1.3 | 1.5 | 2.5 | 1.6 | 2.4 |
| 太平洋側 | 3.7 | 2.8 | 3.8 | 0.8 | 1.1 | 1.5 | 2.9 | 1.7 | 2.3 |
| 東日本 日本海側 | 3.3 | 2.8 | 3.4 | -0.1 | 2.4 | 1.3 | 3.4 | 0.4 | 2.1 |
| 太平洋側 | 3.4 | 3.1 | 3.9 | 0.3 | 3.4 | 1.3 | 3.1 | -0.3 | 2.6 |
| 西日本 日本海側 | 2.3 | 2.4 | 3.1 | -0.1 | 3.6 | 1.6 | 2.4 | -1.2 | 1.5 |
| 太平洋側 | 2.0 | 2.6 | 3.1 | -0.3 | 3.9 | 1.3 | 2.3 | -1.3 | 1.8 |



3月の日照時間：北・東・西日本日本海側と北・西日本太平洋側でかなり多かった

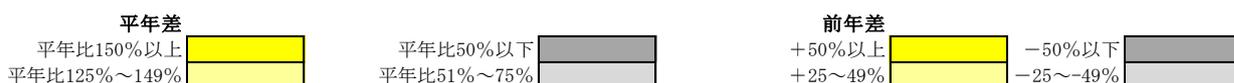
上旬：北・東・西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり多く、北・東日本太平洋側で多かった。

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

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

2022年3月との比較：日本海側を中心に前年より日照時間が多くなった

| | 日照時間 平年比 (%) | | | | | | 今年と前年との差 (%) | | |
|----------|--------------|-----|-----|--------------|-----|-----|--------------|----|----|
| | 2023年3月 (今年) | | | 2022年3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 | 139 | 140 | 150 | 116 | 65 | 104 | 23 | 75 | 46 |
| 太平洋側 | 115 | 116 | 114 | 119 | 68 | 107 | -4 | 48 | 7 |
| 東日本 日本海側 | 188 | 142 | 137 | 130 | 80 | 96 | 58 | 62 | 41 |
| 太平洋側 | 140 | 108 | 76 | 135 | 112 | 83 | 5 | -4 | -7 |
| 西日本 日本海側 | 176 | 124 | 94 | 150 | 92 | 82 | 26 | 32 | 12 |
| 太平洋側 | 158 | 123 | 77 | 135 | 108 | 69 | 23 | 15 | 8 |



3月の降水量：北・東・西日本日本海側で少なかった

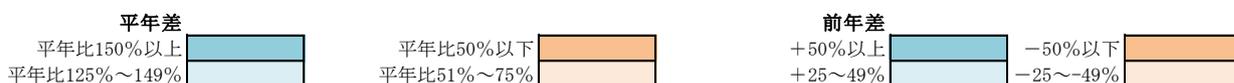
上旬：東・西日本太平洋側、西日本日本海側でかなり少なく、北日本日本海側と北日本太平洋側で少なかった。

中旬：東日本太平洋側で多かった。一方、北・東・西日本日本海側で少なかった。

下旬：北日本太平洋側でかなり多く、東・西日本太平洋側で多かった。

2022年3月との比較：中旬にかけて前年よりかなり少ない降水量となった

| | 降水量 平年比 (%) | | | | | | 今年と前年との差 (%) | | |
|----------|--------------|-----|-----|--------------|-----|-----|--------------|------|-----|
| | 2023年3月 (今年) | | | 2022年3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 | 67 | 60 | 85 | 87 | 120 | 94 | -20 | -60 | -9 |
| 太平洋側 | 34 | 82 | 200 | 50 | 280 | 83 | -16 | -198 | 117 |
| 東日本 日本海側 | 77 | 63 | 92 | 32 | 136 | 52 | 45 | -73 | 40 |
| 太平洋側 | 21 | 147 | 145 | 11 | 175 | 86 | 10 | -28 | 59 |
| 西日本 日本海側 | 38 | 70 | 115 | 26 | 147 | 127 | 12 | -77 | -12 |
| 太平洋側 | 16 | 111 | 133 | 28 | 133 | 144 | -12 | -22 | -11 |



気象庁報道資料「3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

2023年4月調査結果（3月実績）
（2023年4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

4月調査（3月実績）結果概況

現状判断、見通し判断とも大幅に改善

3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+5.0の44.8、見通し判断は前月から+4.1の40.2となり、現状判断、見通し判断共に大幅な改善がみられた。

経営動向調査では、売上高DIが前月より大きく上昇した。引き続き、生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIが過去最高水準で推移し、販売価格DIの高止まりも続いている。買上点数の減少傾向はやや緩和しており、客単価DIが上昇した。一方で来客数DIは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、前年より相場安の傾向にある青果カテゴリーを除き、前月より上昇した。相次ぐ値上げ、家庭の電気・ガス代の高騰等による節約志向の高まりにより、販売トレンドに変化がみられるものの、前年より気温が高く推移したことや行楽、花見需要の回復なども奏功し、好調を牽引している。（最終ページに詳細掲載）

景況感調査では、現状判断、見通し判断ともに、3ヵ月ぶりの改善がみられた。（長期傾向についてはP11参照）

前年との比較では、高めの気温、行楽需要や花見需要が回復した恩恵が加わったが、食品価格の高止まり傾向が続くなか、依然として買上点数の減少と一品単価上昇の影響を受ける販売動向が続いている。外出機会の増加による家庭内消費需要の減少と、節約志向による内食・中食需要の拡大という、読みにくい消費環境が続くなか、調査に寄せられたコメントによると、売れ筋商品にも変化がみられているようで、これまで以上に販売動向の好不調要因の判断に的確な分析が求められる状況といえるだろう。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：44.8 (+5.0)
前月：39.8

消費者購買意欲DI
当月：42.7 (+4.0)
前月：38.7

周辺地域 競合状況DI
当月：42.7 (+0.9)
前月：41.8

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：44.2 (+3.7)
前月：40.5

見通し判断

景気判断DI
当月：40.2 (+4.1)
前月：36.1

消費者購買意欲DI
当月：40.0 (+2.4)
前月：37.6

周辺地域 競合状況DI
当月：40.2 (+0.3)
前月：39.9

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：43.7 (+3.5)
前月：40.2

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-0.3 (+9.1)
前月：-9.4

客単価DI
当月：9.3 (+4.6)
前月：4.7

来客数DI
当月：-10.8 (+2.9)
前月：-13.7

収益DI
当月：-5.4 (+5.2)
前月：-10.6

販売価格DI
当月：24.7 (-0.2)
前月：24.9

生鮮品仕入原価DI
当月：19.7 (+2.0)
前月：17.7

食品仕入原価DI
当月：23.5 (+0.2)
前月：23.3

カテゴリー動向

青果DI
当月：-17.5 (-0.2)
前月：-17.3

水産DI
当月：-7.2 (+5.6)
前月：-12.8

畜産DI
当月：6.0 (+10.4)
前月：-4.4

惣菜DI
当月：13.6 (+2.8)
前月：10.8

日配DI
当月：8.3 (+8.9)
前月：-0.6

一般食品DI
当月：-3.3 (+7.9)
前月：-11.2

非食品DI
当月：-10.2 (+0.7)
前月：-10.9

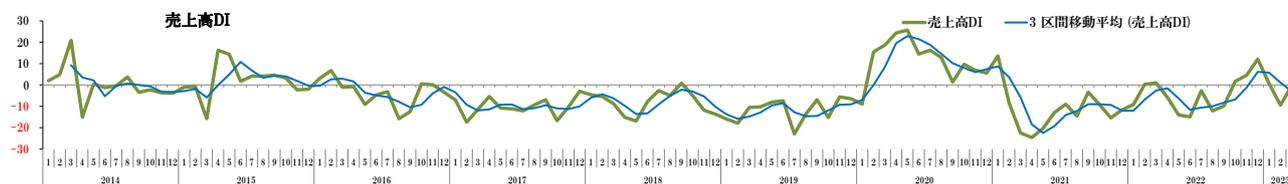
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

当月大幅に上昇し、マイナス幅を縮小

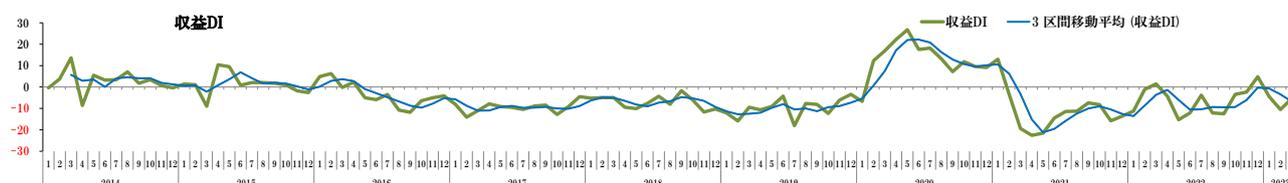
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 売上高 (前月) | 15.3 | 33.9 | 28.4 | 18.0 | 4.4 | -9.4 |
| 売上高 (当月) | 9.2 | 22.2 | 31.4 | 35.3 | 2.0 | -0.3 |



2. 収益DI

当月上昇し、マイナス幅を縮小

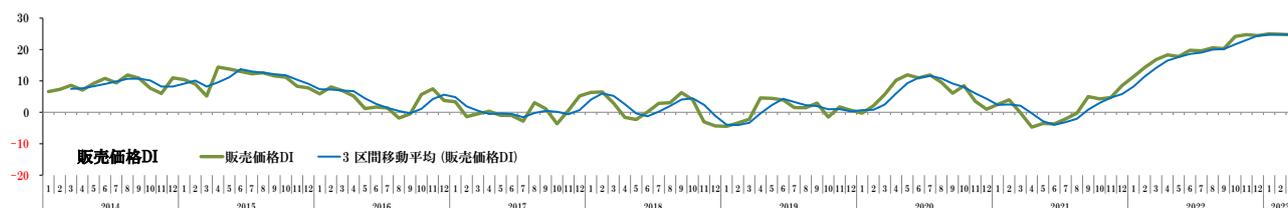
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 収益 (前月) | 16.7 | 32.8 | 31.1 | 15.0 | 4.4 | -10.6 |
| 収益 (当月) | 10.7 | 27.5 | 37.6 | 20.8 | 3.4 | -5.4 |



3. 販売価格DI

前月から横ばい、調査開始以来最高水準域で推移

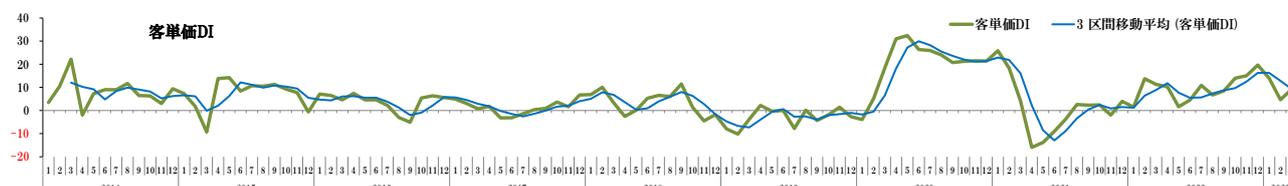
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 販売価格 (前月) | 0.0 | 2.2 | 11.6 | 70.7 | 15.5 | 24.9 |
| 販売価格 (当月) | 0.0 | 2.0 | 10.5 | 74.5 | 13.1 | 24.7 |



4. 客単価DI

前月上昇し、プラス幅を拡大

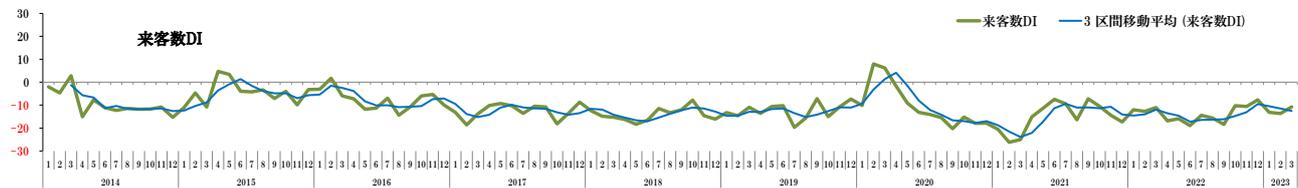
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| 客単価 (前月) | 2.2 | 22.0 | 33.5 | 39.6 | 2.7 | 4.7 |
| 客単価 (当月) | 0.6 | 13.0 | 37.0 | 47.4 | 1.9 | 9.3 |



5. 来客数 DI

前月から小幅に上昇するも、二桁マイナス圏で推移

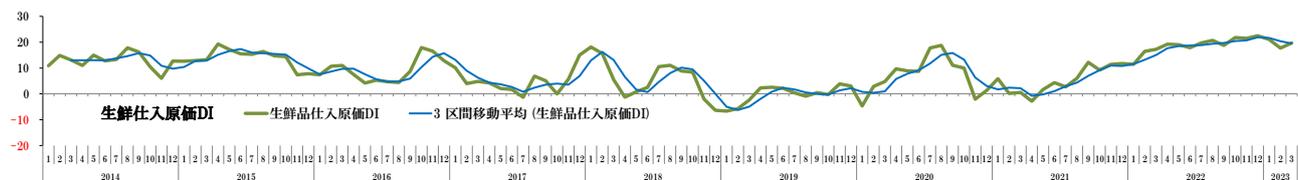
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|--------------|
| 来客数 (前月) | 13.3 | 45.3 | 26.0 | 13.8 | 1.7 | -13.7 |
| 来客数 (当月) | 9.2 | 41.8 | 33.3 | 14.4 | 1.3 | -10.8 |



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に上昇し、二桁プラス圏で推移

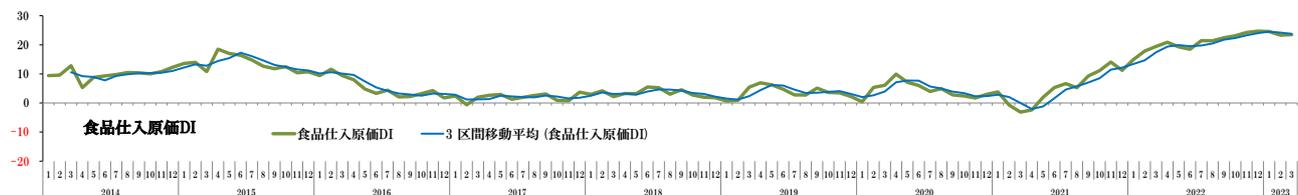
| 回答構成比 (%) | かなり減少 | やや減少 | 変わらない | やや増加 | かなり増加 | DI |
|--------------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 生鮮仕入原価 (前月) | 5.6 | 6.7 | 15.7 | 55.1 | 16.9 | 17.7 |
| 生鮮仕入原価 (当月) | 2.0 | 4.0 | 21.9 | 57.6 | 14.6 | 19.7 |



7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい、23 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) | 3.4 | 3.4 | 12.4 | 58.4 | 22.5 | 23.3 |
| 食品仕入原価 (当月) | 2.0 | 3.3 | 13.3 | 61.3 | 20.0 | 23.5 |

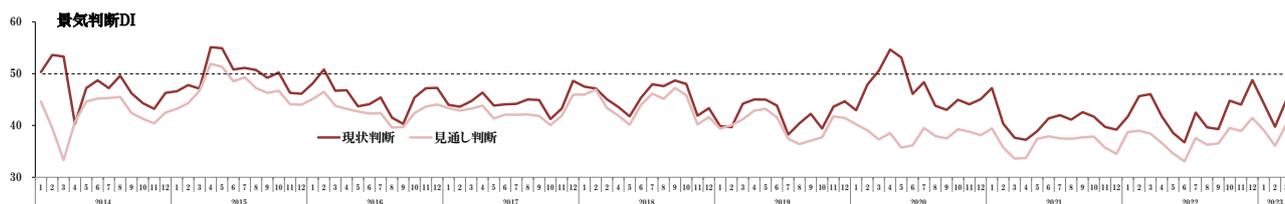


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断、見通し判断共に大幅な改善

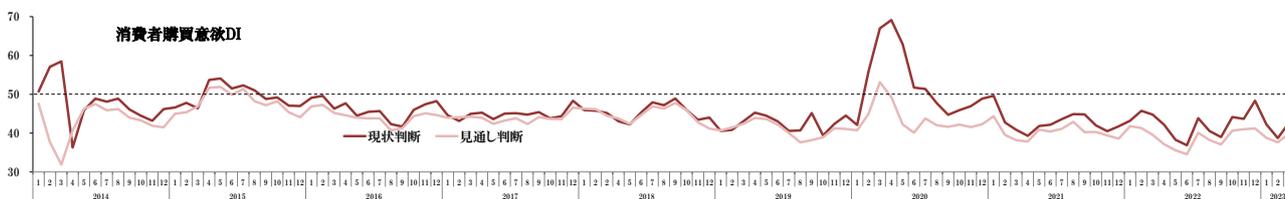
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】景況判断 (前月) | 6.0 | 37.2 | 49.2 | 7.1 | 0.5 | 39.8 |
| 【現状】景況判断 (当月) | 1.9 | 27.7 | 59.4 | 11.0 | 0.0 | 44.8 |
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
| 【見通し】景況判断 (前月) | 9.3 | 43.7 | 41.5 | 4.4 | 1.1 | 36.1 |
| 【見通し】景況判断 (当月) | 5.8 | 35.5 | 51.0 | 7.7 | 0.0 | 40.2 |



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に改善

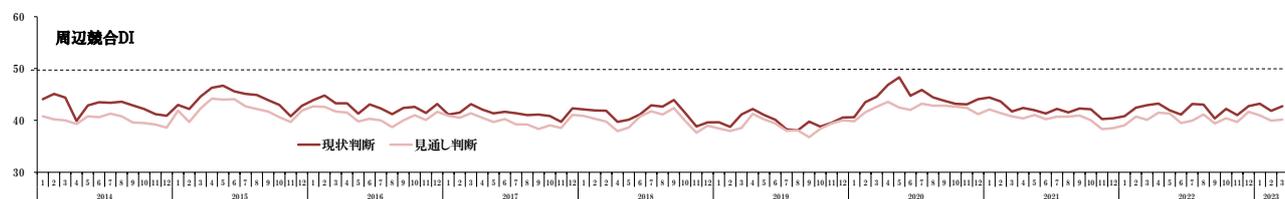
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】購買意欲 (前月) | 3.3 | 45.7 | 44.6 | 6.0 | 0.5 | 38.7 |
| 【現状】購買意欲 (当月) | 1.3 | 35.5 | 54.2 | 9.0 | 0.0 | 42.7 |
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
| 【見通し】購買意欲 (前月) | 4.9 | 45.7 | 44.0 | 4.9 | 0.5 | 37.6 |
| 【見通し】購買意欲 (当月) | 2.6 | 40.6 | 51.0 | 5.8 | 0.0 | 40.0 |



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断は小幅に改善も、見通し判断は横ばい

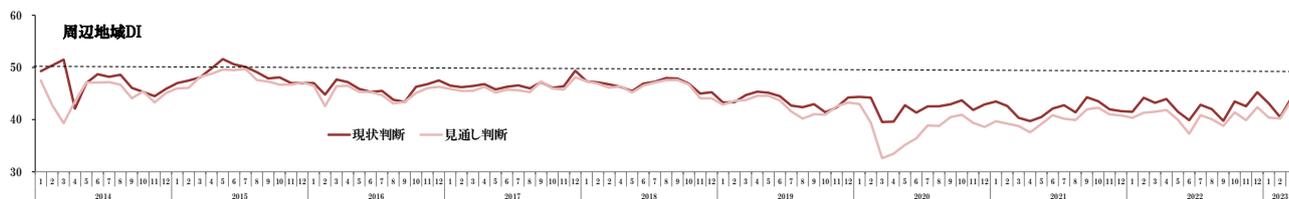
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
|----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 【現状】競合状況 (前月) | 3.3 | 28.8 | 65.8 | 1.6 | 0.5 | 41.8 |
| 【現状】競合状況 (当月) | 3.9 | 24.5 | 68.4 | 3.2 | 0.0 | 42.7 |
| 回答構成比 (%) | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI |
| 【見通し】競合状況 (前月) | 4.9 | 33.2 | 59.8 | 1.6 | 0.5 | 39.9 |
| 【見通し】競合状況 (当月) | 5.2 | 31.0 | 61.9 | 1.9 | 0.0 | 40.2 |



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状判断、見通し判断共に大幅な改善

| 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 | 35.9 | 59.8 | 2.2 | 0.0 | 40.5 |
| 【現状】地域景気(当月) | 1.9 | 24.0 | 69.5 | 4.5 | 0.0 | 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】地域景気(前月) | 3.8 | 34.8 | 58.2 | 3.3 | 0.0 | 40.2 |
| 【見通し】地域景気(当月) | 2.6 | 26.0 | 65.6 | 5.8 | 0.0 | 43.7 |



・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。

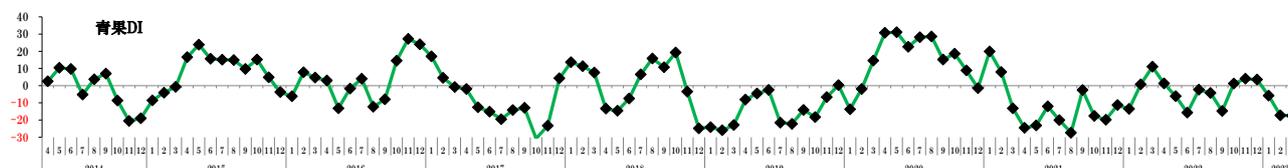
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。その後10月に再び改善に転じたものの、23年に入ると月により乱高下する不安定な動向が続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-17.5（不調）

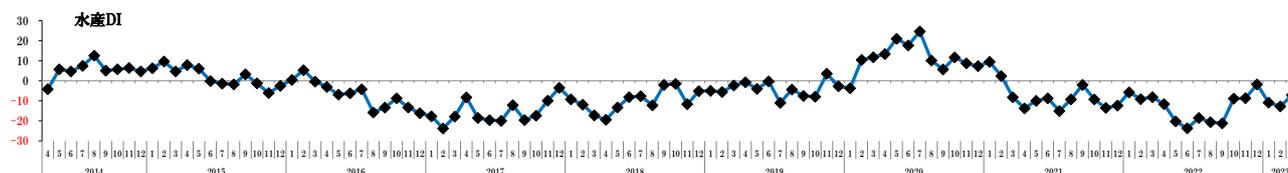
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|--------------|
| 青果（前月） | 20.6 | 45.7 | 17.7 | 14.3 | 1.7 | -17.3 |
| 青果（当月） | 21.0 | 42.0 | 23.8 | 12.6 | 0.7 | -17.5 |



玉ねぎ、じゃがいも等の土物類が前年の相場高騰の反動を大きく受けた。全体的に青果は相場安傾向で単価に下落傾向がみられるが、買上点数の増加には結びつかず不調となった。気温が高く推移したことで鍋関連の動きが鈍かった一方、トマトなどサラダ関連野菜は前年並みを確保した店舗もみられた。果実も国産品は相場安の傾向だが、カットフルーツや柑橘類は好調。いちごは好不調が分かれている。輸入果実やバナナ類にはやや回復傾向がみられた。

2. 水産DI：-7.2（やや不調）

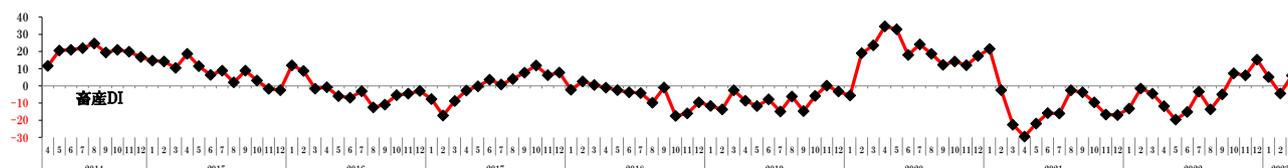
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 水産（前月） | 16.5 | 42.6 | 21.0 | 15.3 | 4.5 | -12.8 |
| 水産（当月） | 8.4 | 40.6 | 26.6 | 20.3 | 4.2 | -7.2 |



引き続き燃料費や養殖飼料等の高騰に加え、生魚の価格は高止まりしており、販売数量の低迷が続く。なかでも刺身類は価格高騰の影響を受け不振となった店舗が多い。塩干類は買上の落ち込みが少なく、比較的好調とする店舗もみられた。気温が高めに推移したことで鍋関連商材の動きは鈍かった。水揚げの比較的安定しているカツオを好調とするコメントが多く、不振の続いていたアサリを中心に貝類には回復傾向もみられた。ひな祭り用の寿司種セットなどは好調に推移した。

3. 畜産DI：6.0（やや好調）

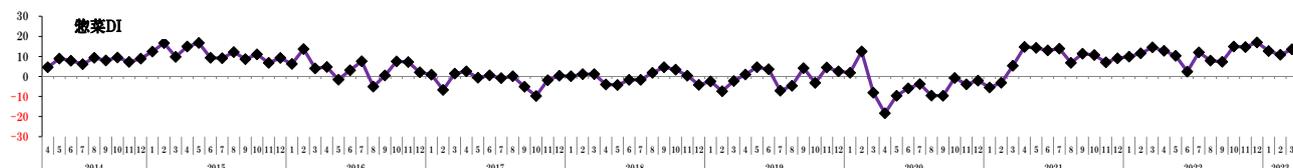
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| 畜産（前月） | 11.4 | 32.4 | 24.4 | 26.1 | 5.7 | -4.4 |
| 畜産（当月） | 4.9 | 19.7 | 30.3 | 36.6 | 8.5 | 6.0 |



精肉全般で相場高が続いており、買上点数の減少が続いていたが、豚肉や鶏肉ではやや回復傾向がみられた。牛肉では焼肉用の動きが良いが、和牛など高単価商品の動きが鈍い。豚肉は輸入品の高騰によりやや価格が落ち着いた国産が好調となっている。鶏肉は鳥インフルエンザの影響による高値が続いているが、好調に推移したとする店舗が多い。低価格商品に需要がシフトしており、売上高は確保できても利益が出にくい状況が続いている。

4. 惣菜DI：13.6（好調）

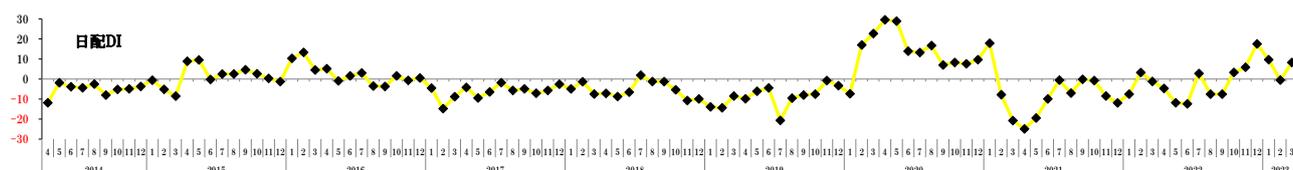
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 惣菜（前月） | 4.7 | 14.0 | 26.3 | 43.3 | 11.7 | 10.8 |
| 惣菜（当月） | 3.5 | 12.0 | 25.4 | 45.1 | 14.1 | 13.6 |



食品価格の上昇に加え、家庭での電気・ガス代高騰や調理油の値上げの影響もあり、天ぷら、コロッケなど揚げ物類を中心に、引き続き販売が好調となっている。行楽需要やイベント再開によるオードブル、通勤再開による夕方以降の需要回復も継続しており、米飯類の動きがよい。寿司、つまみ類や焼鳥など、桜の開花が早まったこともあり、花見需要が好調に推移した。曜日巡りのよかった、ひな祭り関連も好調となった。

5. 日配DI：8.3（やや好調）

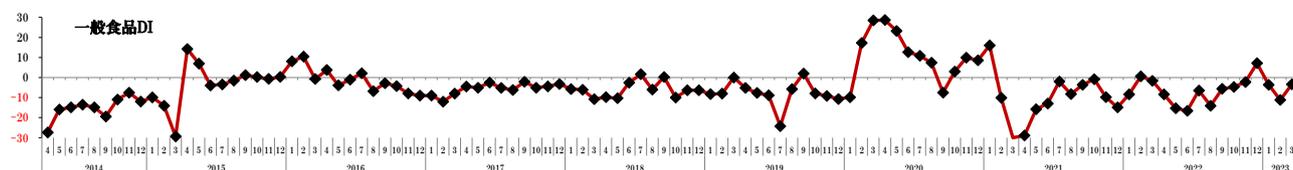
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| 日配（前月） | 9.1 | 24.0 | 33.1 | 27.4 | 6.3 | -0.6 |
| 日配（当月） | 2.8 | 19.0 | 26.8 | 45.1 | 6.3 | 8.3 |



乳製品やパン類を中心に値上げが続き、買上点数の減少傾向はみられるものの、一品単価上昇により、好調に推移した。冷凍食品は引き続き好調を継続。チーズ、機能性の乳酸菌飲料など、洋日配がカテゴリーの好調を牽引している。気温が高く推移し、アイスなど涼味商材の動きがよかった。鳥インフルエンザの影響で鶏卵価格高騰が続いているが、売上高としては好調に推移した。豆腐や納豆なども単価アップにより、売上は前年を確保した店舗が多い。

6. 一般食品：-3.3（やや不調）

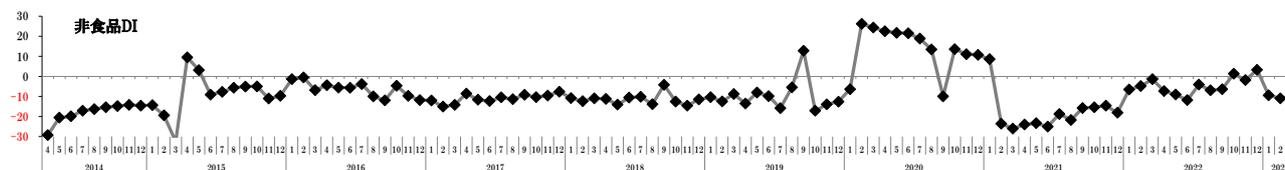
| 回答構成比 (%) | かなり不調 | やや不調 | 変わらない | やや好調 | かなり好調 | DI |
|-----------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 一般食品（前月） | 12.1 | 41.4 | 28.7 | 14.9 | 2.9 | -11.2 |
| 一般食品（当月） | 8.5 | 29.6 | 31.7 | 27.5 | 2.8 | -3.3 |



全般的に単価上昇と販売数量減の傾向が見られる。レトルト食品やインスタント麺など保存が利き備蓄できるカテゴリーは前年からの反動、そして食用油や調味料など家庭調理向け食品は電気・ガス代高騰による調理機会減の影響もあってか、販売数量の落ち込みを指摘するコメントが多い。一方で、行楽需要や花見需要が回復し、菓子類やアルコール類などが好調となった。気温が高く推移したことで、飲料の動きもよい。不振の続いていた米類にも、回復傾向がみられている。

7. 非食品 DI：-10.2（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 |
|----------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| 非食品（前月） | 14.0 | 40.1 | 25.6 | 16.3 | 4.1 | -10.9 |
| 非食品（当月） | 13.1 | 38.0 | 29.9 | 14.6 | 4.4 | -10.2 |



マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品に需要の減少がみられ、家庭用洗剤やトイレトペーパー、キッチンペーパーなど紙製品も動きが鈍い。カセットコンロやレジャーシートなど行楽向け商品は好調に推移した。全般的な値上げの影響を受け、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4月調査（3月実績）キーワードTOP3

1. 価格高騰による単価増、節約志向の高まり
2. 行楽需要や花見需要好調
3. 平年より高い気温による影響

（参考）2022年4月調査（3月実績）キーワードTOP3

1. 家庭内の消費需要が堅調
2. 輸入品価格上昇、食品値上げ
3. 客単価上昇、来店頻度の抑制傾向

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

3月実績速報版 155社
 2月実績確報版 184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