

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2023年6月実績 速報版  
5月実績 確報版  
2023年上半期実績 速報版  
(2023年7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1m<sup>2</sup>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7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6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	99,174,122	100.0%	103.9%	103.1%
食品合計	90,545,811	91.3%	104.5%	103.5%
生鮮3部門合計	33,025,472	33.3%	102.5%	101.5%
青果	13,402,610	13.5%	100.2%	99.3%
水産	8,320,469	8.4%	103.2%	102.2%
畜産	11,302,393	11.4%	104.8%	103.8%
惣菜	10,465,672	10.6%	106.1%	105.0%
日配	20,522,959	20.7%	107.1%	106.2%
一般食品	26,531,708	26.8%	104.4%	103.6%
非食品	6,426,492	6.5%	99.1%	99.1%
その他	2,201,876	2.2%	98.5%	98.0%

### 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	13,359,715	43	103.7%	103.9%
関東地方	36,338,037	73	104.3%	103.1%
中部地方	12,262,774	53	105.0%	103.2%
近畿地方	22,286,390	44	103.2%	102.6%
中国・四国地方	9,918,967	34	104.7%	103.7%
九州・沖縄地方	5,008,240	23	101.8%	102.2%

### 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	502,765	44	96.1%	98.0%
4~10店舗	4,336,233	85	101.4%	101.3%
11~25店舗	7,978,989	49	102.7%	102.1%
26~50店舗	17,550,647	46	105.0%	103.8%
51店舗以上	68,805,487	46	103.9%	103.2%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,824,332
総店舗数 (店舗)	8,376	店舗平均月商 (万円)	11,840
総売場面積 (㎡)	13,943,503	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7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5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	101,703,500	100.0%	103.8%	102.5%
食品合計	93,336,051	91.8%	104.2%	102.8%
生鮮3部門合計	34,520,060	33.9%	102.2%	100.7%
青果	13,894,259	13.7%	99.8%	98.5%
水産	8,677,312	8.5%	102.7%	101.2%
畜産	11,948,489	11.7%	104.6%	103.1%
惣菜	11,311,747	11.1%	106.0%	104.4%
日配	21,051,927	20.7%	106.9%	105.4%
一般食品	26,452,317	26.0%	104.0%	102.8%
非食品	6,244,840	6.1%	101.2%	100.2%
その他	2,122,653	2.1%	96.9%	95.8%

### 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	13,797,368	43	103.3%	102.3%
関東地方	37,139,119	73	103.8%	102.4%
中部地方	12,507,241	53	104.1%	102.1%
近畿地方	22,684,140	44	104.0%	102.8%
中国・四国地方	10,370,102	34	103.5%	102.6%
九州・沖縄地方	5,205,530	23	104.2%	103.7%

### 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	531,855	44	94.1%	98.4%
4~10店舗	4,476,427	85	100.2%	100.9%
11~25店舗	8,266,615	49	101.1%	100.9%
26~50店舗	18,062,127	46	103.6%	101.9%
51店舗以上	70,366,476	46	104.5%	103.0%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	99,617,313	
総店舗数 (店舗)	8,376	店舗平均月商 (万円)	12,142	
総売場面積 (㎡)	13,939,478	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.3	

※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7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年上半期（1～6月）実績速報版（パネル270）

	全店売上高（万円）	構成比	前年同期比 （全店）	前年同期比 （既存店）
総売上高	587,110,464	100.0%	102.7%	101.6%
食品合計	532,452,015	90.7%	103.1%	101.8%
生鮮3部門合計	196,729,534	33.5%	101.2%	99.9%
青果	79,020,736	13.5%	99.1%	97.9%
水産	49,965,642	8.5%	101.3%	99.8%
畜産	67,743,156	11.5%	103.7%	102.4%
惣菜	63,723,658	10.9%	105.7%	104.2%
日配	120,787,144	20.6%	105.5%	104.1%
一般食品	151,211,679	25.8%	102.8%	101.7%
非食品	38,940,073	6.6%	99.7%	99.1%
その他	15,718,376	2.7%	95.6%	96.2%

## エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同期比 （全店）	前年同期比 （既存店）
北海道・東北地方	79,284,475	43	102.8%	102.0%
関東地方	214,206,455	73	102.9%	101.4%
中部地方	72,015,035	53	103.2%	101.5%
近畿地方	132,433,146	44	102.0%	101.2%
中国・四国地方	59,180,729	34	103.2%	102.0%
九州・沖縄地方	29,990,623	23	103.2%	102.6%

## 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	前年同期比 （全店）	前年同期比 （既存店）
1～3店舗	3,065,477	44	94.6%	97.7%
4～10店舗	25,992,711	85	99.9%	100.0%
11～25店舗	50,543,562	50	101.5%	100.9%
26～50店舗	102,497,149	45	103.1%	101.5%
51店舗以上	405,011,566	46	103.0%	101.8%

※保有店舗数カテゴリーは2023年1月時点での保有店舗数による分類

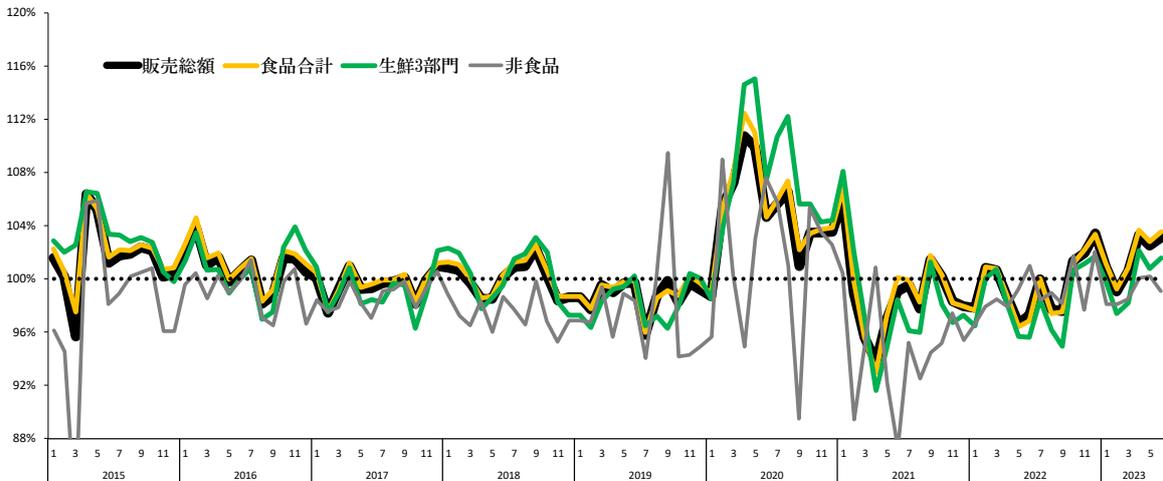
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	571,957,571
----------	-----	-------------	-------------

※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～

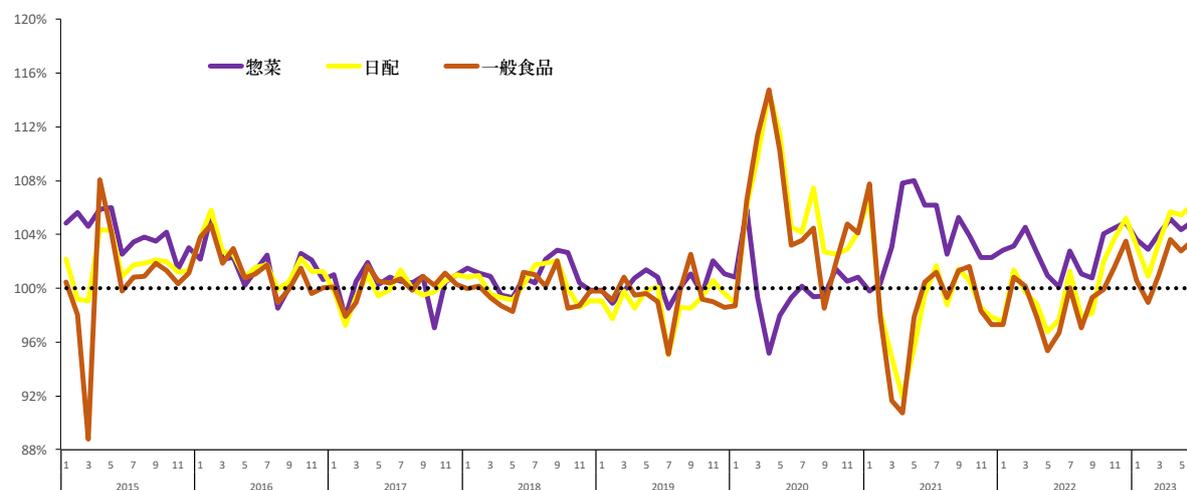
## 総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



## 青果・水産・畜産



## 惣菜・日配・一般食品



※2023年6月実績は速報版

## 2023年6月エリア別気候状況

### 6月の気温：北・東日本でかなり高く、西日本で高かった

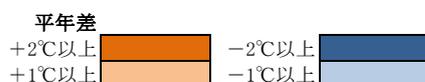
上旬：北・東日本で高かった。

中旬：北日本でかなり高く、東・西日本で高かった。

下旬：北日本でかなり高く、東・西日本で高かった。

2022年6月との比較：上旬から中旬にかけては北日本と東日本太平洋側で高く、下旬は東日本と西日本で低くなった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2023年6月 (今年)			2022年6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	1.0	2.1	2.8	-2.4	0.1	2.4	3.4	2.0	0.4
太平洋側	2.2	2.3	3.0	-2.3	0.7	3.3	4.5	1.6	-0.3
東日本 日本海側	0.8	1.0	1.8	-1.2	0.6	5.1	2.0	0.4	-3.3
太平洋側	0.6	1.2	1.1	-0.7	-0.4	3.7	1.3	1.6	-2.6
西日本 日本海側	-0.1	1.1	1.3	-0.2	0.4	3.6	0.1	0.7	-2.3
太平洋側	-0.7	0.3	0.9	-0.1	-0.2	2.8	-0.6	0.5	-1.9



### 6月の日照時間：北日本太平洋側で多かった

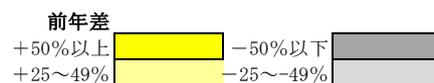
上旬：北・西日本日本海側と東・西日本太平洋側で少なかった。

中旬：北・西日本日本海側と北・東日本太平洋側で多かった。

下旬：西日本日本海側で少なかった。

2022年6月との比較：上旬は西日本で少なく、下旬は東日本と西日本でかなり少なくなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2023年6月 (今年)			2022年6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	80	131	111	97	107	73	-17	24	38
太平洋側	107	124	110	71	114	107	36	10	3
東日本 日本海側	104	110	106	104	104	194	0	6	-88
太平洋側	82	118	105	106	80	207	-24	38	-102
西日本 日本海側	83	128	73	128	95	178	-45	33	-105
太平洋側	72	111	96	136	61	194	-64	50	-98



### 6月の降水量：東日本日本海側と太平洋側でかなり多く、北日本日本海側と北・西日本太平洋側で多かった

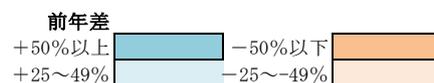
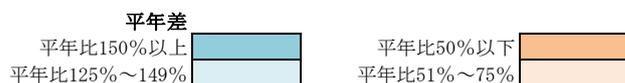
上旬：北・東・西日本日本海側と北・東・西日本太平洋側でかなり多かった。

中旬：北・西日本日本海側と東・西日本太平洋側で少なかった。

下旬：北・東・西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6月との比較：上旬は全国的にかなり多く、下旬は北日本でかなり少なく、東・西日本日本海側で多くなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2023年6月 (今年)			2022年6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	226	55	166	116	61	317	110	-6	-151
太平洋側	201	97	99	165	94	222	36	3	-123
東日本 日本海側	492	97	122	200	34	46	292	63	76
太平洋側	600	62	76	158	50	52	442	12	24
西日本 日本海側	229	25	116	143	40	45	86	-15	71
太平洋側	382	38	61	93	72	42	289	-34	19



気象庁報道資料「6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7月調査結果（6月実績）  
（2023年7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

## 7月調査（6月実績）結果概況

### 現状判断は堅調、見通し判断も小幅に改善

6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-0.2の49.4、見通し判断は前月から+1.7の45.5となり、現状判断は前月水準、見通し判断は小幅に改善した。

経営動向調査では、売上高DIはわずかに上昇、収益DIは前月から下落した。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、販売価格DIの高止まりが続いている。買上点数の減少が収まりつつあり、客単価DIは上昇基調を維持している。来客数DIはほぼ前月水準で推移した。

カテゴリー動向調査では、前年の土物相場高騰の反動を受けた青果DI、衛生用品特需の反動が続く非食品DI以外はプラスで推移している。相次ぐ値上げ、家庭の電気・ガス代高騰等による節約志向の高まりで、家庭内食事需要が堅調に推移しているかほか、気温が高く推移したことで涼味商材が好調。また、行楽・イベント需要の回復も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、現状判断に大きな変化はみられなかったが、見通し判断が小幅に改善をみせた。（長期傾向についてはP11参照）

前月同様に商品単価の上昇が続いているが、人流の活発化などもあって中食需要が引き続き伸長しており、また節約志向による内食需要も堅調で、売上高としては好調な販売動向が続いている。一方で、コモディティ商品については、より低価格の商品を求める傾向が強まっているとの意識も広がっている。食品の価格改定は一旦ピークとの見方も広がっているようだが、今後どのように客単価を維持していくか、どう利益を確保していくか、検討が急がれる。

#### 景況感調査

##### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：49.4 (-0.2) 前月：49.6	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：46.3 (+0.1) 前月：46.2	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：44.8 (0.0) 前月：44.8	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：48.4 (+0.7) 前月：47.7
--	---	--	---

##### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：45.5 (+1.7) 前月：43.8	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：45.1 (+1.7) 前月：43.4	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：44.2 (+1.0) 前月：43.2	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：48.4 (+1.5) 前月：46.9
--	---	---	---

#### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：7.0 (+2.2) 前月：4.8	<b>客単価DI</b> 当月：18.6 (+2.5) 前月：16.1	<b>来客数DI</b> 当月：-9.2 (-0.1) 前月：-9.1	
<b>収益DI</b> 当月：1.0 (-3.1) 前月：4.1	<b>販売価格DI</b> 当月：24.7 (-0.2) 前月：24.9	<b>生鮮品仕入原価DI</b> 当月：18.4 (+0.9) 前月：17.5	<b>食品仕入原価DI</b> 当月：25.0 (+0.3) 前月：24.7

#### カテゴリー動向

<b>青果DI</b> 当月：-4.6 (+1.9) 前月：-6.5	<b>水産DI</b> 当月：2.6 (+2.3) 前月：0.3	<b>畜産DI</b> 当月：8.4 (-0.3) 前月：8.7	
<b>惣菜DI</b> 当月：15.5 (-0.4) 前月：15.9	<b>日配DI</b> 当月：17.3 (+1.8) 前月：15.5	<b>一般食品DI</b> 当月：6.3 (+4.8) 前月：1.5	<b>非食品DI</b> 当月：0.0 (+3.4) 前月：-3.4

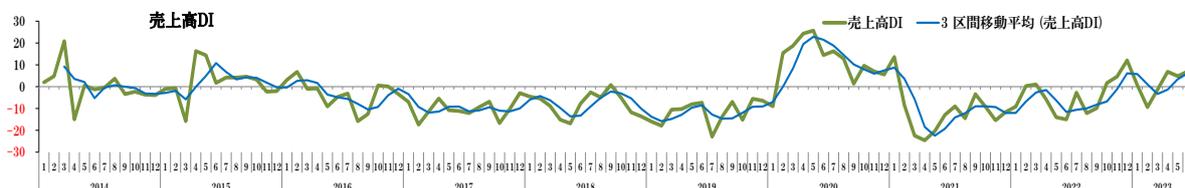
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

## 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

### 1. 売上高DI

当月小幅に上昇し、プラス幅を拡大

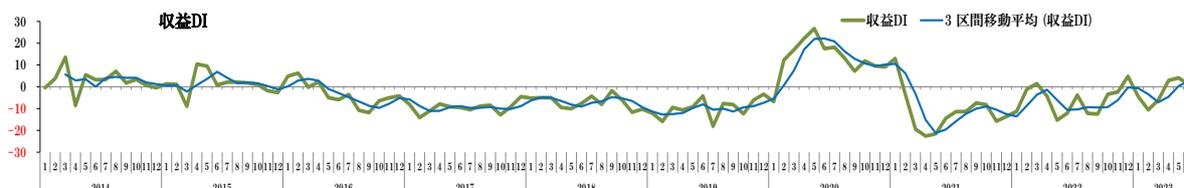
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	7.3	19.2	24.9	44.1	4.5	4.8
<b>売上高 (当月)</b>	<b>7.1</b>	<b>15.6</b>	<b>26.6</b>	<b>43.5</b>	<b>7.1</b>	<b>7.0</b>



### 2. 収益DI

当月小幅に下降し、プラス圏を縮小

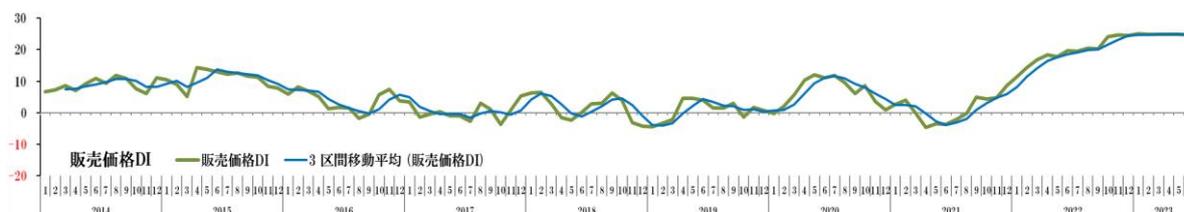
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.9	20.0	32.6	30.9	9.7	4.1
<b>収益 (当月)</b>	<b>9.9</b>	<b>21.2</b>	<b>30.5</b>	<b>31.8</b>	<b>6.6</b>	<b>1.0</b>



### 3. 販売価格DI

前月から横ばい、引き続き最高値付近で推移

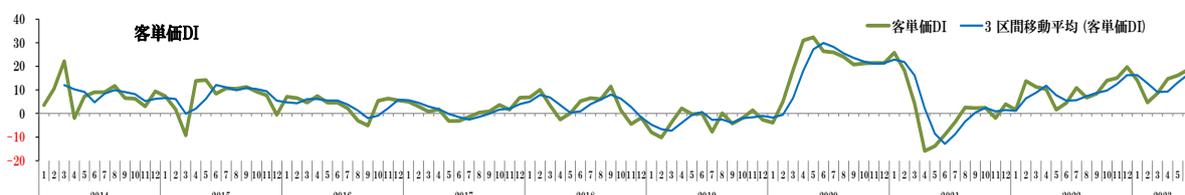
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	1.1	11.9	71.2	15.3	24.9
<b>販売価格 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>1.3</b>	<b>11.3</b>	<b>74.8</b>	<b>12.6</b>	<b>24.7</b>



### 4. 客単価DI

前月からわずかに上昇し、プラス幅を拡大

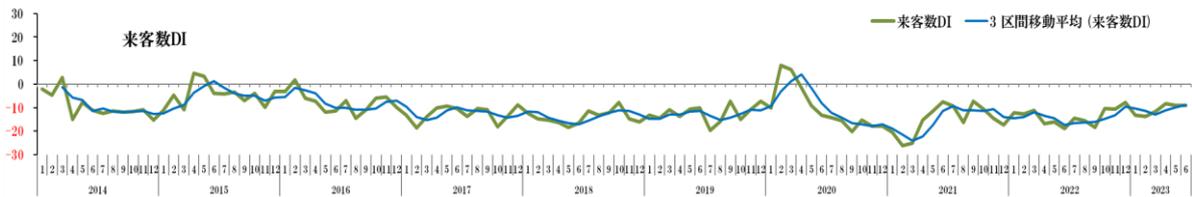
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	2.3	6.9	18.3	69.1	3.4	16.1
<b>客単価 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>4.6</b>	<b>22.4</b>	<b>67.1</b>	<b>5.9</b>	<b>18.6</b>



## 5. 来客数 DI

前月から横ばいでマイナス圏での推移

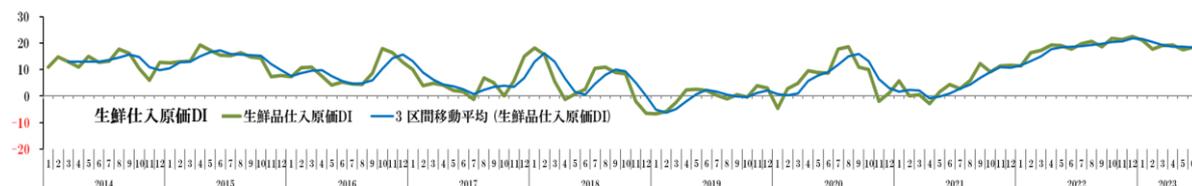
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	11.4	34.9	34.3	17.7	1.7	-9.1
<b>来客数 (当月)</b>	<b>6.5</b>	<b>44.4</b>	<b>28.8</b>	<b>19.6</b>	<b>0.7</b>	<b>-9.2</b>



## 6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準で推移

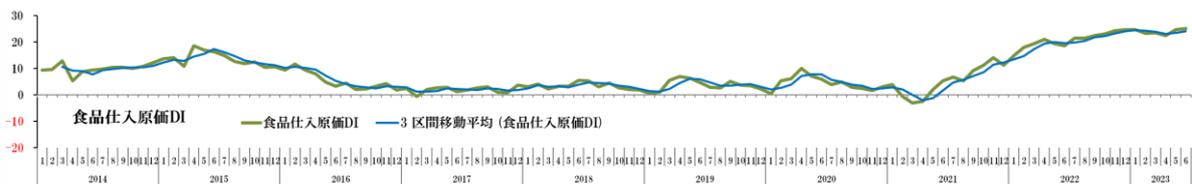
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	3.4	6.3	19.0	59.2	12.1	17.5
<b>生鮮仕入原価 (当月)</b>	<b>1.4</b>	<b>3.4</b>	<b>24.3</b>	<b>62.2</b>	<b>8.8</b>	<b>18.4</b>



## 7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい推移、26 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	3.5	14.5	57.0	23.8	24.7
<b>食品仕入原価 (当月)</b>	<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>13.0</b>	<b>64.4</b>	<b>19.9</b>	<b>25.0</b>

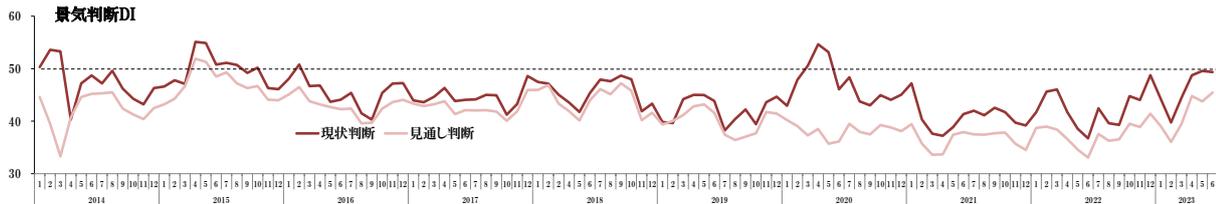


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は前月水準も、見通し判断が小幅に改善

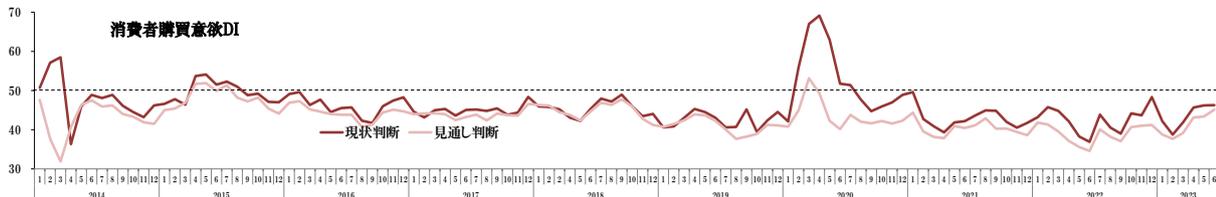
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	1.7	15.3	66.7	15.8	0.6	49.6
<b>【現状】景況判断 (当月)</b>	<b>2.6</b>	<b>17.5</b>	<b>59.7</b>	<b>20.1</b>	<b>0.0</b>	<b>49.4</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	4.0	28.2	56.5	11.3	0.0	43.8
<b>【見通し】景況判断 (当月)</b>	<b>3.9</b>	<b>24.7</b>	<b>57.1</b>	<b>14.3</b>	<b>0.0</b>	<b>45.5</b>



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は前月水準も、見通し判断が小幅に改善

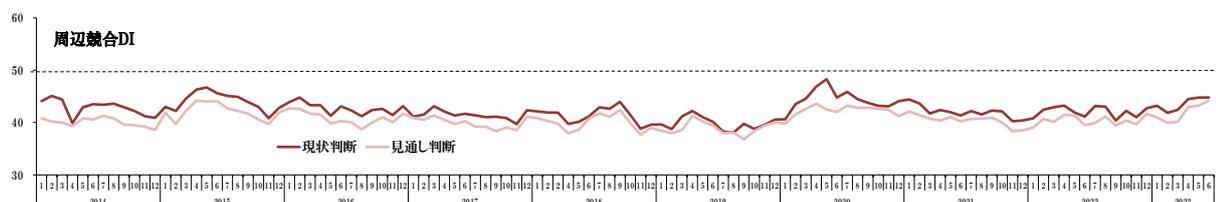
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.7	23.2	64.4	10.2	0.6	46.2
<b>【現状】購買意欲 (当月)</b>	<b>1.9</b>	<b>26.0</b>	<b>57.1</b>	<b>14.9</b>	<b>0.0</b>	<b>46.3</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.8	30.5	57.1	9.6	0.0	43.4
<b>【見通し】購買意欲 (当月)</b>	<b>1.9</b>	<b>27.3</b>	<b>59.1</b>	<b>11.7</b>	<b>0.0</b>	<b>45.1</b>



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断は前月水準も、見通し判断が小幅に改善

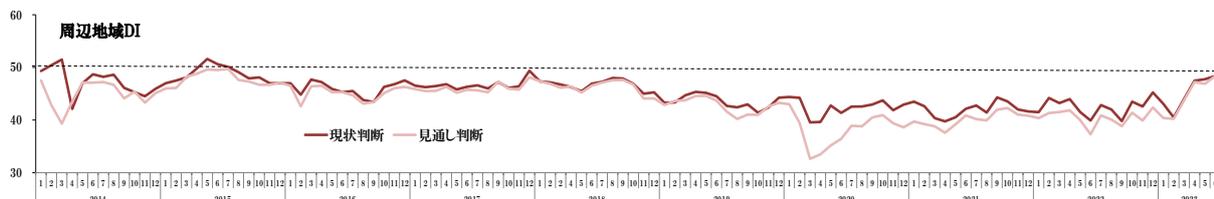
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	3.4	18.1	75.7	1.7	1.1	44.8
<b>【現状】競合状況 (当月)</b>	<b>3.9</b>	<b>19.5</b>	<b>70.8</b>	<b>5.2</b>	<b>0.6</b>	<b>44.8</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	4.0	22.6	70.6	2.3	0.6	43.2
<b>【見通し】競合状況 (当月)</b>	<b>5.2</b>	<b>19.5</b>	<b>69.5</b>	<b>5.2</b>	<b>0.6</b>	<b>44.2</b>



#### 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】地域景気 (前月)	0.6	14.1	79.1	6.2	0.0	47.7
【現状】地域景気 (当月)	2.6	14.3	71.4	10.4	1.3	48.4
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】地域景気 (前月)	1.1	18.1	72.9	7.9	0.0	46.9
【見通し】地域景気 (当月)	2.6	16.9	66.2	13.0	1.3	48.4

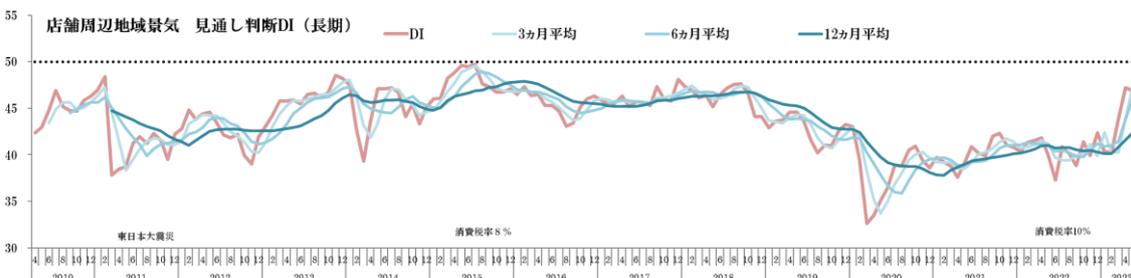
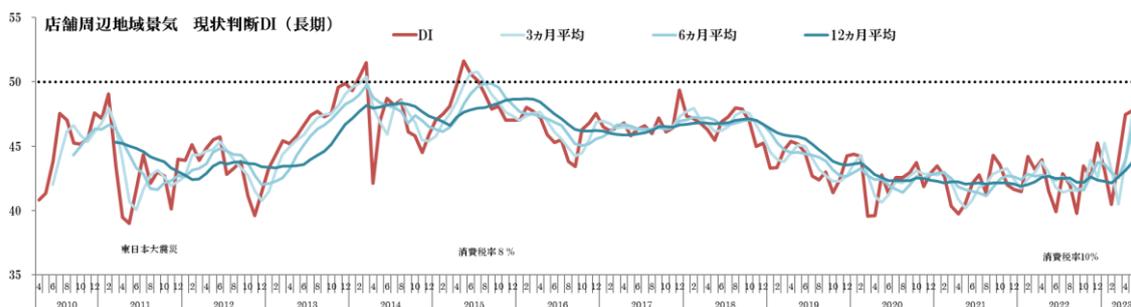


#### ・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

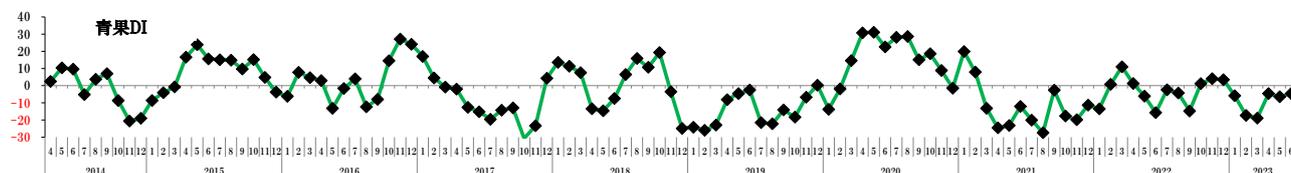
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。その後10月に再び改善に転じたものの、23年3月以降は改善が続いている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：-4.6（やや不調）

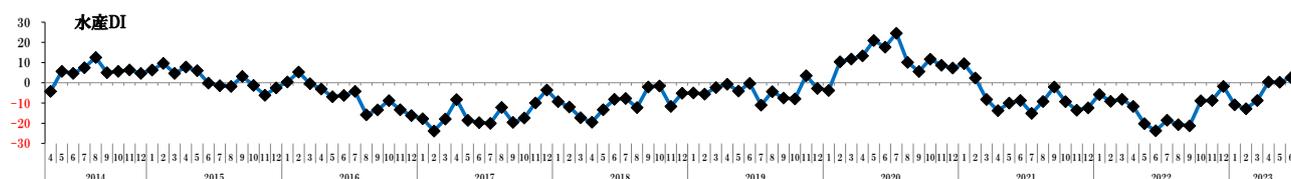
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	8.8	36.5	28.8	23.5	2.4	-6.5
<b>青果（当月）</b>	<b>9.6</b>	<b>32.2</b>	<b>27.4</b>	<b>28.8</b>	<b>2.1</b>	<b>-4.6</b>



青果は相場安の傾向だったが買上点数は伸び悩み、やや不調となった。前年の土物類高騰からの反動減が続いている。気温がやや高く推移したことでトマトやきゅうり、レタスなどのサラダ関連野菜が好調。一方で果実は相場高傾向となり、柑橘類は不調となった店舗が多かったが、さくらんぼは好調とする店舗が多かった。気温が高かった地域ではスイカやカットフルーツの動きがよかった。輸入果実ではバナナやキウイフルーツが好調となった。

#### 2. 水産DI：2.6（やや好調）

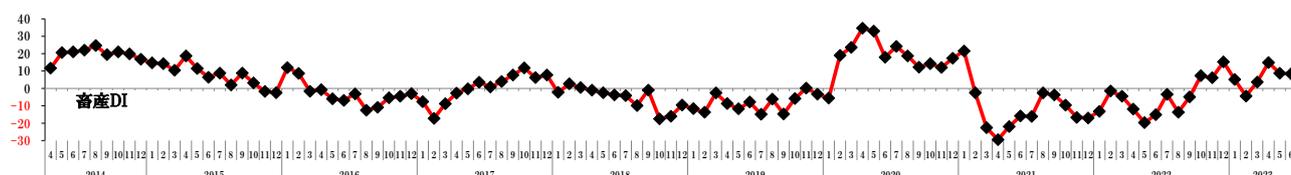
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	7.6	25.9	28.8	32.9	4.7	0.3
<b>水産（当月）</b>	<b>4.1</b>	<b>27.6</b>	<b>29.7</b>	<b>31.0</b>	<b>7.6</b>	<b>2.6</b>



引き続き燃料費や養殖飼料高騰により価格は高止まりが続く。特にまぐろは価格高騰の影響が大きい。刺身類ではタコやサーモンが好調となった店舗が多かった。カツオは入荷状況により好不調がわかれている。塩干は数量の落ち込みが小さく、好調な店舗が多い。うなぎは国産価格が高騰しているため伸び悩んだが、輸入品は気温の上昇を背景に好調に推移した。冷凍品や加工品の動きがよいとのコメントがみられた。

#### 3. 畜産DI：8.4（やや好調）

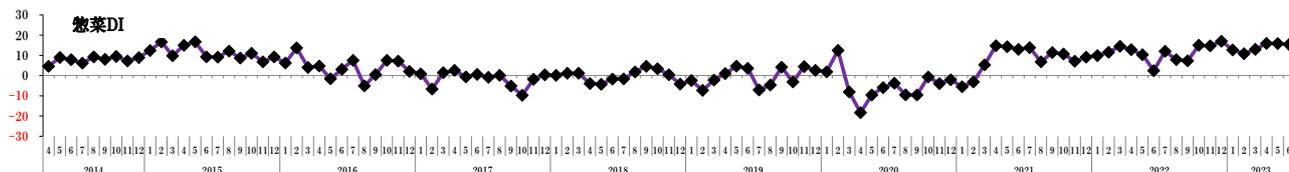
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	4.1	19.4	24.1	42.4	10.0	8.7
<b>畜産（当月）</b>	<b>3.4</b>	<b>20.5</b>	<b>24.7</b>	<b>41.8</b>	<b>9.6</b>	<b>8.4</b>



精肉全般で相場高が続いており、牛肉は不調、豚肉や鶏肉は比較的好調に推移した。牛肉では国産相場に落ち着きがみられているものの、引き続き輸入品の動きがよい。バーベキュー需要は苦戦したとのコメントもみられた。豚肉では挽肉など普段使いの商品を中心に好調。国産にも回復傾向がみられたが、輸入の動きがよい。鶏肉も高値が続いているが、ムネ肉を中心に好調に推移した。ハムやソーセージなどの加工肉は値上げの影響で好不調の判断がわかれている。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：15.5（好調）

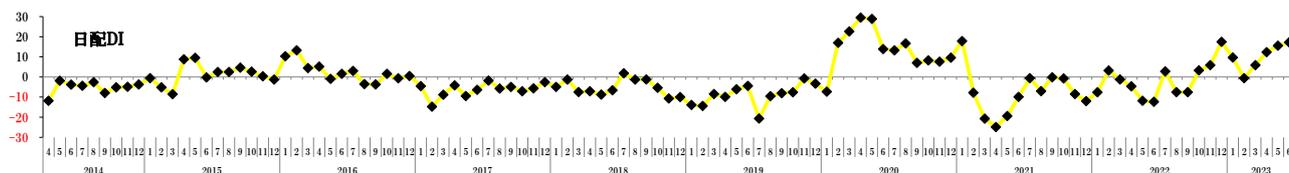
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.8	10.2	25.7	47.3	15.0	15.9
<b>惣菜（当月）</b>	<b>4.9</b>	<b>5.6</b>	<b>27.8</b>	<b>46.5</b>	<b>15.3</b>	<b>15.5</b>



全般的に買上点数が維持され、価格改定もあって一品単価が上昇、好調が持続している。家庭での電気・ガス代高騰や調理油の値上げで調理を避ける傾向にある、唐揚げやコロッケ、天ぷらなど揚げ物類が好調をけん引している。行楽需要やイベントの再開により注文販売も好調、昼食・夕食需要の回復も継続しており、米飯類の動きがよい。寿司や和惣菜は動きが鈍いが、つまみ類や焼鳥などが好調とのコメントが多い。

#### 5. 日配DI：17.3（好調）

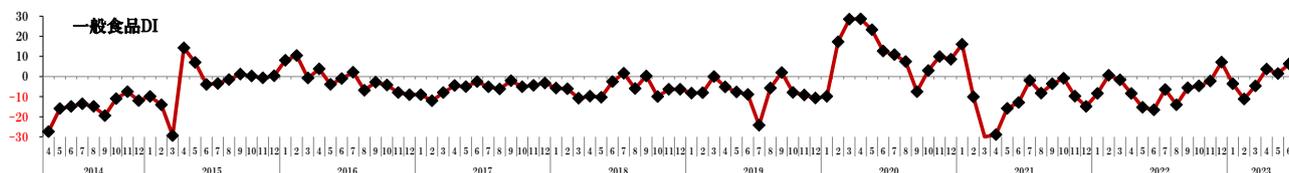
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	3.0	11.2	23.1	46.2	16.6	15.5
<b>日配（当月）</b>	<b>0.7</b>	<b>9.6</b>	<b>26.7</b>	<b>45.9</b>	<b>17.1</b>	<b>17.3</b>



値上げの影響が大きいカテゴリーとなっているが、全般的に買上点数の減少が収まり、一品単価上昇により、引き続き好調に推移している。価格高騰が続く鶏卵は、商品供給が回復傾向にあり、売上増となった。冷凍食品は引き続き好調を持続。洋日配ではデザート類は伸び悩んだが、チーズ、機能性乳酸菌飲料などが好調、和日配では納豆や豆腐などが好調となった。気温が高く推移し、涼味食材、飲料やアイスの動きがよかった。

#### 6. 一般食品：6.3（やや好調）

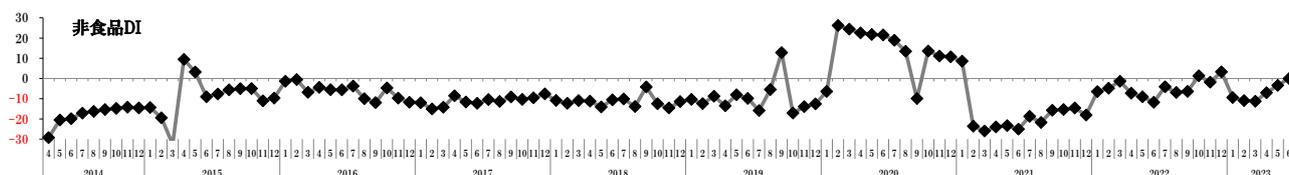
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	6.0	24.0	35.9	26.3	7.8	1.5
<b>一般食品（当月）</b>	<b>4.1</b>	<b>19.0</b>	<b>29.9</b>	<b>41.5</b>	<b>5.4</b>	<b>6.3</b>



全般的に販売価格上昇の影響は受けているが、点数減の傾向が収まり比較的好調に推移した。レトルト食品や、パスタなど乾麺類は好調だが、低価格商品への需要シフトを指摘するコメントが多い。食用油や調味料などは単価上昇と家庭調理需要の継続に支えられ引き続き堅調。高い気温で推移し、そうめんなど涼味関連も好調、菓子や酒類も好調となった。米類は回復がみられた店舗が多い。節約志向の高まり、PB商品の伸長を指摘するコメントが多くみられた。

## 7. 非食品 DI：0.0（横ばい）

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）	9.1	29.9	31.7	23.8	5.5	-3.4
非食品（当月）	8.4	26.6	29.4	28.0	7.7	0.0



引き続きマスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品は需要減少の影響を受けているものの、単価が上昇しているペットフードや家庭用洗剤などが好調に推移した。トイレtpーパー、キッチンペーパーなどの紙製品、カセットコンロやレジヤシートなど行楽向け商品も好調に推移。気温が高めに推移し、殺虫剤や虫ケア用品などの動きがよかった。ドラッグストアとの競合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～

### 2023年7月調査（6月実績）キーワード TOP3

1. 値上げによる数量減が収まる傾向
2. 高い気温で推移
3. 低価格商品への需要シフト

### （参考）2022年7月調査（6月実績）キーワード TOP3

1. 内食需要低下による来客数、買上点数減
2. 上旬気温低下、下旬高温
3. 仕入価格の上昇

### スーパーマーケット景気動向調査 集計数

6月実績速報版      154社  
 5月実績確報版      177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)