

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2022年11月実績 速報版(パネル270)

10月実績 確報版(パネル270)

(2022年12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

2022年12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  
 2022年11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	95,027,568	100.0%	103.3%	102.0%
食品合計	86,001,061	90.5%	103.7%	102.3%
生鮮3部門合計	32,406,985	34.1%	102.6%	101.2%
青果	12,571,192	13.2%	102.7%	101.6%
水産	8,058,814	8.5%	100.3%	98.8%
畜産	11,776,979	12.4%	104.0%	102.6%
惣菜	10,023,345	10.5%	106.3%	104.6%
日配	19,175,604	20.2%	105.1%	103.8%
一般食品	24,395,127	25.7%	103.0%	101.7%
非食品	6,861,284	7.2%	98.4%	97.9%
その他	2,165,270	2.3%	94.1%	94.5%

## 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	12,639,377	43	103.9%	102.8%
関東地方	34,722,040	73	103.0%	101.3%
中部地方	11,621,683	53	104.6%	102.3%
近畿地方	21,767,621	44	101.4%	101.1%
中国・四国地方	9,379,920	34	104.2%	102.8%
九州・沖縄地方	4,896,927	23	106.4%	105.7%

## 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	520,894	44	94.7%	97.6%
4~10店舗	4,250,434	84	99.6%	100.8%
11~25店舗	8,328,405	51	102.3%	101.4%
26~50店舗	16,528,951	45	103.2%	101.2%
51店舗以上	65,398,884	46	103.6%	102.3%

集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	93,144,345
総店舗数 (店舗)	8,360	店舗平均月商 (万円)	11,367
総売場面積 (㎡)	13,820,635	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

2022年12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  
 2022年10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	98,513,749	100.0%	102.6%	101.3%
食品合計	89,870,166	91.2%	102.6%	101.1%
生鮮3部門合計	33,992,717	34.5%	102.2%	100.7%
青果	13,775,773	14.0%	101.3%	100.0%
水産	8,088,845	8.2%	99.7%	98.3%
畜産	12,128,099	12.3%	104.9%	103.2%
惣菜	10,669,519	10.8%	105.8%	104.1%
日配	19,974,957	20.3%	103.3%	102.0%
一般食品	25,232,973	25.6%	101.2%	99.9%
非食品	6,544,397	6.6%	102.3%	101.7%
その他	2,099,233	2.1%	98.5%	99.2%

## 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	13,265,842	43	103.2%	101.7%
関東地方	36,149,083	73	102.9%	101.3%
中部地方	12,086,127	53	103.0%	101.3%
近畿地方	21,964,071	44	100.8%	99.9%
中国・四国地方	9,957,359	34	103.4%	102.4%
九州・沖縄地方	5,091,267	23	105.9%	105.3%

## 保有店舗数別集計

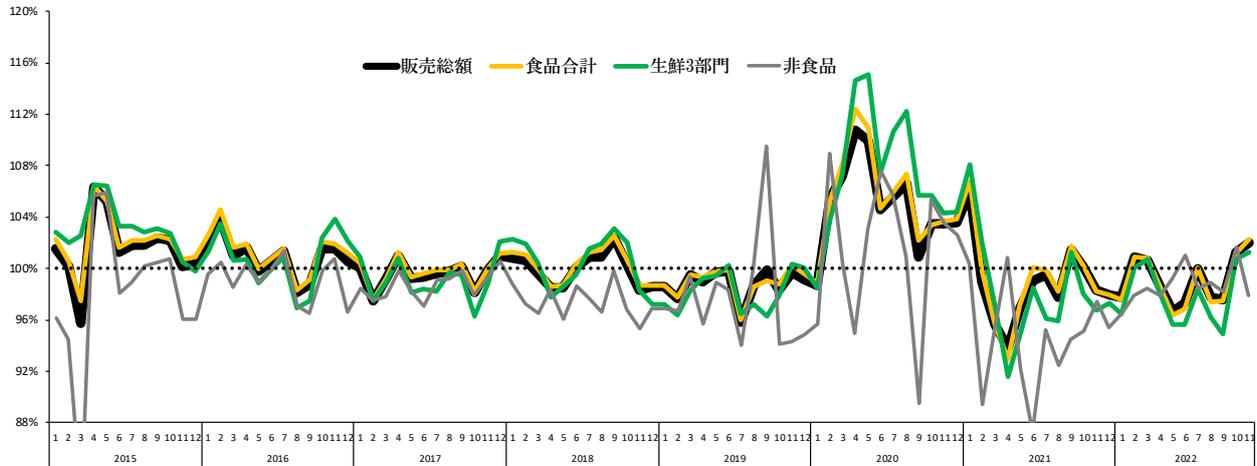
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	531,419	43	97.7%	99.2%
4~10店舗	4,438,129	85	98.3%	97.9%
11~25店舗	8,615,364	51	101.9%	100.8%
26~50店舗	17,296,458	45	103.1%	101.5%
51店舗以上	67,632,379	46	102.9%	101.5%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	96,329,043	
総店舗数 (店舗)	8,342	店舗平均月商 (万円)	11,809	
総売場面積 (㎡)	13,805,143	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.1	

※売上高は税抜金額

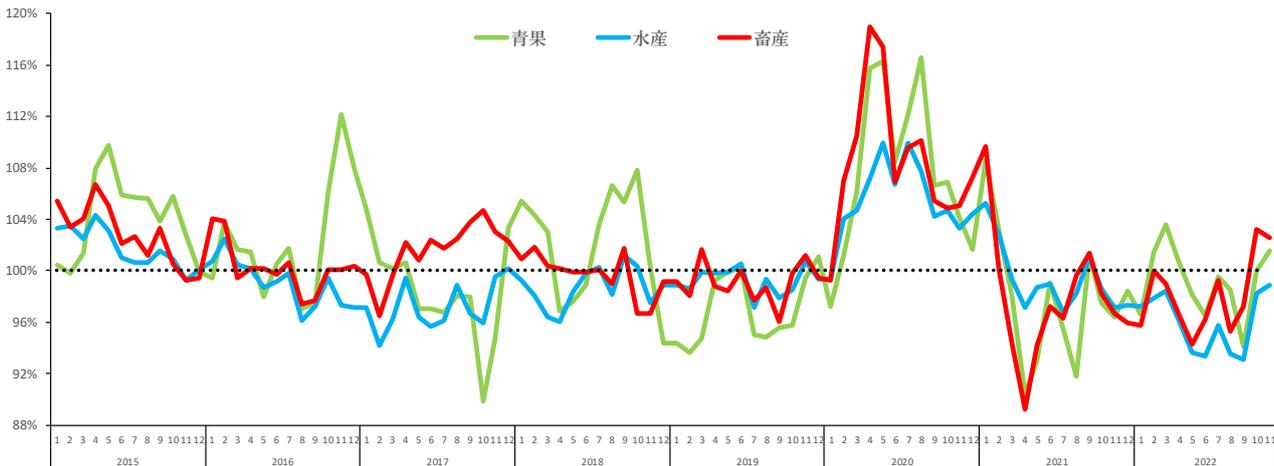
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

# 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～

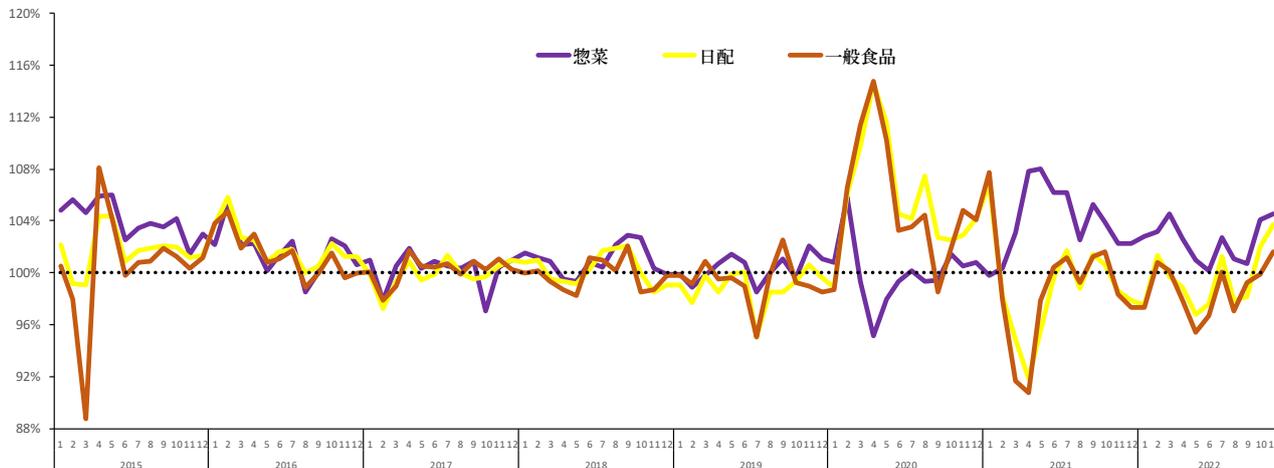
## 総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



## 青果・水産・畜産



## 惣菜・日配・一般食品



※2022年11月実績は速報版

## 2022年11月エリア別気候状況

### 11月の気温：全国的にかなり高かった

上旬：全国的に平年並だった。□

中旬：北・東・西日本で高かった。

下旬：全国的にかなり高かった。□

2021年11月との比較：上旬は北・東日本で低く、中旬は西日本で高く、下旬は全国的にかなり高くなった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2022年11月			2021年11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	0.5	1.4	3.3	2.0	2.3	1.2	-1.5	-0.9	2.1
太平洋側	0.3	1.2	3.5	2.0	2.0	0.9	-1.7	-0.8	2.6
東日本 日本海側	-0.2	1.5	3.7	1.0	0.6	0.0	-1.2	0.9	3.7
太平洋側	0.2	1.2	3.7	1.2	0.3	0.0	-1.0	0.9	3.7
西日本 日本海側	-0.2	2.0	3.7	0.0	-0.5	-0.1	-0.2	2.5	3.8
太平洋側	0.4	1.6	3.4	0.3	-0.5	-0.2	0.1	2.1	3.6

#### 平年差



#### 前年差



### 11月の日照時間：北・東・西日本日本海側でかなり多かった

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

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

下旬：北・東・西日本日本海側で多かった。一方、北・東日本太平洋側で少なかった。□

2021年11月との比較：上旬に西日本で多く、中旬以降東日本太平洋側で少なかった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年11月			2021年11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	114	161	118	123	111	93	-9	50	25
太平洋側	119	120	87	83	120	104	36	0	-17
東日本 日本海側	130	143	135	131	147	112	-1	-4	23
太平洋側	131	116	79	114	147	117	17	-31	-38
西日本 日本海側	147	128	114	99	146	110	48	-18	4
太平洋側	131	111	94	104	131	116	27	-20	-22

#### 平年差



#### 前年差



### 11月の降水量：東・西日本太平洋側で多かった。一方、東・西日本日本海側で少なかった

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

中旬：東・西日本日本海側で少なかった。

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

2021年11月との比較：上旬は全国的にかなり少なく、下旬は北・東日本を除いて少なかった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差 (%)		
	2022年11月			2021年11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	52	111	129	141	90	171	-89	21	-42
太平洋側	31	58	157	343	40	127	-312	18	30
東日本 日本海側	40	73	105	111	100	150	-71	-27	-45
太平洋側	42	56	259	192	3	104	-150	53	155
西日本 日本海側	13	41	103	109	32	207	-96	9	-104
太平洋側	48	98	220	145	25	269	-97	73	-49

#### 平年差



#### 前年差



気象庁報道資料「11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

2022年12月調査結果（11月実績）  
（2022年12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

## 12月調査（11月実績）結果概況

### 現状判断、見通し判断ともに前月同様の水準

11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-0.3の44.3、見通し判断は前月から-0.8の38.7となり、現状判断、見通し判断ともに前月から大きな変化はみられなかった。

経営動向調査では、売上高DIは前月より小幅に上昇しプラス圏を維持、収益DIもわずかながら上昇しマイナス幅を縮小した。生鮮品仕入原価DIと食品仕入原価DIが高水準で推移しており、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も、前月から大きな変化はみられないが、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あり、青果、日配、一般食品カテゴリーで前月に比べ小幅な上昇をみせた。（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、見通し判断DIともに前月から大きな動きがなく、同水準での推移となった。（長期傾向についてはP11参照）

相次ぐ値上げにより、買上点数の減少傾向を指摘するコメントが多いが一品単価の上昇により、売上高は確保した店舗が多い。行動制限のない日常生活が続くなか、家庭内食事需要の低迷が心配されていたが、想定に比べ底堅い推移が続いている。冷凍食品や惣菜の好調継続にみられるように、物価の高騰が長期化するなかで、節約志向として外食を控え、自宅等で食事をする行動が高まっているようだ。一方で、コスト高騰による収益面での厳しさを指摘するコメントも多い。消費者の行動範囲の拡大により、競合業態との価格競争も続く中で、電気代や人件費をはじめとする経営コストの上昇を、価格に転嫁できない厳しい状況が続いている。消費者の価値変容を的確に捉え、支持される品揃え、提案が一層求められる。

#### 景況感調査

##### 現状判断

景気判断DI  
当月：44.3 (-0.5)  
前月：44.8

消費者購買意欲DI  
当月：43.7 (-0.5)  
前月：44.2

周辺地域 競合状況DI  
当月：41.8 (-0.4)  
前月：42.2

店舗周辺地域 景気判断DI  
当月：43.2 (-0.3)  
前月：43.5

##### 見通し判断

景気判断DI  
当月：38.7 (-0.8)  
前月：39.5

消費者購買意欲DI  
当月：40.7 (+0.1)  
前月：40.6

周辺地域 競合状況DI  
当月：40.0 (-0.4)  
前月：40.4

店舗周辺地域 景気判断DI  
当月：40.3 (-1.1)  
前月：41.4

#### 経営動向調査 経営状況

売上高DI  
当月：4.6 (+2.9)  
前月：1.7

客単価DI  
当月：14.2 (+0.2)  
前月：14.0

来客数DI  
当月：-11.2 (-1.0)  
前月：-10.2

収益DI  
当月：-2.3 (+1.1)  
前月：-3.4

販売価格DI  
当月：24.7 (+0.5)  
前月：24.2

生鮮品仕入原価DI  
当月：21.2 (-0.6)  
前月：21.8

食品仕入原価DI  
当月：23.5 (+0.4)  
前月：23.1

#### カテゴリー動向

青果DI  
当月：4.0 (+2.8)  
前月：1.2

水産DI  
当月：-8.9 (0.0)  
前月：-8.9

畜産DI  
当月：5.7 (-1.6)  
前月：7.3

惣菜DI  
当月：15.0 (0.0)  
前月：15.0

日配DI  
当月：6.1 (+2.8)  
前月：3.3

一般食品DI  
当月：-2.2 (+2.5)  
前月：-4.7

非食品DI  
当月：-0.9 (-2.3)  
前月：1.4

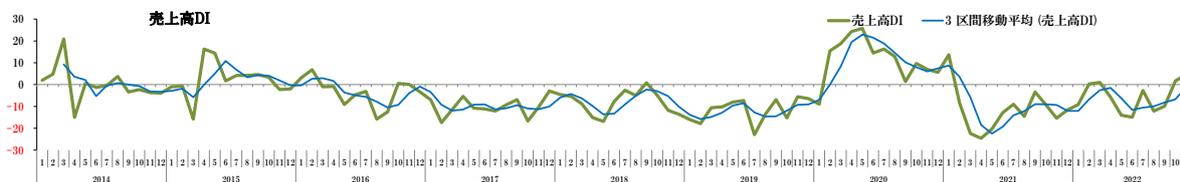
※DI 値は前年同月との比較 / () 内は前月DI からの変化

## 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

### 1. 売上高DI

前月より上昇、小幅ながら2か月連続のプラス圏

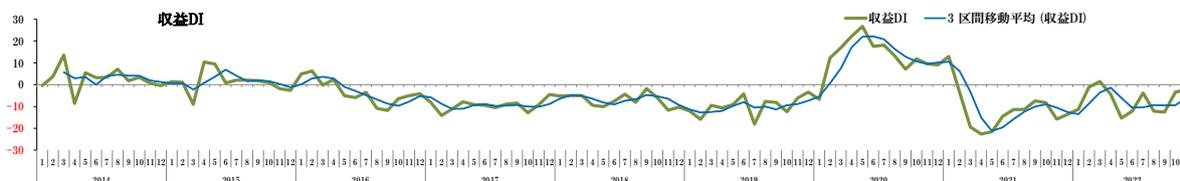
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	6.2	26.0	27.1	36.2	4.5	1.7
<b>売上高 (当月)</b>	<b>5.1</b>	<b>23.1</b>	<b>23.7</b>	<b>44.2</b>	<b>3.8</b>	<b>4.6</b>



### 2. 収益DI

前月から小幅に上昇も、8か月連続マイナス圏で推移

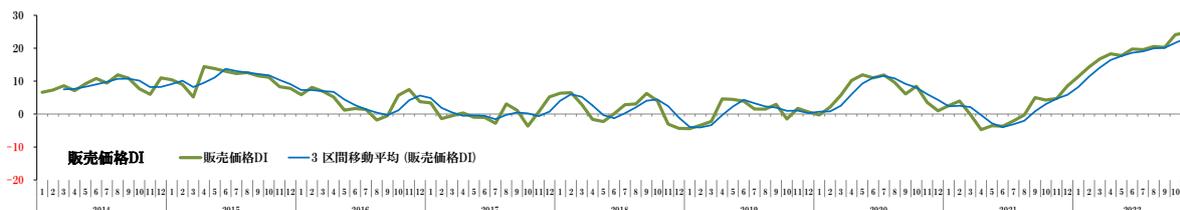
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	8.0	30.7	35.8	18.2	7.4	-3.4
<b>収益 (当月)</b>	<b>8.5</b>	<b>30.1</b>	<b>30.7</b>	<b>23.5</b>	<b>7.2</b>	<b>-2.3</b>



### 3. 販売価格DI

調査開始以来最高水準、前月より小幅に上昇

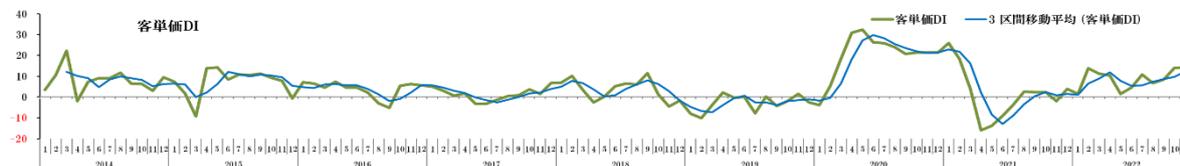
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.7	14.1	70.1	14.1	24.2
<b>販売価格 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>1.3</b>	<b>12.2</b>	<b>73.1</b>	<b>13.5</b>	<b>24.7</b>



### 4. 客単価DI

前月から横ばい推移、二桁プラス圏で推移

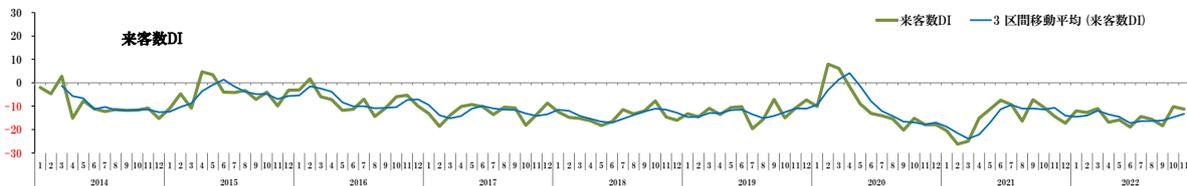
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	7.3	32.2	55.4	4.5	14.0
<b>客単価 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>9.6</b>	<b>28.0</b>	<b>58.6</b>	<b>3.8</b>	<b>14.2</b>



## 5. 来客数 DI

前月から小幅に悪化、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)	11.4	38.1	33.0	15.3	2.3	-10.2
来客数 (当月)	11.4	38.6	34.2	15.2	0.6	-11.2



## 6. 生鮮仕入原価 DI

前月から横ばい推移、二桁プラス圏で推移

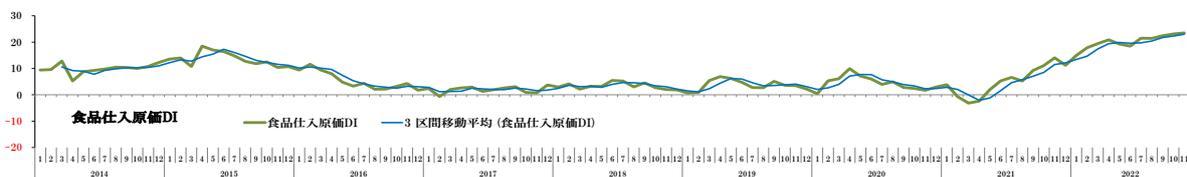
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.7	2.9	20.9	55.2	19.2	21.8
生鮮仕入原価 (当月)	1.3	3.3	17.9	64.2	13.2	21.2



## 7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばいも、20 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)	2.3	3.5	14.5	58.7	20.9	23.1
食品仕入原価 (当月)	1.3	4.0	11.9	64.9	17.9	23.5

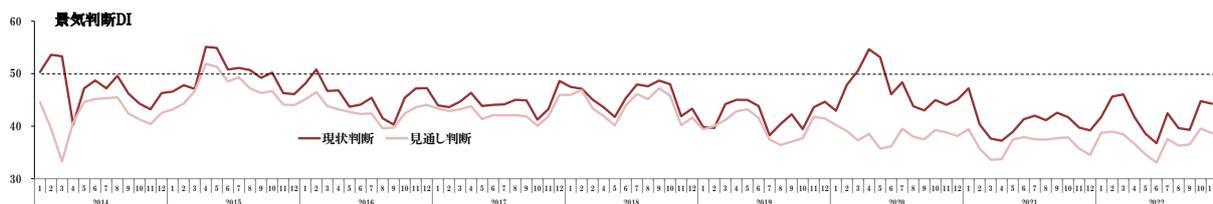


## II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断、見通し判断ともに前月から大きな変化なし

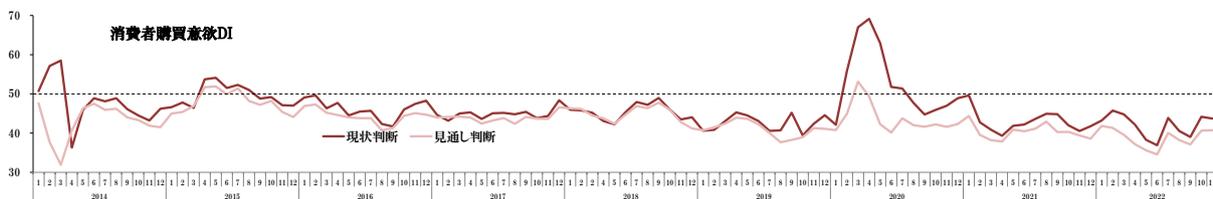
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	4.5	26.0	55.9	13.0	0.6	44.8
【現状】景況判断 (当月)	5.1	26.1	55.4	13.4	0.0	44.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	6.1	38.0	47.5	8.4	0.0	39.5
【見通し】景況判断 (当月)	5.0	40.9	48.4	5.7	0.0	38.7



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断ともに前月から大きな変化なし

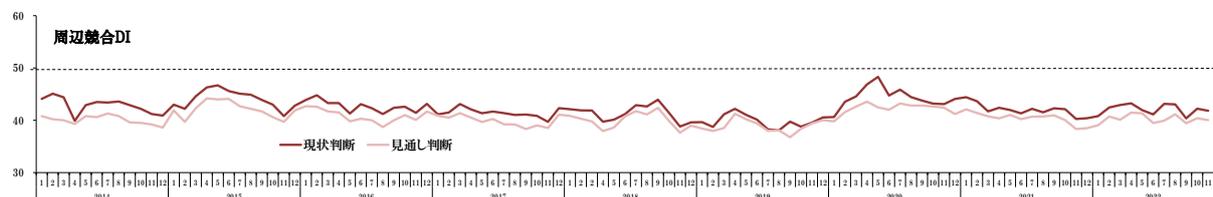
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.7	30.0	58.9	8.9	0.6	44.2
【現状】購買意欲 (当月)	2.5	30.8	56.0	10.7	0.0	43.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.7	40.8	50.8	6.7	0.0	40.6
【見通し】購買意欲 (当月)	2.5	37.1	55.3	5.0	0.0	40.7



### 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大きな変化なし

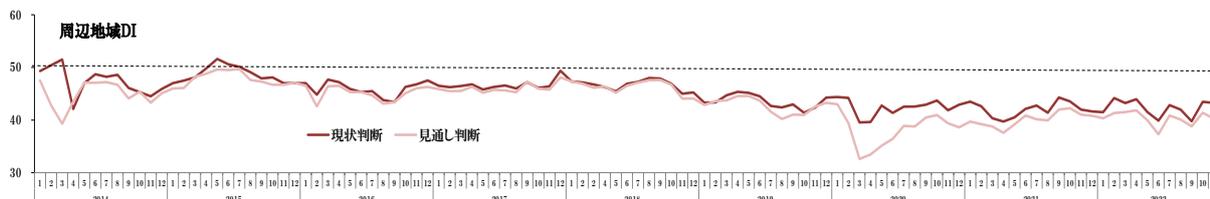
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	4.4	27.8	62.2	5.6	0.0	42.2
【現状】競合状況 (当月)	6.3	24.5	64.8	4.4	0.0	41.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	5.6	30.6	60.6	3.3	0.0	40.4
【見通し】競合状況 (当月)	7.6	27.8	61.4	3.2	0.0	40.0



#### 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大きな変化なし

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	30.0	62.8	6.1	0.0	43.5
【現状】地域景気 (当月)	2.5	27.7	64.2	5.7	0.0	43.2
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)	1.7	36.1	57.2	5.0	0.0	41.4
【見通し】地域景気 (当月)	3.1	36.5	56.6	3.8	0.0	40.3

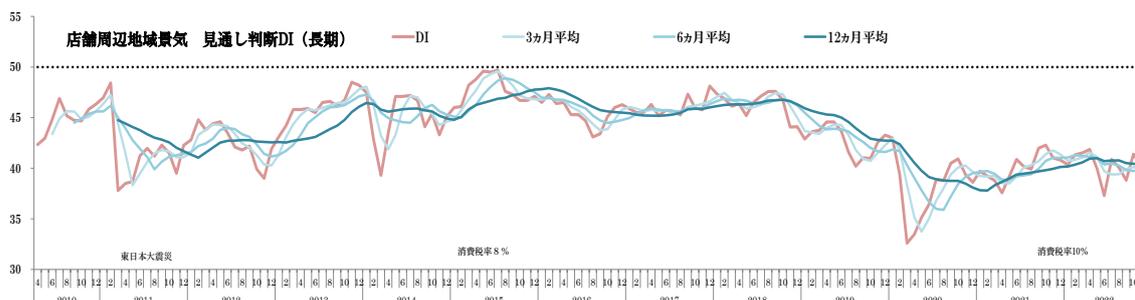
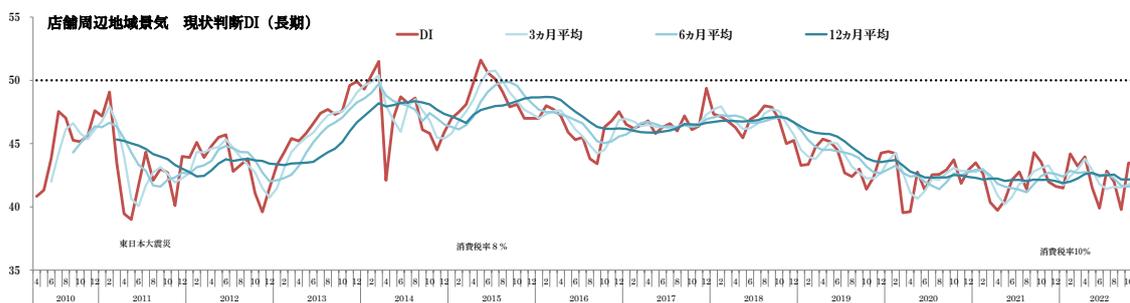


#### ・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

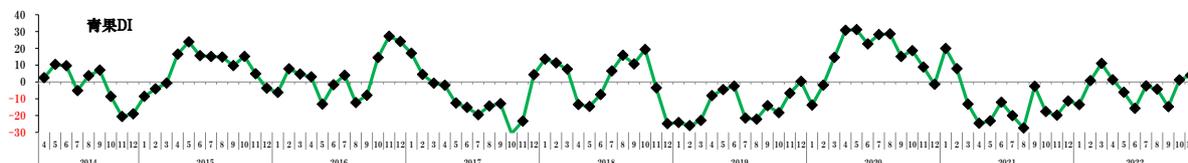
20年2月に大幅に悪化したのが、その後持ち直しの動きが続いた。21年以降は、感染状況により上下に振られる不安定な動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化した。感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせたが、その後は低迷、10月に再び改善するなど方向感のない不安定な推移となっている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：4.0（やや好調）

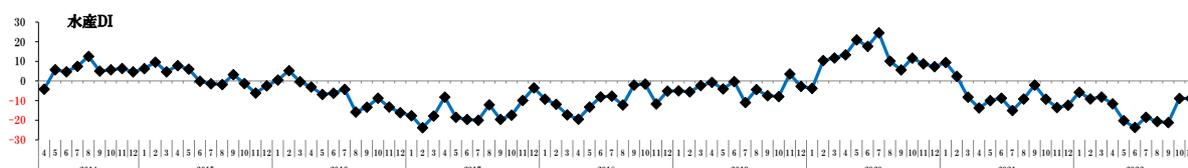
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果 (前月)	7.7	28.6	25.0	28.6	10.1	1.2
青果 (当月)	4.7	25.5	26.2	36.2	7.4	4.0



中旬頃までやや相場高傾向、その後相場安傾向となったが、買上点数の増加がみられ好調となった。葉物や白ネギ、菌類など鍋関連野菜、煮物用の根菜類が好調となった店舗が多い。玉ねぎやじゃがいもなどの土物類は前年から相場安となり伸び悩んだ。洋菜などサラダ関連野菜は好不調の判断が分かっている。国産果物類はおおむね供給が安定し、りんごや柿、梨が好調に推移したが、前年好調のみかんやイチゴは出荷が遅れ伸び悩んだ店舗が多い。輸入果実は円安による価格高騰で不振となっている。

#### 2. 水産DI：-8.9（やや不調）

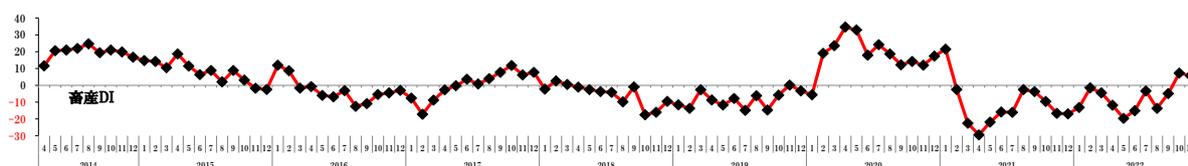
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産 (前月)	12.4	37.3	29.6	14.8	5.9	-8.9
水産 (当月)	12.1	36.9	29.5	17.4	4.0	-8.9



燃料費や養殖飼料等高騰による相場高が続き、価格上昇によりやや不調となった。気温の低下とともに、鍋・おでん関連商材の動きがよかった。冷凍魚介類の動きがよいとのコメントが多い。鮭、ブリは入荷に回復傾向がみられたとのこと。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販売に苦心する状況が続いている。貝類も引き続き不調が続く。塩干類は、家飲み需要の落ち着きや価格高騰もあり、点数減で厳しい状況が続いている。

#### 3. 畜産DI：5.7（やや好調）

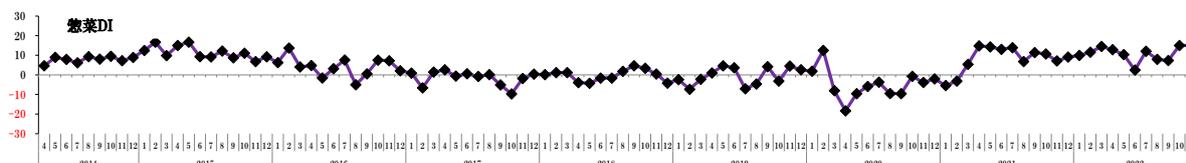
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産 (前月)	4.2	22.0	24.4	39.3	10.1	7.3
畜産 (当月)	4.0	23.5	26.2	38.3	8.1	5.7



相場の高騰が続き、買上点数の伸び悩みは続いているが、前年より気温が低く推移した地域を中心に、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、一部に回復傾向もみられた。牛肉は国産、輸入ともに動きが鈍いが、豚肉は小間切れやミンチなどが好調で前年並みを確保。鶏肉は鳥インフルエンザの影響を受け調達に苦心するなど、伸び悩んだ店舗もみられた。原価高騰により利益が圧迫されているとのコメントが多くみられた。

#### 4. 惣菜DI：15.0（好調）

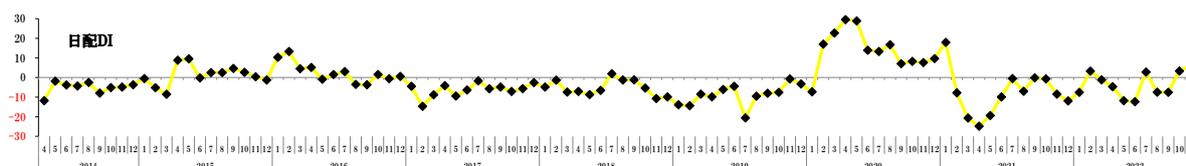
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.4	12.6	22.8	47.3	15.0	15.0
<b>惣菜（当月）</b>	<b>3.4</b>	<b>9.5</b>	<b>24.3</b>	<b>49.3</b>	<b>13.5</b>	<b>15.0</b>



調理油の値上げの影響もあり、天ぷら、唐揚げや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。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がよかった。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。一方で、和惣菜や寿司、家飲み向けのおつまみ惣菜は伸び悩み傾向とのコメントが多い。原材料や包装資材の値上げが続き、利益を圧迫する状況が続いている。

#### 5. 日配DI：6.1（やや好調）

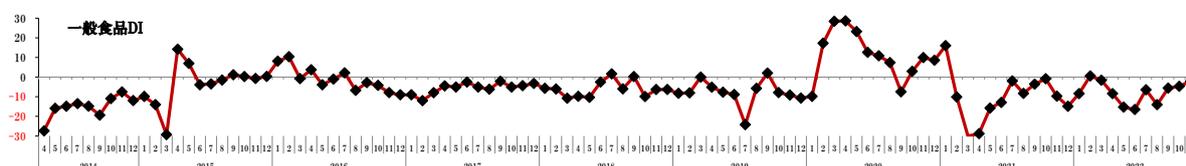
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.2	23.4	34.1	31.7	6.6	3.3
<b>日配（当月）</b>	<b>4.7</b>	<b>21.6</b>	<b>26.4</b>	<b>39.2</b>	<b>8.1</b>	<b>6.1</b>



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。アイス類も動きがよいとのコメントが多い。前年低調であったチルドピザ、キムチなどの発酵食品、チーズやバターなどにも回復傾向がみられた。

#### 6. 一般食品：-2.2（やや不調）

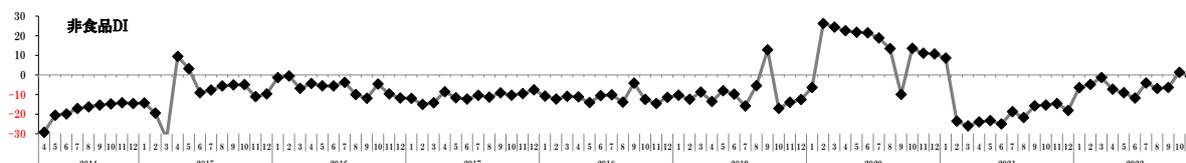
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	7.6	30.6	37.1	22.4	2.4	-4.7
<b>一般食品（当月）</b>	<b>4.6</b>	<b>32.5</b>	<b>34.4</b>	<b>23.8</b>	<b>4.6</b>	<b>-2.2</b>



値上げによる販売数量減を指摘するコメントが多いが、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。菓子類も冬物や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も、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。酒類は競合店舗との価格競争激化で苦戦した。ポジョレーヌーボーの解禁月であったが、今年は価格が高騰しており不調とするコメントが多くみられた。

## 7. 非食品 DI：-0.9（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
非食品（前月）	8.5	20.6	37.0	24.8	9.1	1.4
非食品（当月）	7.5	25.2	38.1	21.8	7.5	-0.9



感染拡大傾向で、マスクやハンドソープ、除菌関連などの衛生用品は需要が高まった。気温の低下によりカセットボンベなど冬物の動きがよかった店舗もみられた。値上げ相次いでいる洗剤などの家庭用品は好調となった店舗が多いが、トイレトーパー、キッチンペーパーなどの紙製品は不調。値上げの影響で競合業態への流出もみられるとのコメントが寄せられている。

### 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～

### 2022年12月調査（11月実績）キーワード TOP3

1. 価格高騰の影響（一品単価上昇）
2. 冬物商材の好調
3. 収益面の懸念

### （参考）2021年12月調査（11月実績）キーワード TOP3

1. 原材料価格の上昇
2. 巣ごもり需要減少、業務用需要回復
3. 年末年始予約好調

### スーパーマーケット景気動向調査 集計数

11月実績速報版      159社  
 10月実績確報版      180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)