

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2024年12月実績 速報版

11月実績 確報版

2024年 年間実績 速報版

(2025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

### 【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

2025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  
 2024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	127,074,504	100.0%	104.5%	103.7%
食品合計	116,201,871	91.4%	104.8%	104.0%
生鮮3部門合計	45,065,182	35.5%	105.2%	104.2%
青果	17,230,563	13.6%	109.9%	109.0%
水産	12,606,787	9.9%	101.8%	100.9%
畜産	15,227,832	12.0%	103.1%	102.0%
惣菜	13,197,575	10.4%	105.0%	103.9%
日配	24,443,512	19.2%	103.0%	102.5%
一般食品	33,495,602	26.4%	105.5%	104.9%
非食品	7,784,930	6.1%	101.9%	101.7%
その他	3,087,751	2.4%	101.3%	101.2%

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	17,948,595	43	103.3%	102.9%
関東地方	47,358,062	73	106.0%	104.9%
中部地方	15,613,931	53	103.5%	102.8%
近畿地方	26,863,481	44	104.8%	103.5%
中国・四国地方	12,757,747	34	105.1%	104.2%
九州・沖縄地方	6,532,688	23	103.0%	104.7%

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	664,746	46	99.4%	99.4%
4~10店舗	5,509,269	83	103.6%	102.7%
11~25店舗	11,066,543	50	104.0%	102.8%
26~50店舗	22,304,208	45	103.7%	103.3%
51店舗以上	87,529,738	46	105.0%	104.2%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	125,140,353	
総店舗数 (店舗)	8,398	店舗平均月商 (万円)	15,132	
総売場面積 (㎡)	14,022,565	売場1㎡あたり売上高 (万円)	9.1	

※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

2025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  
 2024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	104,578,769	100.0%	105.4%	104.1%
食品合計	95,497,238	91.3%	105.6%	104.3%
生鮮3部門合計	35,683,907	34.1%	105.7%	104.3%
青果	14,432,601	13.8%	107.9%	106.7%
水産	8,609,578	8.2%	104.1%	102.6%
畜産	12,641,728	12.1%	104.3%	102.8%
惣菜	11,467,315	11.0%	106.8%	105.0%
日配	20,976,540	20.1%	103.2%	102.1%
一般食品	27,369,476	26.2%	107.0%	105.8%
非食品	6,631,136	6.3%	101.9%	101.2%
その他	2,450,445	2.3%	104.3%	103.4%

## 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	13,866,269	43	104.9%	104.0%
関東地方	38,902,967	73	107.2%	105.2%
中部地方	12,667,504	53	104.1%	103.3%
近畿地方	23,441,814	44	103.6%	102.5%
中国・四国地方	10,531,666	34	105.7%	104.8%
九州・沖縄地方	5,168,548	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	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	535,077	46	99.1%	100.7%
4~10店舗	4,417,202	83	102.2%	101.5%
11~25店舗	8,984,855	51	104.2%	103.8%
26~50店舗	17,680,497	44	104.6%	104.1%
51店舗以上	72,961,137	46	106.0%	104.3%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	102,526,569	
総店舗数 (店舗)	8,405	店舗平均月商 (万円)	12,442	
総売場面積 (㎡)	14,020,401	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.5	

※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

2025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 2024年 年間実績（パネル270）速報版

	全店売上高（万円）	構成比	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
総売上高	1,268,681,098	100.0%	103.9%	103.0%
食品合計	1,155,046,497	91.0%	104.2%	103.1%
生鮮3部門合計	426,985,224	33.7%	103.8%	102.8%
青果	176,731,052	13.9%	105.4%	104.4%
水産	106,865,514	8.4%	103.5%	102.4%
畜産	143,388,659	11.3%	102.3%	101.1%
惣菜	141,082,419	11.1%	104.7%	103.4%
日配	258,559,019	20.4%	102.9%	102.0%
一般食品	328,419,834	25.9%	105.4%	104.5%
非食品	79,784,906	6.3%	101.2%	100.7%
その他	33,849,696	2.7%	102.2%	102.0%

### エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
北海道・東北地方	171,236,093	43	103.1%	102.4%
関東地方	468,137,892	73	104.9%	103.8%
中部地方	155,779,690	53	103.8%	102.6%
近畿地方	281,135,665	44	103.1%	102.0%
中国・四国地方	128,040,258	34	104.2%	103.1%
九州・沖縄地方	64,351,500	23	102.8%	102.7%

### 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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	6,154,433	44	98.4%	99.9%
4～10店舗	54,754,776	85	101.9%	101.5%
11～25店舗	102,084,375	49	102.3%	102.7%
26～50店舗	233,162,376	47	103.3%	102.4%
51店舗以上	872,525,138	45	104.5%	103.3%

※保有店舗数カテゴリーは2024年1月時点での保有店舗数による分類

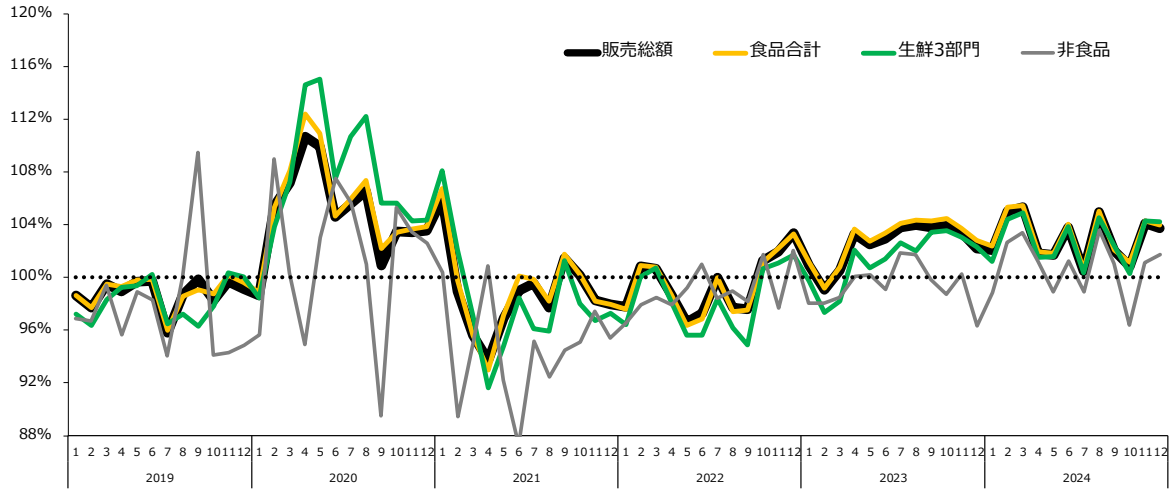
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,247,368,240
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

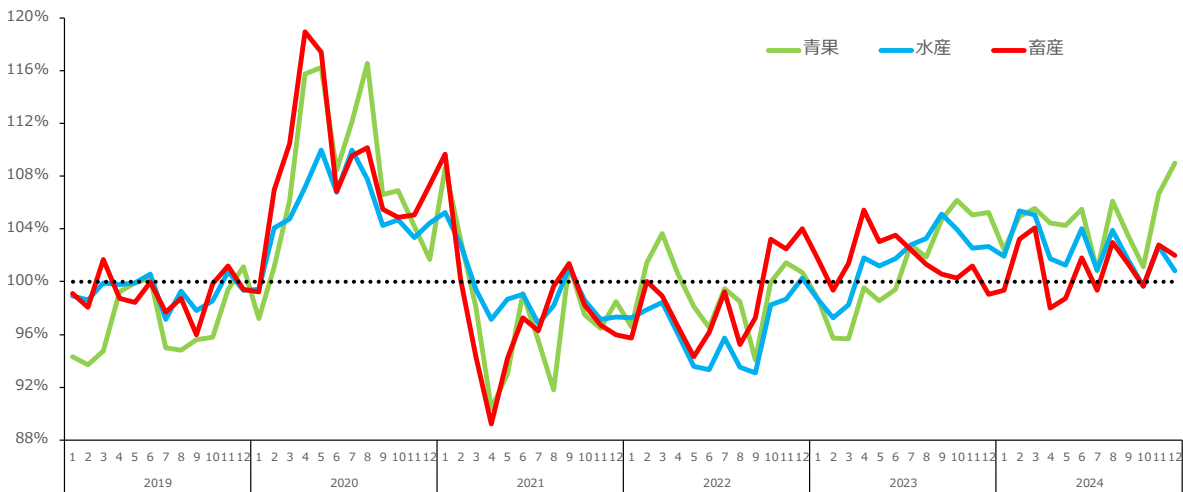
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

# 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～

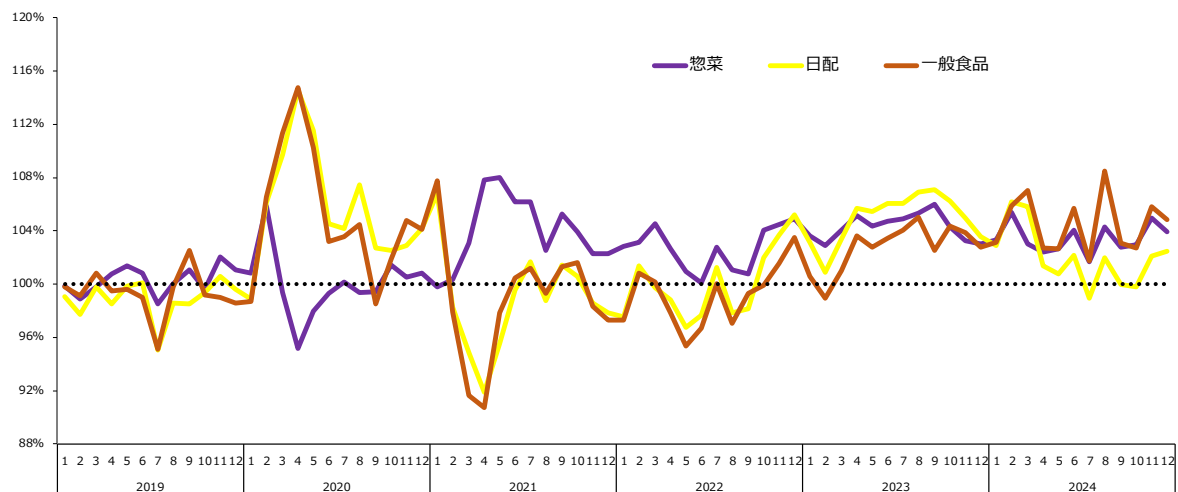
## 総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



## 青果・水産・畜産



## 惣菜・日配・一般食品



※2024年12月実績は速報版

## 2024年12月 エリア別気候状況

### 12月の気温：北日本で低かった

上旬：全国で平年並だった。

中旬：北・東・西日本では低かった。

下旬：北日本では低かった。

### 2023年12月との比較：上旬は北日本で、中旬は東・西日本で前年よりかなり低くなった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2024年12月 (今年)			2023年12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	-1.4	-1.0	1.8	-0.4	-0.3	-1.6	-1.0	-0.7
太平洋側	0.1	-1.5	-0.5	1.9	-0.2	-0.2	-1.8	-1.3	-0.3
東日本 日本海側	0.4	-1.3	-0.4	1.2	1.9	-0.5	-0.8	-3.2	0.1
太平洋側	0.6	-0.7	0.1	0.4	3.2	0.3	0.2	-3.9	-0.2
西日本 日本海側	0.4	-0.7	-0.1	1.1	2.5	-0.8	-0.7	-3.2	0.7
太平洋側	0.1	-0.9	-0.2	0.2	2.6	-0.8	-0.1	-3.5	0.6

#### 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

### 12月の日照時間：東日本日本海側でかなり少なかった一方、北・東日本太平洋側でかなり多かった

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

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

下旬：北日本太平洋側では多かった。東日本日本海側ではかなり少なかった。

### 2023年12月との比較：上旬は東日本日本海側で少なく、中旬は太平洋側と西日本で多く、下旬は東日本日本海で少なくなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2024年12月 (今年)			2023年12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	87	67	107	118	71	96	-31	-4	11
太平洋側	119	123	106	114	82	115	5	41	-9
東日本 日本海側	68	81	52	145	72	116	-77	9	-64
太平洋側	139	113	107	131	82	122	8	31	-15
西日本 日本海側	121	102	101	143	47	111	-22	55	-10
太平洋側	129	107	108	129	70	124	0	37	-16

#### 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%

### 12月の降水量：東日本日本海側でかなり多かった一方、北・東・西日本太平洋側と西日本日本海側でかなり少なかった

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

中旬：北・東日本日本海側では多かった。北日本太平洋側ではかなり少なかった。東・西日本太平洋側では少なかった。

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

### 2023年12月との比較：中旬は太平洋側と西日本で前年よりかなり少なくなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2024年12月 (今年)			2023年12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	99	112	115	63	113	104	36	-1	11
太平洋側	35	26	47	30	179	40	5	-153	7
東日本 日本海側	109	120	167	70	125	186	39	-5	-19
太平洋側	5	5	12	6	202	40	-1	-197	-28
西日本 日本海側	16	82	47	20	209	53	-4	-127	-6
太平洋側	5	10	15	35	207	41	-30	-197	-26

#### 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「2024年12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

2025年1月調査結果（12月実績）  
（2025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

## 現状判断DIが改善、50を超える

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の現状判断は、前月から+1.6の50.9、見通し判断が前月から-0.1の45.5となり、現状判断は24年8月以来の50を超えたが、見通し判断は前月から大きな変化はなかった。

経営動向調査では、売上高DI、収益DIは共に前月から大きな変化はみられなかったものの、どちらもプラス圏を維持した。客単価DIは二桁水準を維持し、来客数DIも小幅なマイナス幅でとどまったことが要因となっている。引き続き生鮮品仕入原価DI、食品仕入原価DIは二桁プラス圏で推移し、販売価格DIは高水準を維持している。

カテゴリー動向調査では、相場高により単価が上昇している青果DIが大幅に上昇したほかは、値上げによる単価上昇に対し、販売数量の減少が抑えられ、前月水準で推移している。（最終ページに詳細掲載）

景況感調査は、現状判断DIが小幅な上昇をみせた一方で、見通し判断DIについては前月から大きな変化はみられなかった。（長期傾向はP11参照）

地方部の企業では曜日めぐりによる帰省客の増加を追い風にクリスマス・年末商戦は好調とのコメントが多いが、少子化によるクリスマス需要の縮小や年末年始のハレの日消費減退、点数減を指摘するコメントもみられた。客単価は高水準を維持するものの、相次ぐ値上げによる節約志向はますます高まり、ガソリン代の上昇も相まって今後の来客数動向に懸念が広がっている。増収減益基調が続くスーパーマーケットは、新たな集客施策、利益確保策が求められる状況となっている。

### 景況感調査

#### 現状判断

<b>景気判断DI</b> 当月：50.9 (+1.6) 前月：49.3	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：48.8 (+1.7) 前月：47.1	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：44.9 (+0.5) 前月：44.4	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：49.1 (+0.4) 前月：48.7
--	---	---	---

#### 見通し判断

<b>景気判断DI</b> 当月：45.5 (-0.1) 前月：45.6	<b>消費者購買意欲DI</b> 当月：44.7 (+0.2) 前月：44.5	<b>周辺地域 競合状況DI</b> 当月：43.7 (0.0) 前月：43.7	<b>店舗周辺地域 景気判断DI</b> 当月：46.5 (-0.2) 前月：46.7
--	---	--	---

### 経営動向調査 経営状況

<b>売上高DI</b> 当月：12.0 (+0.1) 前月：11.9	<b>客単価DI</b> 当月：14.2 (+2.5) 前月：11.7	<b>来客数DI</b> 当月：-1.4 (-0.8) 前月：-0.6	
<b>収益DI</b> 当月：0.9 (0.0) 前月：0.9	<b>販売価格DI</b> 当月：22.0 (+0.5) 前月：21.5	<b>生鮮品仕入原価DI</b> 当月：22.6 (-1.0) 前月：23.6	<b>食品仕入原価DI</b> 当月：20.5 (-2.8) 前月：23.3

### カテゴリー動向

<b>青果DI</b> 当月：26.1 (+8.8) 前月：17.3	<b>水産DI</b> 当月：-1.6 (-5.0) 前月：3.4	<b>畜産DI</b> 当月：0.2 (-3.7) 前月：3.9	
<b>惣菜DI</b> 当月：14.2 (-1.9) 前月：16.1	<b>日配DI</b> 当月：1.1 (+1.1) 前月：-0.0	<b>一般食品DI</b> 当月：9.4 (+0.5) 前月：8.9	<b>非食品DI</b> 当月：-5.1 (-3.7) 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

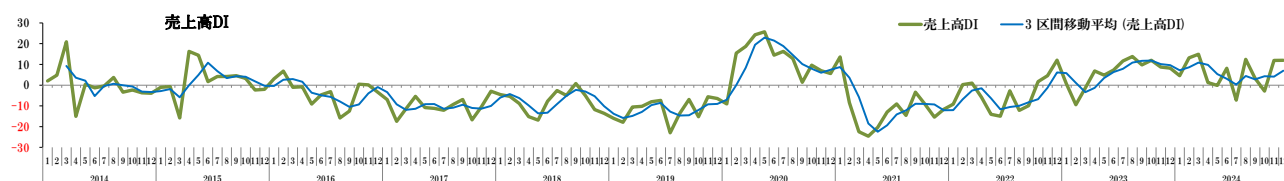


# 結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

## 1. 売上高DI

前月から横ばい推移、二桁プラス圏を維持

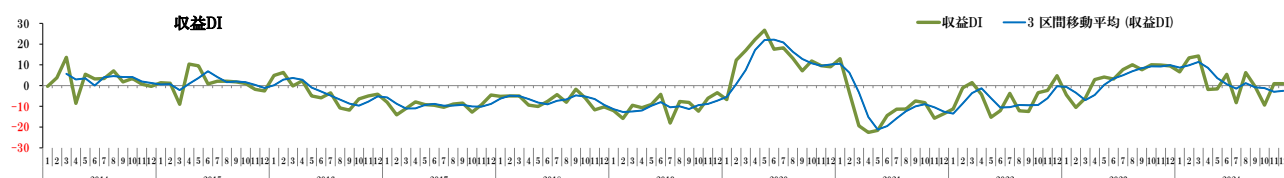
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	3.6	8.9	32.7	45.8	8.9	11.9
<b>売上高 (当月)</b>	<b>3.5</b>	<b>9.9</b>	<b>28.2</b>	<b>52.1</b>	<b>6.3</b>	<b>12.0</b>



## 2. 収益DI

前月から横ばい推移、プラス圏を維持

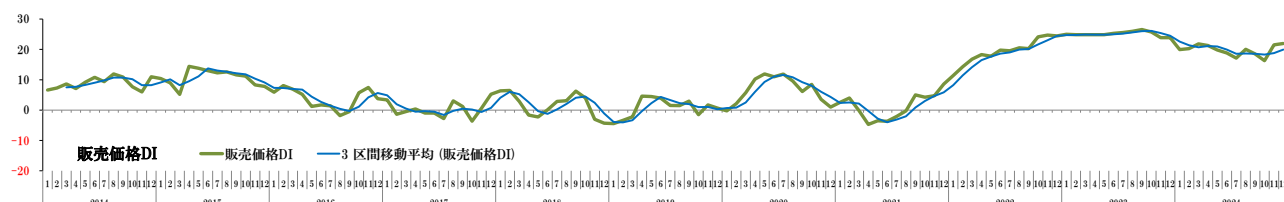
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	7.3	20.6	37.6	30.3	4.2	0.9
<b>収益 (当月)</b>	<b>8.0</b>	<b>20.4</b>	<b>38.0</b>	<b>27.0</b>	<b>6.6</b>	<b>0.9</b>



## 3. 販売価格DI

前月から横ばい推移、二桁プラス水準を維持

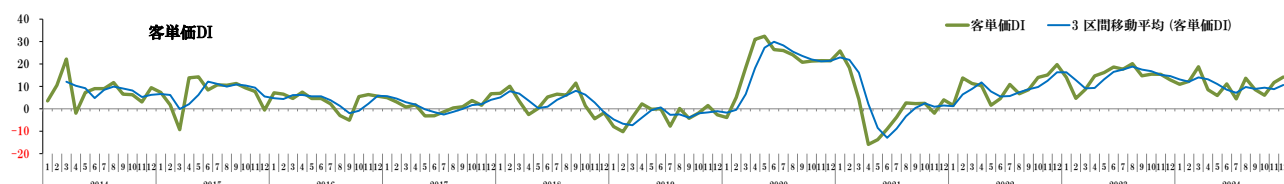
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.2	20.0	70.3	8.5	21.5
<b>販売価格 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>1.4</b>	<b>19.3</b>	<b>69.3</b>	<b>10.0</b>	<b>22.0</b>



## 4. 客単価DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス圏が続く

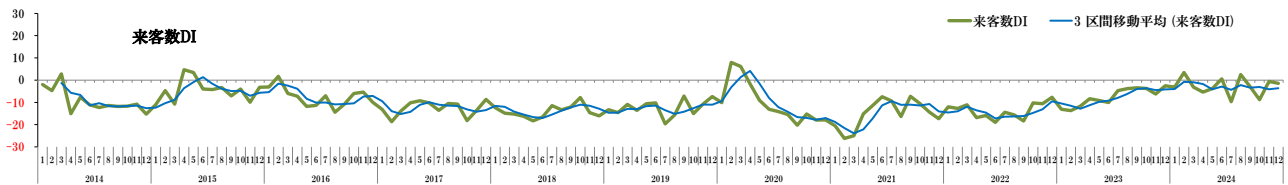
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	13.2	31.1	49.1	6.0	11.7
<b>客単価 (当月)</b>	<b>0.7</b>	<b>7.8</b>	<b>31.2</b>	<b>54.6</b>	<b>5.7</b>	<b>14.2</b>



## 5. 来客数 DI

前月からほぼ横ばい

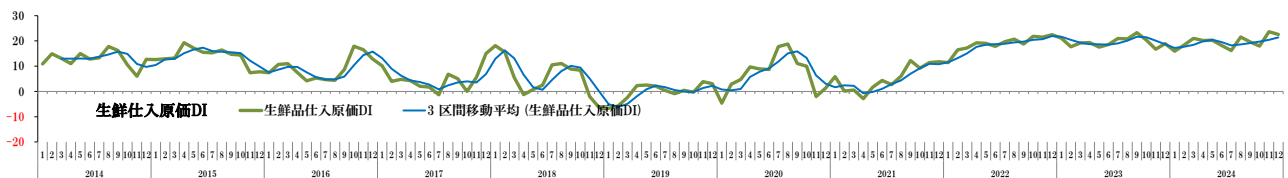
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	7.7	21.4	37.5	32.1	1.2	-0.6
<b>来客数 (当月)</b>	<b>5.7</b>	<b>27.1</b>	<b>36.4</b>	<b>28.6</b>	<b>2.1</b>	<b>-1.4</b>



## 6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に下落も、二桁プラス水準を維持

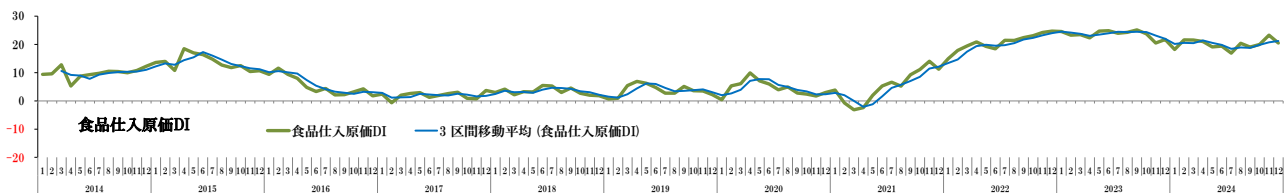
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	0.6	19.0	65.6	14.7	23.6
<b>生鮮仕入原価 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>1.5</b>	<b>21.6</b>	<b>61.9</b>	<b>14.9</b>	<b>22.6</b>



## 7. 食品仕入原価 DI

前月から小幅に下落も、44か月連続プラス

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)	0.0	1.9	18.2	64.8	15.1	23.3
<b>食品仕入原価 (当月)</b>	<b>0.7</b>	<b>3.7</b>	<b>18.7</b>	<b>66.4</b>	<b>10.4</b>	<b>20.5</b>

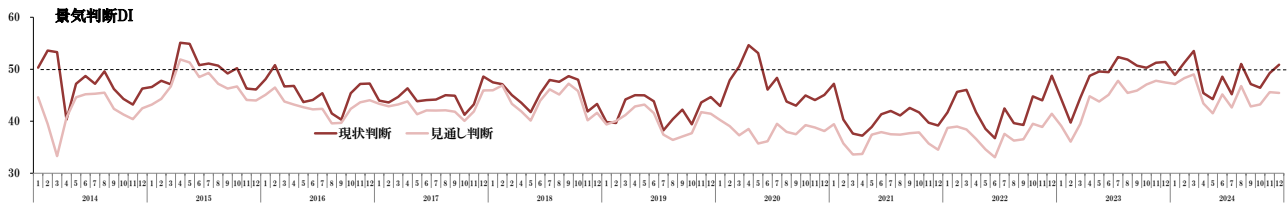


## Ⅱ. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は 50 超え、見通し判断は前月水準

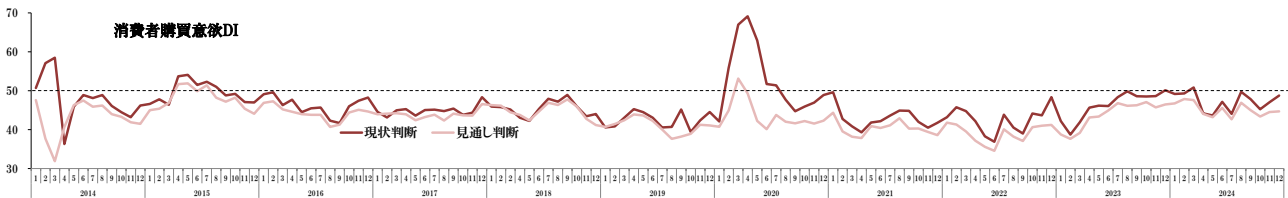
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	2.4	14.7	66.5	16.5	0.0	49.3
【現状】景況判断 (当月)	1.4	12.6	67.1	18.9	0.0	50.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	2.4	23.5	63.5	10.6	0.0	45.6
【見通し】景況判断 (当月)	1.4	24.5	65.0	9.1	0.0	45.5



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は改善、見通し判断は前月水準

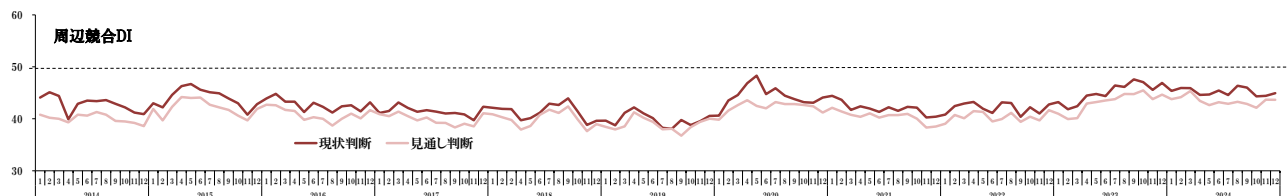
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.2	21.8	64.7	12.4	0.0	47.1
【現状】購買意欲 (当月)	0.7	18.2	66.4	14.7	0.0	48.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.4	26.0	62.7	8.9	0.0	44.5
【見通し】購買意欲 (当月)	0.7	27.5	64.1	7.7	0.0	44.7



### 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

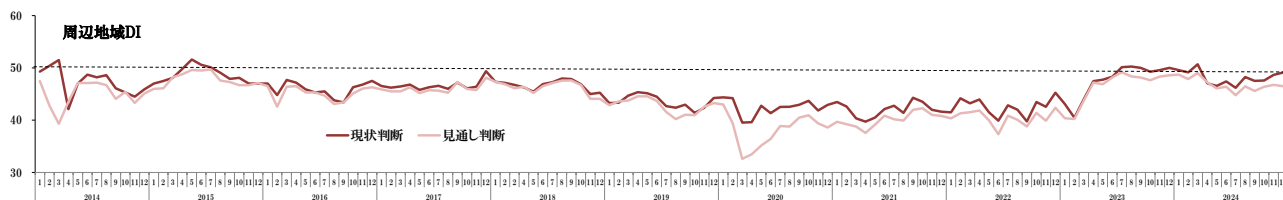
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	2.4	20.6	74.1	2.9	0.0	44.4
【現状】競合状況 (当月)	2.8	18.2	75.5	3.5	0.0	44.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	2.4	23.5	71.2	2.9	0.0	43.7
【見通し】競合状況 (当月)	2.1	23.2	72.5	2.1	0.0	43.7



#### 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

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	11.8	79.9	7.7	0.0	48.7
【現状】地域景気(当月)	0.7	9.1	83.2	7.0	0.0	49.1
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)	1.2	16.6	76.3	5.9	0.0	46.7
【見通し】地域景気(当月)	0.7	16.1	79.7	3.5	0.0	46.5

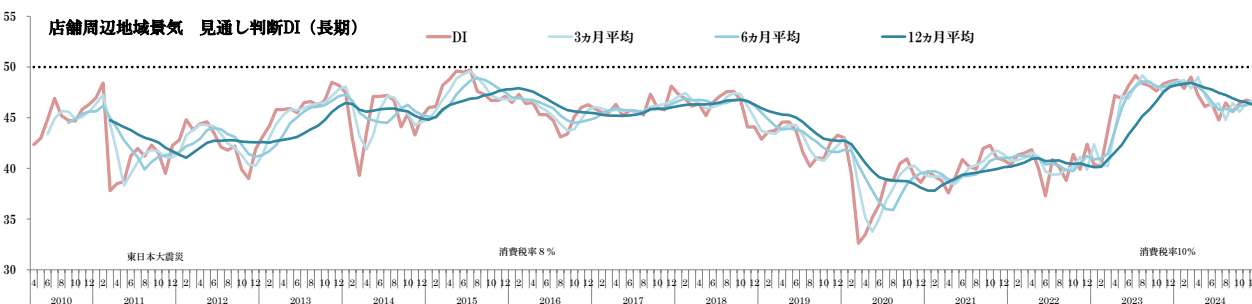
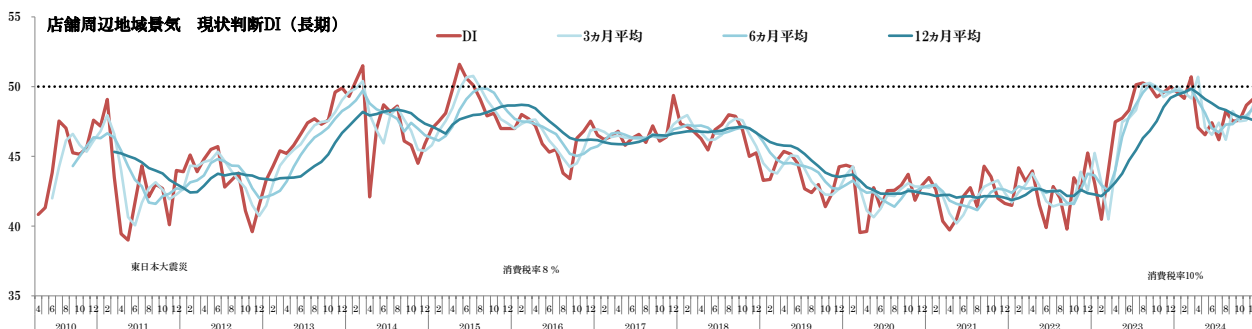


#### ・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向(2010年4月～)

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たが、12年11月から16ヵ月にわたる改善が続き、14年3月は現状判断DIが51.5を記録。14年4月の消費税率8%引き上げにより大幅に悪化するも徐々に持ち直し、2015年5月には現状判断DIは51.6に達し、調査開始以来の最高値を更新した。

しかし、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。以後方向感の乏しい推移が続いたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下。20年2月に大幅に悪化した。その後持ち直しの動きが続いた。

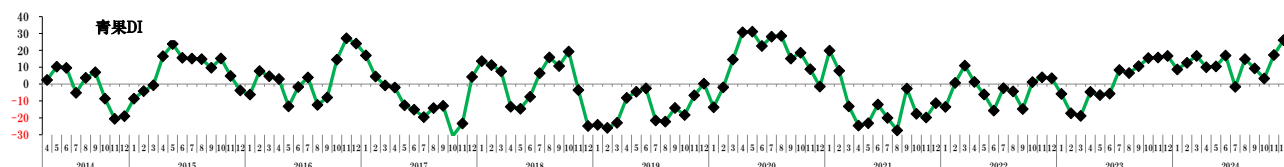
21年は、感染状況により上下に振られる動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化、感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。23年3月以降は改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破、その後も高水準を維持した。24年4月に一転して大きく悪化した。年の後半は緩やかな改善傾向が続いている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：26.1（かなり好調）

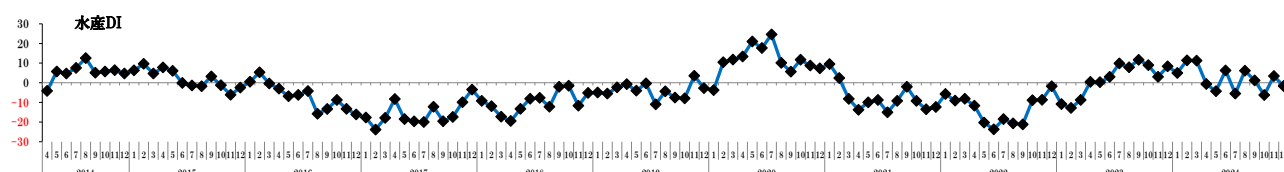
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	3.8	8.8	22.0	45.3	20.1	17.3
<b>青果（当月）</b>	<b>0.7</b>	<b>5.8</b>	<b>12.2</b>	<b>51.1</b>	<b>30.2</b>	<b>26.1</b>



青果相場の高値傾向が続き、単価上昇により、売上高としては好調となった。冬らしい気候となりネギや白菜、キノコ類などの鍋関連野菜が特に好調、土物類、根菜類などホットメニュー関連も好調。サラダ関連野菜は好不調の判断がわかれた。果実は、みかんを中心に国産柑橘類は帰省客の増加も追い風に好調。リンゴは不調とする店舗が多く、イチゴの入荷が遅れ伸び悩んだ。輸入果実ではバナナが好調とのコメントが多い。

#### 2. 水産DI：-1.6（やや不調）

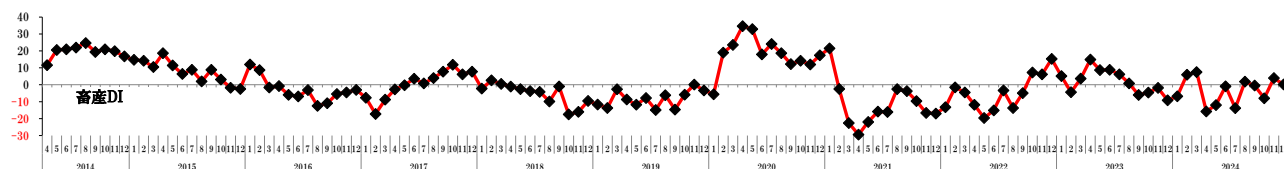
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	6.8	19.9	32.9	33.5	6.8	3.4
<b>水産（当月）</b>	<b>6.5</b>	<b>27.5</b>	<b>37.0</b>	<b>23.9</b>	<b>5.1</b>	<b>-1.6</b>



全般的に相場が落ち着き、なかでも前年高騰により不振だったエビやカニ類が回復傾向。まぐろを中心とした刺身類、タラなどの鍋関連商材は好調に推移した。ぶりやアジは豊漁で入荷量が多く好調に推移した店舗が多かった。年末商戦の魚卵や塩干類は好不調の判断がわかれている。うなぎは価格高騰、牡蠣は生育不良で不振となった店舗が多い。需要が読みにくく、チャンスロスが発生したとのコメントがみられた。

#### 3. 畜産DI：0.2（やや好調）

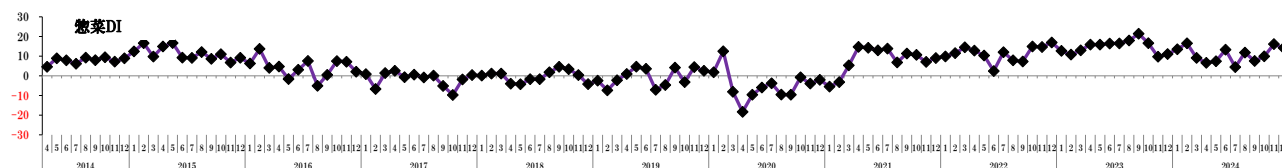
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	8.8	18.9	27.7	37.1	7.5	3.9
<b>畜産（当月）</b>	<b>8.0</b>	<b>27.5</b>	<b>27.5</b>	<b>29.7</b>	<b>7.2</b>	<b>0.2</b>



引き続き牛肉や輸入肉の相場高が継続するなか、豚肉や鶏肉を中心に好調となった。牛肉は、年末にブランド牛に動きもみられたが、切り落としや小間切れなどが販売の中心となり、ステーキや焼肉関連は不振が続く。スライスやしゃぶしゃぶ用の国産豚肉は回復傾向がみられたが、鍋関連は水産へのシフトを指摘するコメントも。鶏肉は鳥インフルエンザの動向を懸念する声が聞かれた。加工肉は高値傾向で不振が続いている。

#### 4. 惣菜DI：14.2（好調）

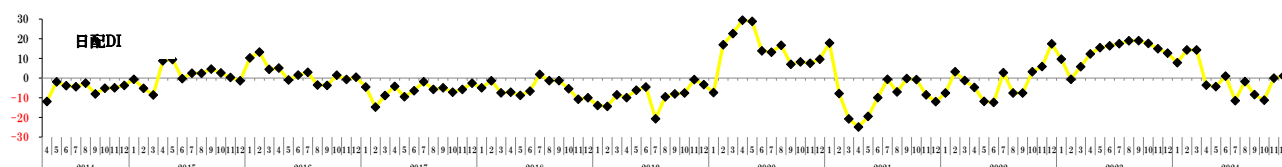
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.9	6.3	31.6	45.6	14.6	16.1
惣菜（当月）	1.4	7.2	36.0	43.9	11.5	14.2



地方部では帰省客増加も背景に好調となり、クリスマス時期のチキン・年末商戦時期のオードブルなどが特に好調となった。都市部でも夕方以降の販売が米飯類を中心に引き続き好調に推移。青果相場高の影響で、サラダ関連惣菜の動きもよかった。コメの高騰や包材などのコストアップにより値上げに踏み切る店舗もみられ、売上高の増加要因となっている。天ぷらや揚げ物などの伸びが鈍化しているとのコメントもみられた。

#### 5. 日配DI：1.1（やや好調）

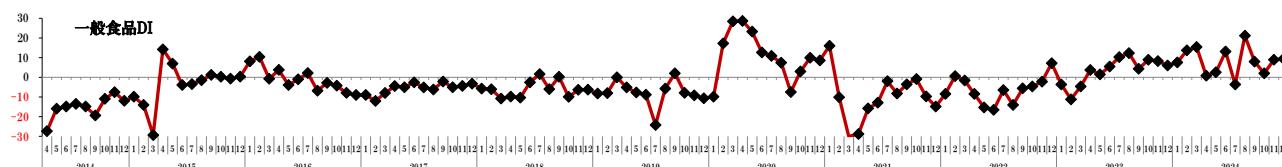
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	9.4	19.5	36.5	30.8	3.8	-0.0
日配（当月）	5.0	23.0	38.1	30.2	3.6	1.1



クリスマス・年末商戦は比較的好調に推移したものの、全般的に伸び悩み傾向が続いている。気温低下で、おでんや鍋などホットメニュー関連の豆腐や水物、練り物が好調に推移した。単価が上昇している卵も売上を牽引した。価格が上昇しているパン類、牛乳、麺類も大きな販売数量減少につながらず、好調となった。おせち商材は値上げの影響で伸び悩んだ店舗が多い。冷凍食品が引き続き好調とのコメントが多い。

#### 6. 一般食品：9.4（やや好調）

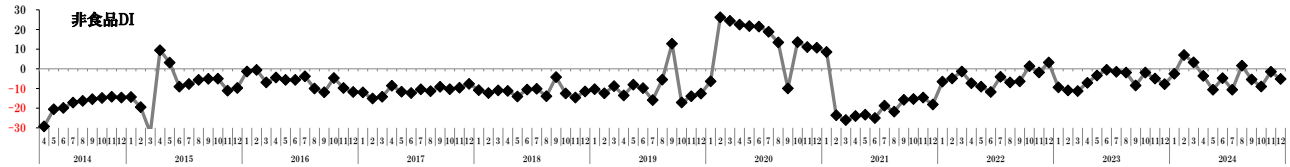
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	5.0	11.3	36.9	36.9	10.0	8.9
一般食品（当月）	1.4	15.8	38.1	33.1	11.5	9.4



鍋つゆやスープなどのホットメニュー関連の動向には、気温により地域差が大きかった。全般的に値上げのあったカテゴリーでは、一品単価が上昇し売上は確保しているものの、販売数量は伸び悩んだ。なかでは、麺類や米類、菓子類が好調とのコメントが多い。この時期需要が高まる酒類は比較的好調に推移。節約志向もあつて年末商戦においても高単価の商品より特売品や価格訴求品が好調とのコメントが多い。

## 7. 非食品DI：-5.1（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）	12.1	19.7	37.6	22.9	7.6	-1.4
非食品（当月）	10.3	25.0	43.4	17.6	3.7	-5.1



ティッシュペーパーを中心に紙類は価格上昇により好調に推移した。地域により、カイロやカセットコンロの動きは好不調がわかれている。また、値上げのあった家庭用洗剤やペットフードが好調とのコメントが多い。前年大雪からの反動減を指摘するコメントもみられた。ドラッグストアやホームセンターなどとの競合激化を指摘するコメントが多くみられた。

### 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～

### 2025年1月調査（12月実績）キーワードTOP3

1. 青果・畜産相場高、値上げ
2. クリスマス・年末商戦好調（帰省客の増加）
3. 単価上昇・販売点数減

### （参考）2024年1月調査（12月実績）キーワードTOP3

1. 年末・クリスマス商戦好調
2. 客単価増
3. 高い気温による影響

### 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      143社  
 11月実績確報版      170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)