

スーパーマーケット販売統計調査資料

2025 年 11 月実績 速報版

10 月実績 確報版

(2025 年 12 月 23 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

2025年12月23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 2025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	109,467,293	100.0%	104.9%	103.6%
食品合計	99,860,369	91.2%	105.2%	103.9%
生鮮3部門合計	36,557,754	33.4%	103.9%	102.8%
青果	14,626,143	13.4%	102.8%	101.6%
水産	8,771,952	8.0%	102.8%	101.7%
畜産	13,159,659	12.0%	106.0%	104.8%
惣菜	12,072,531	11.0%	105.8%	104.2%
日配	22,142,952	20.2%	106.1%	104.1%
一般食品	29,087,132	26.6%	105.7%	104.9%
非食品	7,038,393	6.4%	101.3%	100.9%
その他	2,568,569	2.3%	103.0%	101.8%

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	14,454,915	43	103.6%	102.4%
関東地方	40,890,000	73	106.1%	104.5%
中部地方	13,345,122	53	105.6%	104.6%
近畿地方	24,388,591	44	103.1%	102.0%
中国・四国地方	11,092,030	34	104.6%	103.2%
九州・沖縄地方	5,296,634	23	102.3%	103.1%

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	527,777	46	101.7%	101.7%
4～10店舗	4,605,379	84	103.0%	102.9%
11～25店舗	8,821,480	49	104.0%	103.8%
26～50店舗	18,964,366	45	104.2%	103.8%
51店舗以上	76,548,290	46	105.2%	103.6%

集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	107,451,699
総店舗数（店舗）	8,418	店舗平均月商（万円）	13,004
総売場面積（㎡）	14,132,273	売場1㎡あたり売上高（万円）	7.7

※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12月23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 2025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	108,392,484	100.0%	103.5%	102.4%
食品合計	100,000,974	92.3%	103.7%	102.6%
生鮮3部門合計	36,703,750	33.9%	101.9%	100.9%
青果	15,317,666	14.1%	101.0%	100.2%
水産	8,693,227	8.0%	101.1%	100.2%
畜産	12,692,857	11.7%	103.4%	102.4%
惣菜	12,287,317	11.3%	104.3%	102.9%
日配	22,410,305	20.7%	103.8%	102.1%
一般食品	28,599,603	26.4%	105.8%	105.2%
非食品	5,993,042	5.5%	100.3%	100.0%
その他	2,398,512	2.2%	101.3%	100.6%

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	14,358,951	43	103.4%	101.9%
関東地方	40,522,385	73	104.0%	103.2%
中部地方	13,247,603	53	103.2%	102.2%
近畿地方	23,894,457	44	102.8%	101.2%
中国・四国地方	11,021,217	34	103.0%	101.8%
九州・沖縄地方	5,347,871	23	102.7%	103.3%

保有店舗数別集計

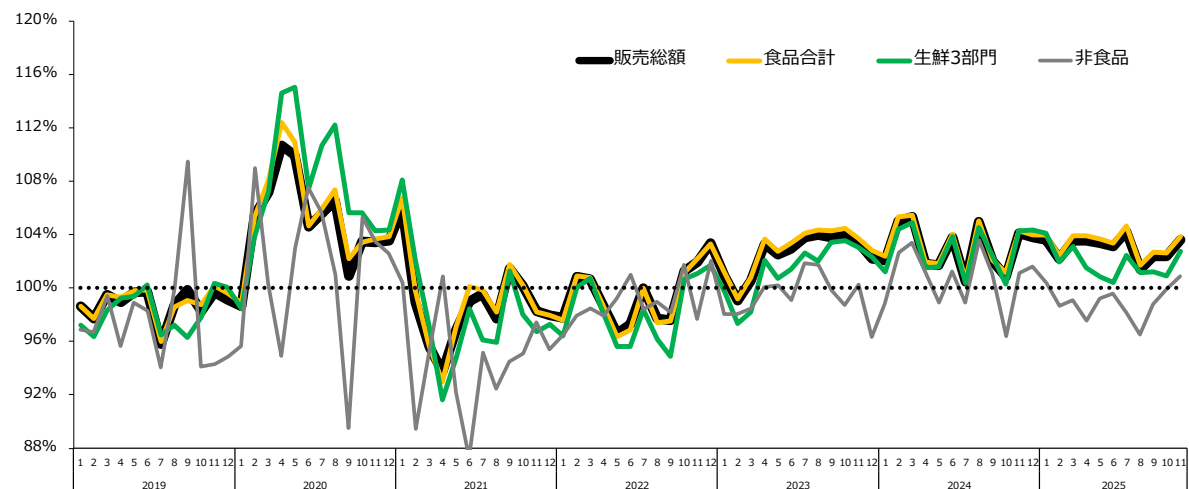
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	531,148	46	98.2%	100.0%
4～10店舗	4,636,393	84	101.7%	102.2%
11～25店舗	8,783,910	49	102.7%	102.6%
26～50店舗	18,909,986	45	103.2%	102.2%
51店舗以上	75,531,047	46	103.7%	102.5%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		106,380,273
総店舗数（店舗）	8,411	店舗平均月商（万円）		12,887
総売場面積（㎡）	14,124,621	売場1㎡あたり売上高（万円）		7.7

※売上高は税抜金額

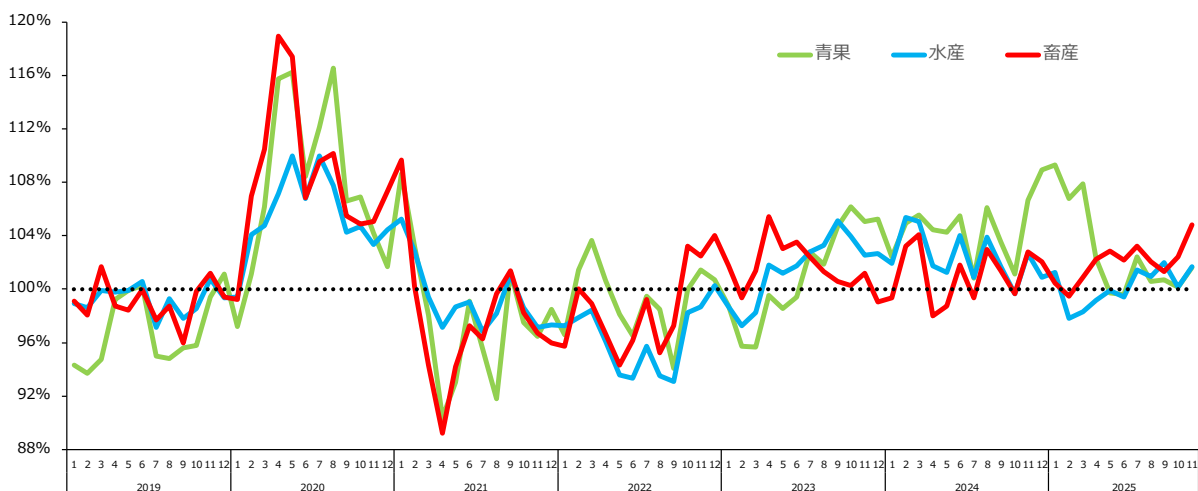
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

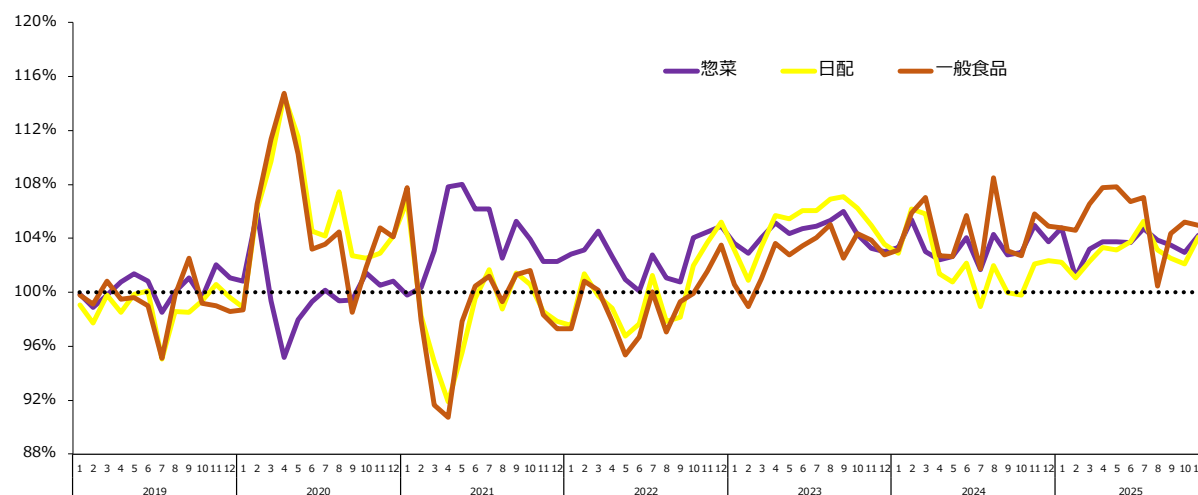
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2025年11月実績は速報版

2025年11月 エリア別気候状況

11月の気温：全国的に平年並みだった

上旬：全国的に平年並だった。

中旬：全国的に平年並だった。

下旬：北日本ではかなり高かった。

2024年11月との比較：上旬は東・西日本で低く、中旬は全国的にかなり低く、下旬は北日本で高くなった

	平年との比較 (℃)						今年と前年との差 (℃)		
	2025年11月 (今年)			2024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	-0.8	-0.5	2.3	0.0	1.2	1.0	-0.8	-1.7	1.3
太平洋側	-0.5	-0.8	2.2	0.0	1.2	1.2	-0.5	-2.0	1.0
東日本 日本海側	-0.1	-0.6	1.5	0.9	1.9	0.0	-1.0	-2.5	1.5
太平洋側	-0.1	-0.6	0.5	1.1	2.8	0.6	-1.2	-3.4	-0.1
西日本 日本海側	0.6	-0.2	0.7	1.9	2.9	-0.1	-1.3	-3.1	0.8
太平洋側	0.5	-0.1	0.4	2.0	2.9	-0.1	-1.5	-3.0	0.5

平年差

+2℃以上
+1℃以上

-2℃以上
-1℃以上

前年差

+2℃以上
+1℃以上

-2℃以上
-1℃以上

11月の日照時間：東日本日本海側でかなり多かった

上旬：北日本日本海側では少なかった。

中旬：北日本太平洋側、東日本日本海側ではかなり多かった。

下旬：北日本日本海側、東日本日本海側、西日本ではかなり多かった。

2024年11月との比較：下旬は東日本日本海側と西日本でかなり多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2025年11月 (今年)			2024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	95	115	143	83	154	123	12	-39	20
太平洋側	98	133	103	104	120	112	-6	13	-9
東日本 日本海側	98	164	145	126	133	73	-28	31	72
太平洋側	90	120	128	95	82	124	-5	38	4
西日本 日本海側	110	109	146	100	115	94	10	-6	52
太平洋側	92	106	149	97	107	107	-5	-1	42

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%

11月の降水量：東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：北日本太平洋側ではかなり多かった。北日本日本海側、東日本日本海側では多かった。

中旬：北日本太平洋側、東日本、西日本日本海側ではかなり少なかった。

下旬：北日本、東日本太平洋側、西日本では少なかった。

2024年11月との比較：上旬は北日本で多く、東日本太平洋側と西日本で少なく、下旬は全国的にかなり少なくなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2025年11月 (今年)			2024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	177	83	71	110	70	123	67	13	-52
太平洋側	311	31	49	88	44	128	223	-13	-79
東日本 日本海側	156	51	97	150	38	221	6	13	-124
太平洋側	76	2	17	288	48	127	-212	-46	-110
西日本 日本海側	83	18	36	536	25	170	-453	-7	-134
太平洋側	87	22	31	330	38	135	-243	-16	-104

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「2025年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

2025 年 12 月調査結果（11 月実績）
（2025 年 12 月 23 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

現状判断は2ヵ月連続で小幅に上向く

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+1.4の48.1、見通し判断が前月から変わらずの45.0となり、現状判断は前月から2ヵ月連続で小幅に上向いた。

経営動向調査では、売上高DI、収益DIは共に前月から上昇、売上高DIは二桁プラス圏に達した。引き続き、各仕入れ原価DIが高止まりするなか、客単価DI、来客数DIが小幅に上昇した。

カテゴリー動向調査では、連休回数の増加や冬物商材の好調を背景にすべてのカテゴリーで前月より上昇、畜産・惣菜・日配・一般食品の各DIは、二桁プラス水準まで上昇した。一方で、前年青果相場高騰からの反動を受けた青果DIは低迷した。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断に改善傾向がみられた一方で、見通し判断については前月から小幅な改善にとどまった。（長期傾向はP11参照）

11月は前年より日曜と祝日が1日ずつ多く、3連休が増えて販売数量が伸び好調な販売動向となった。一方で来客数の伸び悩み、節約志向の一層の高まりを懸念する声が多い状況は続く。一気に冷え込んで鍋関連など季節商材がよく動いたが、この先は気温が高めに推移、また大雪など不安定な気象予報も出ており、顧客心理を捉えた柔軟な売場構成が求められる。日銀の利上げ後も円安が続く小売業に厳しい局面だが、ガソリン価格低下は特に地方部で好影響が予想される。新年もお客様の期待に応え業界の進展を目指したい。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：48.1 (+1.4)
前月：46.7

消費者購買意欲DI
当月：46.9 (+2.8)
前月：44.1

周辺地域 競合状況DI
当月：46.7 (+2.6)
前月：44.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：48.3 (+1.9)
前月：46.4

見通し判断

景気判断DI
当月：45.0 (0.0)
前月：45.0

消費者購買意欲DI
当月：44.6 (+0.5)
前月：44.1

周辺地域 競合状況DI
当月：44.8 (+1.7)
前月：43.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：47.5 (+1.8)
前月：45.7

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：12.1 (+6.7)
前月：5.4

客単価DI
当月：17.4 (+2.2)
前月：15.2

来客数DI
当月：-6.7 (+1.2)
前月：-7.9

収益DI
当月：5.6 (+4.2)
前月：1.4

販売価格DI
当月：21.5 (-0.7)
前月：22.2

生鮮品仕入原価DI
当月：18.5 (+1.4)
前月：17.1

食品仕入原価DI
当月：21.3 (+0.3)
前月：21.0

カテゴリー動向

青果DI
当月：0.0 (+2.0)
前月：-2.0

水産DI
当月：1.0 (+3.0)
前月：-2.0

畜産DI
当月：12.7 (+10.1)
前月：2.6

惣菜DI
当月：13.7 (+4.9)
前月：8.8

日配DI
当月：10.4 (+8.9)
前月：1.5

一般食品DI
当月：14.8 (+2.1)
前月：12.7

非食品DI
当月：-2.4 (+5.7)
前月：-8.1

※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 (2015年1月～)

1. 売上高 DI

前月から大幅に上昇、二桁プラス圏

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)	2.1	18.8	39.6	34.7	4.9	5.4
売上高 (当月)	0.8	11.7	35.2	43.0	9.4	12.1



2. 収益 DI

前月から上昇、プラス圏で推移

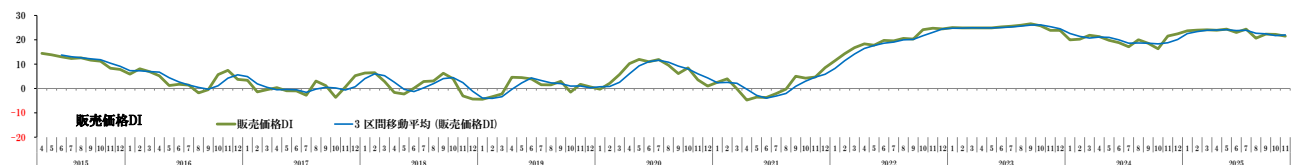
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.3	22.5	36.6	28.2	6.3	1.4
収益 (当月)	2.4	20.2	36.3	34.7	6.5	5.6



3. 販売価格 DI

前月水準で推移、二桁プラス水準

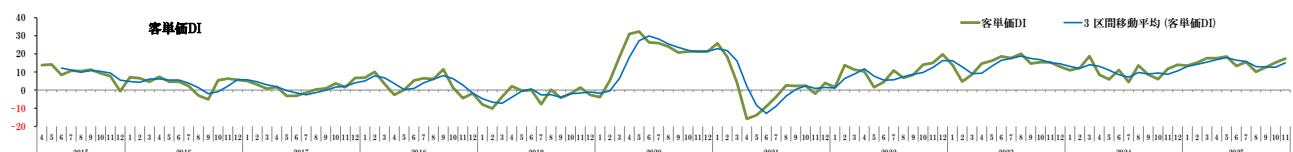
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	2.1	16.8	71.3	9.8	22.2
販売価格 (当月)	0.0	1.6	18.1	73.2	7.1	21.5



4. 客単価 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準

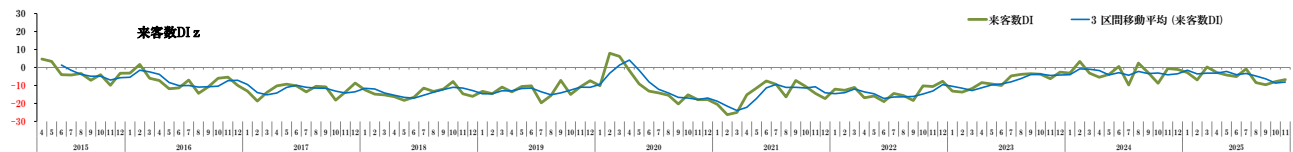
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.7	4.2	32.9	58.0	4.2	15.2
客単価 (当月)	0.0	3.9	26.6	65.6	3.9	17.4



5. 来客数 DI

前月水準で推移、マイナス圏が続く

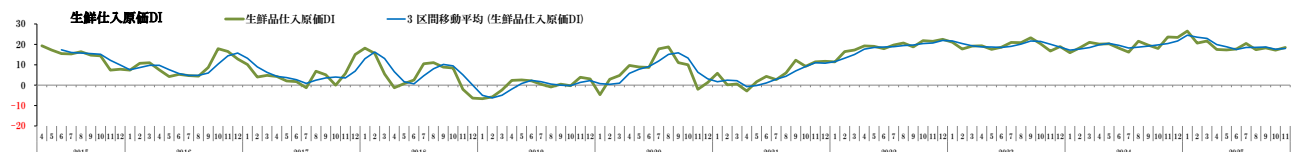
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	7.0	37.1	38.5	15.4	2.1	-7.9
来客数 (当月)	5.6	32.5	46.0	15.1	0.8	-6.7



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準

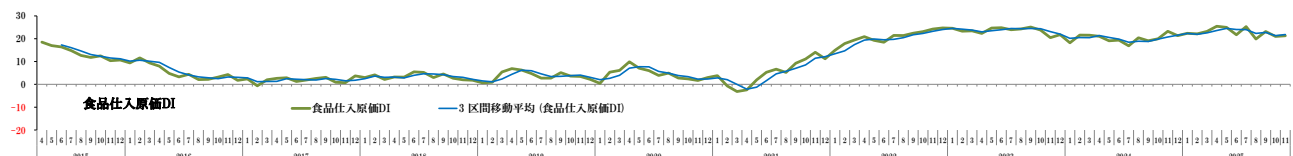
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.7	7.9	23.6	57.9	10.0	17.1
生鮮仕入原価 (当月)	0.8	4.9	22.0	64.2	8.1	18.5



7. 食品仕入原価 DI

前月水準で推移、55 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)	0.7	4.3	18.8	62.3	13.8	21.0
食品仕入原価 (当月)	0.8	3.3	17.2	67.2	11.5	21.3

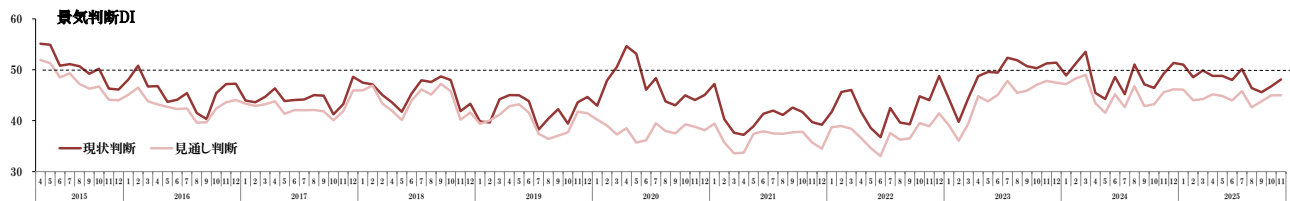


Ⅱ．景況感調査（2015年4月～／周辺地域景気判断 2010年4月～）

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は前月水準

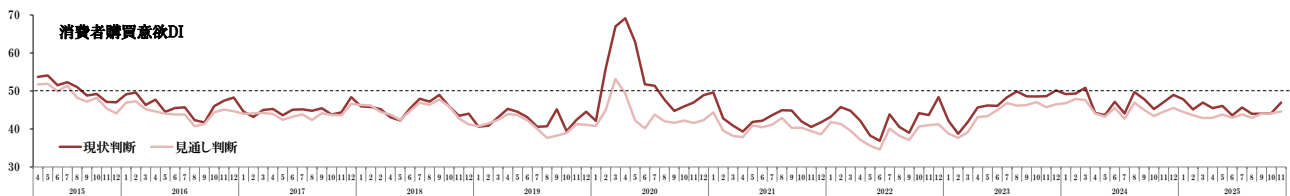
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	0.7	25.5	60.0	13.8	0.0	46.7
【現状】景気判断（当月）	0.0	16.9	73.8	9.2	0.0	48.1
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	0.7	28.5	61.1	9.7	0.0	45.0
【見通し】景気判断（当月）	0.8	25.4	66.9	6.9	0.0	45.0



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は改善、見通し判断共に前月水準

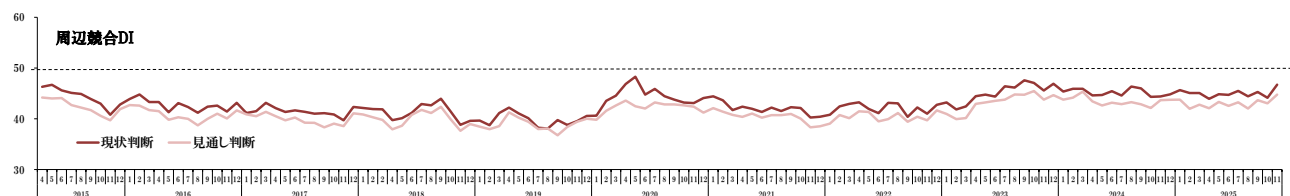
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	1.4	28.3	62.8	7.6	0.0	44.1
【現状】購買意欲（当月）	0.8	20.0	70.0	9.2	0.0	46.9
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	0.7	30.6	60.4	8.3	0.0	44.1
【見通し】購買意欲（当月）	0.0	29.2	63.1	7.7	0.0	44.6



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断は改善、見通し判断も小幅に改善

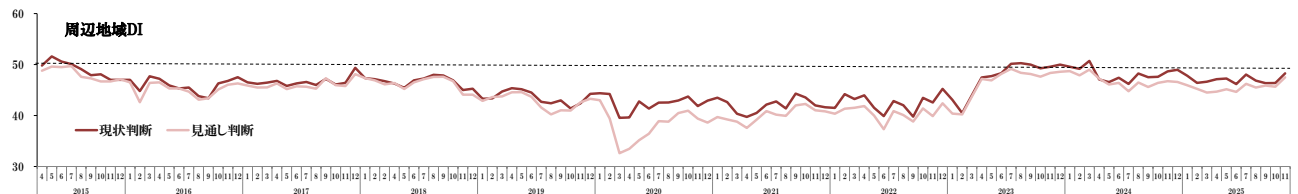
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	2.8	19.3	76.6	1.4	0.0	44.1
【現状】競合状況（当月）	0.0	16.2	80.8	3.1	0.0	46.7
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	3.5	22.9	71.5	2.1	0.0	43.1
【見通し】競合状況（当月）	3.1	17.1	77.5	2.3	0.0	44.8



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状・見通し判断共に改善

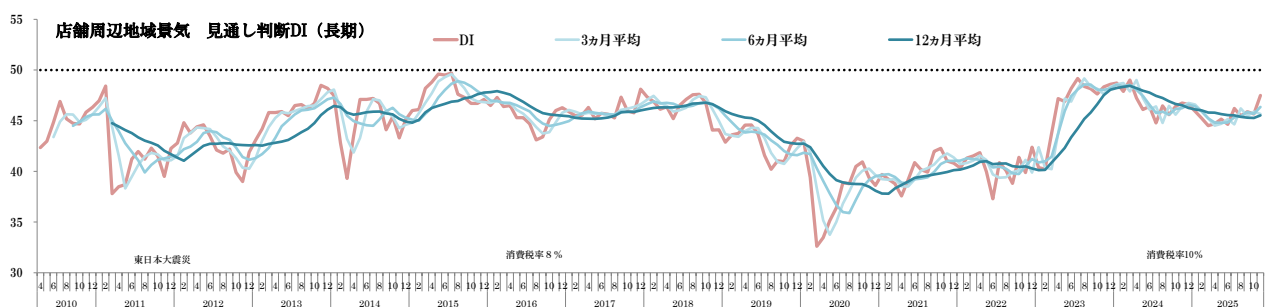
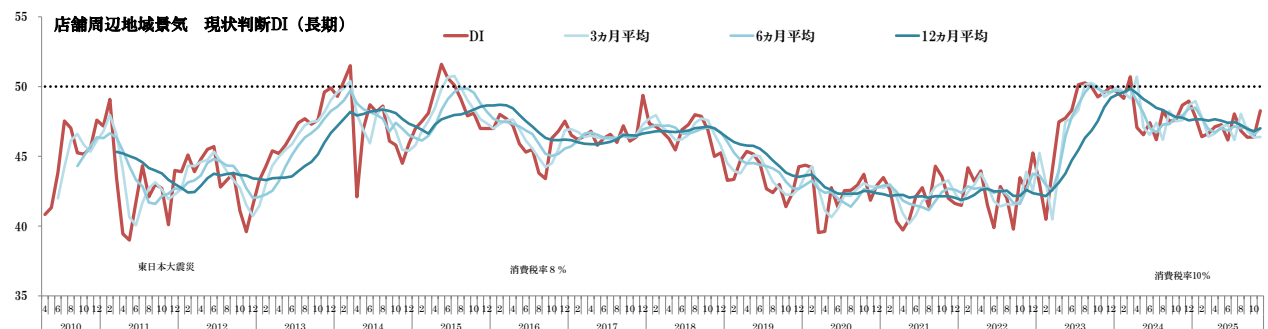
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	0.7	16.6	79.3	3.4	0.0	46.4
【現状】地域景気 (当月)	0.0	12.3	82.3	5.4	0.0	48.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	0.7	20.1	75.0	4.2	0.0	45.7
【見通し】地域景気 (当月)	0.0	15.4	79.2	5.4	0.0	47.5



・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が続けたが、12 年 11 月から 16 ヶ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、15 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。その後 15 ヶ月間にわたり悪化傾向は続き 16 年 9 月には、現状判断 DI は 43.4 まで低迷した。

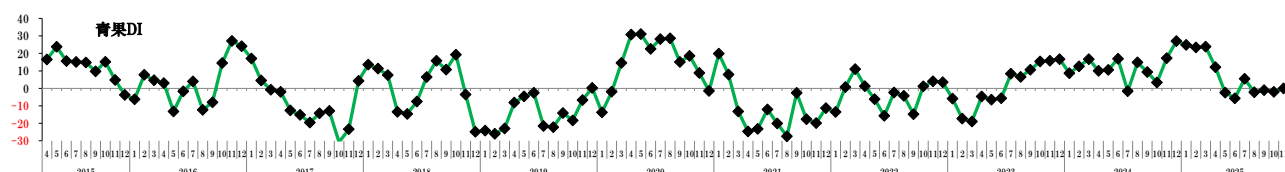
以後方向感の乏しい推移が続いたが、18 年の後半から悪化傾向が顕著となり、19 年 7 月には現状判断 DI は 42.3 まで低下した。21 年は、感染状況により上下する動きとなった。22 年は、感染が再拡大した 7 月以降に大幅な改善をみせた。23 年も改善が続き、7 月には判断の分かれ目である 50 を突破、その後も高水準を維持した。24 年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25 年に入りダウントレンドが続いているが、夏ころにかけてやや持ち直し、年末にかけて改善が進んだ。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果 DI：0.0（やや不調）

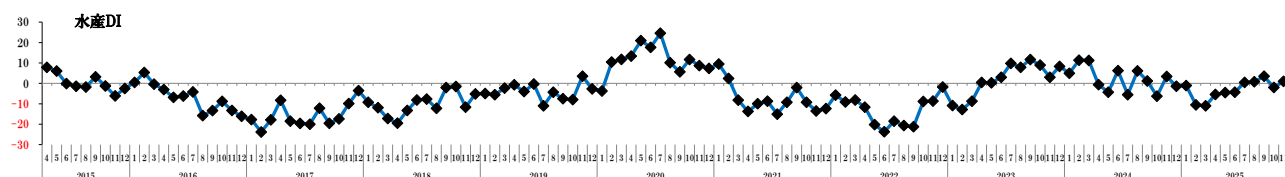
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	4.4	34.3	33.6	20.4	7.3	-2.0
青果（当月）	4.8	30.6	33.9	21.0	9.7	0.0



安定した天候により葉物を中心に相場が落ち着き、販売量は伸びたものの、前年の相場高からの反動で一品単価は下落、やや不調となった。トマトは相場高の傾向でサラダ関連野菜が好調に推移した店舗が多かった。冷え込みにより白菜やキノコ類など鍋物関連の動きがよかった。じゃがいも、たまねぎなど土物類は相場高で単価が上昇、好調となった地域が多い。一方でカット野菜は伸び悩んだ。果物類は、前年不振だった柑橘類が回復傾向、柿、相場高のりんごも売上は順調に推移した。

2. 水産 DI：1.0（やや好調）

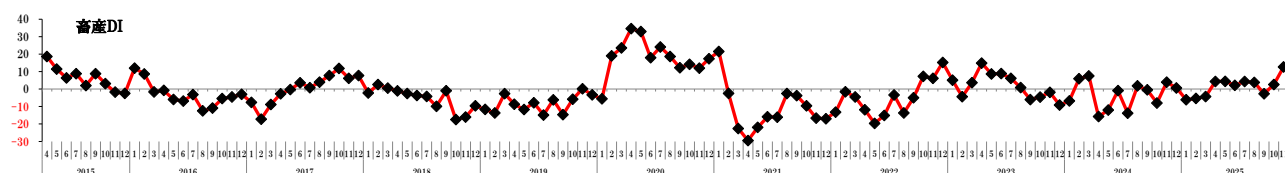
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	5.8	31.4	32.8	24.8	5.1	-2.0
水産（当月）	6.5	24.4	33.3	30.1	5.7	1.0



サンマは入荷量が少なくなり相場が高値傾向で推移、売上としては好調が続いた。マグロやサーモンなどの刺身類は好不調の判断が分かれている。一方で秋鮭やブリなどは入荷量が少なく苦戦したという店舗が多かった。気温が低下し、タラや練物など鍋関連商材は動きがよかったが、カニや牡蠣は価格高騰により不振となった。魚卵には回復傾向がみられた店舗もあった。サラダ用海鮮が好調とのコメントが多い。

3. 畜産 DI：12.7（好調）

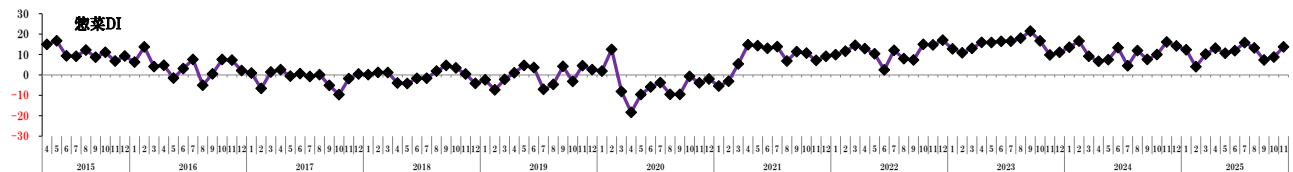
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	1.5	28.7	33.8	30.1	5.9	2.6
畜産（当月）	1.6	13.7	25.8	50.0	8.9	12.7



全般的な相場高傾向が続く、一品単価が上昇、好調となった。牛肉は低調だが、豚肉・鶏肉など値ごろ商品への需要シフトが継続している。気温低下により、しゃぶしゃぶ用など鍋関連の需要も高まり、全体を牽引した。国産豚が相場高傾向にあるなか、輸入品、スライスや切り落としなどが好調に推移した。牛肉は高止まり傾向が続く、輸入牛は不振も、国産にはやや回復傾向もみられた。鶏肉は鳥インフルエンザの影響で価格高騰が続くなかでも堅調に推移した。加工肉は不調とする店舗が多かった。

4. 惣菜DI：13.7（好調）

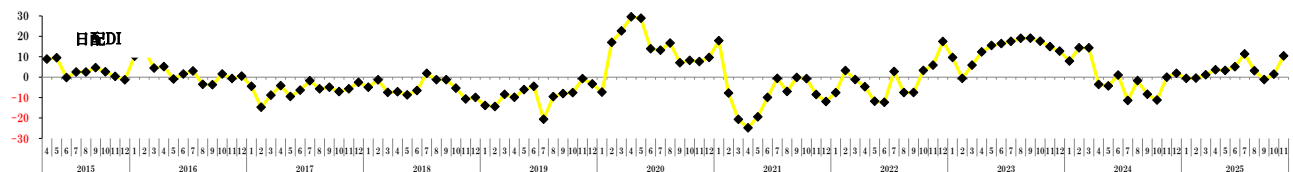
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.2	16.1	32.8	42.3	6.6	8.8
惣菜（当月）	2.4	9.7	29.8	46.8	11.3	13.7



気温低下とともに、揚げ物・てんぷら類はやや鈍化したものの、米の価格高止まりを背景に米飯類、麺類は引き続き堅調に推移、カテゴリー全体は好調な推移が続いた。野菜相場の落ち着きによりサラダ関連は低調となった。焼そば、たこ焼など軽食関連も好調。一方で寿司類は動きが鈍かった。新商品開発や商品のブラッシュアップが続けられるなか、販売単価の上昇が売上増につながっているとのコメントが多くみられた。

5. 日配DI：10.4（好調）

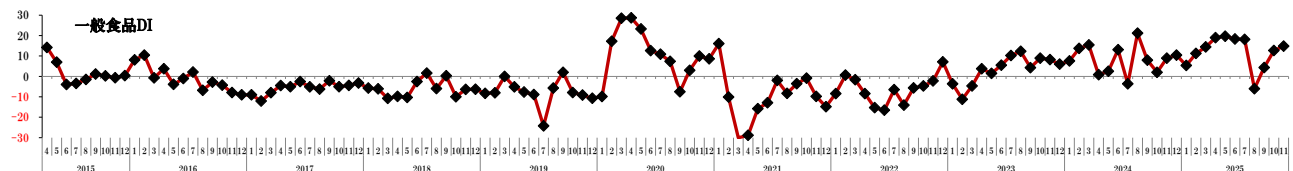
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.4	21.2	41.6	29.9	2.9	1.5
日配（当月）	0.0	12.0	41.6	39.2	7.2	10.4



全体的な値上げによる一品単価の上昇により好調に推移した。気温低下により、練物やおでん関連商材、麺類などホットメニュー商材の動きが良かった。鶏卵は鳥インフルエンザの影響で価格高騰が続く、売上としては堅調。洋日配ではインフルエンザ等の流行により乳酸飲料が復調、健康志向で豆乳飲料が好調となった。米の価格高騰によりパン・麺類の動きがよい。冷凍食品、和日配では納豆や豆腐、豆類が引き続き堅調に推移した。

6. 一般食品：14.8（好調）

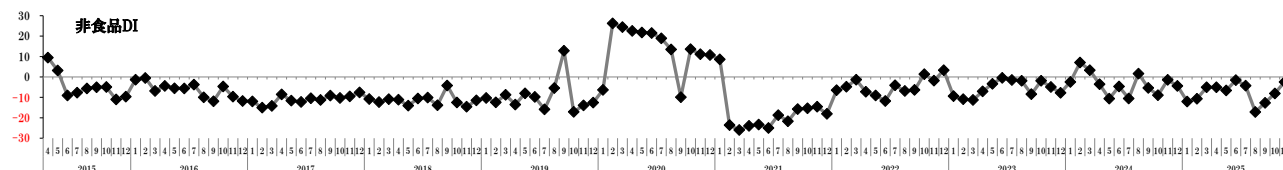
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	0.7	14.7	29.4	43.4	11.8	12.7
一般食品（当月）	1.6	8.8	31.2	45.6	12.8	14.8



米は、新米入荷が進み店頭在庫が潤沢、価格は高止まりしており売上高は好調が続いている。米の代替品としてレンジ米飯、パスタ、インスタント麺類も引き続き堅調に推移している。気温の低下により、鍋つゆ、カレーやシチュー、スープなどホットメニュー関連商材の動きがよかった。インスタントコーヒーなど嗜好品カテゴリーを好調とするコメントが多い。菓子には回復傾向がみられた。酒類は前年を下回る推移となった店舗が多い。

7. 非食品 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
非食品（前月）	9.6	39.7	30.9	13.2	6.6	-8.1
非食品（当月）	3.3	30.1	44.7	17.1	4.9	-2.4



気温の低下で冬物衣料、入浴剤、カイロなど防寒関連商品に需要が高まった。インフルエンザ等の流行により、マスクなど衛生用品も順調に推移した。紙類は値上げの影響により価格競争が厳しく、販売数量減で不調となった店舗が多い。家庭用洗剤の動きがよいとのコメントがみられた。ドラッグストアなどとの競争激化により、厳しい状況が続いている。

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 ～

2025 年 12 月調査（11 月実績）キーワード TOP3

1. 一品単価の上昇
2. 冬物商材が好調
3. 3連休、日曜日が前年より多い

（参考）2024 年 12 月調査（11 月実績）キーワード TOP3

1. 中旬以降の気温低下により冬物好調
2. 値上げによる客単価増
3. 生鮮相場安定

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 130 社
 10 月実績確報版 145 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