

# スーパーマーケット販売統計調査資料

2025 年 12 月実績 速報版

11 月実績 確報版

2025 年 年間実績 速報版

(2026 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、揚げ物、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

2026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 2025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	128,882,692	100.0%	101.6%	100.7%
食品合計	118,114,425	91.6%	102.0%	101.0%
生鮮3部門合計	44,386,601	34.4%	100.6%	99.8%
青果	17,000,873	13.2%	99.2%	98.3%
水産	12,135,408	9.4%	100.3%	99.5%
畜産	15,250,320	11.8%	102.5%	101.7%
惣菜	14,087,005	10.9%	103.1%	102.0%
日配	25,212,456	19.6%	103.2%	101.2%
一般食品	34,428,362	26.7%	102.5%	102.2%
非食品	7,527,056	5.8%	96.0%	96.0%
その他	3,241,254	2.5%	100.4%	98.6%

### 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	18,212,417	43	101.1%	99.7%
関東地方	48,229,646	73	102.4%	101.2%
中部地方	15,842,957	53	101.5%	100.8%
近畿地方	27,127,707	44	102.0%	100.8%
中国・四国地方	13,012,776	34	100.1%	100.2%
九州・沖縄地方	6,457,188	23	99.7%	100.5%

### 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	655,972	46	98.8%	98.8%
4～10店舗	5,526,831	84	100.8%	100.3%
11～25店舗	10,751,998	49	101.7%	101.4%
26～50店舗	23,036,786	45	100.8%	100.6%
51店舗以上	88,911,105	46	101.9%	100.6%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		126,864,190
総店舗数（店舗）	8,422	店舗平均月商（万円）		15,303
総売場面積（㎡）	14,134,592	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

2026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 2025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	108,784,841	100.0%	104.4%	103.5%
食品合計	99,805,627	91.7%	104.7%	103.7%
生鮮3部門合計	36,603,021	33.6%	103.4%	102.6%
青果	14,715,974	13.5%	102.2%	101.4%
水産	8,715,405	8.0%	102.4%	101.4%
畜産	13,171,641	12.1%	105.6%	104.7%
惣菜	12,105,485	11.1%	105.3%	104.1%
日配	22,162,615	20.4%	105.4%	103.9%
一般食品	28,934,507	26.6%	105.5%	105.0%
非食品	6,511,770	6.0%	100.8%	100.4%
その他	2,467,478	2.3%	102.1%	101.5%

### 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	14,409,914	43	103.5%	102.4%
関東地方	40,667,931	73	105.0%	104.2%
中部地方	13,234,975	53	104.9%	104.1%
近畿地方	24,202,456	44	103.5%	102.3%
中国・四国地方	10,975,658	34	104.5%	103.2%
九州・沖縄地方	5,293,907	23	102.5%	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	528,508	46	100.7%	102.3%
4～10店舗	4,562,142	84	102.3%	102.6%
11～25店舗	8,795,963	49	103.7%	103.9%
26～50店舗	18,800,869	45	103.5%	103.2%
51店舗以上	76,097,359	46	104.8%	103.5%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		106,608,192
総店舗数（店舗）	8,420	店舗平均月商（万円）		12,920
総売場面積（㎡）	14,134,254	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

2026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 2025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	1,314,913,201	100.0%	103.9%	102.8%
食品合計	1,201,926,495	91.4%	104.3%	103.1%
生鮮3部門合計	437,914,139	33.3%	102.9%	101.7%
青果	182,473,258	13.9%	103.5%	102.4%
水産	107,833,574	8.2%	101.4%	100.1%
畜産	147,607,306	11.2%	103.2%	102.0%
惣菜	148,271,875	11.3%	105.0%	103.5%
日配	267,758,865	20.4%	104.1%	102.8%
一般食品	347,981,617	26.5%	105.9%	105.1%
非食品	77,613,655	5.9%	99.0%	98.7%
その他	35,373,051	2.7%	101.6%	100.9%

### 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	177,134,014	43	103.4%	102.0%
関東地方	488,049,645	73	104.6%	103.5%
中部地方	161,245,660	53	103.6%	102.6%
近畿地方	290,320,613	44	103.8%	102.5%
中国・四国地方	133,099,366	34	103.8%	103.2%
九州・沖縄地方	65,063,903	23	101.1%	101.8%

### 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	6,563,105	46	99.5%	100.5%
4～10店舗	57,255,011	84	102.2%	101.8%
11～25店舗	109,643,888	49	104.0%	102.9%
26～50店舗	225,610,636	45	103.0%	102.6%
51店舗以上	915,840,560	46	104.3%	103.0%

※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

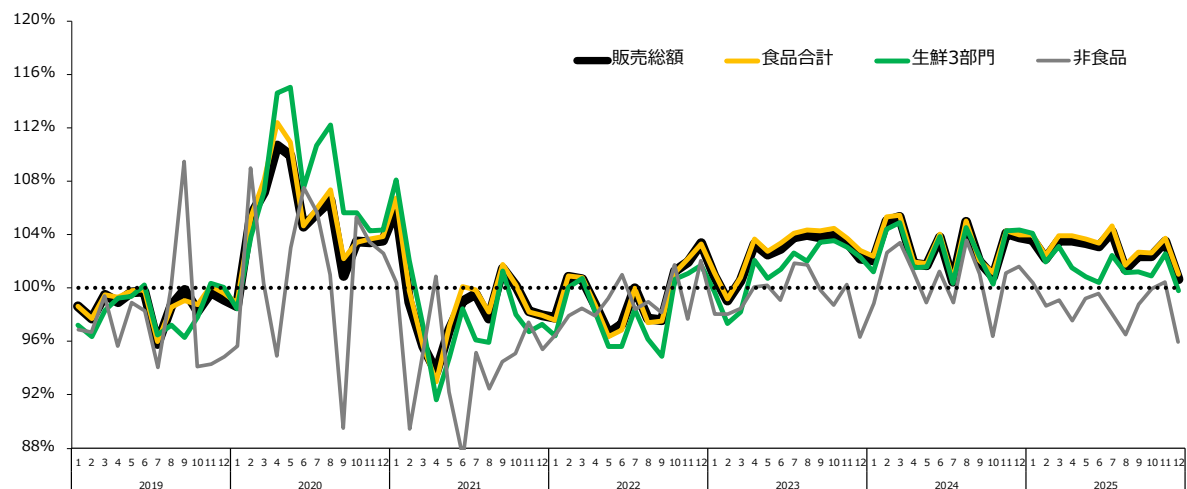
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,289,984,336
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

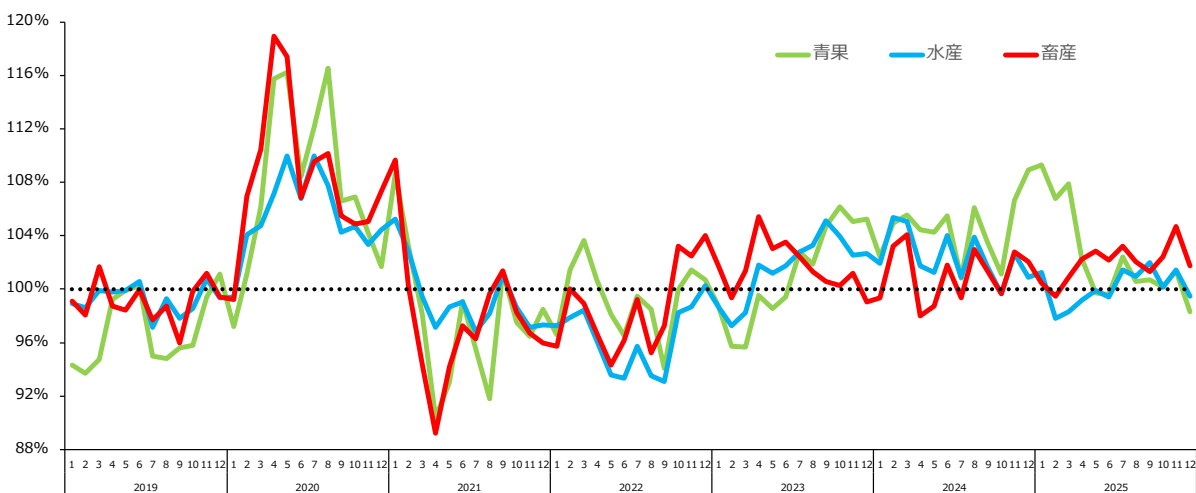
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

## 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～

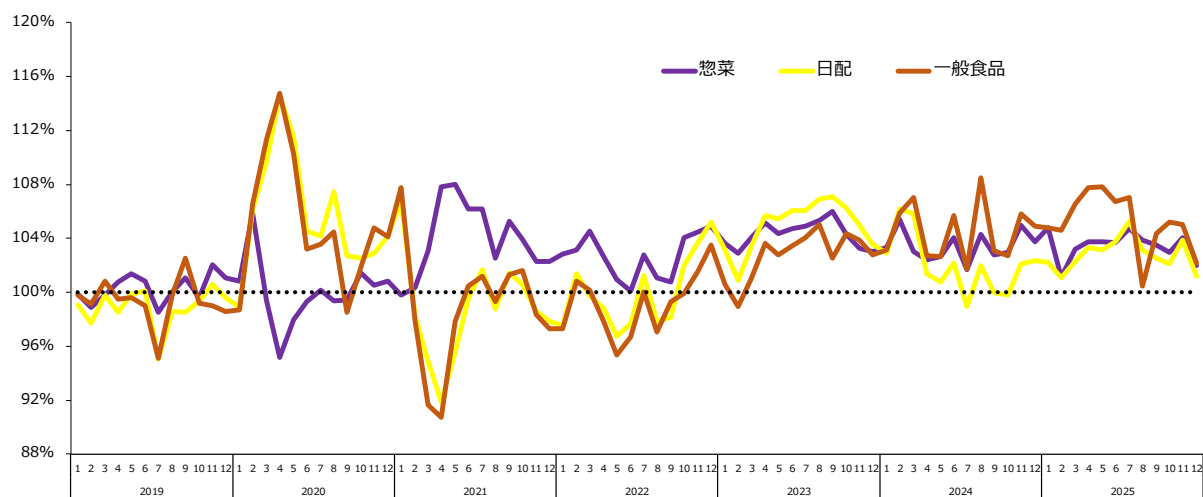
### 総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



### 青果・水産・畜産



### 惣菜・日配・一般食品



※2025年12月実績は速報版

## 2025年12月 エリア別気候状況

### 12月の気温：気温は、全国的に高かった

上旬：北日本では高かった。

中旬：東日本、西日本では高かった。

下旬：全国的に高かった。

### 2024年12月との比較：中旬から下旬にかけて、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（℃）						今年と前年との差（℃）		
	2025年12月（今年）			2024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	0.8	0.9	1.3	0.2	-1.4	-1.0	0.6	2.3	2.3
太平洋側	1.1	0.7	1.8	0.1	-1.5	-0.5	1.0	2.2	2.3
東日本 日本海側	0.5	1.7	1.7	0.4	-1.3	-0.4	0.1	3.0	2.1
太平洋側	0.1	0.9	1.7	0.6	-0.7	0.1	-0.5	1.6	1.6
西日本 日本海側	0.2	2.2	1.2	0.4	-0.7	-0.1	-0.2	2.9	1.3
太平洋側	0.0	1.5	1.2	0.1	-0.9	-0.2	-0.1	2.4	1.4

#### 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

### 12月の日照時間：西日本太平洋側でかなり多かった

上旬：東日本太平洋側・西日本ではかなり多かった。

中旬：東日本日本海側ではかなり多かった。西日本では多かった。

下旬：北日本太平洋側、東日本太平洋側では少なかった。

### 2024年12月との比較：東日本日本海側で前年より多くなった

	日照時間 平年比（％）						今年と前年との差		
	2025年12月（今年）			2024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	106	94	71	87	67	107	19	27	-36
太平洋側	106	94	83	119	123	106	-13	-29	-23
東日本 日本海側	109	209	109	68	81	52	41	128	57
太平洋側	127	104	85	139	113	107	-12	-9	-22
西日本 日本海側	138	123	98	121	102	101	17	21	-3
太平洋側	132	119	97	129	107	108	3	12	-11

#### 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：北日本で多かった一方、西日本では少なかった

上旬：東日本太平洋側、西日本ではかなり少なかった。

中旬：北日本太平洋側ではかなり多かった。東日本太平洋側、西日本日本海側では多かった。

下旬：北日本、東日本、西日本日本海側では多かった。

### 2024年12月との比較：中旬から下旬にかけて、太平洋側を中心に前年より降水量が多かった

	降水量 平年比（％）						今年と前年との差		
	2025年12月（今年）			2024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	115	97	120	99	112	115	16	-15	5
太平洋側	74	226	136	35	26	47	39	200	89
東日本 日本海側	92	73	147	109	120	167	-17	-47	-20
太平洋側	8	145	136	5	5	12	3	140	124
西日本 日本海側	16	133	133	16	82	47	0	51	86
太平洋側	3	91	89	5	10	15	-2	81	74

#### 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

2026 年 1 月調査結果（12 月実績）  
（2026 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

## 景況感は前月水準での推移

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+0.2 の 47.5、見通し判断は前月から+0.3 の 44.0 となり、いずれもわずかな改善にとどまった。

経営動向調査では、売上高 DI・収益 DI がともに前月から低下した。各仕入れ原価 DI は高止まりが続いているが、客単価 DI が前月より低下、来客数 DI はマイナス圏での推移となった。

カテゴリー動向調査では、気温が高めに推移したこともあり冬物商材が伸び悩み、全カテゴリーで DI が前月を下回る動きとなった。畜産・惣菜・一般食品はプラス圏で推移したものの、青果・水産・日配・非食品はいずれもマイナス圏まで低下した。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断、見通し判断共に大きな動きはみられず、前月水準での推移となっている。（長期傾向は P11 参照）

12 月は前年に比べ日曜日が1日少なく、歳末商戦は比較的堅調に推移した一方、青果相場が前年より落ち着き、平常期は節約志向の強まりから数量の鈍化もみられた。価格改定が続き生活者の負担感が積み上がる中、小春日和と寒波が交互に到来する不安定な天候により需要予測は難度を増し、売場構成の最適化や価値提案が強く求められる。円安の進行、コスト上昇で物価高傾向が一層強まる中、一定の実施準備期間が必要な消費減税の議論にとどまらない、即効性、実感のある物価高対策が求められるといえよう。

### 景況感調査

#### 現状判断

**景気判断DI**  
当月：47.5 (+0.2)  
前月：47.3

**消費者購買意欲DI**  
当月：45.7 (-0.5)  
前月：46.2

**周辺地域 競合状況DI**  
当月：43.8 (-1.8)  
前月：45.6

**店舗周辺地域 景気判断DI**  
当月：46.3 (-0.9)  
前月：47.2

#### 見通し判断

**景気判断DI**  
当月：44.0 (+0.3)  
前月：43.7

**消費者購買意欲DI**  
当月：43.4 (-0.6)  
前月：44.0

**周辺地域 競合状況DI**  
当月：42.9 (-0.6)  
前月：43.5

**店舗周辺地域 景気判断DI**  
当月：44.2 (-2.0)  
前月：46.2

### 経営動向調査 経営状況

**売上高DI**  
当月：2.3 (-8.3)  
前月：10.6

**客単価DI**  
当月：11.7 (-5.6)  
前月：17.3

**来客数DI**  
当月：-7.6 (+0.2)  
前月：-7.8

**収益DI**  
当月：-1.5 (-7.5)  
前月：6.0

**販売価格DI**  
当月：22.0 (+0.6)  
前月：21.4

**生鮮品仕入原価DI**  
当月：18.6 (+0.7)  
前月：17.9

**食品仕入原価DI**  
当月：22.8 (+2.1)  
前月：20.7

### カテゴリー動向

**青果DI**  
当月：-10.2 (-8.0)  
前月：-2.2

**水産DI**  
当月：-2.4 (-3.1)  
前月：0.7

**畜産DI**  
当月：6.9 (-3.5)  
前月：10.4

**惣菜DI**  
当月：10.7 (-3.1)  
前月：13.8

**日配DI**  
当月：1.9 (-6.8)  
前月：8.7

**一般食品DI**  
当月：7.3 (-6.7)  
前月：14.0

**非食品DI**  
当月：-11.6 (-8.7)  
前月：-2.9

※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

前月から下落もプラス圏を維持

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)	0.6	14.7	34.6	41.7	8.3	10.6
売上高 (当月)	2.5	26.7	35.8	29.2	5.8	2.3



### 2. 収益 DI

前月から下落、マイナス圏に低下

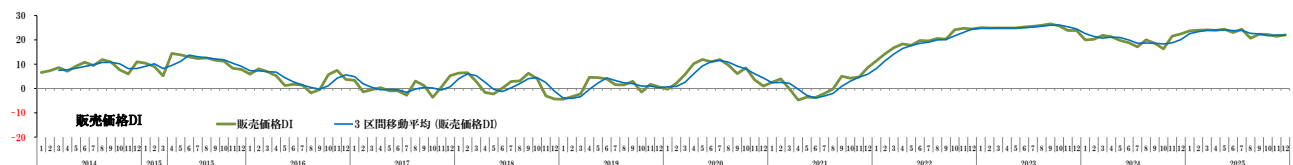
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	2.0	21.2	35.8	33.1	7.9	6.0
収益 (当月)	2.5	29.7	44.1	18.6	5.1	-1.5



### 3. 販売価格 DI

前月水準で推移、二桁プラス

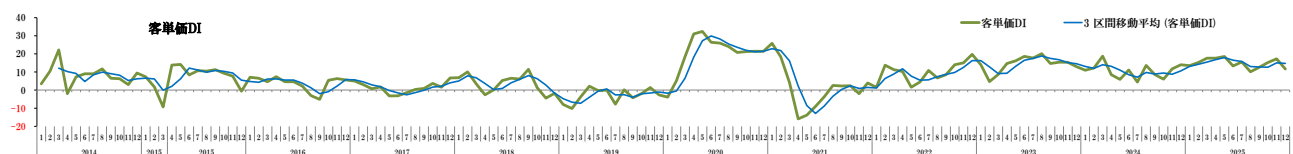
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.3	18.2	74.0	6.5	21.4
販売価格 (当月)	0.0	0.0	20.3	71.2	8.5	22.0



### 4. 客単価 DI

前月から下落するも、二桁プラスを維持

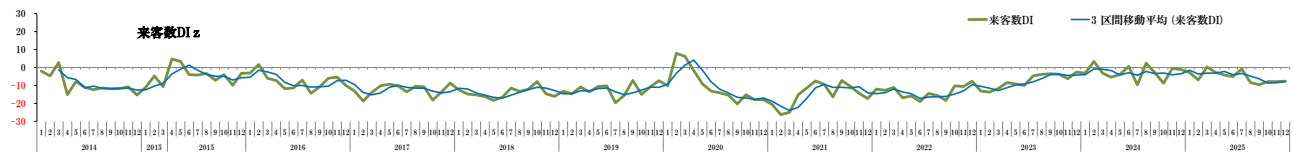
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.0	3.9	27.7	63.9	4.5	17.3
客単価 (当月)	0.0	9.3	39.0	47.5	4.2	11.7



## 5. 来客数 DI

前月水準で推移、マイナス圏が続く

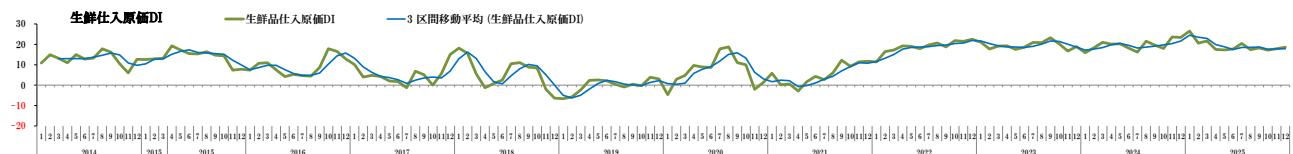
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	5.2	37.3	41.8	15.0	0.7	-7.8
来客数 (当月)	3.4	45.8	31.4	16.9	2.5	-7.6



## 6. 生鮮仕入原価 DI

前月水準で推移、二桁プラス水準

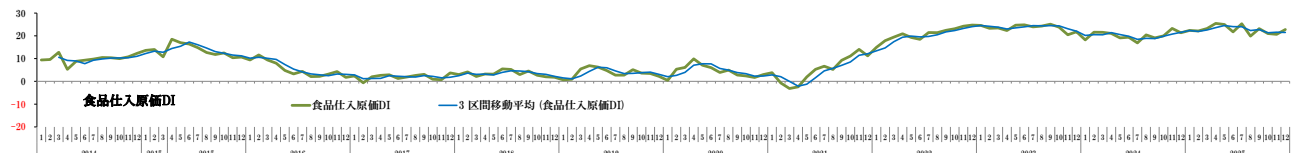
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.3	6.0	20.5	64.2	7.9	17.9
生鮮仕入原価 (当月)	0.0	5.3	23.0	63.7	8.0	18.6



## 7. 食品仕入原価 DI

前月から小幅に上昇、56 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)	1.3	4.7	16.0	66.0	12.0	20.7
食品仕入原価 (当月)	0.0	2.7	18.6	63.7	15.0	22.8

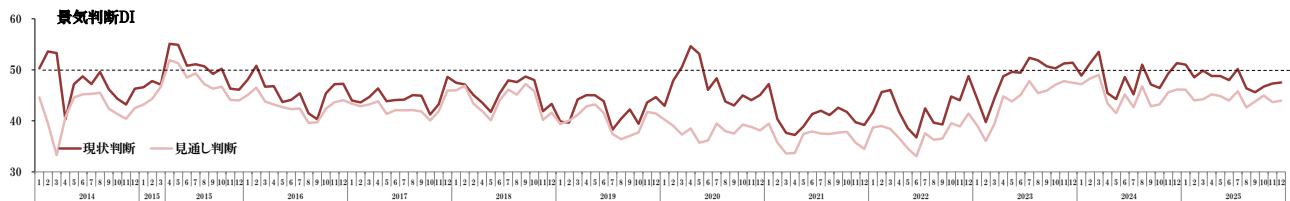


## Ⅱ．景況感調査（2014 年 4 月～／周辺地域景気判断 2010 年 4 月～）

### 1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準

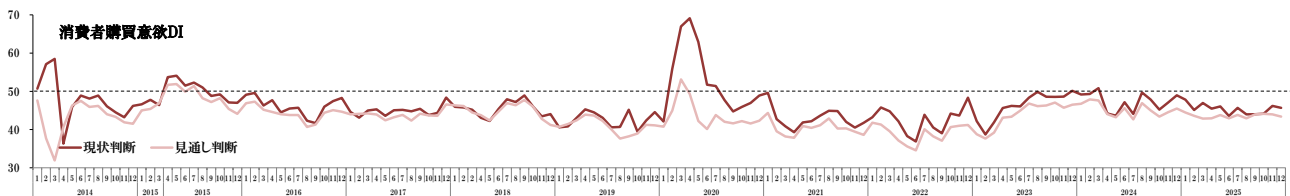
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	0.6	20.3	68.4	10.8	0.0	47.3
【現状】景気判断（当月）	1.7	19.8	66.1	11.6	0.8	47.5
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	0.6	30.4	62.7	6.3	0.0	43.7
【見通し】景気判断（当月）	1.7	28.3	62.5	7.5	0.0	44.0



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準

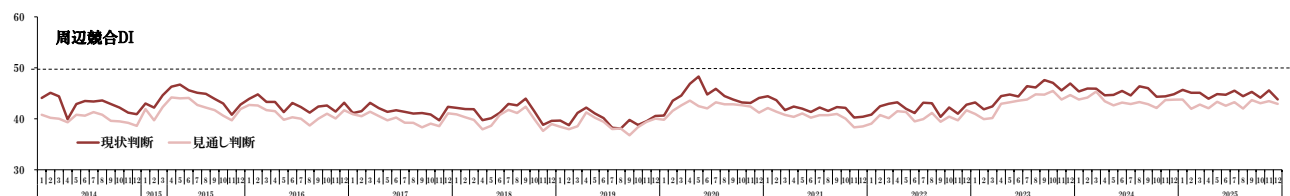
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	0.6	23.4	67.1	8.2	0.6	46.2
【現状】購買意欲（当月）	1.7	26.4	61.2	9.1	1.7	45.7
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	0.0	31.6	60.8	7.6	0.0	44.0
【見通し】購買意欲（当月）	1.7	31.4	58.7	8.3	0.0	43.4



### 3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断は小幅に悪化、見通し判断は前月水準

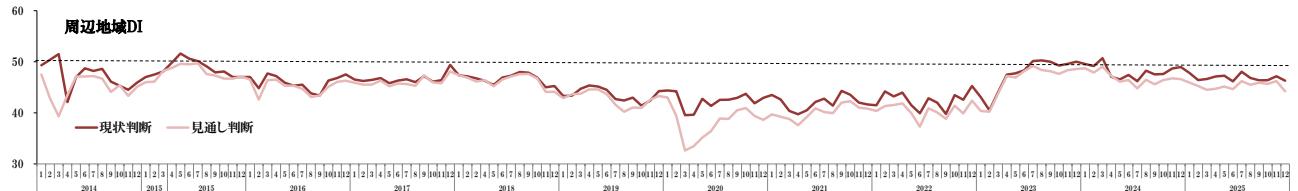
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	0.6	19.6	76.6	3.2	0.0	45.6
【現状】競合状況（当月）	2.5	19.8	77.7	0.0	0.0	43.8
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	3.2	22.3	72.0	2.5	0.0	43.5
【見通し】競合状況（当月）	1.7	25.0	73.3	0.0	0.0	42.9



#### 4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状・見通し判断共に小幅な悪化

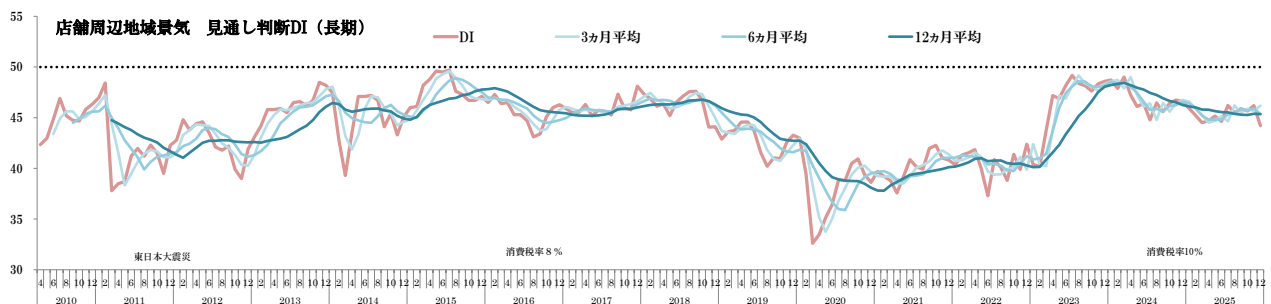
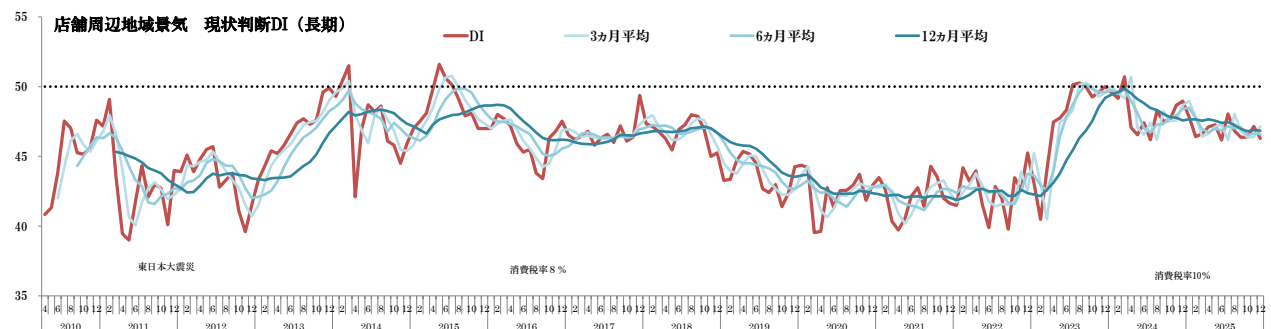
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	0.6	15.2	79.1	5.1	0.0	47.2
【現状】地域景気 (当月)	1.7	14.0	81.8	2.5	0.0	46.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	0.6	18.4	76.6	4.4	0.0	46.2
【見通し】地域景気 (当月)	1.7	21.5	75.2	1.7	0.0	44.2



#### ・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

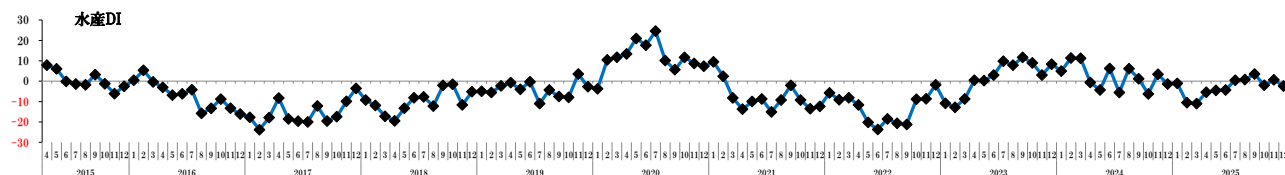
#### 1. 青果 DI：-10.2（不調）

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
青果（前月）	6.7	32.9	32.2	18.8	9.4	-2.2
青果（当月）	11.3	43.5	25.2	14.8	5.2	-10.2

青果相場は前年の高値から落ち着き一品単価が下落、気温が高めに推移し鍋商材の動きが鈍く、不調となった。野菜はたまねぎ・じゃがいも・人参など土物類が相場高でも好調に推移した。サラダ関連需要は好調もトマトは高値で好不調がわかれた。葉物野菜は相場安と需要減が重なり不調。果物では、みかんなど柑橘類は前年の不調から回復して好調に推移、いちごも好調となった店舗が多い。りんごは相場高による点数減、柿もやや苦戦。輸入果物ではバナナ・アボカド・ぶどうなどの動きがよかった。

#### 2. 水産 DI：-2.4（やや不調）

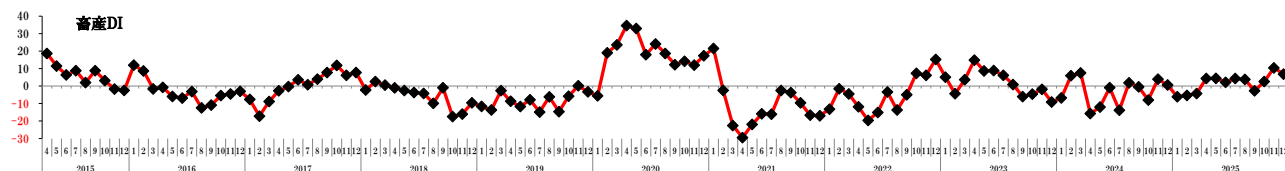
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	5.4	26.4	33.1	30.4	4.7	0.7
水産（当月）	4.3	29.6	40.9	21.7	3.5	-2.4



一部魚種の入荷が不安定で、かにや牡蠣、魚卵などは相場高が続いた。刺身類は好不調が分かれ、気温が高めに推移し鍋関連ではタラや練物の動きが鈍く、苦戦した。ちりめんなど珍味類が軟調で、魚卵（いくら・筋子・数の子）も高値が続き不調が目立った。年末は刺身盛合せやマグロ・サーモンなど生食商材が強く、切身類も堅調だった一方、ブリや秋鮭は入荷不足が影響し伸び悩んだ。冷凍品、かにや牡蠣、いくららは高値で動きが悪かった。おせち関連は前年に届かなかった店舗が多かった。

#### 3. 畜産 DI：6.9（やや好調）

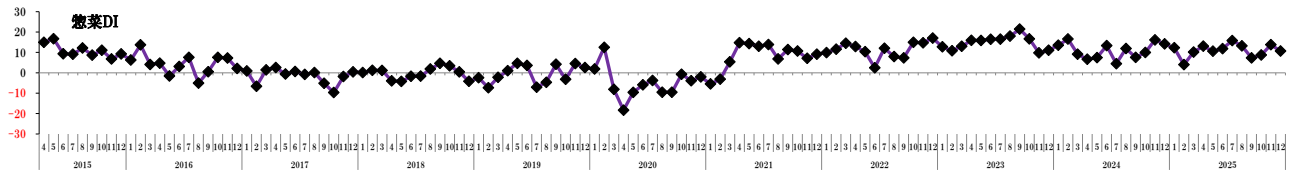
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	2.0	16.8	26.8	46.3	8.1	10.4
畜産（当月）	1.8	17.7	37.2	38.1	5.3	6.9



引き続き、豚肉と鶏肉への需要シフトが継続、国産は堅調に推移し、輸入が不振となった。牛肉は引き続き高騰しており、手頃な価格帯の商品が好調となった。豚肉は相場がやや落ち着き、しゃぶしゃぶ用や挽肉、大判パックなど日常使いの商材が伸びた。鶏肉はモモや手羽など鍋用商材の需要は地域により差もみられた。加工肉は生ハムやローストビーフなど一部で好調な商品もみられたが、ハム・ソーセージやギフト類は苦戦した。クリスマス商戦、歳末商戦はご馳走需要が好調で和牛に動きがみられた。

#### 4. 惣菜DI：10.7（好調）

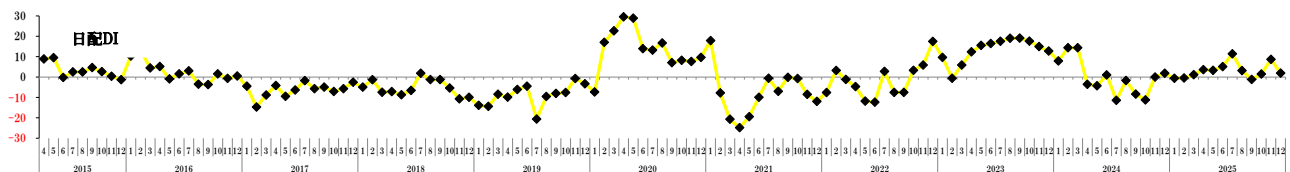
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.0	10.1	30.9	45.0	12.1	13.8
惣菜（当月）	1.7	12.2	35.7	42.6	7.8	10.7



月前半の動きは鈍かったものの、年末にかけて需要が高まり、月間では堅調に推移した。米飯類は弁当の動きがよく、単価アップも寄与した。青果相場の落ち着きによりサラダは弱含みだった。クリスマス商戦では、天候不順の影響を受けた地域もみられたが、チキン類（レグ・フライドチキン）、ピザ、ロースト系の肉惣菜が好調。歳末にかけては寿司・オードブル・天ぷら・おせち関連が堅調、予約販売も大きく伸長した店舗が多かった。大型寿司の動きが良かったという店舗も多い。

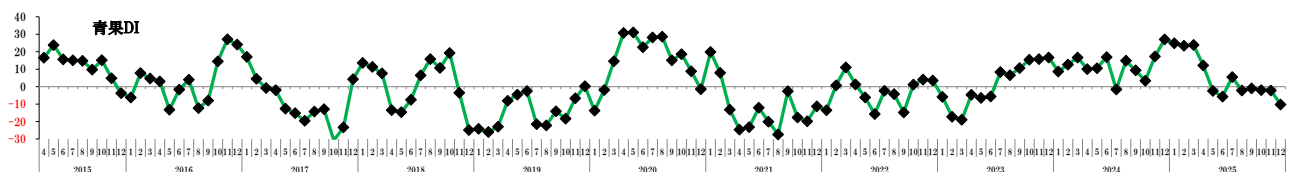
#### 5. 日配DI：1.9（やや好調）

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）	0.7	15.3	39.3	38.0	6.7	8.7
日配（当月）	0.9	21.6	48.3	27.6	1.7	1.9

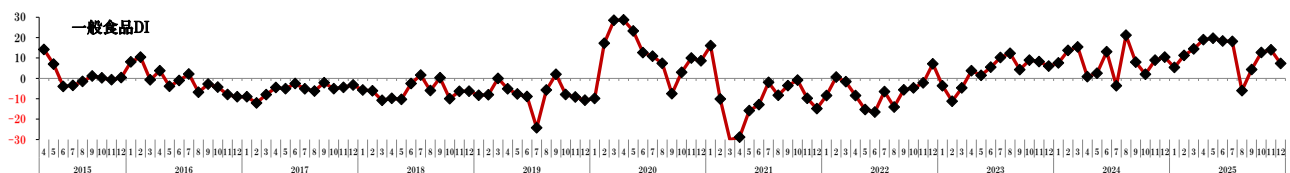


日配品は全体的な値上げによる一品単価で、総じて堅調に推移した。卵の相場高が売上を押し上げたほか、和日配では、豆腐や納豆、佃煮などが順調に動いた。一方、高めの気温もあり生麺やチルド麺は伸び悩んだ。洋日配では、ヨーグルト類やチーズ、バター、デザートが好調で、パン類も堅調に推移。一方で、牛乳やスープ類は不調となった。冷凍食品は好調だったが、冷凍野菜や弁当用商材は弱含み。歳末商戦では、おせち関連は伸び悩むも、年越しそばは好調。生餅の動きがよいとのコメントもみられた。

#### 6. 一般食品：7.3（やや好調）



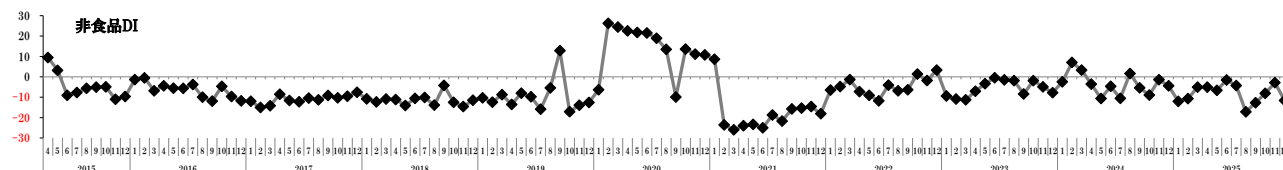
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	1.3	12.0	28.7	45.3	12.7	14.0
一般食品（当月）	1.7	13.8	49.1	24.1	11.2	7.3



全体的な値上げ傾向で一品単価が上昇、総じて堅調な推移。米は販売数量が減少傾向も、ブレンド米や切餅が好調で、レンジ米飯も引き続き伸長。一方、もち米は高値で数量は伸び悩んだ。飲料、カップ麺・袋麺は、価格競争の激化で苦戦したという店舗が多い。コーヒーの動きがよく、値上げ後も点数を維持した。菓子は回復傾向も、米菓・チョコレートは割高感から鈍かった。酒類ではワインやウイスキーが堅調だった。

## 7. 非食品 DI：-11.6（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）	3.4	31.1	43.2	18.2	4.1	-2.9
非食品（当月）	8.9	42.9	35.7	10.7	1.8	-11.6



衛生用品はインフルエンザ流行によりマスクやハンドソープが堅調。12月8日の青森県東方沖を震源とする地震が発生、後発地震注意情報の発表によって、一部地域ではカセットボンベや乾電池などに特需がみられた。ペット用品は引き続き高い伸びを示した一方で、台所消耗品やトイレトロールなど家庭用品は割高感から苦戦し、雑貨ギフトやアパレル、住関連も総じて弱含みとなった。季節品では、しめ飾りなど歳末商材は前年並みに推移したもの、気温が高めに推移した影響でカイロ類などは動きが鈍かった。

### 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～

### 2026年1月調査（12月実績）キーワード TOP3

1. クリスマス商戦低調（雨・平日） 年末商戦好調
2. 単価上昇・販売点数減
3. 暖冬による冬物不振

### （参考）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

### 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      121社  
 11月実績確報版      158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)