

スーパーマーケット販売統計調査資料

2026年 1月実績 速報版

2025年 12月実績 確報版

2025年 年間実績 確報版

(2026年 2月 24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

2026年2月24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
 2026年1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	107,909,612	100.0%	103.4%	102.3%
食品合計	98,991,782	91.7%	103.6%	102.4%
生鮮3部門合計	37,447,763	34.7%	102.9%	101.8%
青果	15,041,967	13.9%	100.1%	99.0%
水産	9,338,524	8.7%	102.6%	101.4%
畜産	13,067,272	12.1%	106.6%	105.4%
惣菜	12,039,903	11.2%	104.7%	103.1%
日配	21,577,749	20.0%	104.2%	102.5%
一般食品	27,926,367	25.9%	103.5%	102.9%
非食品	6,383,845	5.9%	100.9%	100.3%
その他	2,534,018	2.3%	102.5%	101.6%

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	14,266,469	43	103.5%	102.0%
関東地方	39,357,365	73	103.6%	102.5%
中部地方	13,129,809	53	104.4%	103.2%
近畿地方	24,976,107	44	102.4%	101.1%
中国・四国地方	10,827,357	34	103.5%	102.5%
九州・沖縄地方	5,352,504	23	102.5%	103.4%

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	517,068	46	100.0%	100.0%
4~10店舗	4,627,597	85	101.2%	101.7%
11~25店舗	8,236,361	47	102.8%	102.6%
26~50店舗	18,410,648	46	102.6%	102.1%
51店舗以上	76,117,938	46	103.7%	102.4%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	105,883,238	
総店舗数 (店舗)	8,432	店舗平均月商 (万円)	12,798	
総売場面積 (㎡)	14,145,994	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.6	

※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2月24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 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	128,674,743	100.0%	101.8%	100.8%
食品合計	118,444,675	92.0%	102.2%	101.2%
生鮮3部門合計	44,644,053	34.7%	101.0%	100.0%
青果	17,255,738	13.4%	99.1%	98.2%
水産	12,218,664	9.5%	100.9%	99.9%
畜産	15,169,651	11.8%	103.3%	102.2%
惣菜	14,321,588	11.1%	103.6%	102.3%
日配	25,374,964	19.7%	102.9%	101.2%
一般食品	34,104,070	26.5%	102.8%	102.2%
非食品	7,246,099	5.6%	95.8%	96.0%
その他	2,984,012	2.3%	99.6%	98.2%

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	18,182,948	43	101.3%	99.8%
関東地方	47,856,493	73	102.0%	101.1%
中部地方	15,885,734	53	102.3%	101.2%
近畿地方	27,247,020	44	102.4%	100.8%
中国・四国地方	13,062,440	34	101.2%	100.5%
九州・沖縄地方	6,440,110	23	99.3%	100.3%

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	645,570	46	98.0%	99.5%
4~10店舗	5,443,703	84	99.1%	99.6%
11~25店舗	10,703,864	49	101.5%	101.2%
26~50店舗	23,101,019	45	102.0%	100.9%
51店舗以上	88,780,588	46	102.0%	100.7%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	126,167,607	
総店舗数 (店舗)	8,428	店舗平均月商 (万円)	15,268	
総売場面積 (㎡)	14,144,392	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2月24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） 確報版

	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	1,314,705,253	100.0%	103.9%	102.8%
食品合計	1,202,408,905	91.5%	104.2%	103.1%
生鮮3部門合計	438,862,361	33.4%	102.8%	101.7%
青果	182,436,155	13.9%	103.3%	102.3%
水産	108,576,867	8.3%	101.4%	100.2%
畜産	147,849,340	11.2%	103.3%	102.0%
惣菜	148,431,434	11.3%	105.0%	103.4%
日配	267,682,445	20.4%	104.0%	102.8%
一般食品	347,432,665	26.4%	105.9%	105.1%
非食品	77,283,200	5.9%	98.9%	98.7%
その他	35,013,147	2.7%	101.5%	100.8%

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	177,104,544	43	103.4%	101.9%
関東地方	487,676,492	73	104.5%	103.3%
中部地方	161,288,436	53	103.6%	102.6%
近畿地方	290,439,925	44	103.8%	102.5%
中国・四国地方	133,149,030	34	103.8%	103.1%
九州・沖縄地方	65,046,824	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	6,552,704	46	99.4%	100.5%
4～10店舗	57,164,478	84	102.0%	101.7%
11～25店舗	109,603,159	49	103.9%	102.8%
26～50店舗	225,674,869	45	103.0%	102.5%
51店舗以上	915,710,042	46	104.2%	102.9%

※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

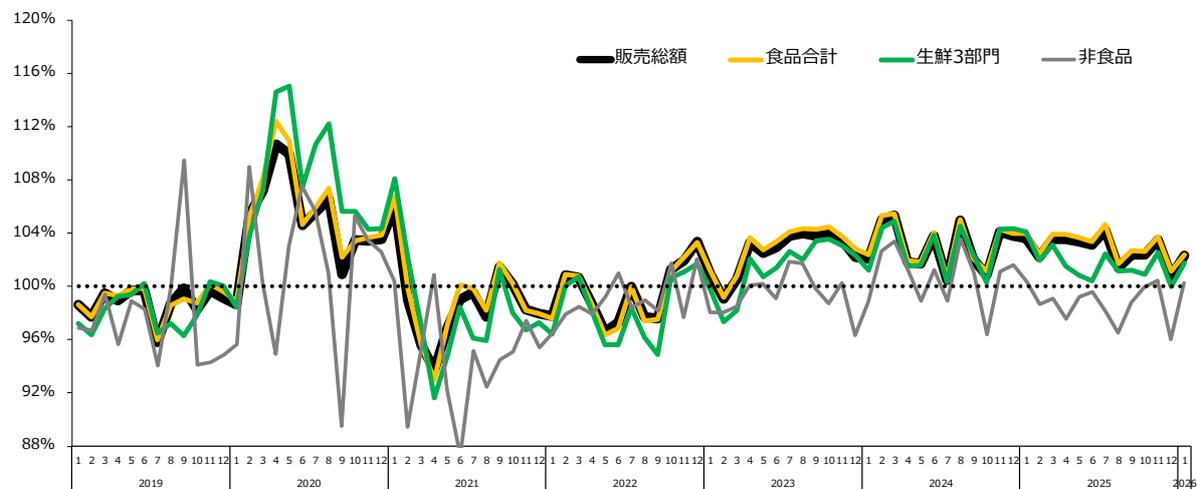
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,289,287,754
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

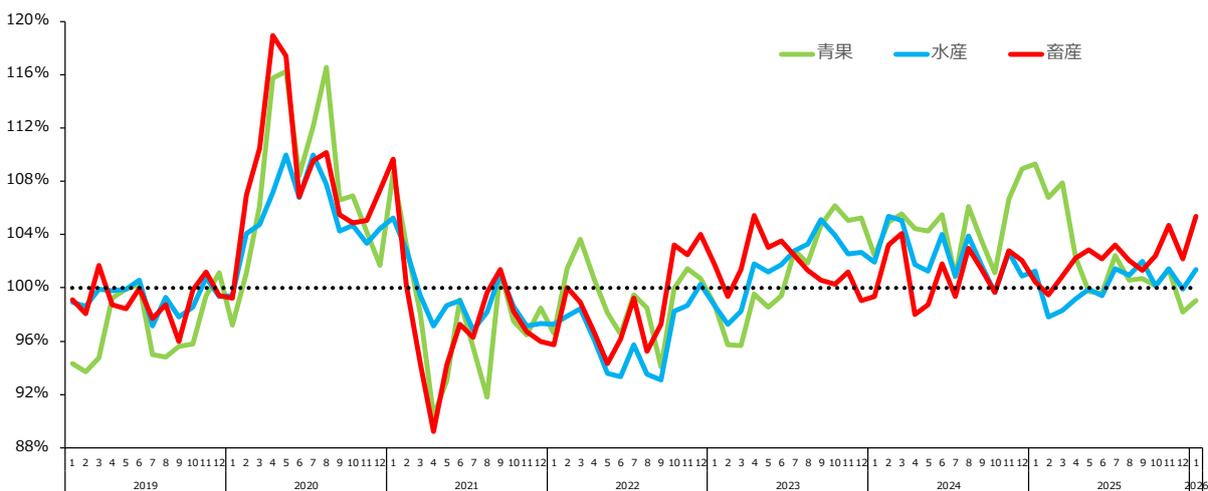
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

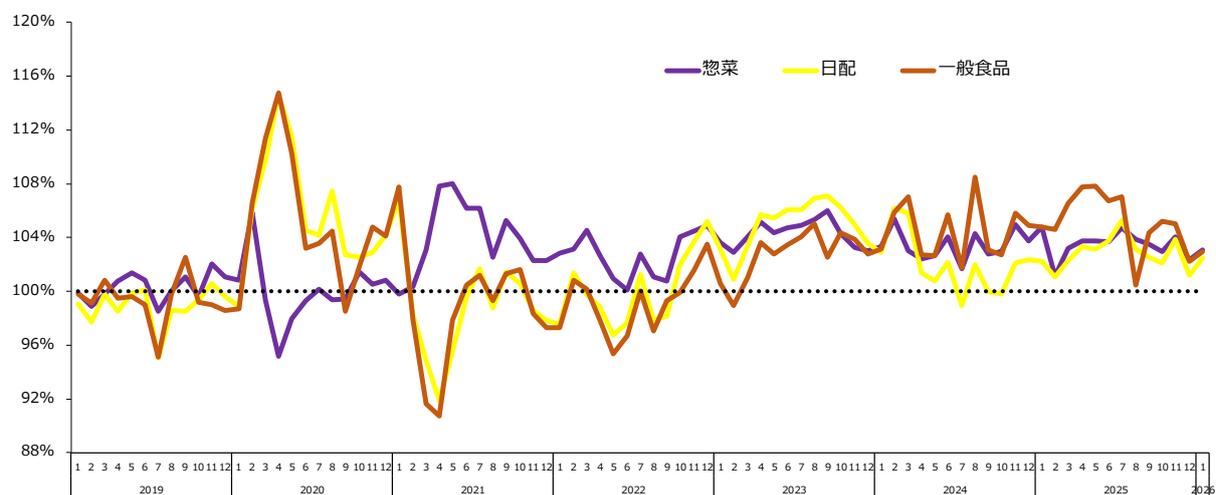
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年1月実績は速報版

2026年1月 エリア別気候状況

1月の気温：北日本で低かった

上旬：北日本では低かった。

中旬：東日本、西日本ではかなり高かった。北日本では高かった。

下旬：東日本ではかなり低かった。北日本、西日本では低かった。

2025年1月との比較：中旬は東・西日本で高く、下旬は全国的にかなり低くなった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2026年1月 (今年)			2025年1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	0.6	-1.4	0.2	1.2	3.0	-1.0	-0.6	-4.4
太平洋側	-0.7	1.3	-1.4	0.3	1.5	3.3	-1.0	-0.2	-4.7
東日本 日本海側	-0.6	1.6	-2.2	-0.2	0.6	1.7	-0.4	1.0	-3.9
太平洋側	-0.4	2.4	-1.7	0.2	0.6	1.9	-0.6	1.8	-3.6
西日本 日本海側	-0.6	2.0	-1.7	-1.0	-0.3	1.3	0.4	2.3	-3.0
太平洋側	-0.6	2.0	-1.4	-1.0	-0.2	1.2	0.4	2.2	-2.6

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

1月の日照時間：東・西日本太平洋側、西日本日本海側でかなり多かった

上旬：東日本太平洋側、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。

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

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

2025年1月との比較：中旬以降、北・東日本日本海側では日照時間が少なかった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2026年1月 (今年)			2025年1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	94	71	94	100	124	169	-6	-53	-75
太平洋側	102	100	107	116	118	95	-14	-18	12
東日本 日本海側	103	108	55	77	181	150	26	-73	-95
太平洋側	116	128	114	105	114	123	11	14	-9
西日本 日本海側	124	171	116	120	119	165	4	52	-49
太平洋側	124	151	126	124	128	134	0	23	-8

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%

1月の降水量：北・東日本日本海側でかなり多かった一方、東・西日本太平洋側、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かなり多かった。北日本日本海側では多かった。北・東太平洋側、西日本では少なかった。

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

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

2025年1月との比較：上旬は北日本日本海を除いて、全国的に少なかった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2026年1月 (今年)			2025年1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	117	164	136	118	100	83	-1	64	53
太平洋側	54	110	40	104	43	88	-50	67	-48
東日本 日本海側	149	107	144	181	102	91	-32	5	53
太平洋側	15	18	7	141	13	6	-126	5	1
西日本 日本海側	43	31	48	90	32	29	-47	-1	19
太平洋側	21	6	4	134	21	20	-113	-15	-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%

気象庁ホームページ「2026年1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2月調査結果（1月実績）
（2026年2月24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

2月調査（1月実績）結果概況

景況感は見通し判断が改善

1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+0.5の48.3、見通し判断は前月から+1.6の45.6となり、見通し判断の改善が目立った。

経営動向調査では、売上高DI・収益DIがともに前月から上昇した。各仕入れ原価DIは高止まりが続いているが、客単価DIが前月より上昇、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、土曜日が一回多いことを追い風に全カテゴリーでDIが前月を上回る動きとなった。前年からの相場安により青果は低迷しているものの、牛肉に回復傾向がみられた畜産や惣菜、日配・一般食品が堅調な推移となった。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断、見通し判断共に改善をみせたが、現状判断に比べ、見通し判断の改善幅が大きくなった。（長期傾向はP11参照）

1月は前年に比べ土曜日が1日多く、週末需要の取り込みにより、好調な販売動向となった。販売動向では、物価上昇が続く中で、生活に欠かせない品目は価格が上がっても維持される一方、急がない支出や代替が可能な支出は抑えられる傾向が強まっているとの趣旨のコメントが目立った。また、平日は購入が必要最小限にとどまりやすく、価格重視の動きが強い一方で、週末はまとめ買いや付加的な需要が発生する傾向もみられている。このように実質購買力の低下による販売の二極化は強まりやすい状況にある。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：48.3 (+0.5)
前月：47.8

消費者購買意欲DI
当月：46.4 (+0.8)
前月：45.6

周辺地域 競合状況DI
当月：46.0 (+2.1)
前月：43.9

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：47.9 (+1.2)
前月：46.7

見通し判断

景気判断DI
当月：45.6 (+1.6)
前月：44.0

消費者購買意欲DI
当月：45.4 (+2.0)
前月：43.4

周辺地域 競合状況DI
当月：44.1 (+1.1)
前月：43.0

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：46.4 (+1.4)
前月：45.0

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：7.6 (+6.3)
前月：1.3

客単価DI
当月：13.4 (+2.8)
前月：10.6

来客数DI
当月：-9.0 (+0.5)
前月：-9.5

収益DI
当月：2.1 (+4.0)
前月：-1.9

販売価格DI
当月：21.5 (+0.7)
前月：20.8

生鮮品仕入原価DI
当月：16.3 (-1.4)
前月：17.7

食品仕入原価DI
当月：22.0 (+0.2)
前月：21.8

カテゴリー動向

青果DI
当月：-8.7 (+3.6)
前月：-12.3

水産DI
当月：2.6 (+4.4)
前月：-1.8

畜産DI
当月：16.6 (+10.2)
前月：6.4

惣菜DI
当月：12.3 (+1.4)
前月：10.9

日配DI
当月：6.7 (+6.4)
前月：0.3

一般食品DI
当月：8.9 (+2.6)
前月：6.3

非食品DI
当月：-6.8 (+4.0)
前月：-10.8

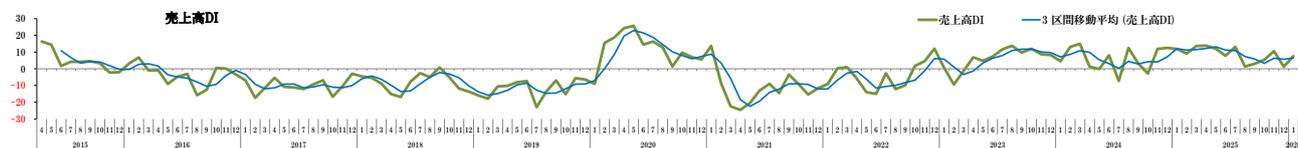
※DI値は前年同月との比較／（）内は前月DIからの変化

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)	3.2	27.8	35.4	27.8	5.7	1.3
売上高 (当月)	1.5	21.2	32.6	34.8	9.8	7.6



2. 収益DI

前月から上昇、プラス圏に浮上

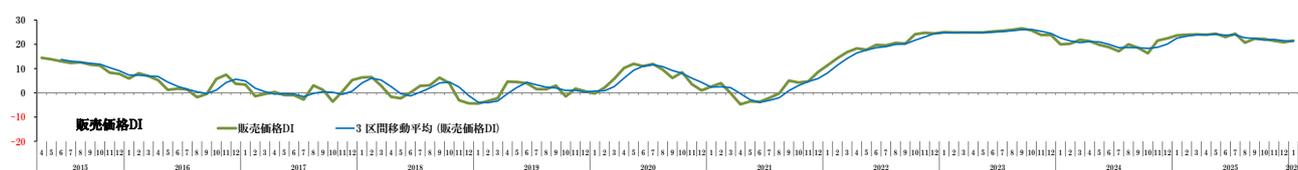
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	3.8	29.5	42.9	17.9	5.8	-1.9
収益 (当月)	5.5	23.4	36.7	25.8	8.6	2.1



3. 販売価格DI

前月水準で推移、二桁プラス

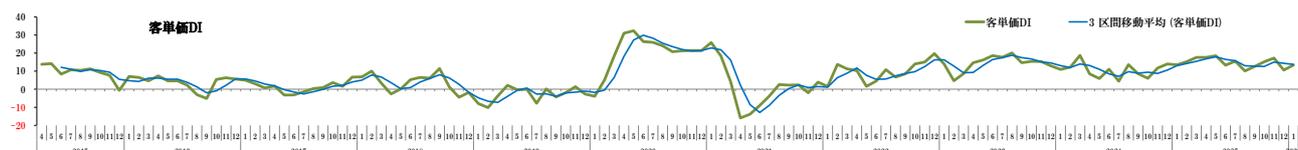
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.6	1.3	20.5	69.2	8.3	20.8
販売価格 (当月)	0.0	1.5	20.0	69.2	9.2	21.5



4. 客単価DI

前月から上昇し、二桁プラスを維持

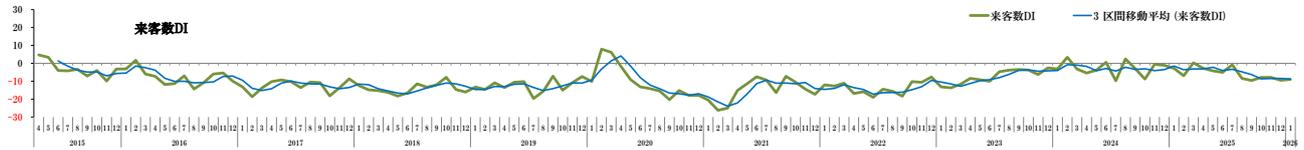
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	10.9	37.8	46.8	3.8	10.6
客単価 (当月)	0.8	10.7	29.8	51.9	6.9	13.4



5. 来客数 DI

前月水準で推移、マイナス圏が続く

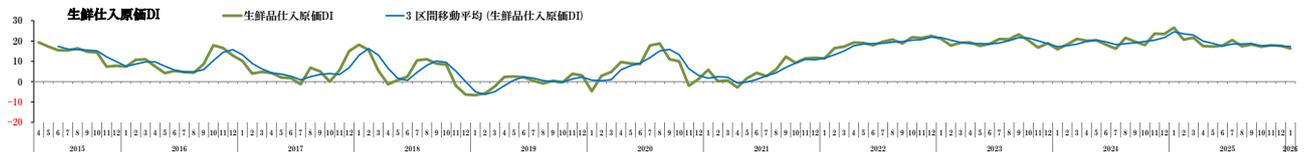
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	5.1	46.2	32.1	14.7	1.9	-9.5
来客数 (当月)	5.3	42.7	35.9	14.5	1.5	-9.0



6. 生鮮仕入原価 DI

前月水準で推移、二桁プラス水準

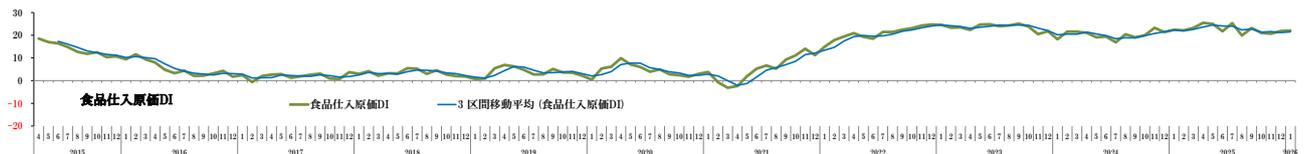
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.7	6.7	22.7	61.3	8.7	17.7
生鮮仕入原価 (当月)	0.8	7.1	27.8	54.8	9.5	16.3



7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい推移、57 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)	0.0	4.7	17.3	64.0	14.0	21.8
食品仕入原価 (当月)	0.0	1.6	21.4	64.3	12.7	22.0

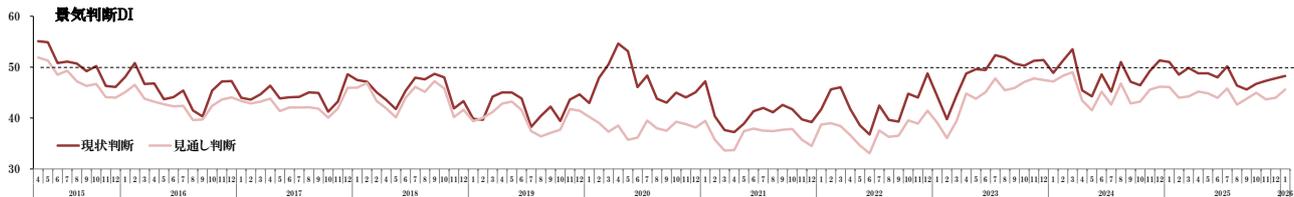


II. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

1. 中核店舗景況判断 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は改善

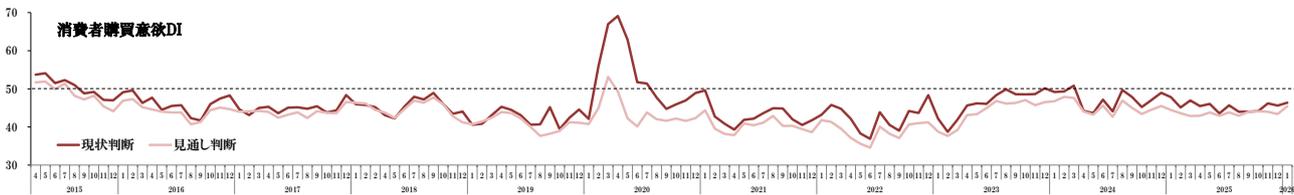
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	1.3	18.9	67.9	11.3	0.6	47.8
【現状】景況判断 (当月)	0.8	21.4	62.6	14.5	0.8	48.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	1.3	27.8	64.6	6.3	0.0	44.0
【見通し】景況判断 (当月)	0.8	26.7	62.6	9.2	0.8	45.6



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は改善

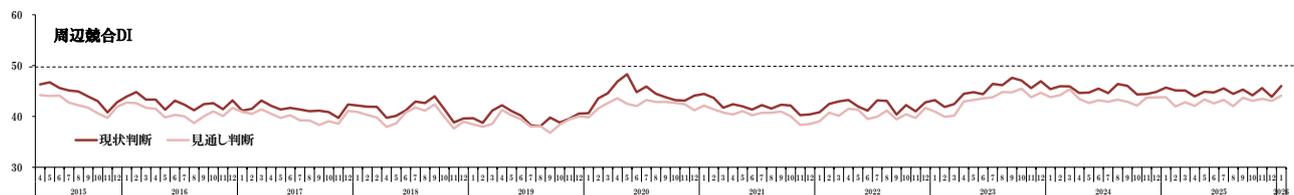
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	1.3	27.0	61.0	9.4	1.3	45.6
【現状】購買意欲 (当月)	0.8	25.2	62.6	10.7	0.8	46.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	1.3	31.4	59.7	7.5	0.0	43.4
【見通し】購買意欲 (当月)	0.0	29.0	61.1	9.2	0.8	45.4



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通し判断共に改善

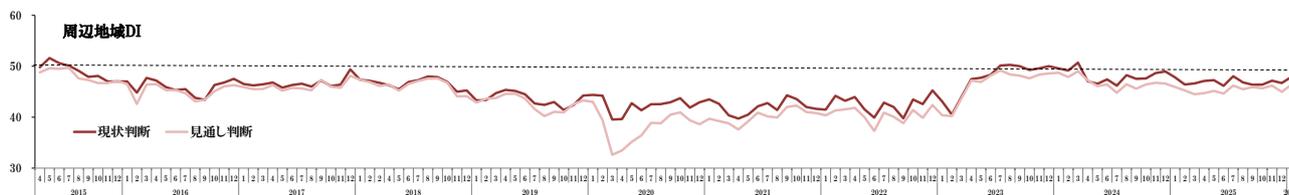
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	2.5	20.1	76.7	0.6	0.0	43.9
【現状】競合状況 (当月)	1.5	15.3	80.9	2.3	0.0	46.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	1.9	24.7	72.8	0.6	0.0	43.0
【見通し】競合状況 (当月)	1.5	22.1	74.8	1.5	0.0	44.1



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

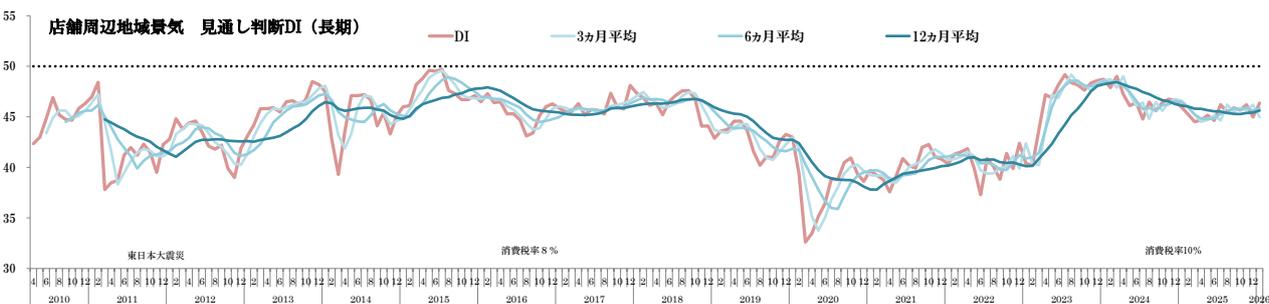
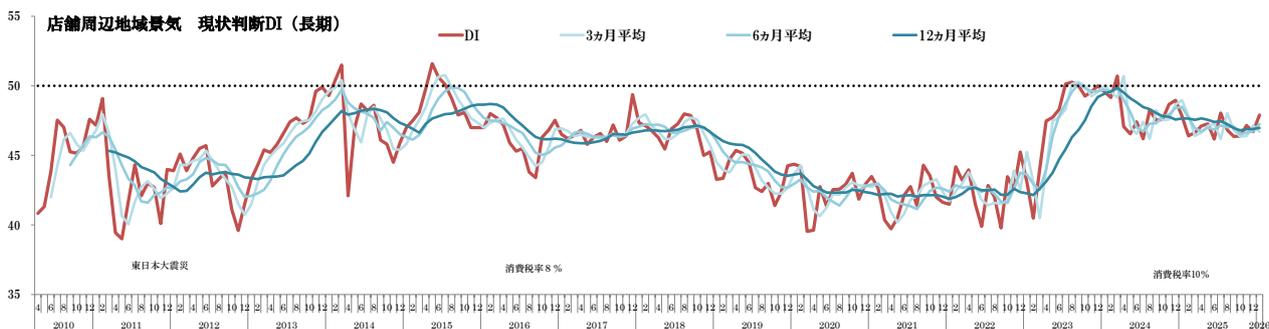
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気(前月)	1.9	12.6	82.4	3.1	0.0	46.7
【現状】地域景気(当月)	0.0	13.7	80.9	5.3	0.0	47.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気(前月)	1.9	18.9	76.7	2.5	0.0	45.0
【見通し】地域景気(当月)	0.0	18.3	77.9	3.8	0.0	46.4



・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、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ヵ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。

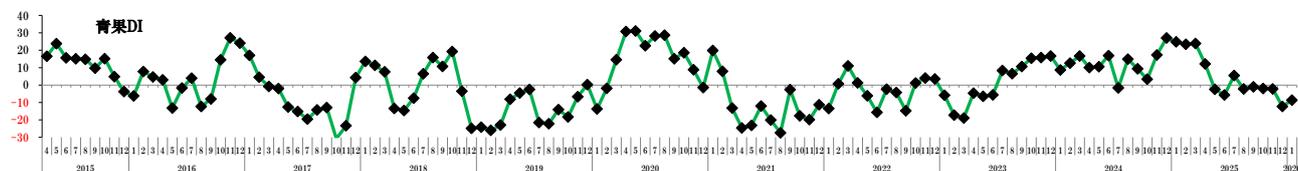
以後方向感の乏しい推移が続いたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。21年は、感染状況により上下する動きとなった。22年は、感染が再拡大した7月以降に大幅な改善をみせた。23年も改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破、その後も高水準を維持した。24年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25年に入りダウントレンドが続いているが、夏ころにかけてやや持ち直し、年末にかけて改善が進んだ。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果 DI：-8.7（やや不調）

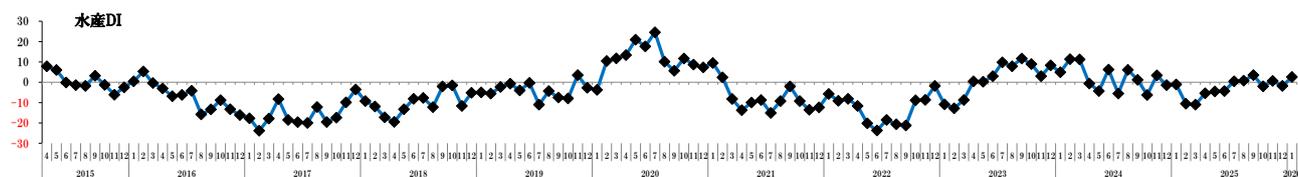
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	13.2	45.7	22.5	13.9	4.6	-12.3
青果（当月）	7.3	46.8	25.8	13.7	6.5	-8.7



青果相場は前年の高値から落ち着き、一点単価は下落しやや不調となった。野菜は、たまねぎ・じゃがいもなどの土物類は相場が高値安定で、堅調に推移した。葉物野菜（ほうれん草、小松菜、水菜等）は相場安による単価下落に加え数量も伸び悩み不調。キャベツ・白菜・大根などの大型野菜は入荷が潤沢で安値推移で数量増となった。カット野菜は伸び悩みがみられた。果物は、みかんなど国産柑橘類は、豊作による値頃感から数量を伸ばし好調となった。いちごやりんごは相場高による点数減で苦戦。柿もやや弱含み。輸入果物では、バナナ・ぶどう・キウイなどが伸長した。

2. 水産 DI：2.6（やや好調）

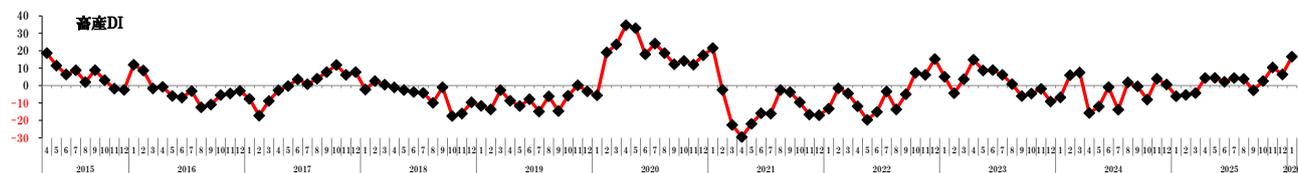
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	5.3	28.5	38.4	23.8	4.0	-1.8
水産（当月）	4.8	24.0	33.6	31.2	6.4	2.6



一部魚種の入荷は引き続き不安定で、高値となった。刺身類は年始では盛合せや寿司が好調に推移した一方、その後は前年を下回った店舗が見られる。鍋関連では、タラが好調だった。切身類は、入荷減により前年を割り込む店舗が多かった。冷凍商材を強化し、売上を確保した店舗が見られた。塩干は原料高騰の影響を受け、輸入さばなどは値上げが進行。魚卵（いくら・筋子・数の子）も高値推移が続き、点数が伸びず苦戦した。

3. 畜産 DI：16.6（好調）

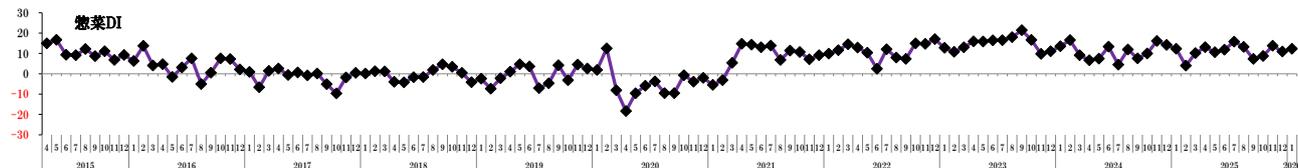
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	2.0	20.8	32.9	38.3	6.0	6.4
畜産（当月）	0.8	10.4	30.4	38.4	20.0	16.6



引き続き、価格高騰を背景に豚肉・鶏肉への需要シフトが継続している。豚肉はしゃぶしゃぶ用、挽肉、大容量パックなど日常使い商材が伸長した。輸入豚の販売強化とのコメントがみられた。鶏肉は相場高が続く中でもモモ・ムネなど定番部位は堅調で、鍋用途の需要は地域差が見られた。牛肉は依然として相場高が継続するも、週末を中心に銘柄牛や和牛に回復傾向がみられた店舗がみられた。また切落し・スライスなど手頃な価格帯商品は好調となった。加工肉は、ハム・ベーコン・ソーセージ類は低調との報告が多い。ラム肉の高騰による影響を指摘するコメントもみられた。

4. 惣菜DI：12.3（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
惣菜（前月）	2.0	12.6	34.4	41.7	9.3	10.9
惣菜（当月）	2.4	10.3	31.7	46.8	8.7	12.3

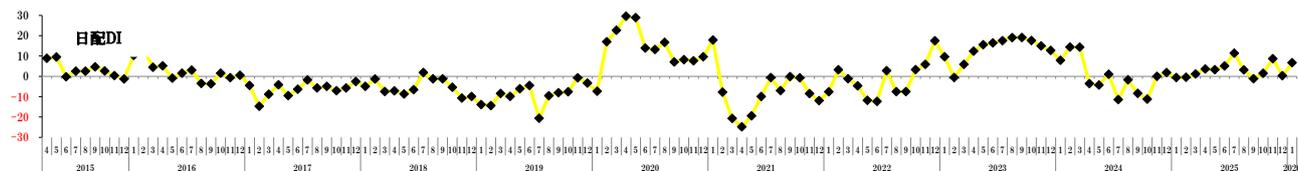


月前半は動きが鈍い店舗も見られたが、週末需要や販促強化により持ち直し、月間では堅調に推移した。米飯類は引き続き堅調で、弁当・丼・おにぎりが伸長した店舗が多い。特に 500 円前後の価格帯が支持されているとのコメントもみられた。揚げ物では唐揚げ・チキンカツ、たこ焼き、お好み焼きなど軽食が好調な店舗が多い。

寿司は店舗間で差が見られるものの、海鮮丼や季節握りが好調な店舗がある。週末販売強化が成果を上げた事例も確認される。サラダ・冷惣菜は青果相場安の影響もあり弱含みの店舗が多い。

5. 日配DI：6.7（やや好調）

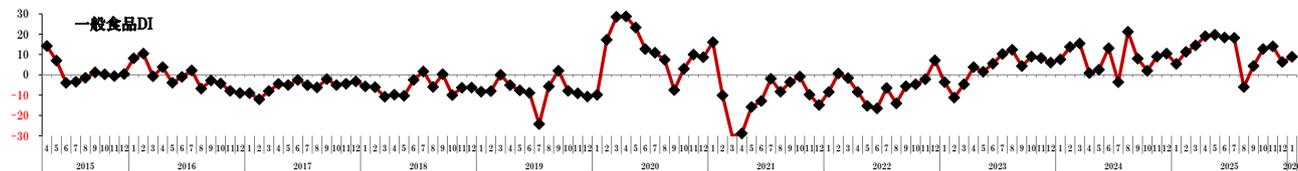
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	3.9	20.4	48.7	24.3	2.6	0.3
日配（当月）	1.6	19.7	36.2	35.4	7.1	6.7



価格改定の影響により一品単価が上昇し、購入数量は伸び悩み傾向も、売上は堅調に推移した。卵は相場高が継続する中、売上を押し上げた店舗が多い。和日配では、納豆・練製品・佃煮などが順調に推移したが、豆腐の点数減や中高価格帯商品の苦戦を指摘する声もある。米価格高騰を背景に麺類が好調、洋日配では、ヨーグルト類を中心に販売数量が堅調で好調に推移した一方、デザート類は不振とする店舗が多い。パン類は米高騰の影響もあり堅調に推移した店舗が多い。冷凍食品は単価上昇分が売上に寄与した店舗がある一方、冷凍野菜が不振とのコメントがみられた。

6. 一般食品DI：8.9（やや好調）

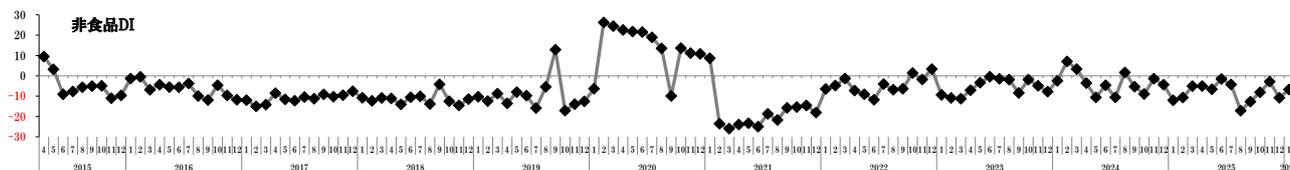
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	1.3	17.8	46.7	23.0	11.2	6.3
一般食品（当月）	1.6	14.2	37.8	40.2	6.3	8.9



全体として価格改定の影響により一品単価が上昇し、売上を確保している店舗が多い。米は引き続き高値を維持しているが、販売数量は減少傾向との報告がある。一方で、ブレンド米やレンジ米飯は引き続き好調との声が多い。調味料は醤油、味噌、だし・つゆ、みりんなどは伸長事例が多く、鍋関連調味料も気温低下局面では動きが見られた。カップ麺・袋麺も好調だが、価格競争が厳しいとのコメントがみられた。コーヒーは販売数量が堅調で、レギュラー・インスタントともに伸長した店舗が多い。酒類は店舗差があるものの、ワインやウイスキー、焼酎が堅調との報告がある一方、ビールや第3のビールが苦戦した店舗も見られる。

7. 非食品DI：-6.8（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）	10.1	41.2	33.1	12.8	2.7	-10.8
非食品（当月）	6.6	37.7	36.9	13.9	4.9	-6.8



寒波や降雪により除雪用品、カイロ、暖房関連、カセットボンベなどの季節商材が伸長した店舗が多い。衛生用品は前年割れの報告が多い。ペット関連は堅調に推移した。洗剤では衣料用洗剤が比較的堅調だった一方、住居用洗剤や台所洗剤は苦戦したとのコメントがみられた。数量減少や競合との価格差を指摘するコメントが多い。

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2月調査（1月実績）キーワードTOP3

1. 単価上昇も販売数量維持
2. 寒波や降雪の影響 気温が中旬高く下旬低い
3. 土曜日が一回多い

（参考）2025年2月調査（1月実績）キーワードTOP3

1. 暖冬の影響
2. 客単価堅調
3. 青果、水産相場の落ち着き

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

1月実績速報版 131社
 12月実績確報版 159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