

スーパーマーケット販売統計調査資料

2026 年 2 月実績 速報版

1 月実績 確報版

(2026 年 3 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

2026年3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2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	102,432,886	100.0%	102.6%	101.4%
食品合計	94,537,432	92.3%	102.9%	101.6%
生鮮3部門合計	34,583,810	33.8%	101.9%	100.7%
青果	14,102,521	13.8%	99.4%	98.3%
水産	8,444,318	8.2%	103.5%	102.3%
畜産	12,036,971	11.8%	104.0%	102.7%
惣菜	11,883,680	11.6%	105.8%	104.3%
日配	20,702,930	20.2%	103.2%	101.4%
一般食品	27,367,012	26.7%	102.5%	101.8%
非食品	5,478,185	5.3%	98.9%	98.5%
その他	2,417,300	2.4%	101.1%	99.5%

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	13,564,034	43	102.7%	101.1%
関東地方	38,119,446	73	103.5%	102.2%
中部地方	12,634,160	53	102.6%	101.8%
近畿地方	22,903,944	44	101.4%	100.2%
中国・四国地方	10,337,391	34	101.9%	100.8%
九州・沖縄地方	4,873,910	23	100.8%	100.9%

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	493,309	46	99.5%	99.5%
4～10店舗	4,487,470	85	101.6%	100.8%
11～25店舗	7,962,789	47	101.6%	101.4%
26～50店舗	17,938,045	46	102.1%	101.4%
51店舗以上	71,551,273	46	102.9%	101.4%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		100,413,789
総店舗数（店舗）	8,431	店舗平均月商（万円）		12,150
総売場面積（㎡）	14,159,483	売場1㎡あたり売上高（万円）		7.2

※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3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 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	107,613,903	100.0%	103.4%	102.2%
食品合計	99,024,558	92.0%	103.5%	102.3%
生鮮 3 部門合計	37,597,310	34.9%	102.9%	101.7%
青果	15,157,105	14.1%	100.0%	99.0%
水産	9,348,346	8.7%	102.6%	101.4%
畜産	13,091,859	12.2%	106.6%	105.4%
惣菜	12,060,836	11.2%	104.5%	103.0%
日配	21,615,690	20.1%	104.1%	102.4%
一般食品	27,750,722	25.8%	103.5%	102.9%
非食品	6,178,683	5.7%	100.9%	100.2%
その他	2,410,705	2.2%	102.2%	101.3%

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	14,201,961	43	103.9%	102.1%
関東地方	39,226,634	73	103.5%	102.4%
中部地方	13,107,202	53	104.1%	103.1%
近畿地方	24,959,251	44	102.7%	101.2%
中国・四国地方	10,775,787	34	103.2%	102.3%
九州・沖縄地方	5,343,066	23	102.4%	103.3%

保有店舗数別集計

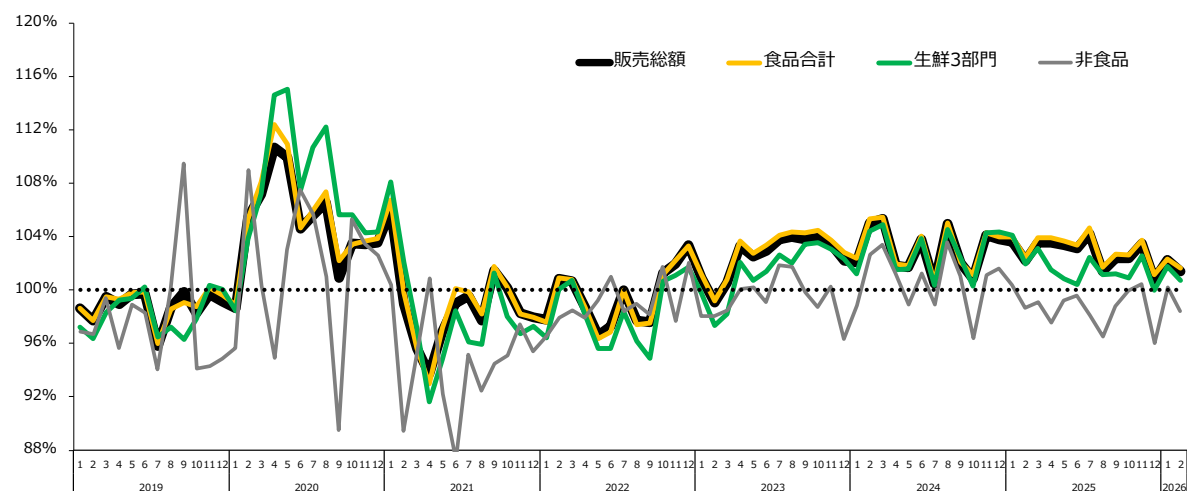
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	508,869	46	95.9%	97.4%
4～10店舗	4,593,619	85	100.2%	100.9%
11～25店舗	8,219,667	47	102.7%	102.5%
26～50店舗	18,414,955	46	103.4%	102.2%
51店舗以上	75,876,793	46	103.7%	102.3%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		105,555,423
総店舗数（店舗）	8,430	店舗平均月商（万円）		12,766
総売場面積（㎡）	14,145,464	売場 1 ㎡あたり売上高（万円）		7.6

※売上高は税抜金額

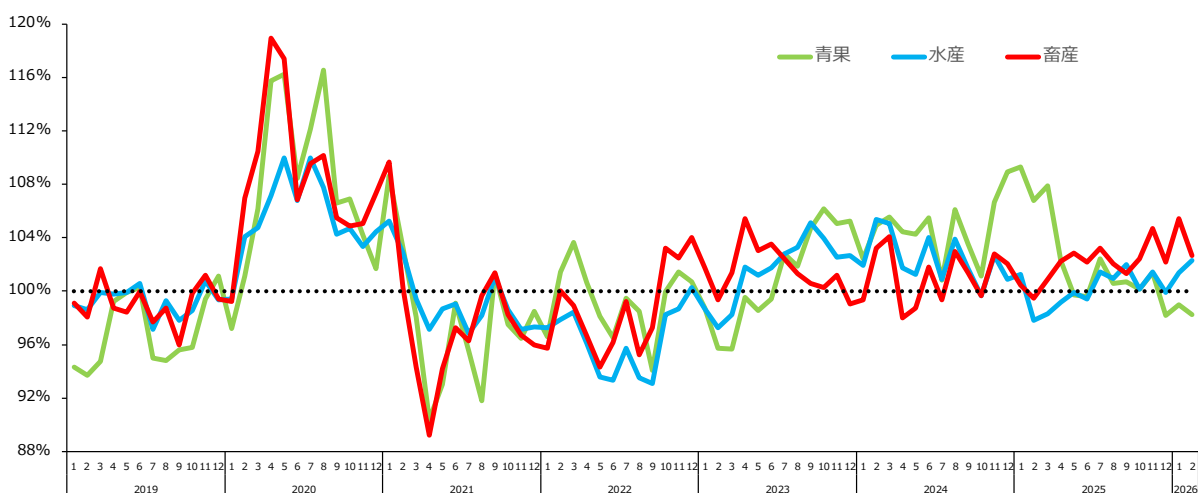
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

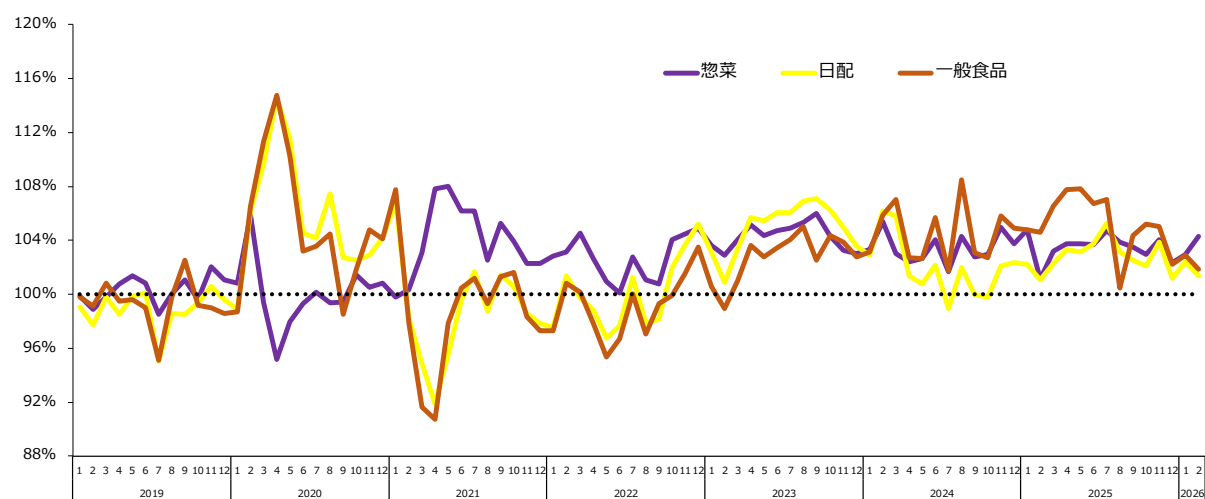
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年2月実績は速報版

2026年2月 エリア別気候状況

2月の気温：北・東・西日本でかなり高かった

上旬：北日本では高かった。

中旬：北日本ではかなり高かった。東日本、西日本では高かった。

下旬：北日本、東日本、西日本ではかなり高かった。

2025年2月との比較：中旬から下旬にかけて、前年に比べ、全国的にかなり高かった

	平年との比較（℃）						今年と前年との差（℃）		
	2026年2月（今年）			2025年2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	0.6	2.6	4.4	1.3	1.3	1.2	-0.7	1.3	3.2
太平洋側	0.8	2.5	4.4	1.2	1.3	1.1	-0.4	1.2	3.3
東日本 日本海側	-0.6	1.4	4.4	-0.7	-0.3	-1.4	0.1	1.7	5.8
太平洋側	-0.3	1.7	5.3	-0.6	0.1	-1.0	0.3	1.6	6.3
西日本 日本海側	-0.5	1.8	4.0	-2.3	-1.1	-2.4	1.8	2.9	6.4
太平洋側	-0.5	1.6	4.7	-2.2	-1.0	-2.0	1.7	2.6	6.7

平年差

+2℃以上		-2℃以上	
+1℃以上		-1℃以上	

前年差

+2℃以上		-2℃以上	
+1℃以上		-1℃以上	

2月の日照時間：北・東・西日本日本海側、西日本太平洋側、沖縄・奄美で多かった

上旬：東日本太平洋側、西日本太平洋側では多かった。東日本日本海側では少なかった。

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

下旬：北日本太平洋側ではかなり少なかった。東日本太平洋側では少なかった。

2025年2月との比較：下旬にかけて、太平洋側で前年より少なかった

	日照時間 平年比（％）						今年と前年との差		
	2026年2月（今年）			2025年2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	100	114	112	97	103	111	3	11	1
太平洋側	104	108	81	93	112	124	11	-4	-43
東日本 日本海側	83	176	110	74	108	78	9	68	32
太平洋側	112	111	92	97	125	133	15	-14	-41
西日本 日本海側	92	153	98	70	131	116	22	22	-18
太平洋側	106	133	96	92	121	125	14	12	-29

平年差

平年比150%以上		平年比50%以下	
平年比125%～149%		平年比51%～75%	

前年差

+50%以上		-50%以下	
+25～49%		-25～-49%	

2月の降水量：東日本日本海側では少なかった。

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

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

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

2025年2月との比較：上旬は全国的に前年より少なく、下旬は北・東日本日本海側を除いて、前年より多くなった

	降水量 平年比（％）						今年と前年との差		
	2026年2月（今年）			2025年2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	118	93	59	168	126	74	-50	-33	-15
太平洋側	59	36	147	221	54	20	-162	-18	127
東日本 日本海側	87	48	62	190	89	101	-103	-41	-39
太平洋側	30	53	145	66	29	1	-36	24	144
西日本 日本海側	84	42	193	152	61	41	-68	-19	152
太平洋側	35	44	207	165	38	8	-130	6	199

平年差

平年比150%以上		平年比50%以下	
平年比125%～149%		平年比51%～75%	

前年差

+50%以上		-50%以下	
+25～49%		-25～-49%	

気象庁ホームページ「2026年2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 3 月調査結果（2 月実績）
（2026 年 3 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

3月調査（2月実績）結果概況

先行き不透明感が高まり景況感は小幅に悪化

2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－1.3の46.3、見通し判断は前月から－1.7の43.3となり、前月からいずれも小幅な悪化となった。

経営動向調査では、売上高DI・収益DIがともに前月から下落した。引き続き各仕入れ原価DIは高止まりが続いているが、客単価DIが前月より大きく下落、来客数DIは前月より上昇もマイナス圏での推移となった。

カテゴリー動向調査では、前年からの相場安により青果はマイナス圏に低迷しているものの、水産、畜産ではプラス圏を確保した。惣菜は引き続き好調で二桁プラス圏で推移している。一般食品、日配品では、単価の上昇が続くものの、買上点数が伸び悩み、前年並みの売上で推移している。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断、見通し判断共に小幅な悪化をみせた。2月末にイラン攻撃が開始され原油高や供給不足への懸念も影響したものとみられる。（長期傾向はP11参照）

2月の販売動向では、購買行動では節約志向が継続しており、価格訴求商品への集中や低単価商品の選択、必要な分のみを購入する傾向への指摘が目立った。来店動向は週末・日曜日の客数減少が複数見られ、販促実施日の翌日に売上が落ち込むなど日別変動が大きかった。イラン情勢など外部環境の不安定化により、先行きの不透明感が強まっている。今後もエネルギー、原材料などの価格高騰が影響して生活防衛意識の一段の強まりが想定される中、コスト転嫁も進めなくてはならず、業界はより一層難しい舵取りを迫られている。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：46.3（－1.3）
前月：47.6

消費者購買意欲DI
当月：44.3（－0.7）
前月：45.0

周辺地域 競合状況DI
当月：44.7（－0.1）
前月：44.8

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：46.9（－0.2）
前月：47.1

見通し判断

景気判断DI
当月：43.3（－1.7）
前月：45.0

消費者購買意欲DI
当月：43.6（－0.9）
前月：44.5

周辺地域 競合状況DI
当月：43.4（＋0.3）
前月：43.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：44.7（－1.1）
前月：45.8

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：1.6（－4.2）
前月：5.8

客単価DI
当月：6.8（－7.0）
前月：13.8

来客数DI
当月：－6.3（＋4.1）
前月：－10.4

収益DI
当月：－3.2（－5.5）
前月：2.3

販売価格DI
当月：19.4（－1.5）
前月：20.9

生鮮品仕入原価DI
当月：15.2（－0.7）
前月：15.9

食品仕入原価DI
当月：18.1（－3.0）
前月：21.1

カテゴリー動向

青果DI
当月：－9.6（＋0.1）
前月：－9.7

水産DI
当月：3.3（＋1.1）
前月：2.2

畜産DI
当月：6.8（－8.9）
前月：15.7

惣菜DI
当月：17.0（＋6.2）
前月：10.8

日配DI
当月：－0.2（－6.2）
前月：6.0

一般食品DI
当月：1.6（－5.5）
前月：7.1

非食品DI
当月：－8.5（－1.5）
前月：－7.0

※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4月～)

1. 売上高 DI

前月から下落し、プラス幅を縮小

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	21.9	31.6	34.8	8.4	5.8
売上高 (当月)	4.7	22.0	38.6	31.5	3.1	1.6



2. 収益 DI

前月から下落し、マイナス圏に低下

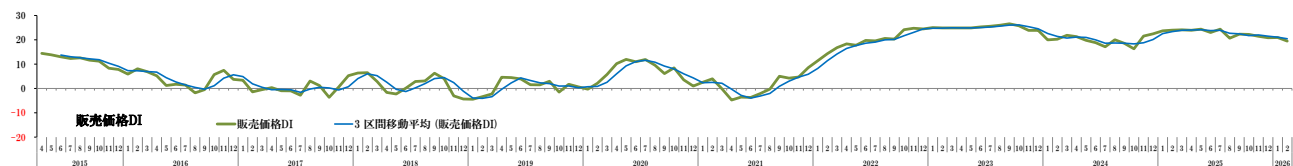
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.7	22.0	36.0	26.0	9.3	2.3
収益 (当月)	7.2	29.6	38.4	18.4	6.4	-3.2



3. 販売価格 DI

前月水準で推移、二桁プラス

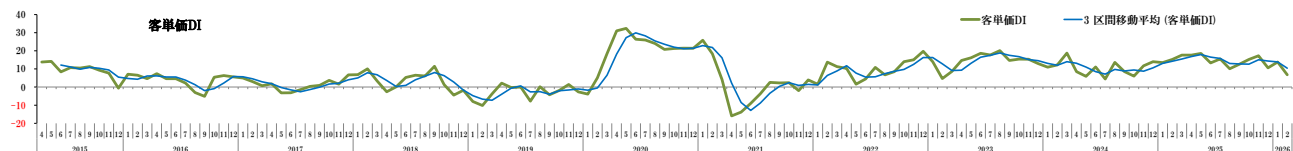
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.3	22.1	68.2	8.4	20.9
販売価格 (当月)	0.0	0.0	27.0	68.3	4.8	19.4



4. 客単価 DI

前月から下落、プラス幅を縮小

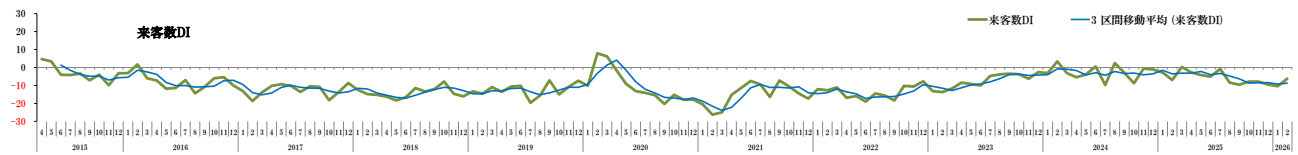
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	9.7	30.5	51.9	7.1	13.8
客単価 (当月)	0.0	17.6	39.2	41.6	1.6	6.8



5. 来客数 DI

前月から上昇、マイナス幅を縮小

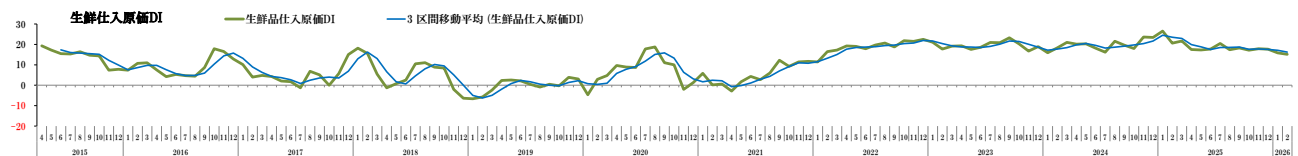
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	6.5	44.8	33.8	13.6	1.3	-10.4
来客数 (当月)	7.3	31.5	41.1	19.4	0.8	-6.3



6. 生鮮仕入原価 DI

前月水準で推移、二桁プラス水準

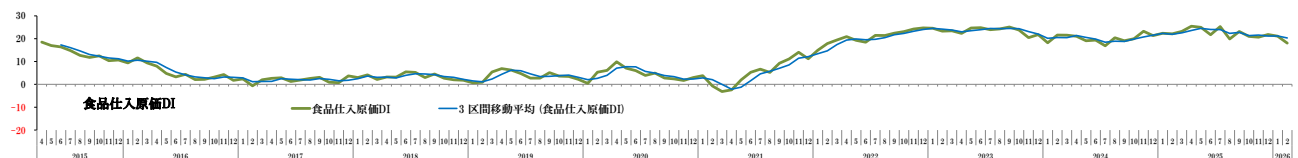
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.4	7.4	27.0	54.7	9.5	15.9
生鮮仕入原価 (当月)	1.6	7.4	27.0	56.6	7.4	15.2



7. 食品仕入原価 DI

前月から小幅に下落も、58 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	2.0	21.6	63.5	12.2	21.1
食品仕入原価 (当月)	1.6	6.5	18.7	64.2	8.9	18.1

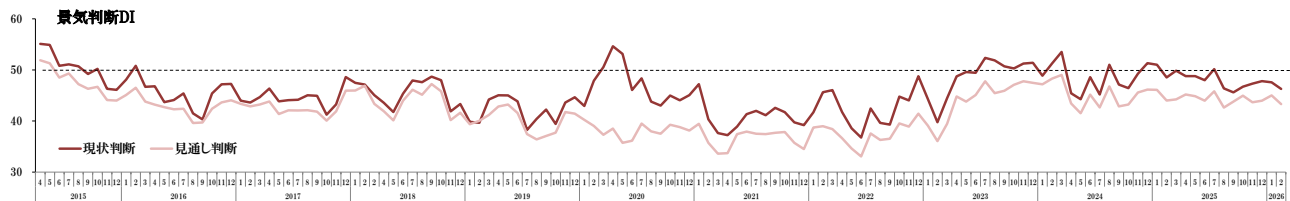


Ⅱ．景況感調査（2015年4月～）

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に悪化

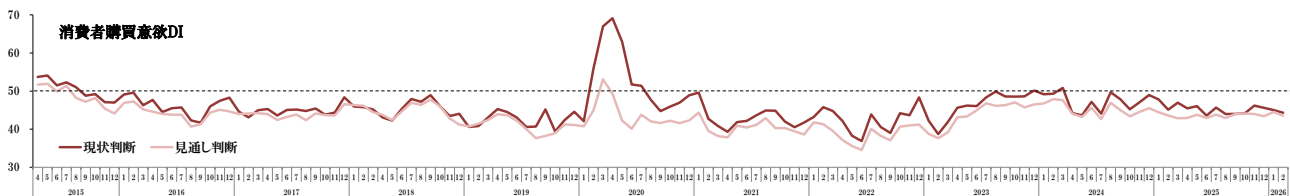
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	1.3	21.3	63.9	12.9	0.6	47.6
【現状】景気判断（当月）	0.8	22.7	67.2	9.4	0.0	46.3
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	1.3	26.5	63.9	7.7	0.6	45.0
【見通し】景気判断（当月）	1.6	31.5	59.1	7.9	0.0	43.3



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に小幅に悪化

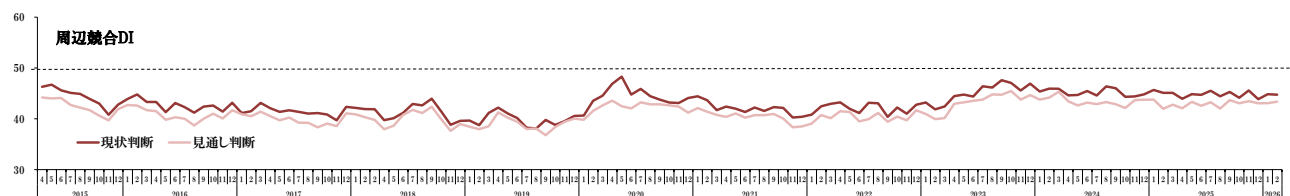
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	1.3	27.7	61.3	9.0	0.6	45.0
【現状】購買意欲（当月）	0.8	28.1	64.1	7.0	0.0	44.3
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	0.6	30.3	60.0	8.4	0.6	44.5
【見通し】購買意欲（当月）	1.6	32.0	57.0	9.4	0.0	43.6



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通し判断共に前月水準で推移

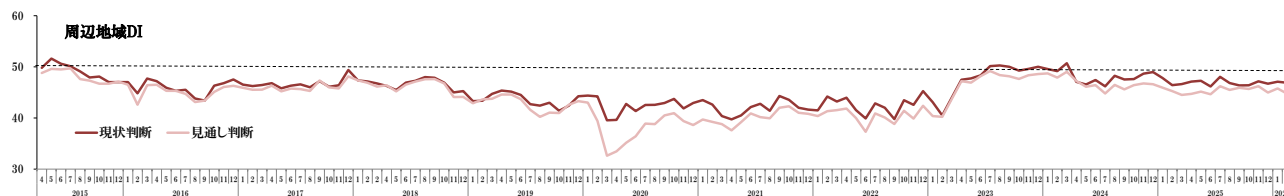
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	3.2	16.1	78.7	1.9	0.0	44.8
【現状】競合状況（当月）	1.6	19.5	77.3	1.6	0.0	44.7
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	3.2	22.6	72.9	1.3	0.0	43.1
【見通し】競合状況（当月）	2.3	24.2	71.1	2.3	0.0	43.4



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断は前月並みも、見通し判断は悪化

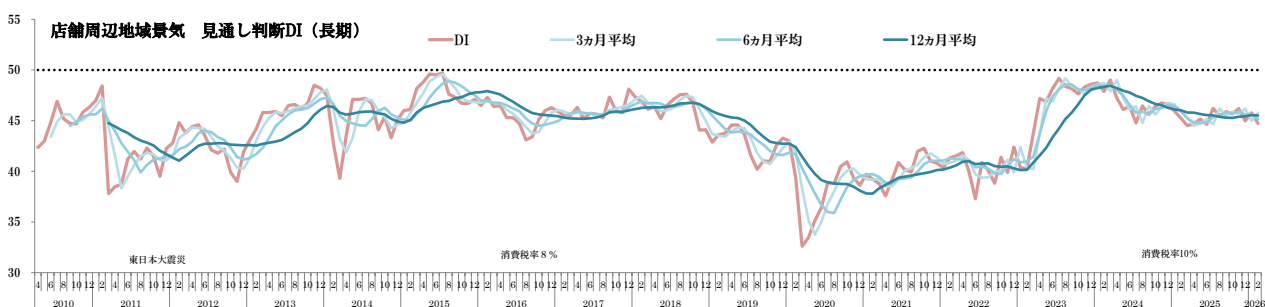
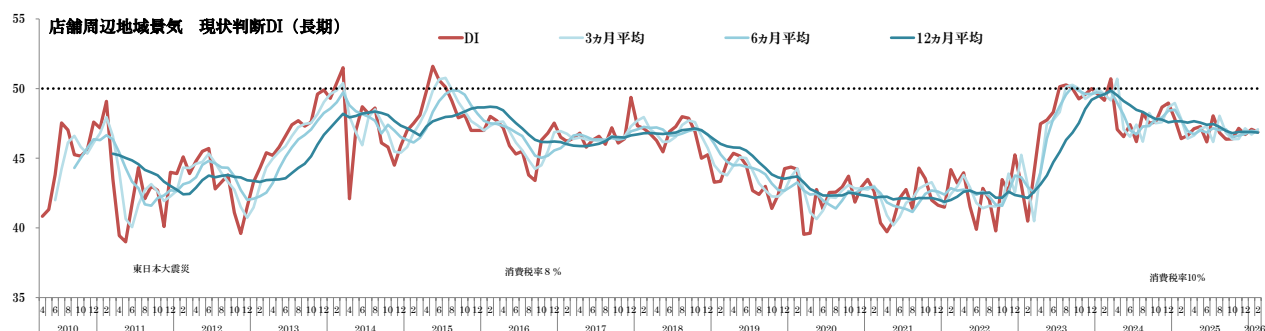
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気(前月)	0.6	14.9	79.9	4.5	0.0	47.1
【現状】地域景気(当月)	0.0	15.6	81.3	3.1	0.0	46.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気(前月)	0.6	18.8	77.3	3.2	0.0	45.8
【見通し】地域景気(当月)	0.8	23.4	71.9	3.9	0.0	44.7



・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。

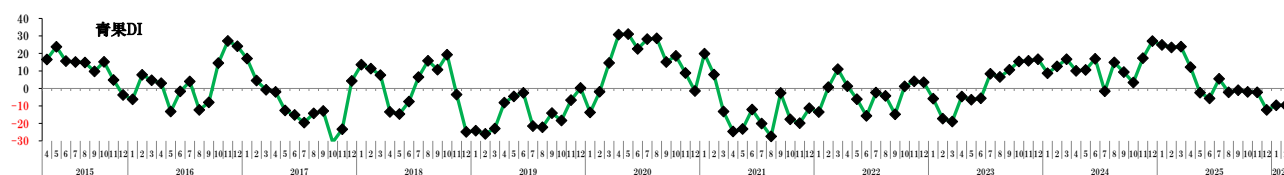
以後方向感の乏しい推移が続いたが、18 年の後半から悪化傾向が顕著となり、19 年 7 月には現状判断 DI は 42.3 まで低下した。21 年は、感染状況により上下する動きとなった。22 年は、感染が再拡大した 7 月以降に大幅な改善をみせた。23 年も改善が続き、7 月には判断の分かれ目である 50 を突破、その後も高水準を維持した。24 年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25 年に入りダウントレンドが続いているが、夏ごろにかけてやや持ち直し、年末にかけて改善が進んだ。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果 DI：-9.6（やや不調）

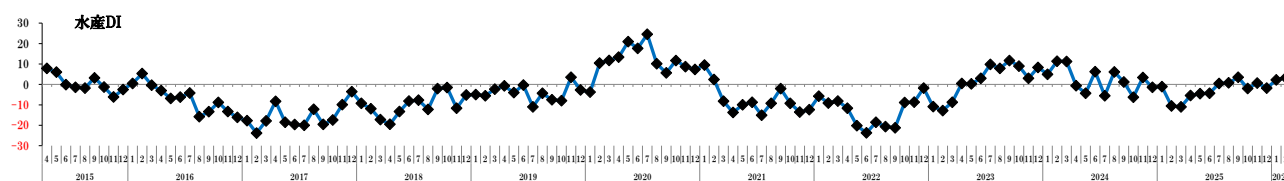
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	9.7	45.5	24.1	15.2	5.5	-9.7
青果（当月）	12.3	40.2	23.8	21.3	2.5	-9.6



青果相場は前年の高値からの反動で、買上点数に増加がみられたものの、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、菌茸類も堅調に推移した。一方で葉物野菜（白菜、キャベツ、レタス等）は相場安で推移し、数量増も、単価下落で売上高としては不調となった。サラダ関連やカット野菜も伸び悩みがみられた。果物は好調となった店舗が多く、イチゴやみかんなどの国産柑橘類は、豊作による供給増と値頃感から数量を伸ばし好調に推移した。

2. 水産 DI：3.3（やや好調）

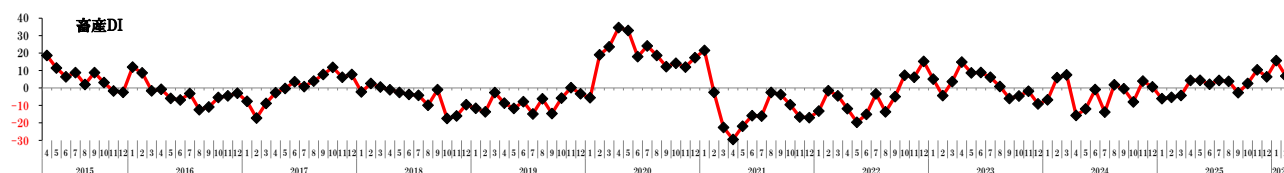
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	5.5	22.8	35.2	30.3	6.2	2.2
水産（当月）	6.6	21.3	32.0	32.8	7.4	3.3



生魚の入荷が比較的安定し、やや好調に推移した。気温が高く生食需要が高まり、マグロやサーモンなどの刺身類が推移した一方で、鍋関連商材は伸び悩んだ。去年は日曜日、今年は平日になった節分は、恵方巻が好調に推移し売り切った店舗が多く、ハーフサイズや手巻用バイキングなどの取り組みが好調とのコメントがみられた。切身類では、ブリが入荷減により前年を割り込む店舗が多かった。エビ・カニ、冷凍魚は好不調がわかれている。貝類や塩干、魚卵は高値推移が続き、点数が伸びず苦戦した。

3. 畜産 DI：6.8（やや好調）

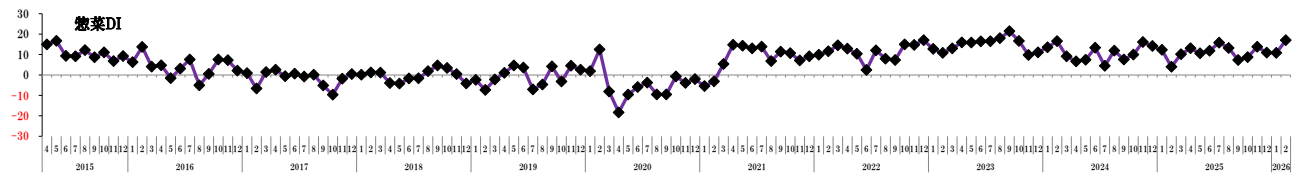
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	1.4	11.0	30.3	37.9	19.3	15.7
畜産（当月）	4.1	16.5	34.7	37.2	7.4	6.8



引き続き、価格高騰を背景に豚肉・鶏肉への需要シフトが続いている。牛肉は依然として相場高が続いており、小間切れや切落しなど手頃な価格帯商品の動きがよかった。豚肉は、しゃぶしゃぶ用、生姜焼き用など日常用途の商品が好調、大容量パックなども伸長した。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だが、利益面では厳しいとのコメントもみられた。ラム肉は高騰による影響を受け苦戦した。味付肉や簡便商材は好調に推移したが、ハム・ベーコン・ソーセージ類は不振。

4. 惣菜DI：17.0（好調）

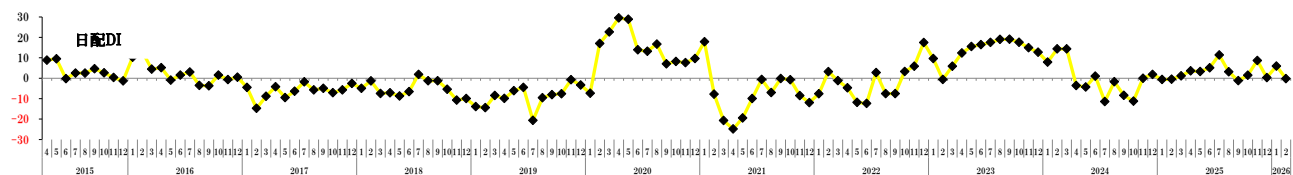
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.7	13.0	30.1	46.6	7.5	10.8
惣菜（当月）	1.6	4.1	33.6	45.9	14.8	17.0



ゆるやかな単価上昇が進み、売上を確保できている店舗が多い。米飯類は引き続き堅調で、弁当・丼・おにぎり・寿司類が伸長した店舗が多い。揚げ物や焼物も好調で食卓需要が好調となった。たこ焼きやお好み焼きなどの粉物も好調。節分の恵方巻関連は総じて好調に推移し、予約販売の強化など食品ロス削減の取り組みもさらに進み、功を奏している。一方でサラダ関連や冷惣菜は青果相場安の影響を受け不振となった。新商品の投入や簡便ニーズへの対応により、支持を広げているとのコメントもみられた。

5. 日配DI：-0.2（やや不調）

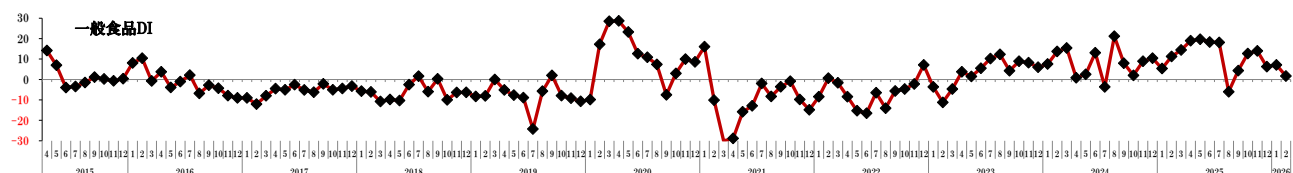
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	2.7	18.4	37.4	35.4	6.1	6.0
日配（当月）	5.8	24.0	40.5	24.8	5.0	-0.2



価格改定の影響により一品単価が上昇し、購入数量の伸び悩み傾向が続いている。卵は相場高が継続する中、売上を押し上げた店舗が多い。洋日配では、高い気温により飲料、アイス、ヨーグルトを中心に販売が堅調となった一方、牛乳は競合との価格競争もあり好不調がわかれている。和日配では漬物や豆腐、練り物が苦戦しているが、納豆はメディア報道も追い風に好調となった。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、特売時のまとめ買い傾向を指摘するコメントもみられた。

6. 一般食品DI：1.6（やや好調）

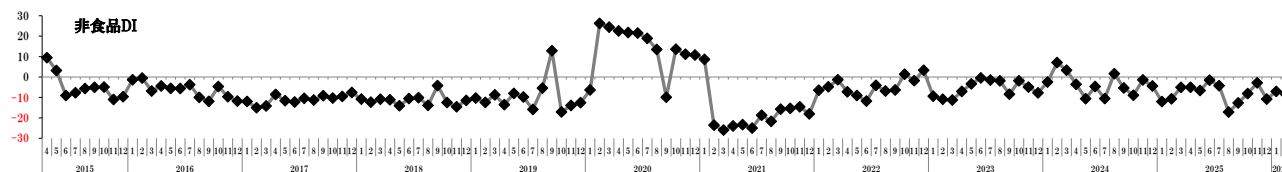
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	2.7	17.0	36.1	37.4	6.8	7.1
一般食品（当月）	3.3	27.9	34.4	27.9	6.6	1.6



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。米は徐々に価格が落ち着いているが、販売数量は減少傾向。特売が好調、ブレンド米、レンジ米飯も引き続き動きがよい。鍋関連の調味料は気温変動の影響が大きく、好不調がわかれた。カップ麺・袋麺は値上がりの影響と価格競争が厳しく苦戦傾向。コーヒーは単価上昇も販売数量が堅調で、レギュラー・インスタントともに伸長した店舗が多い。菓子類はバレンタインが売上に牽引した店舗もみられるが、低価格商品に買上点数の減少を指摘するコメントもみられた。酒類は店舗差があるものの、ワインやウイスキー、焼酎が堅調な一方、ビール類の苦戦傾向が続いている。

7. 非食品 DI：-8.5（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）	7.0	38.0	35.2	15.5	4.2	-7.0
非食品（当月）	8.3	40.5	32.2	14.9	4.1	-8.5



紙類は価格上昇で特売単価が上がり、売上を確保した店舗がみられた一方で、点数の減少で不調となった店舗も多い。気温が高く、カイロや入浴剤などの季節商品の動きは鈍いが、今年は花粉の飛散が多く、対策としてマスクの動きがよかった。洗剤類は単価上昇で点数の減少をカバーする状況が続く。ドラッグストアなどとの価格競争が厳しく、苦戦しているとのコメントが多い。

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3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 前年より気温が高い
2. 青果相場安
3. 一品単価増、買上点数減

（参考）2025年3月調査（2月実績）キーワード TOP3

1. 米の価格高騰
2. うるう年の裏年で営業日が一日少ない
3. 寒波（低い気温）

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

2月実績速報版 128社
 1月実績確報版 155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