

スーパーマーケット販売統計調査資料

2026年3月実績 速報版

2月実績 確報版

(2026年4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、インスタアペーカリー、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4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 2026年3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	111,040,539	100.0%	101.8%	100.3%
食品合計	103,218,077	93.0%	101.7%	100.2%
生鮮3部門合計	37,824,778	34.1%	101.2%	99.5%
青果	15,313,490	13.8%	97.1%	95.6%
水産	9,420,927	8.5%	103.9%	102.0%
畜産	13,090,361	11.8%	104.5%	102.6%
惣菜	12,629,866	11.4%	104.7%	102.8%
日配	23,021,450	20.7%	102.1%	100.6%
一般食品	29,741,983	26.8%	100.8%	99.8%
非食品	5,440,571	4.9%	102.6%	101.8%
その他	2,381,932	2.1%	103.3%	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	15,030,564	43	100.5%	99.5%
関東地方	41,872,064	73	103.1%	100.5%
中部地方	13,482,952	53	101.3%	100.1%
近畿地方	23,947,385	44	101.9%	101.1%
中国・四国地方	11,320,510	34	101.7%	100.6%
九州・沖縄地方	5,387,063	23	98.8%	99.1%

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	541,021	46	94.2%	94.2%
4~10店舗	4,792,640	85	100.5%	100.0%
11~25店舗	8,584,055	47	101.1%	101.0%
26~50店舗	19,700,080	46	101.4%	100.4%
51店舗以上	77,422,743	46	102.1%	100.2%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	109,229,876	
総店舗数 (店舗)	8,426	店舗平均月商 (万円)	13,178	
総売場面積 (㎡)	14,159,329	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.8	

※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4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
 2026年2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	102,182,400	100.0%	102.5%	101.3%
食品合計	94,565,263	92.5%	102.7%	101.5%
生鮮3部門合計	34,729,440	34.0%	101.8%	100.6%
青果	14,188,861	13.9%	99.2%	98.1%
水産	8,467,581	8.3%	103.3%	102.2%
畜産	12,072,998	11.8%	104.0%	102.6%
惣菜	11,907,016	11.7%	105.9%	104.4%
日配	20,531,752	20.1%	103.1%	101.2%
一般食品	27,397,056	26.8%	102.3%	101.6%
非食品	5,274,520	5.2%	98.7%	98.3%
その他	2,342,657	2.3%	101.4%	99.4%

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	13,535,066	43	102.5%	101.0%
関東地方	37,995,944	73	103.2%	102.0%
中部地方	12,590,621	53	102.3%	101.7%
近畿地方	22,903,612	44	101.9%	100.2%
中国・四国地方	10,295,220	34	101.8%	100.7%
九州・沖縄地方	4,861,938	23	100.8%	100.8%

保有店舗数別集計

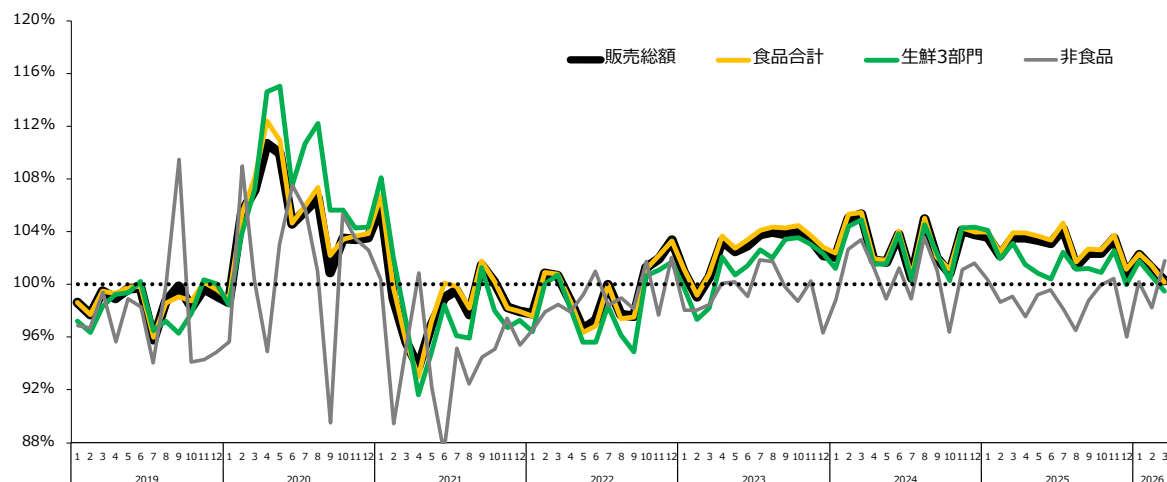
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	492,417	46	98.3%	99.3%
4~10店舗	4,401,201	85	99.8%	100.1%
11~25店舗	7,928,664	47	101.4%	101.3%
26~50店舗	17,973,896	46	102.6%	101.3%
51店舗以上	71,386,224	46	102.8%	101.4%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	100,187,831	
総店舗数 (店舗)	8,431	店舗平均月商 (万円)	12,120	
総売場面積 (㎡)	14,158,933	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.2	

※売上高は税抜金額

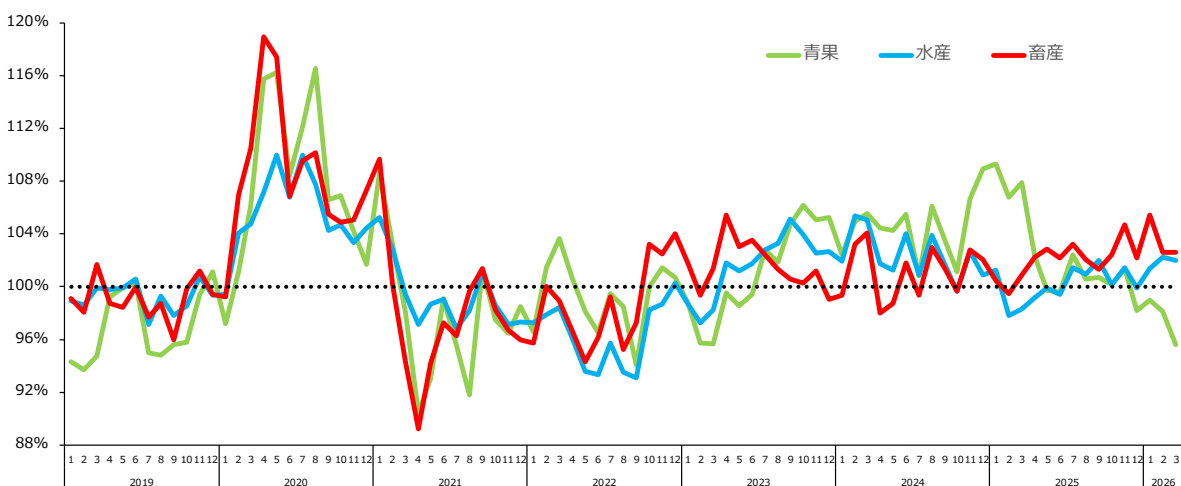
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

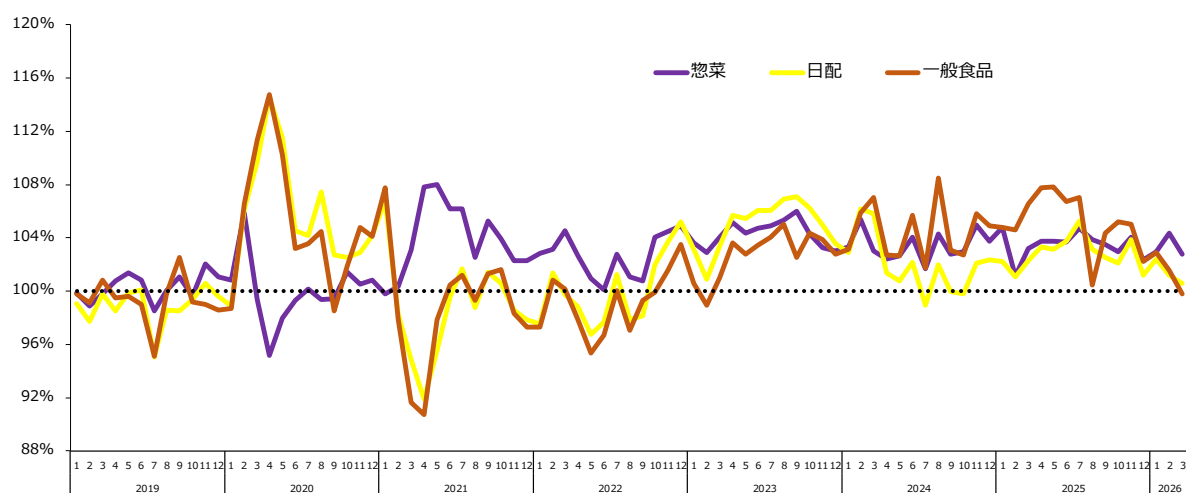
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年3月実績は速報版

2026年3月 エリア別気候状況

3月の気温：北日本でかなり高かった

上旬：北日本ではかなり高かった。東日本では高かった。

中旬：北日本では高かった。

下旬：北日本、東日本、西日本ではかなり高かった。

2025年3月との比較：月を通じて、北日本日本海側でやや高くなった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2026年3月 (今年)			2025年3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	2.0	1.6	2.9	0.5	1.0	1.6	1.5	0.6	1.3
太平洋側	1.9	1.3	2.0	0.8	1.1	2.3	1.1	0.2	-0.3
東日本 日本海側	0.7	-0.3	2.5	0.0	0.3	3.4	0.7	-0.6	-0.9
太平洋側	1.3	0.5	2.9	0.2	0.2	3.4	1.1	0.3	-0.5
西日本 日本海側	0.5	-0.3	2.7	0.8	-1.0	3.1	-0.3	0.7	-0.4
太平洋側	0.5	-0.3	2.7	0.8	-0.7	2.9	-0.3	0.4	-0.2

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

3月の日照時間：東・西日本日本海側と西日本太平洋側でかなり多かった

上旬：東・西日本太平洋側では多かった。北日本では少なかった。

中旬：西日本ではかなり多かった。北日本、東日本日本海側では多かった。

下旬：北・東日本・西日本日本海側では多かった。

2025年3月との比較：中旬は東・西日本で多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2026年3月 (今年)			2025年3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	72	115	124	120	100	72	-48	15	52
太平洋側	95	118	103	117	95	91	-22	23	12
東日本 日本海側	97	132	134	99	83	125	-2	49	9
太平洋側	121	105	102	83	79	119	38	26	-17
西日本 日本海側	104	132	124	80	67	133	24	65	-9
太平洋側	120	137	107	75	67	123	45	70	-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%

3月の降水量：北日本日本海側でかなり少なかった

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

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

下旬：西日本太平洋側では多かった。北日本、東日本日本海側では少なかった。

2025年3月との比較：中旬は太平洋側で前年よりかなり少なくなった。下旬は北日本で少なく、東日本太平洋側と西日本で多くなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2026年3月 (今年)			2025年3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	39	50	59	111	175	35	-72	-125
太平洋側	133	66	64	73	192	112	60	-126	-48
東日本 日本海側	86	79	51	84	104	85	2	-25	-34
太平洋側	108	39	119	128	211	43	-20	-172	76
西日本 日本海側	129	57	117	168	109	57	-39	-52	60
太平洋側	94	36	153	113	88	82	-19	-52	71

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3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4月調査結果（3月実績）
（2026年4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】

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

4月調査（3月実績）結果概況

先行き不透明感が高まり景況感は悪化

3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-2.1の43.4、見通し判断は前月から-3.5の38.7となり、前月に続きいずれも悪化、とくに先行きに対する慎重な見方が強まっている。

経営動向調査では、売上・収益DIがともに前月から下落した。各仕入原価DIは依然として高水準ながらやや低下した一方、客単価DIは前月から低下、来客数DIは改善したものの引き続きマイナス圏での推移となった。来客数の低迷に加え、単価上昇による押し上げ効果も弱まり、収益環境は一段と厳しさを増している。

カテゴリー動向調査では、青果は前年相場高からの反動が続き大幅なマイナス圏となった。惣菜は引き続き二桁プラス圏を維持した。一般食品、日配品は買上点数の伸び悩みなどからマイナス圏で推移している。非食品では、中東情勢の影響による生活必需品の買い置き需要や、4月からの価格改定を前に加熱式たばこの駆け込み需要もあり、プラス圏を確保した。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断、見通し判断ともに悪化し、消費者購買意欲DIの低下が目立った。価格上昇の継続に加え、生活防衛意識の高まりが消費マインドの重荷となっているものとみられる。（長期傾向はP11参照）

3月は物価高の長期化に加え、中東情勢の不透明感により、消費者の生活防衛意識が高まり、収益環境は厳しさを増した。原油高や、それにとまうさまざまなコスト上昇、供給不足などの影響が長期化する可能性もあり、需給や相場変動を見極めながら、商品・資材等の調達最適化、販売促進の選択と集中、需要に応じた在庫コントロールを迅速かつ的確に行う経営対応力が一層重要となる。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：43.4 (-2.1)
前月：45.5

消費者購買意欲DI
当月：41.8 (-1.7)
前月：43.5

周辺地域 競合状況DI
当月：42.0 (-2.2)
前月：44.2

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：44.7 (-1.9)
前月：46.6

見通し判断

景気判断DI
当月：38.7 (-3.5)
前月：42.2

消費者購買意欲DI
当月：37.4 (-5.2)
前月：42.6

周辺地域 競合状況DI
当月：39.8 (-2.8)
前月：42.6

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：42.7 (-2.2)
前月：44.9

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-2.0 (-1.8)
前月：-0.2

客単価DI
当月：1.6 (-4.9)
前月：6.5

来客数DI
当月：-6.3 (+1.3)
前月：-7.6

収益DI
当月：-9.8 (-6.0)
前月：-3.8

販売価格DI
当月：16.4 (-3.0)
前月：19.4

生鮮品仕入原価DI
当月：13.4 (-1.6)
前月：15.0

食品仕入原価DI
当月：17.2 (-1.0)
前月：18.2

カテゴリー動向

青果DI
当月：-19.4 (-8.2)
前月：-11.2

水産DI
当月：2.1 (-0.6)
前月：2.7

畜産DI
当月：4.9 (-1.7)
前月：6.6

惣菜DI
当月：10.2 (-6.5)
前月：16.7

日配DI
当月：-4.2 (-2.2)
前月：-2.0

一般食品DI
当月：-4.9 (-4.9)
前月：0.0

非食品DI
当月：3.7 (+12.5)
前月：-8.8

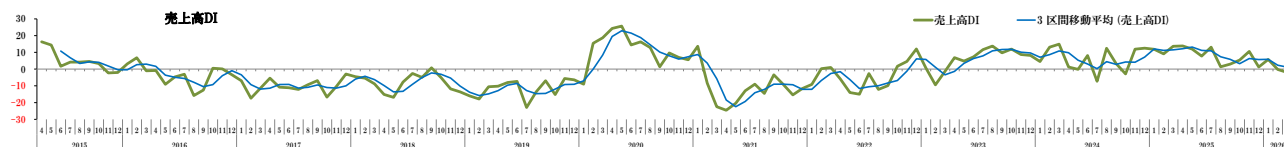
※DI値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2015年4月～)

1. 売上高DI

前月から小幅に下落、マイナス域が続く

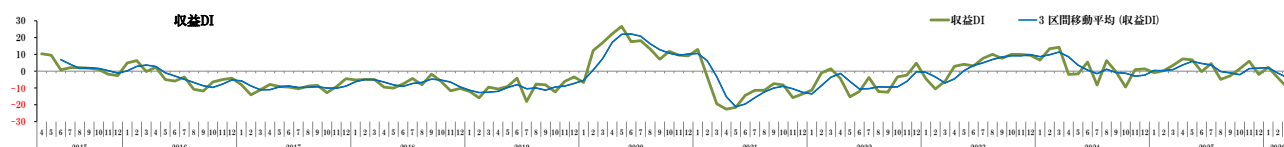
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	5.5	24.1	38.6	29.0	2.8	-0.2
売上高 (当月)	7.1	25.9	37.5	26.8	2.7	-2.0



2. 収益DI

前月から下落し、マイナス幅を拡大

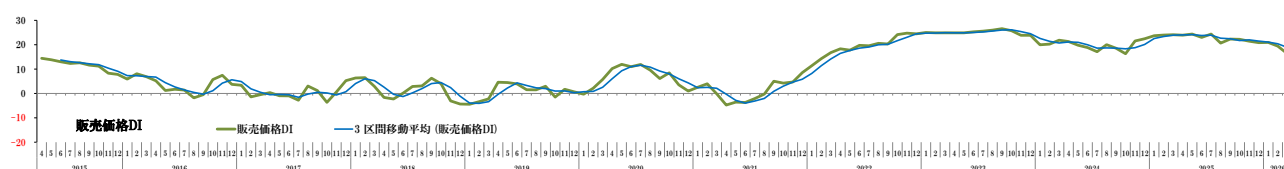
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.3	30.8	40.6	16.8	5.6	-3.8
収益 (当月)	10.9	35.5	37.3	14.5	1.8	-9.8



3. 販売価格DI

前月から下落も、二桁プラス域

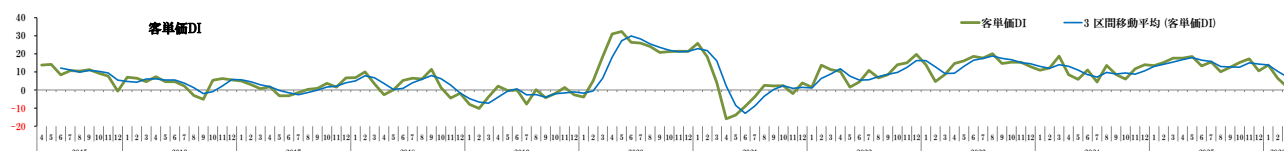
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	0.0	27.3	67.8	4.9	19.4
販売価格 (当月)	0.0	1.8	32.7	63.6	1.8	16.4



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)	0.0	18.2	39.2	41.3	1.4	6.5
客単価 (当月)	1.8	24.3	41.4	30.6	1.8	1.6



5. 来客数 DI

前月から小幅に上昇、マイナス幅を縮小

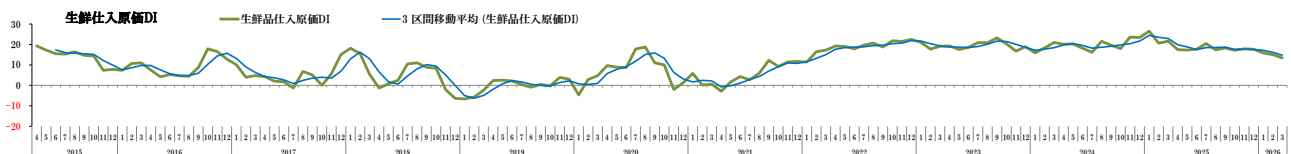
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	7.0	35.2	39.4	17.6	0.7	-7.6
来客数 (当月)	7.2	35.1	36.0	18.9	2.7	-6.3



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に下落も二桁プラス域

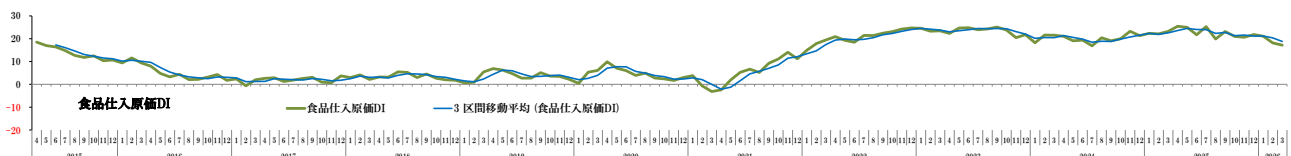
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.4	8.0	26.8	56.5	7.2	15.0
生鮮仕入原価 (当月)	0.0	12.3	27.4	54.7	5.7	13.4



7. 食品仕入原価 DI

前月から小幅に下落も 59 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)	1.4	7.2	17.3	65.5	8.6	18.2
食品仕入原価 (当月)	0.9	6.6	25.5	56.6	10.4	17.2

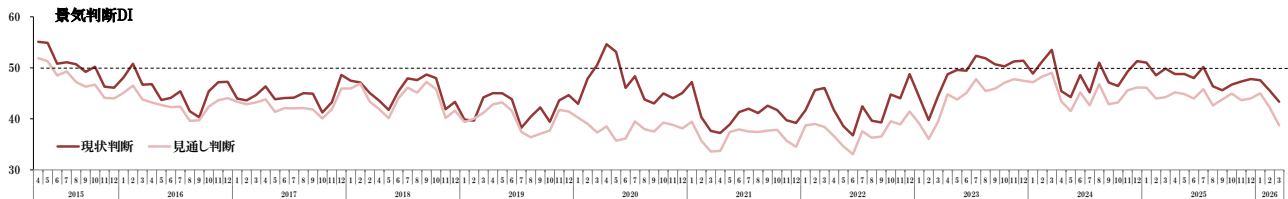


II. 景況感調査 (2015年4月～)

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断は小幅に悪化、見通し判断は悪化し 30 台へ

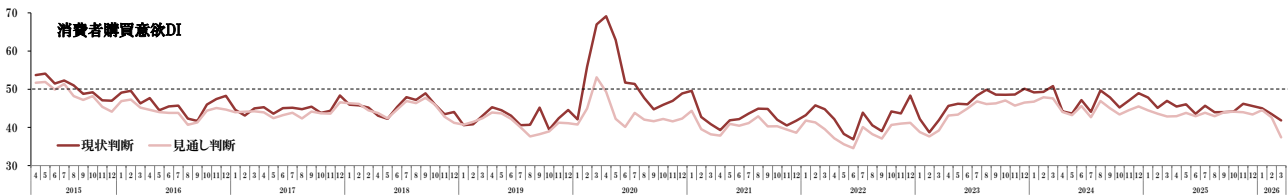
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	1.4	24.0	65.8	8.9	0.0	45.5
【現状】景気判断 (当月)	0.9	32.7	58.4	8.0	0.0	43.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	2.1	33.8	57.2	6.9	0.0	42.2
【見通し】景気判断 (当月)	3.5	43.4	47.8	5.3	0.0	38.7



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は小幅に悪化、見通し判断は悪化し 30 台へ

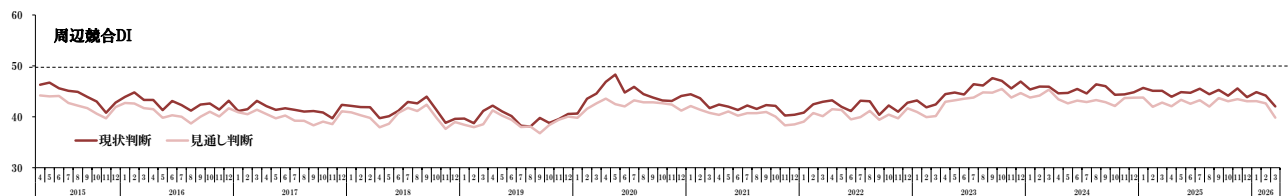
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	0.7	30.8	62.3	6.2	0.0	43.5
【現状】購買意欲 (当月)	3.5	30.1	61.9	4.4	0.0	41.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	2.1	33.6	56.2	8.2	0.0	42.6
【見通し】購買意欲 (当月)	3.5	46.9	46.0	3.5	0.0	37.4



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通し判断共に悪化

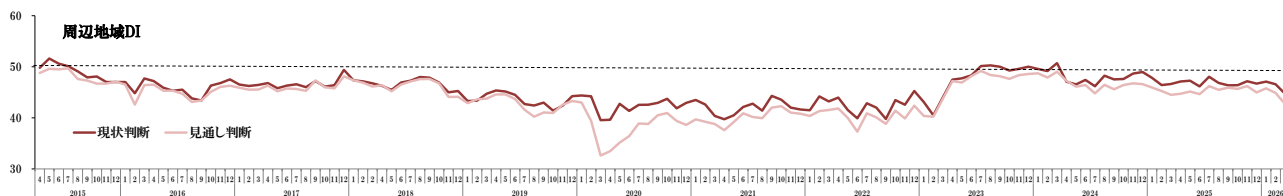
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	1.4	21.9	75.3	1.4	0.0	44.2
【現状】競合状況 (当月)	4.4	24.8	69.0	1.8	0.0	42.0
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	2.7	26.0	69.2	2.1	0.0	42.6
【見通し】競合状況 (当月)	7.1	28.3	62.8	1.8	0.0	39.8



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

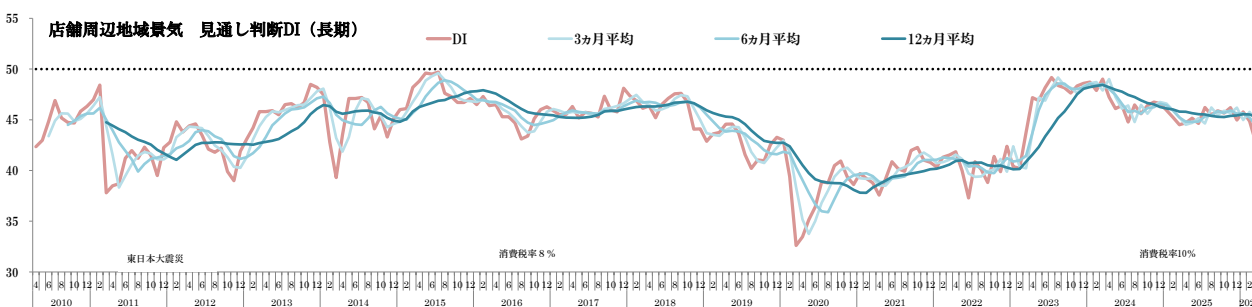
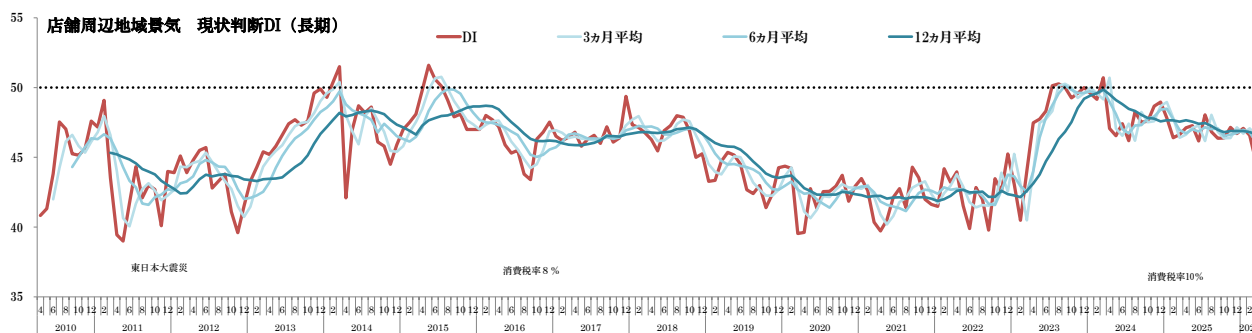
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	0.0	16.4	80.8	2.7	0.0	46.6
【現状】地域景気 (当月)	1.8	21.2	74.3	1.8	0.9	44.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	0.7	22.6	73.3	3.4	0.0	44.9
【見通し】地域景気 (当月)	2.7	28.3	64.6	4.4	0.0	42.7



・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。

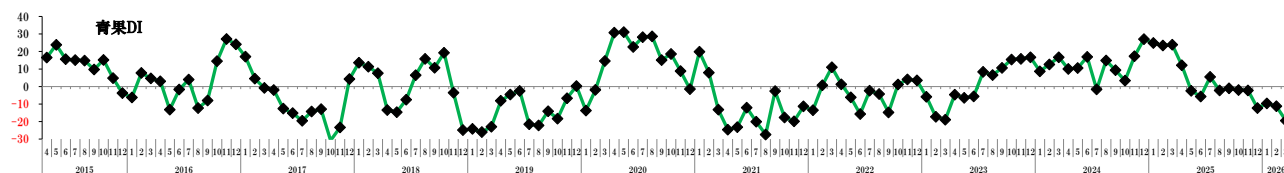
以後方向感の乏しい推移が続いたが、18年の後半から悪化傾向が顕著となり、19年7月には現状判断DIは42.3まで低下した。21年は、感染状況により上下する動きとなった。22年は、感染が再拡大した7月以降に大幅な改善をみせた。23年も改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破、その後も高水準を維持した。24年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25年に入りダウントレンドが続いているが、夏ごろにかけてやや持ち直し、年末にかけて改善が進んだ。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：-19.4（不調）

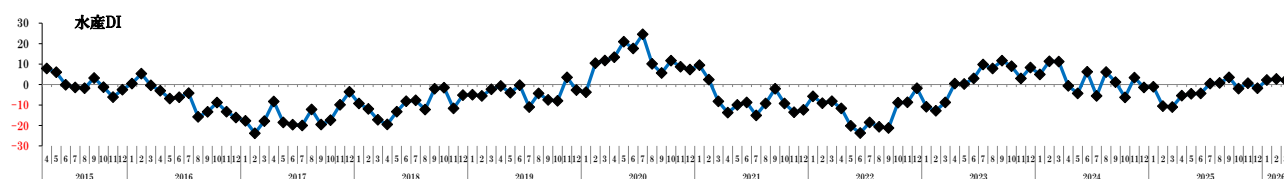
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	13.8	41.3	23.2	19.6	2.2	-11.2
青果（当月）	24.1	46.3	16.7	9.3	3.7	-19.4



青果相場は前年の高値から今年は野菜を中心に安定し、反動で買上点数に増加がみられるも一点単価の低下が大きく、全体では伸び悩んだ。野菜は、新玉ねぎ・じゃがいもなど土物類が相場高を背景に堅調に推移し、豆類やブロッコリーなど春商材も好調。一方で、白菜、キャベツ、レタス、ほうれんそうなど葉物・結球野菜は相場安で推移し、点数増も、単価の下落を補えず売上高としては不調となった。サラダ関連や簡便野菜も伸び悩みがみられた。果物は、いちごや国産柑橘類が供給増と値頃感から好調に推移し、全体を下支えした。

2. 水産DI：2.1（やや好調）

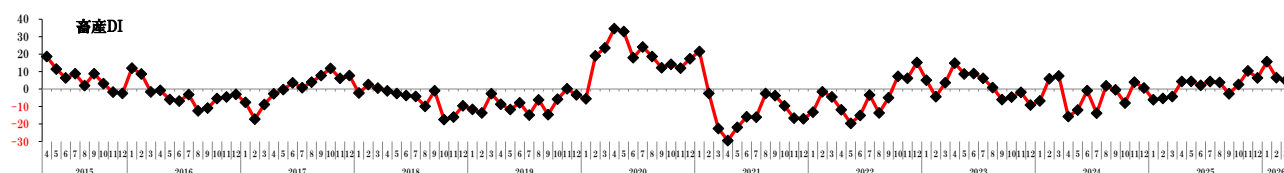
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	5.8	23.9	31.2	31.9	7.2	2.7
水産（当月）	4.6	28.7	26.9	33.3	6.5	2.1



生魚の入荷は魚種により差がみられたものの、近海魚を中心に比較的安定し、全体では前年並みからやや好調に推移した。気温上昇に伴い生食需要が高まり、初かつお、ほたるいか、真鯛など春や初夏を感じる旬の商材に加え、寿司や刺身類も堅調。ひなまつり需要によるちらし寿司や盛合せ商材も売上に寄与した。一方で、まぐろ、サーモン、タコなど一部高値商材は価格上昇の影響から伸び悩みがみられた。切身類は塩鮭や値頃感のある商品は堅調も、魚種により好不調が分かれた。塩干、うなぎ、小魚、加工魚は販促効果もあり好調との声のみられたが、あさりなどの貝類や、一部の魚卵は相場高や入荷不安定の影響で苦戦した。

3. 畜産DI：4.9（やや好調）

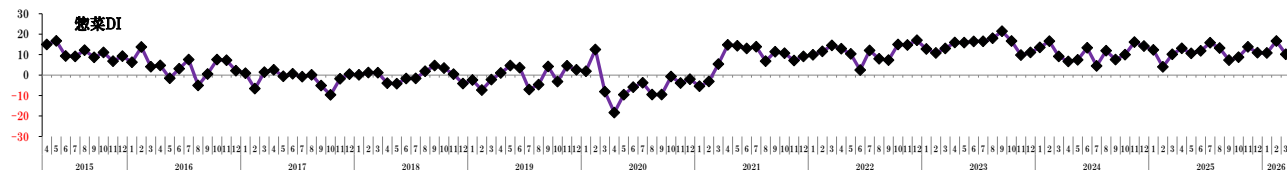
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	3.6	19.0	32.8	36.5	8.0	6.6
畜産（当月）	3.7	18.7	38.3	32.7	6.5	4.9



引き続き、価格上昇を背景に豚肉・鶏肉など値頃商材への需要シフトが継続している。大容量パックや価格訴求商品も引き続き支持された。牛肉は輸入牛が相場高の影響で低調が続くも、国産牛や和牛は販促効果もあり回復傾向もみられた。小間切れや切落しなど値頃商品の動きに加え、週末には焼肉用やステーキ用商品が売上に寄与した。豚肉は、切落しや生姜焼き用など日常使いの商品が堅調で、しゃぶしゃぶ用も販促効果により好調に推移した。鶏肉は相場高と一部の品不足が続く中でも、モモ・ムネなど定番部位に加え、味付け商品や冷凍品が売上を牽引した。加工肉はハム・ベーコン・ソーセージ類など定番商材が伸び悩んだ。

4. 惣菜DI：10.2（好調）

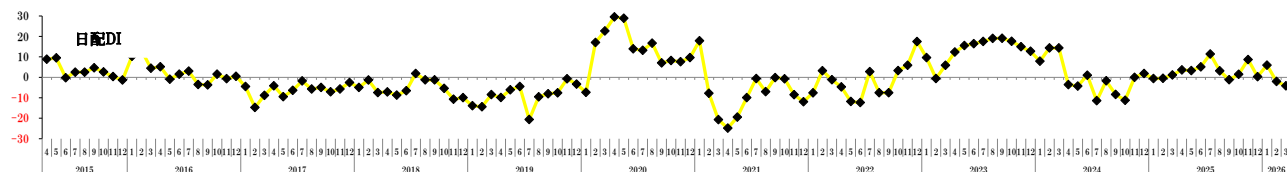
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.4	5.1	32.6	47.1	13.8	16.7
惣菜（当月）	1.9	10.2	38.9	43.5	5.6	10.2



米飯類は引き続き堅調で、弁当・丼・おにぎりに加え、寿司類も好調に推移した。3月はひなまつり需要に加え、月の後半には花見や行楽需要もみられ、寿司類などが売上を押し上げた。揚げ物や焼物も堅調で、メンチ、コロッケ、焼鳥など食卓需要がみられた。たこ焼きや焼きそばなど軽食類、春休み需要を背景とした昼食向け商品も好調。一方で、サラダ関連や冷惣菜は青果相場安の影響もあり伸び悩んだ。ひなまつりや春休み、花見・行楽需要に合わせた商品展開が売上確保につながったとのコメントもみられた。

5. 日配DI：-4.2（やや不調）

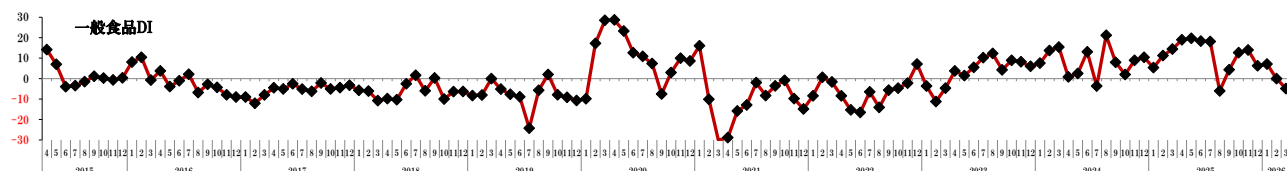
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	5.8	28.5	38.0	23.4	4.4	-2.0
日配（当月）	4.6	32.4	41.7	17.6	3.7	-4.2



価格改定により一品単価の上昇が続いた一方、買上点数は伸び悩み、全体としては前年並みの推移となった。卵は相場高と供給不足が続く中でも売上を押し上げた。洋日配では、気温上昇を背景にアイス、ヨーグルト、乳飲料、デザート類が堅調に推移した一方、牛乳は競合との価格競争もあり店舗により好不調が分かれた。和日配では豆腐、納豆、練製品が比較的堅調だった一方、漬物、佃煮、生麺類は苦戦した。パンは調理パンなど即食需要が堅調で、定番品は販促状況などにより店舗差がみられた。冷凍食品は堅調な推移で、パスタや米飯類、食卓向けのおかず商品が売上に寄与した。

6. 一般食品：-4.9（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
一般食品（前月）	5.8	29.0	31.9	26.1	7.2	0.0
一般食品（当月）	13.9	29.6	24.1	26.9	5.6	-4.9



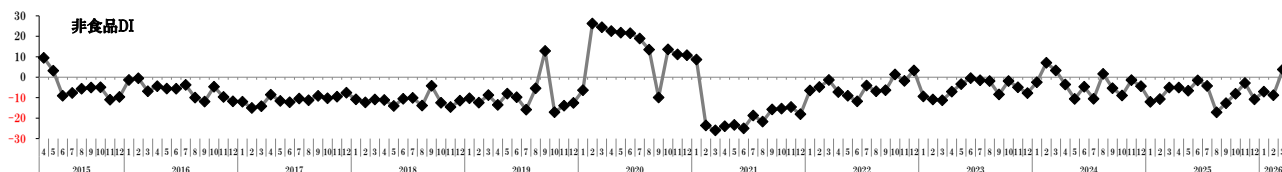
価格改定による一品単価の上昇が続き、売上高は確保できている店舗が多い。コーヒーは単価上昇後も販売数量が下がらず、レギュラー・インスタントともに好調に推移した。味噌、つゆ、食用油など基礎調味料も堅調であった。菓子類はチョコレート、グミ、クッキー類が堅調だった一方、せんべい、スナック類などは伸び悩みがみられた。ひなまつり、ホワイトデー関連などの菓子は好調の声もあるがダウントレンドとのコメントも。即席麺、シリアル、餅類はコメ単価落ち着きもあつてか鈍化傾向で、飲料は茶系飲料などが弱含み。酒類は前年の値上げ前需要の反動もあり、ビール類を中心に苦戦した一方、ワイン、ウイスキー、清酒などは堅調との声もみられた。

(米の動向)

米は前年の需給逼迫による特需の反動が大きく、前年割れとなる店舗が多かった。銘柄米の価格高止まりによる買い控えもみられる一方、特売や低価格商品の投入により販売数量を確保した店舗もあった。ブレンド米、レンジ米飯などへの需要シフトも続いている。

7. 非食品DI：3.7（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
非食品（前月）	9.6	39.7	31.6	14.7	4.4	-8.8
非食品（当月）	4.7	19.6	42.1	23.4	10.3	3.7



中東情勢の影響により、トイレットペーパーなどの紙製品やゴミ袋、ラップなどに買い置き特需が発生したとのコメントがみられた。4月の価格改定を控え、加熱式たばこを中心に駆け込み需要もみられ、DIがプラスに転じている。好天に恵まれて行楽用品が好調、気温の上昇により殺虫剤・虫ケア用品の動きもよかった。

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4月調査（3月実績）キーワードTOP3

1. 米の販売前年割れ
2. 青果の相場安
3. 買上点数の減少

(参考) 2025年4月調査（3月実績）キーワードTOP3

1. 米価格高騰、供給不足
2. 青果相場高騰
3. 寒暖差が大きい

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

3月実績速報版 116社
2月実績確報版 146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