

スーパーマーケット販売統計調査資料

2026 年 4 月実績 速報版

3 月実績 確報版

(2026 年 5 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5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4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	111,912,636	100.0%	102.1%	100.7%
食品合計	103,080,039	92.1%	102.0%	100.5%
生鮮3部門合計	37,162,161	33.2%	102.7%	101.1%
青果	15,022,617	13.4%	100.3%	98.9%
水産	9,137,781	8.2%	103.6%	101.8%
畜産	13,001,763	11.6%	104.9%	103.1%
惣菜	12,549,514	11.2%	103.4%	101.7%
日配	22,829,275	20.4%	101.9%	100.5%
一般食品	30,539,089	27.3%	100.6%	99.4%
非食品	6,234,445	5.6%	105.0%	104.1%
その他	2,598,189	2.3%	100.0%	99.1%

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	14,352,438	43	101.6%	101.1%
関東地方	41,332,966	73	103.6%	101.4%
中部地方	13,296,080	53	102.2%	101.1%
近畿地方	26,358,650	44	100.3%	99.3%
中国・四国地方	11,232,177	34	101.6%	99.6%
九州・沖縄地方	5,340,326	23	104.2%	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	520,255	46	97.5%	97.5%
4～10店舗	4,575,133	84	99.3%	99.5%
11～25店舗	8,566,449	48	102.7%	102.1%
26～50店舗	18,979,300	46	101.4%	100.6%
51店舗以上	79,271,499	46	102.3%	100.6%

集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	110,368,003
総店舗数（店舗）	8,540	店舗平均月商（万円）	13,105
総売場面積（㎡）	14,310,402	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5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 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	110,515,355	100.0%	101.6%	100.4%
食品合計	101,380,676	91.7%	101.4%	100.2%
生鮮 3 部門合計	37,190,858	33.7%	100.7%	99.4%
青果	15,220,755	13.8%	96.6%	95.4%
水産	9,217,230	8.3%	103.5%	102.2%
畜産	12,752,872	11.5%	104.0%	102.6%
惣菜	12,494,942	11.3%	104.5%	102.9%
日配	22,179,408	20.1%	102.2%	100.4%
一般食品	29,515,469	26.7%	100.5%	99.8%
非食品	6,386,057	5.8%	103.4%	102.4%
その他	2,748,660	2.5%	102.3%	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	14,985,951	43	100.4%	99.6%
関東地方	41,471,381	73	101.9%	100.4%
中部地方	13,412,961	53	100.8%	99.9%
近畿地方	23,910,215	44	102.0%	100.9%
中国・四国地方	11,289,664	34	101.8%	100.6%
九州・沖縄地方	5,445,183	23	102.1%	101.7%

保有店舗数別集計

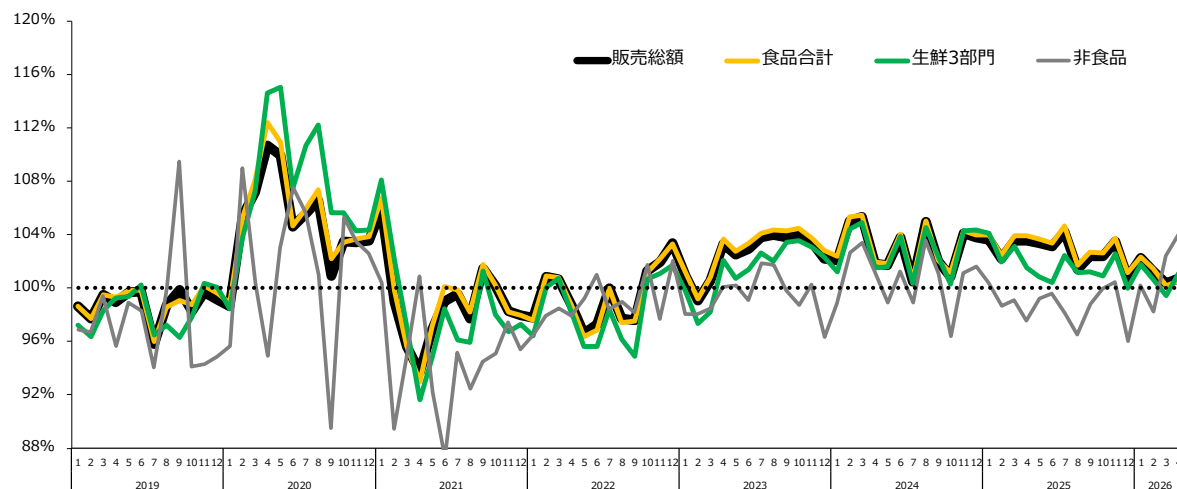
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	524,044	46	96.3%	96.3%
4～10店舗	4,740,920	85	99.6%	99.6%
11～25店舗	8,532,924	47	100.5%	100.5%
26～50店舗	19,580,321	46	101.6%	100.2%
51店舗以上	77,137,147	46	101.8%	100.4%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		108,461,319
総店舗数（店舗）	8,426	店舗平均月商（万円）		13,116
総売場面積（㎡）	14,159,166	売場 1 ㎡あたり売上高（万円）		7.8

※売上高は税抜金額

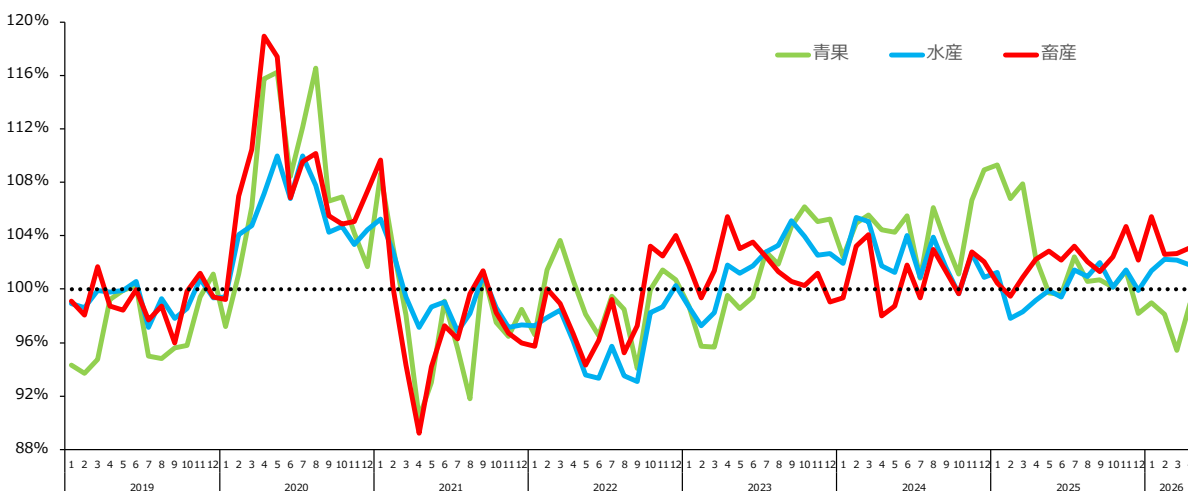
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

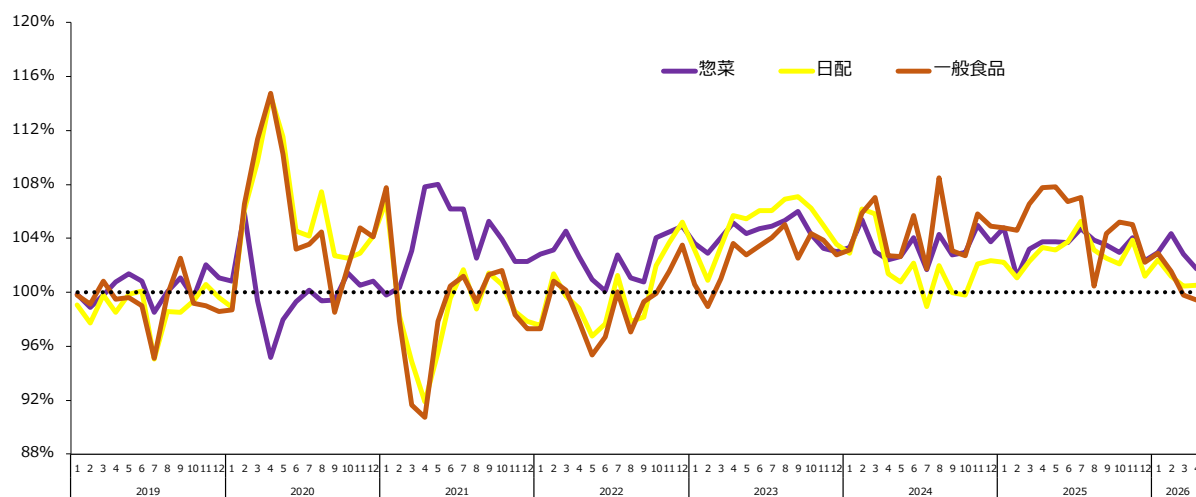
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年4月実績は速報版

2026年4月 エリア別気候状況

4月の気温：全国的にかなり高かった

上旬：全国的にかなり高かった。

中旬：全国的にかなり高かった。

下旬：全般的にやや高かった。

2025年4月との比較：上旬は全国的に前年よりかなり高く、中旬は西日本、東日本太平洋側で高かった

	平年との比較（℃）						今年と前年との差（℃）		
	2026年4月（今年）			2025年4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	3.2	2.7	0.4	1.2	2.3	-0.2	2.0	0.4	0.6
太平洋側	2.9	2.6	0.5	1.2	2.6	-0.1	1.7	0.0	0.6
東日本 日本海側	2.9	2.5	0.7	0.3	2.0	0.2	2.6	0.5	0.5
太平洋側	2.5	3.4	0.7	0.1	2.1	1.4	2.4	1.3	-0.7
西日本 日本海側	2.1	3.0	0.3	-0.1	1.5	0.4	2.2	1.5	-0.1
太平洋側	1.8	2.9	0.6	-0.1	0.9	0.8	1.9	2.0	-0.2

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

4月の日照時間：西日本でかなり少なかった

上旬：東日本では少なかった。

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

下旬：北日本では多かった。東日本太平洋側、西日本では少なかった。

2025年4月との比較：月を通して西日本では少なく、中旬は北日本と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		
	2026年4月（今年）			2025年4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	84	130	124	65	69	74	19	61	50
太平洋側	84	131	113	82	65	86	2	66	27
東日本 日本海側	74	128	100	72	86	103	2	42	-3
太平洋側	73	125	70	89	110	110	-16	15	-40
西日本 日本海側	86	67	68	121	106	119	-35	-39	-51
太平洋側	83	72	66	114	111	113	-31	-39	-47

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%

4月の降水量：西日本太平洋側でかなり多かった

上旬：全国的にかなり多かった。

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

下旬：西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。北日本太平洋側では少なかった。

2025年4月との比較：上旬は全国的にかなり多く、中旬は北・東日本でかなり少なく、下旬は東・西日本で多く、北日本でかなり少なかった

	降水量 平年比（％）						今年と前年との差		
	2026年4月（今年）			2025年4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	168	55	67	69	279	136	99	-224	-69
太平洋側	171	32	42	90	239	126	81	-207	-84
東日本 日本海側	158	29	93	51	146	54	107	-117	39
太平洋側	227	38	174	108	92	75	119	-54	99
西日本 日本海側	139	109	150	25	91	50	114	18	100
太平洋側	183	84	263	48	81	53	135	3	210

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4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 5 月調査結果（4 月実績）
（2026 年 5 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

5月調査（4月実績）結果概況

景況感は前月水準で推移

4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-0.9 の 42.7 となり、前月に続き低下した。見通し判断は前月から+0.6 の 39.3 とわずかに改善したものの、引き続き低水準での推移となっており、先行きに対する慎重な見方が続いている。

経営動向調査では、売上高 DI は前月からさらに低下した。一方、収益 DI はわずかに改善したものの、来客数 DI は引き続き大幅なマイナス圏で推移している。客単価 DI は上昇が続き、各仕入原価 DI も依然として高水準で推移している。

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で推移した。惣菜は前月から大きく低下したものの、引き続き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た。一方、畜産は引き続きプラス圏を維持した。非食品では、中東情勢の影響による紙製品やラップ、ごみ袋など家庭用消耗品の需要増もあり、プラス圏を維持した。（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）

前年のコメ不足の反動がみられ、一般食品を中心に販売数量の低下が全体の売上に影響した。一方で、中東情勢や地震報道の影響から、紙製品やラップ、ごみ袋など生活必需品への需要増もみられた。物価上昇の長期化を背景に、節約志向や生活防衛意識は引き続き強く、特売商品への集中や買い控え傾向を指摘する声も多くなっている。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：42.7 (-0.9)
前月：43.6

消費者購買意欲DI
当月：42.5 (-0.1)
前月：42.6

周辺地域 競合状況DI
当月：41.6 (-0.5)
前月：42.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：43.4 (-1.2)
前月：44.6

見通し判断

景気判断DI
当月：39.3 (+0.6)
前月：38.7

消費者購買意欲DI
当月：41.6 (+3.3)
前月：38.3

周辺地域 競合状況DI
当月：40.5 (+0.9)
前月：39.6

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：42.7 (+0.4)
前月：42.3

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-6.4 (-3.7)
前月：-2.7

客単価DI
当月：4.7 (+2.9)
前月：1.8

来客数DI
当月：-11.8 (-5.5)
前月：-6.3

収益DI
当月：-6.9 (+0.7)
前月：-7.6

販売価格DI
当月：17.4 (+0.7)
前月：16.7

生鮮品仕入原価DI
当月：13.5 (0.0)
前月：13.5

食品仕入原価DI
当月：15.6 (-1.9)
前月：17.5

カテゴリー動向

青果DI
当月：-18.5 (+2.3)
前月：-20.8

水産DI
当月：-0.3 (-3.3)
前月：3.0

畜産DI
当月：4.4 (-2.5)
前月：6.9

惣菜DI
当月：1.7 (-9.0)
前月：10.7

日配DI
当月：-5.5 (-1.5)
前月：-4.0

一般食品DI
当月：-10.5 (-6.1)
前月：-4.4

非食品DI
当月：7.6 (+3.6)
前月：4.0

※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、2ヵ月連続でマイナス域

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
売上高 (前月)	5.3	31.3	34.7	26.0	2.7	-2.7
売上高 (当月)	5.5	36.4	37.3	20.0	0.9	-6.4



2. 収益 DI

前月水準を維持、2ヵ月連続でマイナス域

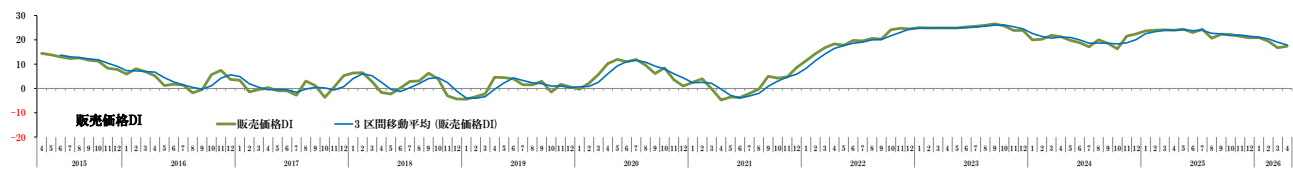
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	8.7	36.9	34.2	16.1	4.0	-7.6
収益 (当月)	10.0	31.1	38.9	16.7	3.3	-6.9



3. 販売価格 DI

前月水準で推移、二桁プラス域

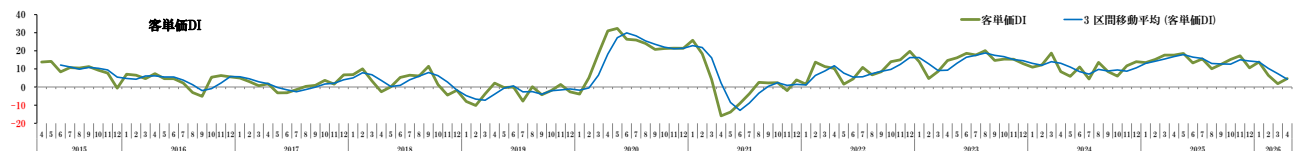
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	2.0	32.4	62.2	3.4	16.7
販売価格 (当月)	0.0	3.4	29.2	61.8	5.6	17.4



4. 客単価 DI

前月から上昇、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
客単価 (前月)	1.3	24.0	42.7	30.0	2.0	1.8
客単価 (当月)	1.1	15.4	48.4	34.1	1.1	4.7



5. 来客数 DI

前月から大幅な下落、マイナス幅を拡大

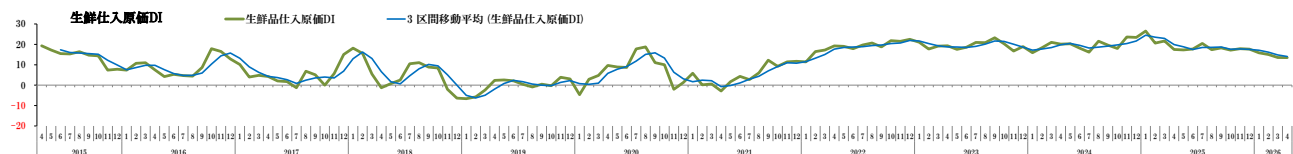
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	6.0	38.0	34.7	18.0	3.3	-6.3
来客数 (当月)	6.6	48.4	30.8	14.3	0.0	-11.8



6. 生鮮仕入原価 DI

前月水準で推移、二桁プラス域

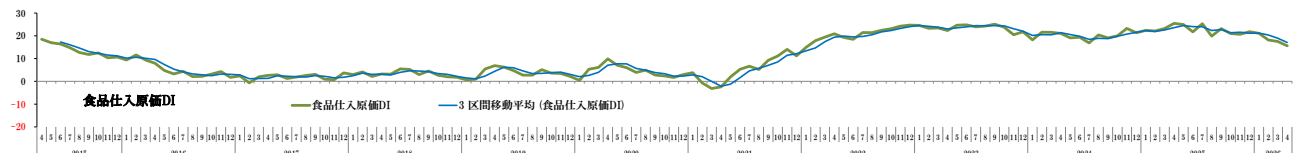
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	11.8	27.8	54.9	5.6	13.5
生鮮仕入原価 (当月)	1.1	9.2	31.0	51.7	6.9	13.5



7. 食品仕入原価 DI

前月から小幅に下落も 60 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	6.3	22.2	61.1	9.0	17.5
食品仕入原価 (当月)	1.1	11.4	22.7	53.4	11.4	15.6

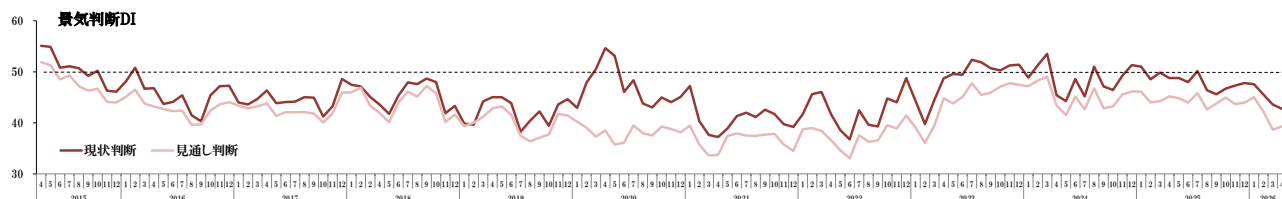


Ⅱ．景況感調査（2015 年 4 月～）

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

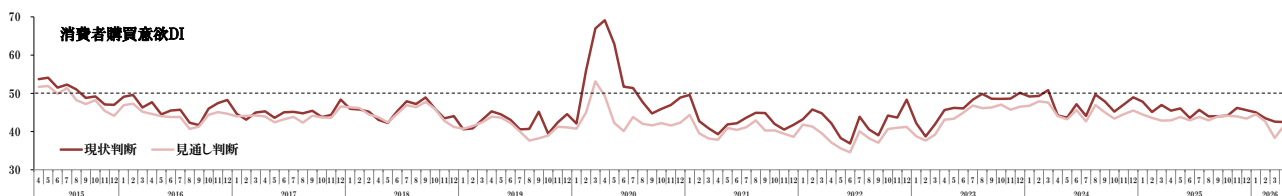
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	2.0	30.9	58.6	7.9	0.7	43.6
【現状】景気判断（当月）	0.9	30.9	64.5	3.6	0.0	42.7
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	3.9	42.8	48.0	5.3	0.0	38.7
【見通し】景気判断（当月）	2.7	42.7	50.0	3.6	0.9	39.3



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は前月水準、見通し判断は改善

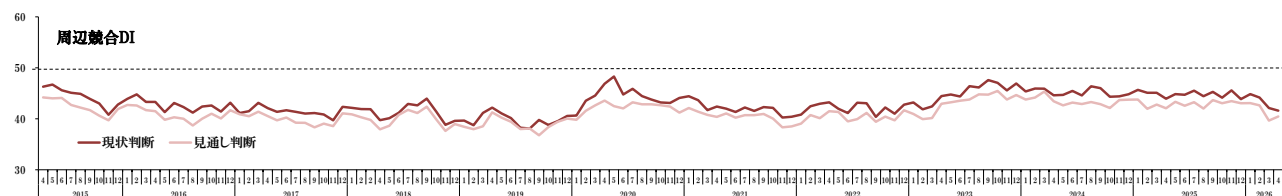
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	3.3	29.6	61.2	5.3	0.7	42.6
【現状】購買意欲（当月）	0.9	34.5	58.2	6.4	0.0	42.5
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	3.9	44.7	45.4	5.9	0.0	38.3
【見通し】購買意欲（当月）	2.7	38.2	50.0	8.2	0.9	41.6



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断は前月水準、見通し判断は小幅に改善

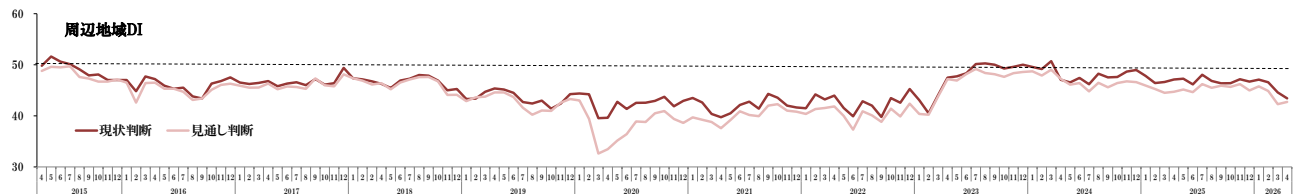
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	3.3	27.0	67.8	2.0	0.0	42.1
【現状】競合状況（当月）	5.5	22.7	71.8	0.0	0.0	41.6
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	6.6	30.3	61.2	2.0	0.0	39.6
【見通し】競合状況（当月）	6.4	27.3	64.5	1.8	0.0	40.5



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断は小幅に悪化、見通し判断は小幅に改善

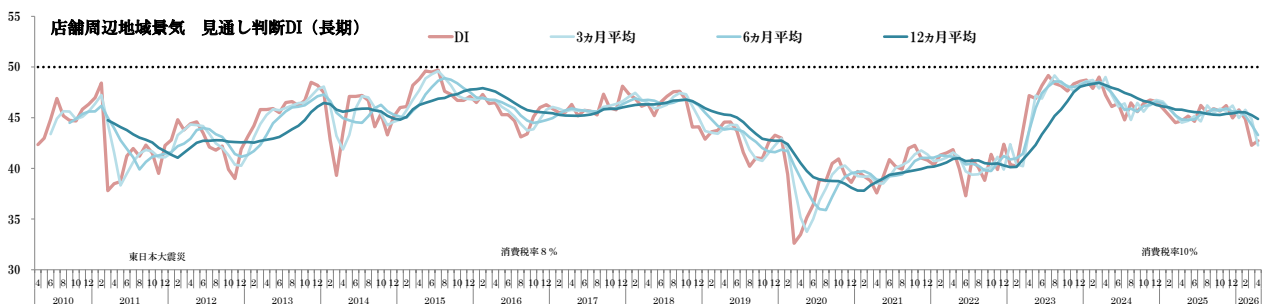
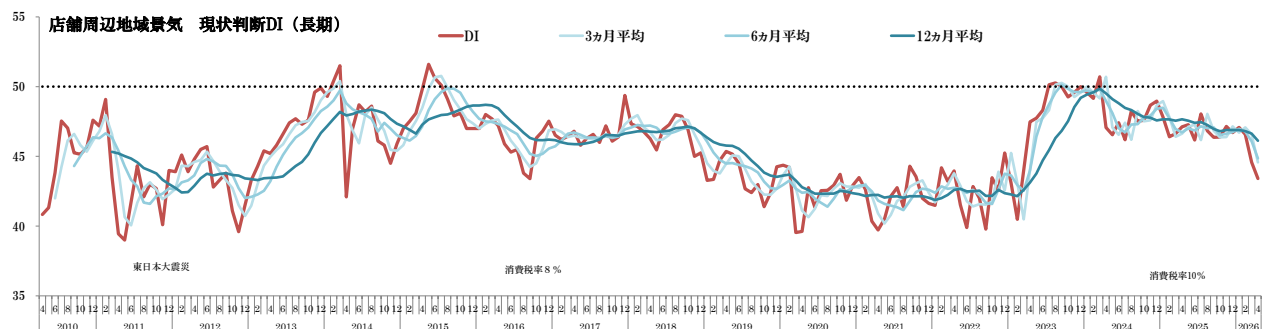
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	2.0	23.0	70.4	3.9	0.7	44.6
【現状】地域景気 (当月)	0.0	27.3	71.8	0.9	0.0	43.4
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	3.3	29.6	61.8	5.3	0.0	42.3
【見通し】地域景気 (当月)	1.8	28.2	67.3	2.7	0.0	42.7



・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。

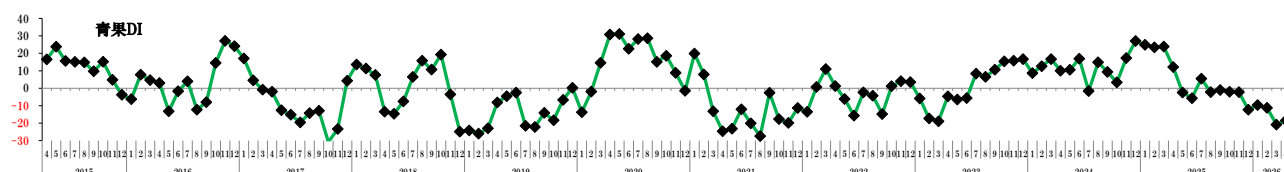
以後方向感の乏しい推移が続いたが、18 年の後半から悪化傾向が顕著となり、19 年 7 月には現状判断 DI は 42.3 まで低下した。21 年は、感染状況により上下する動きとなった。22 年は、感染が再拡大した 7 月以降に大幅な改善をみせた。23 年も改善が続き、7 月には判断の分かれ目である 50 を突破、その後も高水準を維持した。24 年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25 年に入りダウントレンドが続いているが、夏ごろにかけてやや持ち直し、年末にかけて改善が進んだ。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果 DI：-18.5（不調）

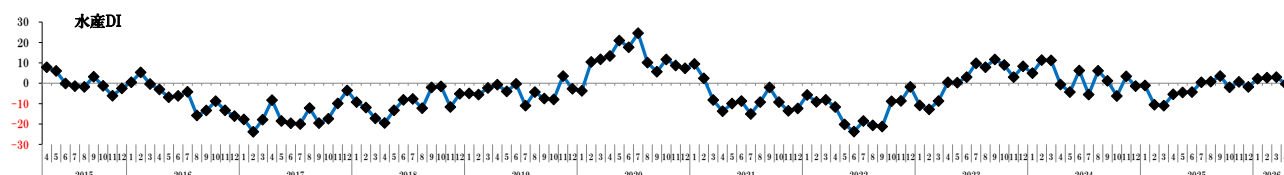
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	25.2	47.6	16.1	7.7	3.5	-20.8
青果（当月）	20.5	42.0	29.5	6.8	1.1	-18.5



青果相場は前年の高値からの反動で野菜を中心に下落し、買上点数に増加がみられたものの、一点単価の低下が大きく、全体では伸び悩んだ。野菜は、新たまねぎ・じゃがいもなど土物類が比較的堅調に推移し、豆類、アスパラガス、たけのこなど春商材も好調であった。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、数量増でも単価下落を補えず売上は不調となった。サラダ関連やカット野菜も伸び悩みがみられた。果物は、キウイ、いちご、国産柑橘類などが好調に推移し、輸入果実の販売強化もみられるなど全体を下支えた。

2. 水産 DI：-0.3（やや不調）

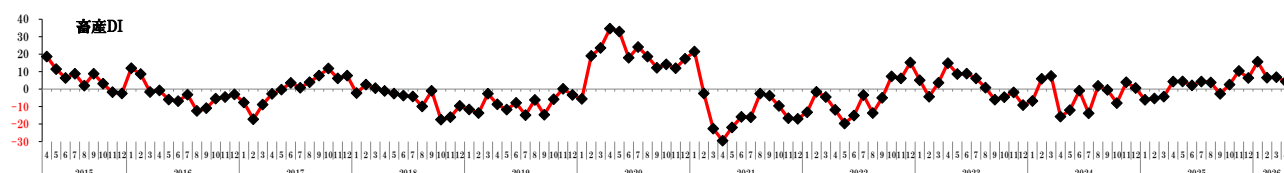
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	3.5	30.1	23.8	36.4	6.3	3.0
水産（当月）	12.6	17.2	34.5	29.9	5.7	-0.3



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て推移した。気温上昇に伴い生食需要が高まり、初かつお、ほたるいかなど春から初夏を感じる旬商材が売上を牽引し、寿司や刺身類も堅調に推移した。一方で、まぐろ、養殖ぶり、サーモン、たこ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。全体では販売数量が弱い傾向もみられたが、単価上昇により売上を確保した店舗が多かった。塩鮭、しらす、うなぎ、加工魚などは販促効果もあり好調に推移し、塩干カテゴリーが全体を下支えた。

3. 畜産 DI：4.4（やや好調）

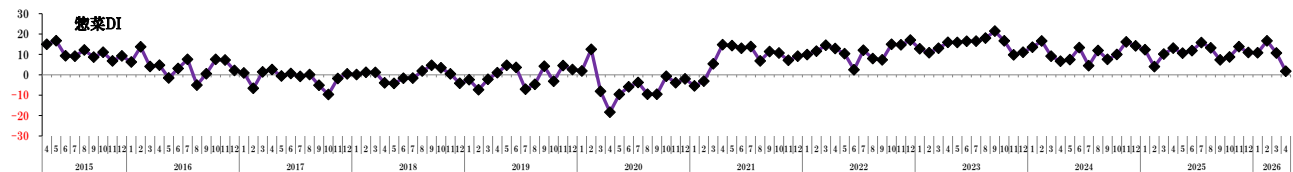
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	3.5	17.6	35.2	35.2	8.5	6.9
畜産（当月）	3.5	18.6	40.7	31.4	5.8	4.4



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・ソーセージ類などが伸び悩んだ。

4. 惣菜DI：1.7（やや好調）

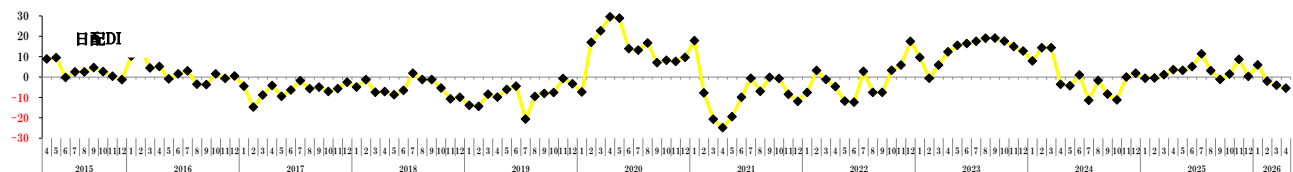
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.4	11.2	37.1	44.1	6.3	10.7
惣菜（当月）	2.3	25.3	39.1	29.9	3.4	1.7



米飯類は引き続き堅調で、弁当・丼・おにぎりを中心に売上を牽引した。気温上昇や行楽需要を背景に、寿司類や麺セット、粉物など軽食需要もみられた。揚げ物や焼物も堅調で、唐揚げ、メンチ、焼鳥、フライ類など温惣菜が全体を下支えた。魚惣菜や中華惣菜、海鮮丼などの動きもみられ、月間フェア商品や季節商品も売上に寄与した。一方で、寿司は握り寿司や巻寿司などを中心に好不調が分かれ、サラダや冷惣菜、洋風惣菜などは伸び悩みがみられた。原材料や資材価格の上昇が続く中、値頃感のある商品を支持する傾向もみられた。

5. 日配DI：-5.5（やや不調）

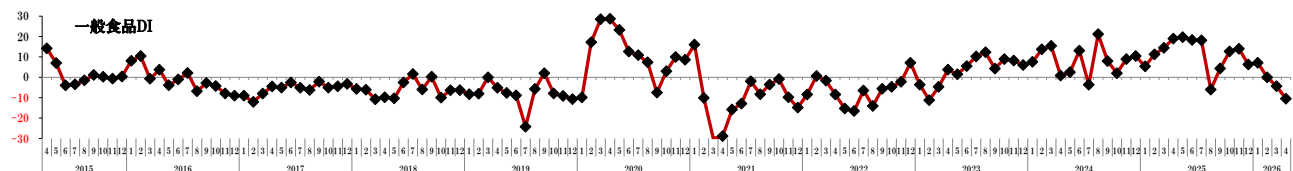
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	3.5	34.3	39.9	19.6	2.8	-4.0
日配（当月）	3.4	35.6	42.5	16.1	2.3	-5.5



価格改定による一品単価の上昇が続く一方、買上点数や客数の減少傾向がみられ、日配全体ではやや不調な推移となった。洋日配では、ヨーグルト、冷凍食品、アイス、乳飲料など気温上昇に対応した商品が比較的堅調に推移し、冷凍麺やパスタ類の動きもみられた。一方で、牛乳やチルド飲料は価格競争や値上げの影響から伸び悩み、店舗間の差もみられた。和日配では納豆、たまご、水物などは比較的堅調だった一方、漬物、練製品、和惣菜などは苦戦が続いた。パンは調理パンや販促商品が売上を支えたものの、食パンなど定番品は価格競争や点数減少の影響がみられた。

6. 一般食品：-10.5（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）	11.9	30.8	25.9	25.9	5.6	-4.4
一般食品（当月）	11.4	40.9	28.4	17.0	2.3	-10.5



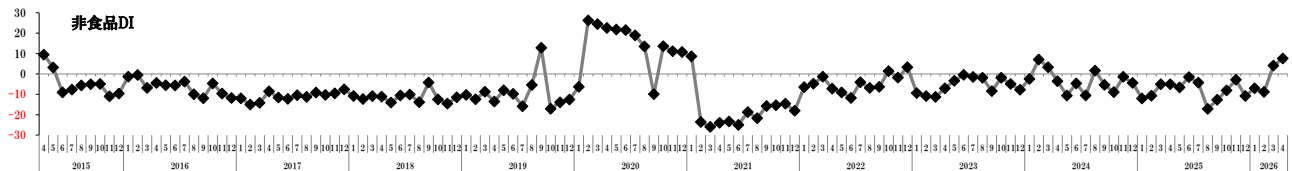
価格改定の影響が続く中、販売点数や客数の減少傾向がみられ、一般食品全体では不調な推移となった。コーヒーは単価上昇後も販売数量が比較的堅調で、レギュラー・インスタントともに好調との声が多くみられた。味噌、つゆ、食用油など基礎調味料も堅調で、節約志向や内食需要を背景に日常使い商品の動きが続いた。一方で、即席麺、シリアル、パスタ、インスタント米飯などは前年の反動もあり低調。菓子類は比較的堅調だった一方、スナック類など一部カテゴリーでは伸び悩みもみられた。飲料は気温上昇局面でも動きが弱く、茶系飲料や清涼飲料などは苦戦傾向が続いた。酒類はビール類が弱含みとなった一方、清酒や発泡酒などは比較的堅調との声もみられた。

(米の動向)

米は前年の需給逼迫や備蓄米需要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。価格競争の激化により、低価格帯商品やブレンド米への需要集中がみられ、価格訴求を強化する動きが広がった。販促強化により販売数量が回復した店舗もみられた一方、一点単価の下落が大きく、売上改善にはつながりにくい状況が続いた。ドラッグストアなど他業態との競争激化を指摘する声もみられた。

7. 非食品 DI : 7.6 (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
非食品 (前月)	4.2	21.1	39.4	24.6	10.6	4.0
非食品 (当月)	3.5	23.3	29.1	27.9	16.3	7.6



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、ラップなど家庭用消耗品の需要増が続いた。特にラップ、アルミホイル、ゴミ袋などの動きが目立った。好天に恵まれて行楽用品や園芸用品が好調だったほか、気温上昇に伴い殺虫剤・虫ケア用品など季節商材の動きもみられた。一方で、洗剤類、芳香剤、化粧品など一部日用品は伸び悩みとの声もみられた。

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5月調査(4月実績) キーワード TOP3

1. 価格上昇と販売数量減
2. 青果相場安
3. 米販売の反動減

(参考) 2025年5月調査(4月実績) キーワード TOP3

1. 米価格の高騰(食品値上げ)
2. 前年より気温が低い
3. 青果相場の落ち着き

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

4月実績速報版 110社
3月実績確報版 152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