

スーパーマーケット販売統計調査資料

2026 年 6 月実績 速報版

5 月実績 確報版

(2026 年 7 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、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7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6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	112,432,249	100.0%	100.9%	99.7%
食品合計	104,847,583	93.3%	101.2%	100.0%
生鮮3部門合計	38,603,613	34.3%	103.9%	102.6%
青果	15,653,885	13.9%	103.1%	101.9%
水産	9,525,315	8.5%	104.2%	102.7%
畜産	13,424,414	11.9%	104.7%	103.2%
惣菜	12,436,159	11.1%	102.5%	101.3%
日配	23,844,919	21.2%	100.7%	99.5%
一般食品	29,962,891	26.6%	97.8%	96.7%
非食品	5,182,006	4.6%	96.6%	96.0%
その他	2,402,705	2.1%	97.8%	96.8%

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	14,402,499	43	98.8%	98.4%
関東地方	41,381,748	73	102.4%	100.3%
中部地方	13,042,883	53	100.7%	99.5%
近畿地方	26,676,771	44	101.1%	100.2%
中国・四国地方	11,490,079	34	101.0%	100.7%
九州・沖縄地方	5,438,271	23	98.7%	98.3%

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	523,224	46	95.7%	95.7%
4～10店舗	4,522,971	84	99.1%	99.3%
11～25店舗	8,519,947	48	101.1%	100.8%
26～50店舗	18,914,497	46	100.5%	99.6%
51店舗以上	79,951,610	46	101.1%	99.7%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		110,936,309
総店舗数（店舗）	8,605	店舗平均月商（万円）		13,066
総売場面積（㎡）	14,411,942	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7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5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	115,754,260	100.0%	104.4%	103.1%
食品合計	106,617,051	92.1%	104.2%	102.9%
生鮮3部門合計	39,082,192	33.8%	105.8%	104.3%
青果	15,863,214	13.7%	104.9%	103.6%
水産	9,741,114	8.4%	107.2%	105.6%
畜産	13,477,864	11.6%	105.8%	104.1%
惣菜	13,407,360	11.6%	106.1%	104.6%
日配	23,734,080	20.5%	104.1%	102.7%
一般食品	30,393,419	26.3%	101.7%	100.7%
非食品	6,580,730	5.7%	107.4%	106.5%
その他	2,556,518	2.2%	102.2%	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	15,255,190	43	103.7%	103.1%
関東地方	42,251,882	73	105.3%	103.7%
中部地方	13,996,410	53	103.7%	102.6%
近畿地方	27,012,522	44	102.9%	101.9%
中国・四国地方	11,657,516	34	104.8%	103.3%
九州・沖縄地方	5,580,740	23	105.9%	104.8%

保有店舗数別集計

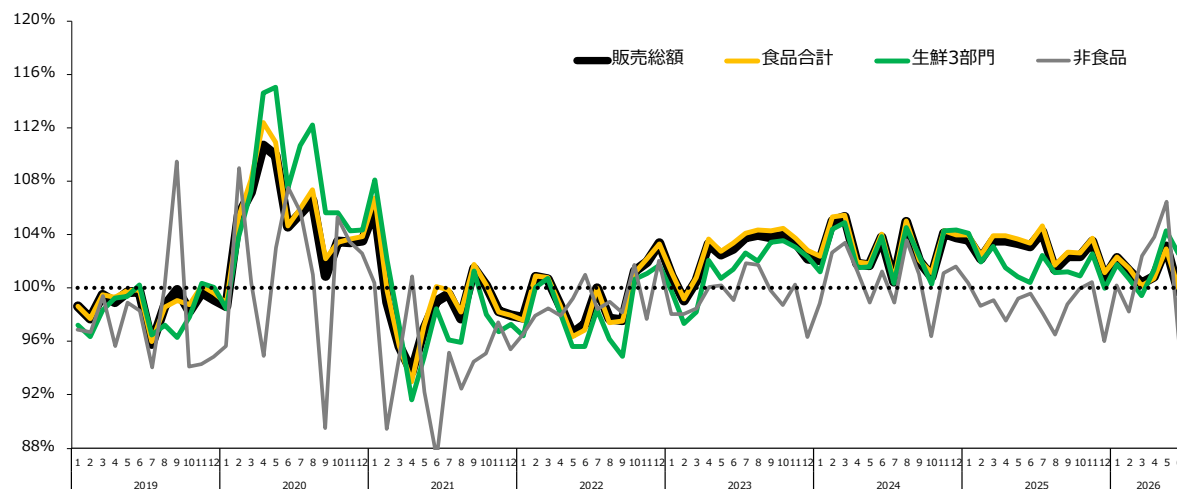
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	551,117	46	102.1%	102.1%
4～10店舗	4,718,112	84	101.3%	101.8%
11～25店舗	8,944,122	48	104.4%	104.2%
26～50店舗	20,081,946	46	104.3%	103.2%
51店舗以上	81,458,964	46	104.6%	103.1%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		113,936,017
総店舗数（店舗）	8,607	店舗平均月商（万円）		13,449
総売場面積（㎡）	14,406,369	売場1㎡あたり売上高（万円）		8.0

※売上高は税抜金額

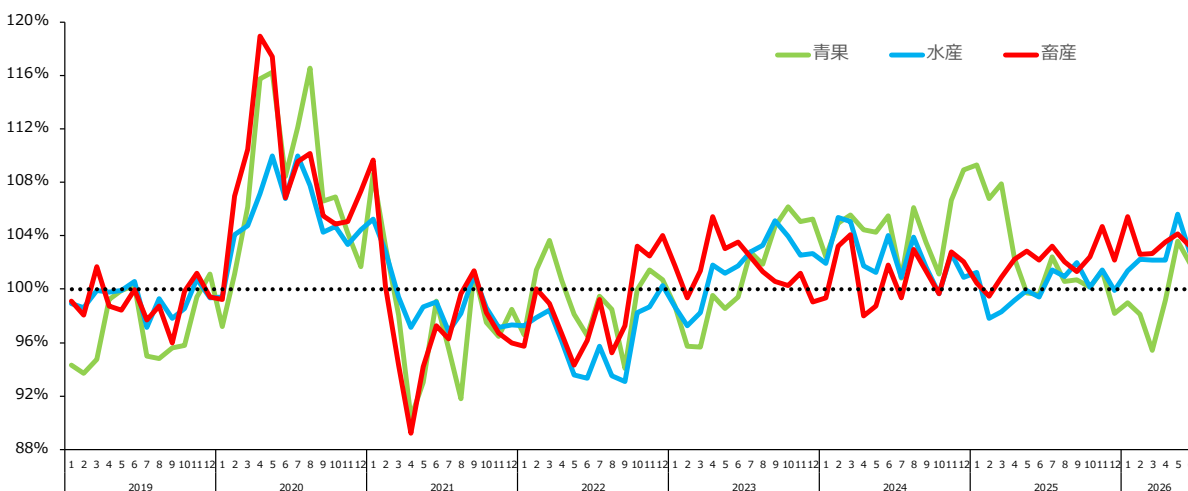
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

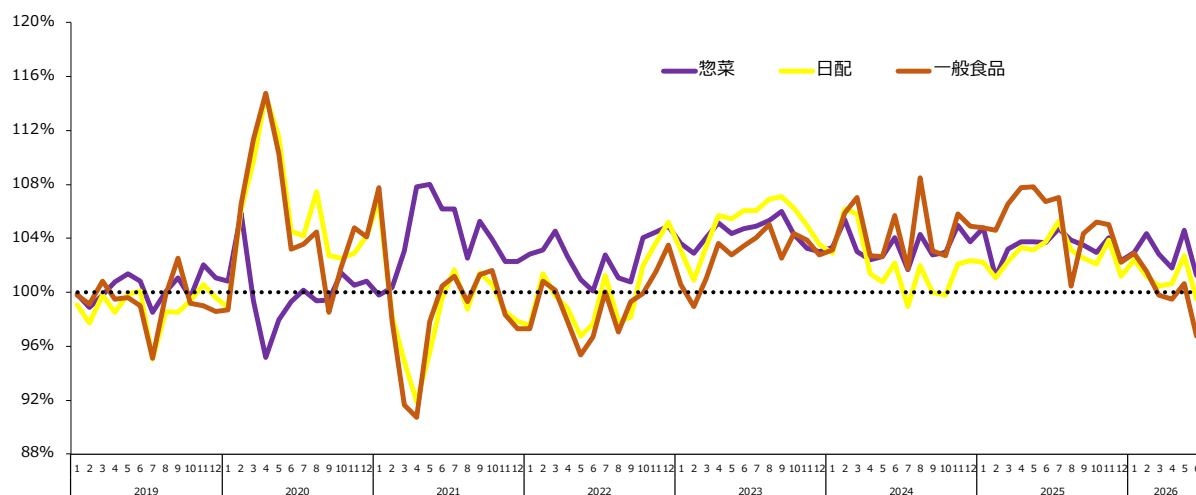
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年6月実績は速報版

2026年6月 エリア別気候状況

6月の気温：平年との比較では、中旬に暖かい空気に覆われやすかった北日本で高かった。

上旬：北日本、西日本、沖縄・奄美では高かった。

中旬：北日本、東日本、西日本では高かった。

下旬：西日本では低かった。

2025年6月との比較：中旬は日本海側で、下旬は全国的に前年よりかなり低い気温となった

	平年との比較（℃）						今年と前年との差（℃）		
	2026年6月（今年）			2025年6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	0.9	2.1	0.2	1.1	2.9	4.2	-0.2	-0.8	-4.0
太平洋側	0.5	1.4	0.0	2.0	3.6	5.1	-1.5	-2.2	-5.1
東日本 日本海側	1.2	1.7	-0.2	0.2	2.4	2.9	1.0	-0.7	-3.1
太平洋側	-0.1	0.4	-0.4	0.5	3.1	3.6	-0.6	-2.7	-4.0
西日本 日本海側	0.9	1.4	-1.0	0.0	2.4	2.7	0.9	-1.0	-3.7
太平洋側	0.3	0.5	-0.7	-0.1	2.7	3.1	0.4	-2.2	-3.8

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

6月の日照時間：北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少なかった。東日本日本海側、西日本日本海側では少なかった。

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

2025年6月との比較：下旬は東日本太平洋側と西日本で前年よりかなり少ない降水量となった

	日照時間 平年比（％）						今年と前年との差		
	2026年6月（今年）			2025年6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	101	165	106	102	124	107	-1	41	-1
太平洋側	92	157	97	127	162	145	-35	-5	-48
東日本 日本海側	77	175	125	90	136	136	-13	39	-11
太平洋側	61	133	65	87	136	193	-26	-3	-128
西日本 日本海側	67	119	88	88	107	171	-21	12	-83
太平洋側	58	104	65	95	129	189	-37	-25	-124

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%

6月の降水量：北・東・西日本太平洋側でかなり多かった

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

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

下旬：北日本太平洋側、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多かった。

2025年6月との比較：上旬と下旬は、前年よりかなり多い降水量となった地域が多かった

	降水量 平年比（％）						今年と前年との差		
	2026年6月（今年）			2025年6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	176	46	151	66	71	170	110	-25	-19
太平洋側	216	28	212	71	55	88	145	-27	124
東日本 日本海側	227	69	81	148	125	99	79	-56	-18
太平洋側	382	87	233	153	84	64	229	3	169
西日本 日本海側	192	58	171	225	78	92	-33	-20	79
太平洋側	405	55	183	234	59	42	171	-4	141

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6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 7 月調査結果（6 月実績）
（2026 年 7 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

7月調査（6月実績）結果概況

景況感は現状判断の低下幅大きく

6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-5.7の41.7となり、大きく悪化した。見通し判断も前月から-1.5の41.0となり、現状判断、見通し判断ともに前月から悪化した。

経営動向調査では、売上高DIは前月から大きく低下、マイナス圏へ転じた。前年より日曜日が1日少ない曜日回りの影響で来客数DIはマイナス幅が拡大した。収益DIも低下し、マイナス圏となった。客単価DIも前月から低下した。販売価格DI、各仕入原価DIはいずれも前月を下回ったものの、引き続きプラス圏で推移している。

カテゴリー動向調査では、青果、水産、畜産、惣菜はいずれもプラス圏を維持したものの、前月から低下した。日配は、前年ほど気温が上がらず、夏物・涼味関連商品の伸び悩みもあり、マイナス圏へ転じた。一般食品は、前年の備蓄米放出による特需の反動もあり、マイナス幅が拡大した。非食品はナフサ関連報道による買い置き需要の落ち着きや、前年に比べると気温が低めに推移したため季節商材の伸び悩みもあり、前月のプラス圏からマイナス圏へと転じた。（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た。特に現状判断の低下幅が大きく、消費者購買意欲DIも前月から悪化した。（長期傾向はP11参照）

価格上昇による一品単価の下支えは続いているものの、販売数量や買上点数は依然伸び悩みが続き、生活者の節約志向、生活防衛意識の強さがうかがえる。今後は、気温上昇に伴う夏物需要の本格化が期待される一方、物価高対策の先行きが不透明で、仕入原価や各種コストの上昇、消費マインドの慎重さが収益面の重荷となる可能性があり、売上確保と利益確保の両立が引き続き課題となるといえる。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：41.7 (-5.7)
前月：47.4

消費者購買意欲DI
当月：41.2 (-3.3)
前月：44.5

周辺地域 競合状況DI
当月：42.5 (+0.3)
前月：42.2

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：44.1 (-0.6)
前月：44.7

見通し判断

景気判断DI
当月：41.0 (-1.5)
前月：42.5

消費者購買意欲DI
当月：40.9 (-1.6)
前月：42.5

周辺地域 競合状況DI
当月：41.7 (+0.6)
前月：41.1

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：43.9 (+1.5)
前月：42.4

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-6.6 (-15.4)
前月：8.8

客単価DI
当月：8.1 (-5.0)
前月：13.1

来客数DI
当月：-13.2 (-9.2)
前月：-4.0

収益DI
当月：-10.5 (-12.5)
前月：2.0

販売価格DI
当月：16.1 (-1.7)
前月：17.8

生鮮品仕入原価DI
当月：13.5 (-6.3)
前月：19.8

食品仕入原価DI
当月：15.7 (-5.1)
前月：20.8

カテゴリー動向

青果DI
当月：2.5 (-4.7)
前月：7.2

水産DI
当月：7.4 (-6.9)
前月：14.3

畜産DI
当月：6.4 (-3.4)
前月：9.8

惣菜DI
当月：4.0 (-9.5)
前月：13.5

日配DI
当月：-7.9 (-13.0)
前月：5.1

一般食品DI
当月：-15.2 (-12.2)
前月：-3.0

非食品DI
当月：-9.2 (-22.4)
前月：13.2

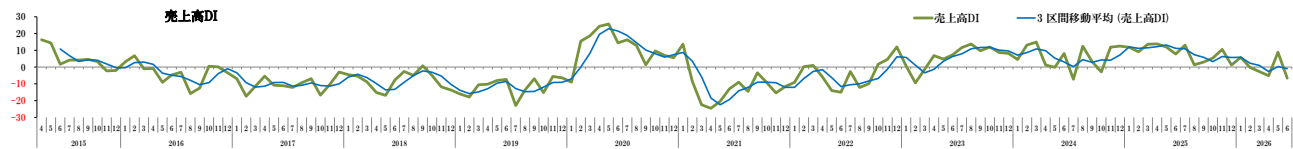
※DI 値は前年同月との比較／○内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2015年4月～)

1. 売上高 DI

前月から大幅に低下、マイナス圏に

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)	2.7	16.0	31.3	43.3	6.7	8.8
売上高 (当月)	9.6	36.0	28.1	23.7	2.6	-6.6



2. 収益 DI

前月から大幅に低下、マイナス圏に

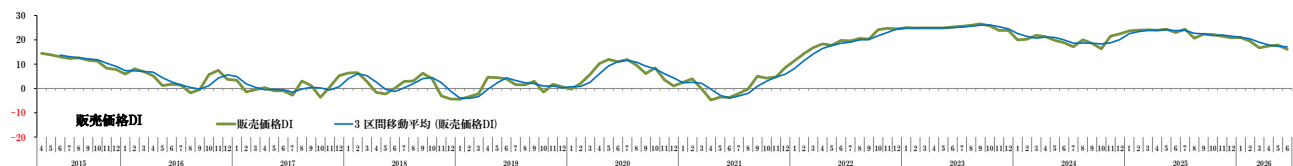
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	6.8	24.3	30.4	31.1	7.4	2.0
収益 (当月)	10.0	41.8	30.0	16.4	1.8	-10.5



3. 販売価格 DI

前月から小幅に低下も、二桁プラス域を維持

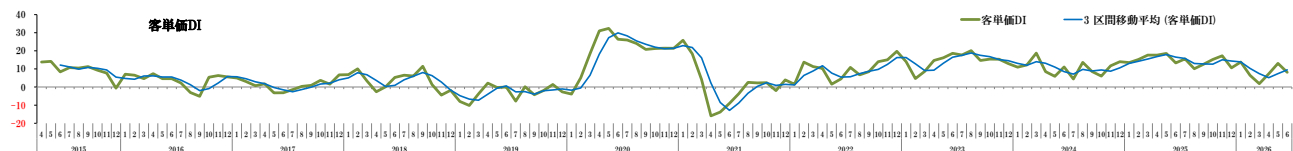
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	1.3	1.3	25.3	68.7	3.3	17.8
販売価格 (当月)	0.0	4.5	30.4	61.6	3.6	16.1



4. 客単価 DI

前月から低下し、プラス幅を縮小

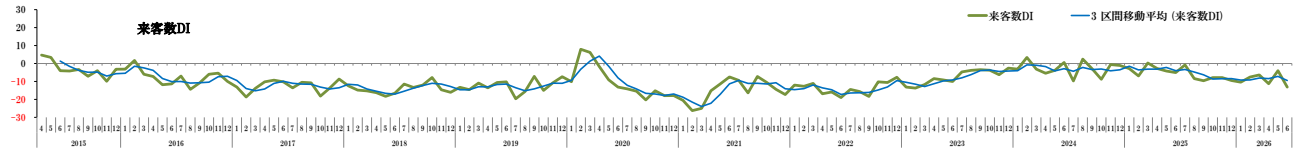
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.3	6.6	33.1	56.3	2.6	13.1
客単価 (当月)	0.9	16.7	34.2	45.6	2.6	8.1



5. 来客数 DI

前月から大幅に低下、マイナス幅を拡大

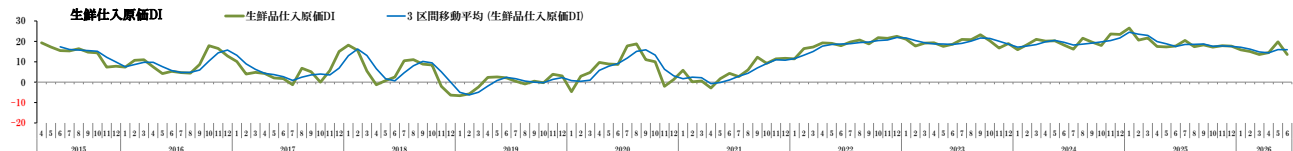
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	4.0	36.0	32.7	26.7	0.7	-4.0
来客数 (当月)	9.6	46.5	30.7	13.2	0.0	-13.2



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から下落も、二桁プラス域で推移

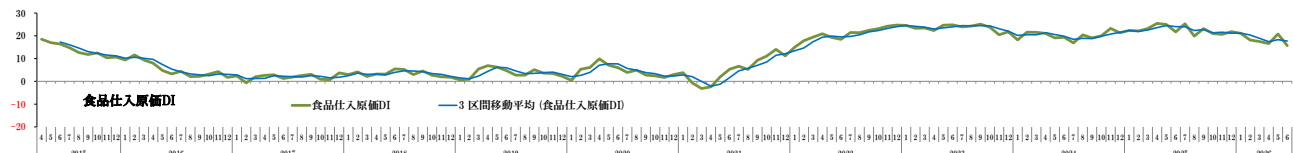
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	3.5	23.6	63.2	9.7	19.8
生鮮仕入原価 (当月)	1.8	6.4	32.1	55.0	4.6	13.5



7. 食品仕入原価 DI

前月から下落も、62 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	4.9	17.5	64.3	12.6	20.8
食品仕入原価 (当月)	1.9	10.2	21.3	56.5	10.2	15.7

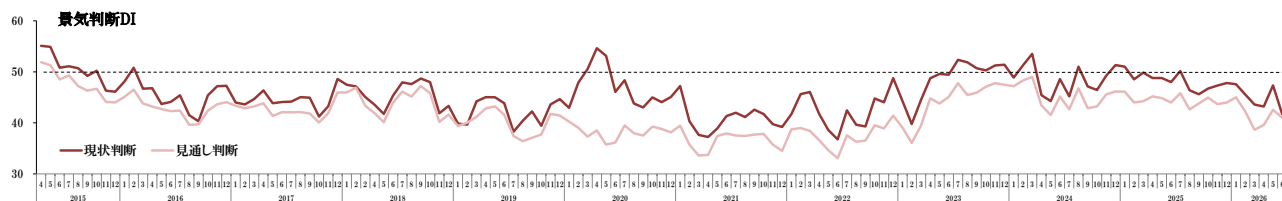


Ⅱ．景況感調査（2015年4月～）

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断は大幅に、見通し判断は小幅に悪化

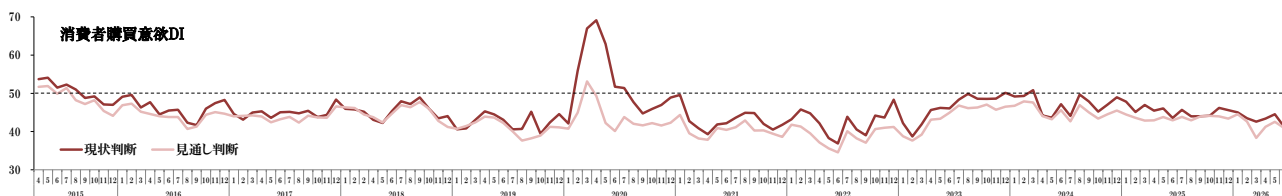
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	0.7	21.9	65.6	11.3	0.7	47.4
【現状】景気判断（当月）	1.8	35.1	58.8	3.5	0.9	41.7
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	2.6	31.8	58.3	7.3	0.0	42.5
【見通し】景気判断（当月）	2.6	36.0	56.1	5.3	0.0	41.0



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は悪化、見通し判断は小幅に悪化

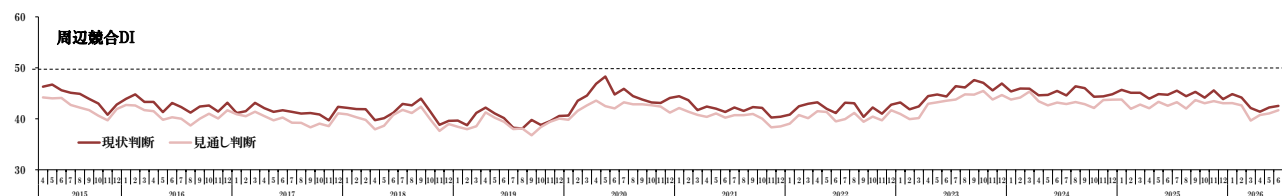
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	1.3	26.5	64.9	7.3	0.0	44.5
【現状】購買意欲（当月）	2.6	35.1	57.9	3.5	0.9	41.2
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	2.0	35.1	53.6	9.3	0.0	42.5
【見通し】購買意欲（当月）	2.7	36.3	55.8	5.3	0.0	40.9



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準で推移

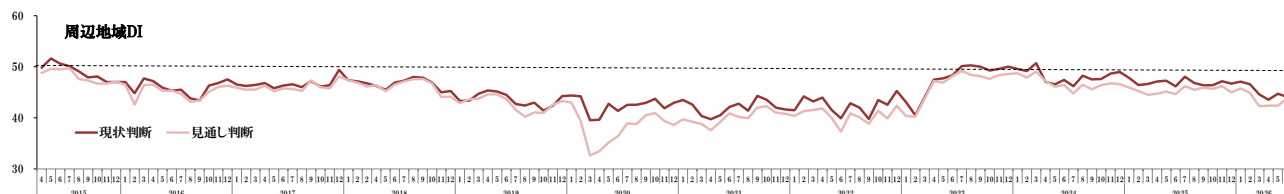
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	5.3	22.5	70.2	2.0	0.0	42.2
【現状】競合状況（当月）	2.6	25.4	71.1	0.9	0.0	42.5
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	4.6	29.1	63.6	2.6	0.0	41.1
【見通し】競合状況（当月）	3.5	27.2	68.4	0.9	0.0	41.7



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断は前月水準、見通し判断は小幅に改善

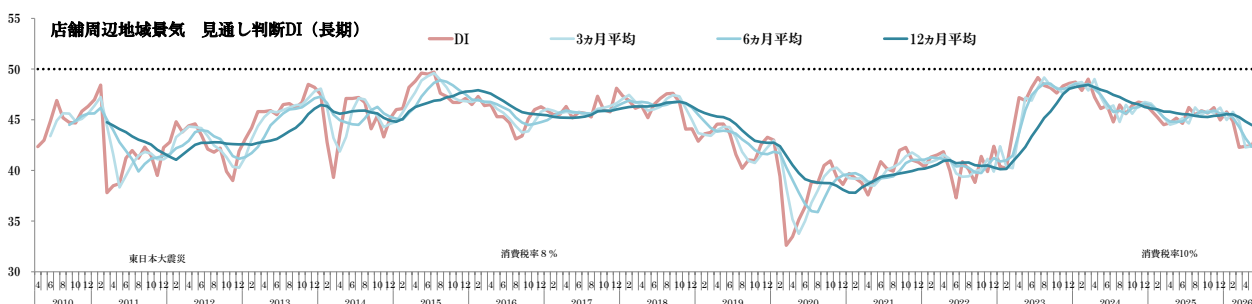
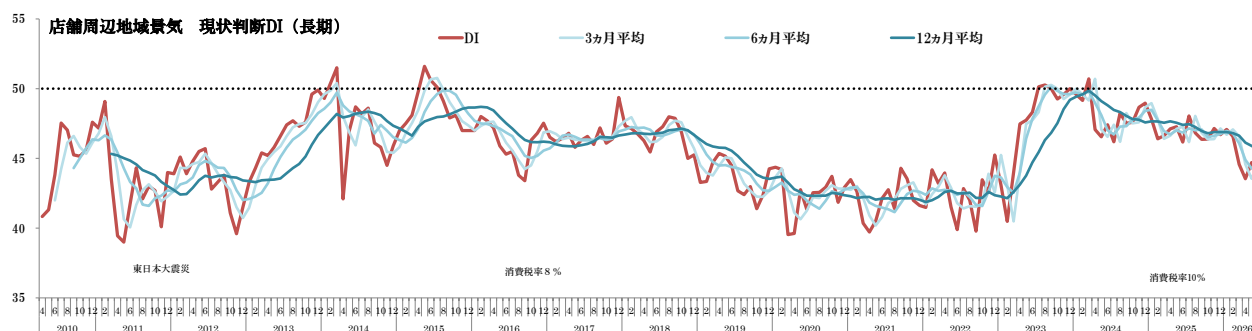
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	2.6	19.2	74.8	3.3	0.0	44.7
【現状】地域景気 (当月)	1.8	21.9	74.6	1.8	0.0	44.1
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	3.3	27.2	66.2	3.3	0.0	42.4
【見通し】地域景気 (当月)	2.6	22.8	71.1	3.5	0.0	43.9



・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 カ月にわたる改善が続き、14 年 3 月には現状判断 DI が 51.5 を記録した。14 年 4 月の消費税率 8% への引き上げにより大幅に悪化したものの、その後は徐々に持ち直し、15 年 5 月には現状判断 DI が 51.6 に達し、調査開始以来の最高値を更新した。その後、15 カ月間にわたり悪化傾向が続き、16 年 9 月には現状判断 DI が 43.4 まで低下した。

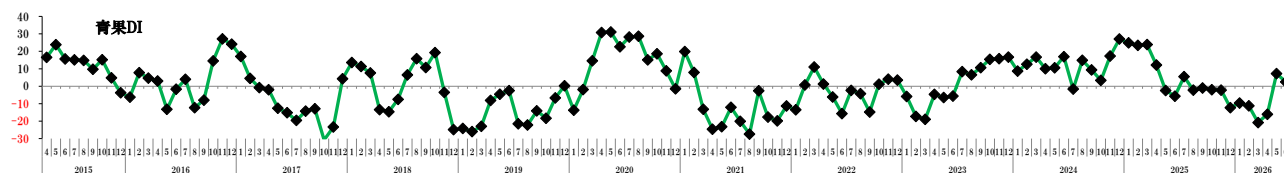
以後は方向感の乏しい推移が続いたが、18 年後半から悪化傾向が顕著となり、19 年 7 月には現状判断 DI が 42.3 まで低下した。21 年は感染状況により上下する動きとなった。22 年は、感染が再拡大した 7 月以降に大幅な改善をみせた。23 年も改善が続き、7 月には判断の分かれ目である 50 を突破し、その後も高水準を維持した。24 年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25 年に入ると現状判断 DI、見通し判断 DI とともに低下基調へ転じ、23～24 年にみられた 50 近辺の水準から徐々に乖離した。26 年に入っても改善局面への回帰は確認されず、足元では現状判断 DI は 40 台半ば、見通し判断 DI は 40 前後の水準で推移している。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果 DI：2.5（やや好調）

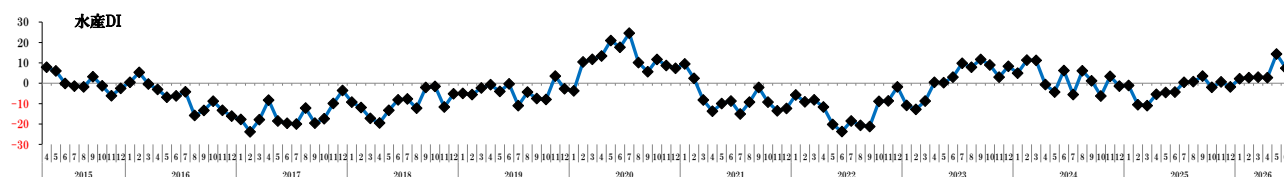
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	4.2	20.4	23.9	45.1	6.3	7.2
青果（当月）	3.6	26.1	28.8	39.6	1.8	2.5



天候や相場、入荷状況の影響を受け、品目により好不調が分かれた。野菜では、前年より単価高で推移した品目が売上を押し上げたほか、果菜類や洋菜類、カット野菜などに堅調な動きがみられた。一方で、低温や降雨の影響からサラダ関連や夏野菜は店舗により伸び悩み、土物類や葉物類などでも好不調が分かれた。果物では、国産さくらんぼが豊作で入荷が回復、値ごろ感や販促効果もあり大きく伸長したほか、桃やキウイフルーツなども売上を下支えた。一方で、スイカ・メロン、カットフルーツなど夏物果実は好不調が分かれた。梅は今年も不作で相場高となり、梅酒関連商材も含め不調。

2. 水産 DI：7.4（やや好調）

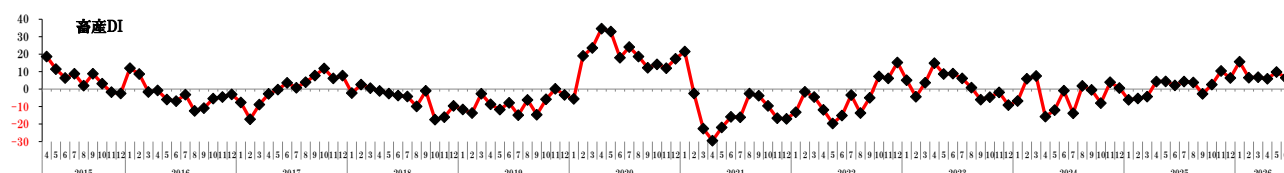
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	2.8	14.7	19.6	48.3	14.7	14.3
水産（当月）	4.5	15.3	31.5	43.2	5.4	7.4



相場や入荷状況により魚種ごとの差がみられたものの、かつおや塩干品、魚惣菜などが堅調に推移した。かつおは水揚げや相場が安定し、販売強化もあり売上を牽引したほか、切身や刺身も堅調な動きがみられた。うなぎは前年より値ごろ感があり伸長したという声もあるが店舗により好不調が分かれた。塩鮭やちりめん類などの塩干品も販促効果があり、全体を下支えた。一方で、まぐろ類、たこ、一部いか類などは原価高や入荷不足の影響から苦戦との声もみられた。養殖魚や輸入魚、冷凍魚などで高値が続き、販売や利益確保に苦慮する声も。

3. 畜産 DI：6.4（やや好調）

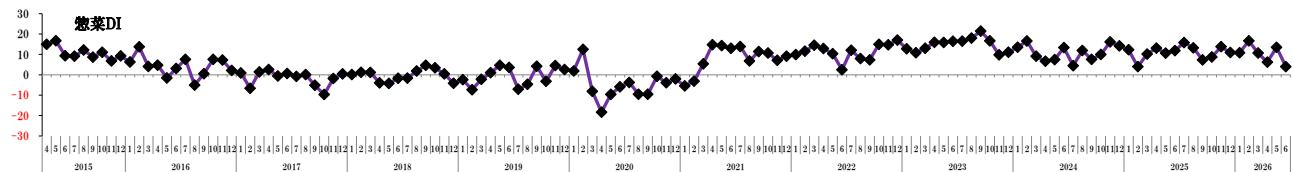
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	4.3	12.1	31.4	44.3	7.9	9.8
畜産（当月）	4.6	19.3	28.4	41.3	6.4	6.4



相場高や原料高の影響が続くなか、鶏肉、挽肉、豚肉の一部商品など比較的値ごろ感のある商品に堅調な動きがみられた。豚肉では輸入豚肉や切落とし、薄切り、挽肉など価格訴求しやすい商品が比較的堅調であった一方、国産豚では高値感や販売点数の減少もみられた。鶏肉や挽肉も売上を下支えたが、相場高は続いており、利益面では厳しさが続く。牛肉は輸入牛や高単価商品などえ伸び悩みがみられた一方、国産牛や和牛、焼肉用では父の日需要などにより伸長したという店舗もあった。加工肉はハム、ベーコン、ソーセージ類を中心に販売点数の減少がみられた一方、肉惣菜や半調理品には堅調な動きもみられた。

4. 惣菜DI：4.0（やや好調）

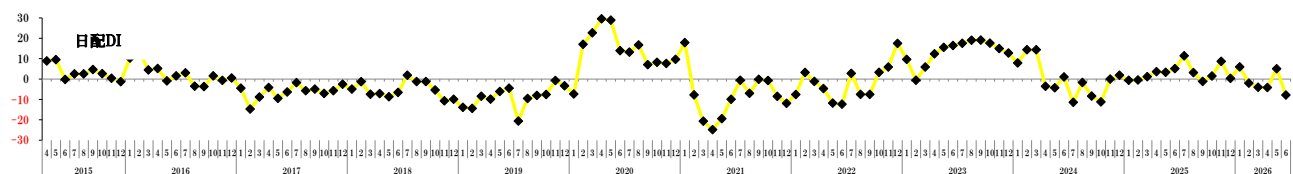
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.1	11.2	26.6	51.0	9.1	13.5
惣菜（当月）	1.8	23.2	36.6	33.9	4.5	4.0



前年より気温が低かったこともあり、温惣菜を中心に堅調な動きがみられたものの、商品群により好不調が分かれた。フライ、天ぷら、唐揚げ、焼き物などは販促効果や気温低下で比較的堅調に推移した。米飯類では、弁当や丼物などが好調な店舗もみられた一方、業務用米や原材料価格の高止まりにより値頃感を出しにくく、店舗により差がみられた。寿司類は父の日需要により伸長した店舗があった一方、分類全体では伸び悩みもみられた。麺類やサラダなどの涼味関連商品、和惣菜、洋惣菜なども天候や販売動向により好不調が分かれた。

5. 日配DI：-7.9（やや不調）

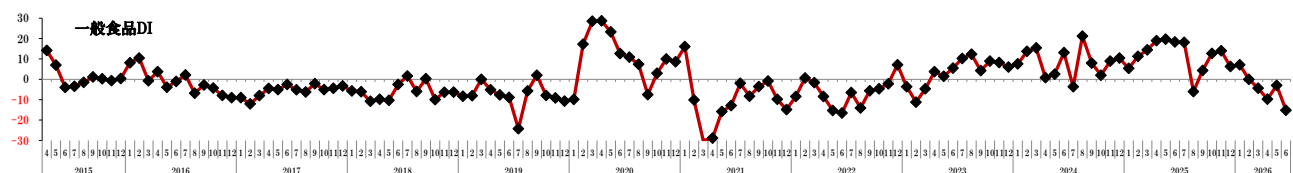
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	2.1	17.5	44.8	29.4	6.3	5.1
日配（当月）	9.0	39.6	27.9	20.7	2.7	-7.9



日配は、価格改定による一品単価の上昇が売上を下支えしたものの、前年より気温が低かった影響から、飲料、麺類など涼味関連商品を中心に伸び悩みがみられた。洋日配では、ヨーグルトや乳製品が堅調に推移し、デザート類にも動きがみられた一方、飲料、アイス、牛乳などは伸び悩みがみられた。和日配では、納豆、たまご、こんにゃく、練製品などが比較的堅調であった一方、チルド麺や冷し麺などは前年ほど気温が上がりなかつた影響、米の代替需要減もあり苦戦。パンは、調理パンや惣菜パンに動きがみられた一方、食パンや菓子パンでは価格上昇の影響もあり伸び悩みがみられた。

6. 一般食品：-15.2（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
一般食品（前月）	9.8	31.5	28.7	21.0	9.1	-3.0
一般食品（当月）	16.1	45.5	24.1	11.6	2.7	-15.2



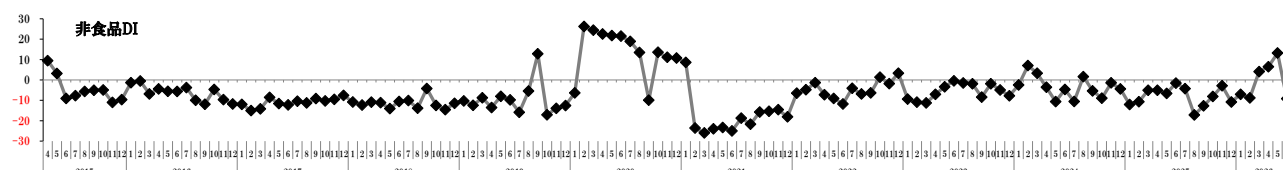
前年より気温が上がり降雨日も多かった影響から、飲料、乾麺・めんつゆなどの夏物・涼味関連商品が苦戦した。酒類でもビール類など、気温の影響を受けやすい商品に伸び悩みがみられた。また、前年の米不足時に代替需要が高まった乾麺や一部インスタント食品などでも反動がみられた。一方で、コーヒーなどの嗜好品は引き続き堅調に推移し、カレー・シチュー、缶詰、調味料の一部にも好調な動きがみられた。菓子では、前年より気温が低かったこともあり、チョコレート、ビスケット、米菓などが比較的堅調に推移した。

・米の動向

米は、前年の備蓄米販売や米不足による需要増の反動が大きく、売上を押し下げる要因となった。相場下落に伴い販売価格の見直しや低価格帯商品の訴求を進める動きがみられたものの、一品単価の低下により売上確保にはつながりにくい状況となった。特売や価格訴求により販売数量の確保を図る店舗もあったが、前年の高い実績を補うには至らず、米カテゴリーは厳しい推移となった。

7. 非食品 DI：-9.2（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
非食品（前月）	4.3	12.9	30.7	30.0	22.1	13.2
非食品（当月）	15.3	34.2	31.5	9.9	9.0	-9.2



非食品は、中東情勢やナフサ関連報道を背景としたごみ袋、ラップ、ポリ袋などの買い置き需要が一部で継続したものの、前月までの伸長傾向に落ち着きがみられた。台所用品や台所消耗品、文具、ベビー・介護用品などに堅調な動きがみられた一方、紙製品や洗剤類は価格上昇や販売点数の減少により伸び悩みがみられた。前年より気温が上がらなかった影響もあり、防虫・殺虫関連など季節商材は不調との声が多くみられた。

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7月調査（6月実績）キーワード TOP3

1. 前年の記録的猛暑の反動
2. 備蓄米販売・米需要増の反動
3. 日曜日が前年より1日少ない曜日回り

（参考）2025年7月調査（6月実績）キーワード TOP3

1. 米価格高騰
2. 気温の上昇
3. 土曜日が一日少ない（土日10回→土日9回）

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

6月実績速報版 114社
 5月実績確報版 151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