

スーパーマーケット販売統計調査資料

2026 年 7 月実績 速報版

6 月実績 確報版

(2026 年 8 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8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7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	114,370,972	100.0%	101.1%	100.0%
食品合計	105,159,102	91.9%	101.2%	100.1%
生鮮3部門合計	37,902,629	33.1%	103.9%	102.6%
青果	15,424,419	13.5%	103.9%	102.8%
水産	9,735,656	8.5%	104.0%	102.5%
畜産	12,742,554	11.1%	103.9%	102.4%
惣菜	13,484,792	11.8%	103.2%	101.9%
日配	24,033,814	21.0%	101.1%	99.9%
一般食品	29,737,866	26.0%	97.4%	96.4%
非食品	6,624,256	5.8%	99.8%	98.7%
その他	2,587,644	2.3%	99.2%	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	14,776,250	43	99.2%	98.6%
関東地方	42,045,295	73	102.4%	100.7%
中部地方	13,598,573	53	100.6%	99.4%
近畿地方	26,759,817	44	99.9%	99.3%
中国・四国地方	11,606,377	34	102.4%	101.4%
九州・沖縄地方	5,584,659	23	101.3%	101.3%

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	536,611	46	97.1%	97.1%
4～10店舗	4,684,657	84	100.8%	99.6%
11～25店舗	8,770,512	48	100.8%	100.2%
26～50店舗	19,815,547	46	100.7%	99.6%
51店舗以上	80,563,644	46	101.3%	100.1%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		112,651,639
総店舗数（店舗）	8,614	店舗平均月商（万円）		13,277
総売場面積（㎡）	14,416,663	売場1㎡あたり売上高（万円）		7.9

※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8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 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	110,669,991	100.0%	100.9%	99.8%
食品合計	101,721,841	91.9%	101.2%	100.0%
生鮮 3 部門合計	37,238,608	33.6%	104.0%	102.7%
青果	15,158,165	13.7%	103.1%	101.9%
水産	9,124,319	8.2%	104.2%	102.8%
畜産	12,956,124	11.7%	104.9%	103.4%
惣菜	12,504,971	11.3%	102.9%	101.6%
日配	22,799,773	20.6%	100.9%	99.6%
一般食品	29,178,488	26.4%	97.6%	96.5%
非食品	6,417,164	5.8%	96.5%	96.8%
その他	2,531,025	2.3%	97.6%	97.0%

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	14,358,974	43	98.9%	98.4%
関東地方	40,411,471	73	101.5%	100.1%
中部地方	13,118,269	53	100.6%	100.0%
近畿地方	26,413,431	44	101.4%	100.3%
中国・四国地方	11,115,627	34	101.7%	100.1%
九州・沖縄地方	5,252,219	23	98.6%	98.4%

保有店舗数別集計

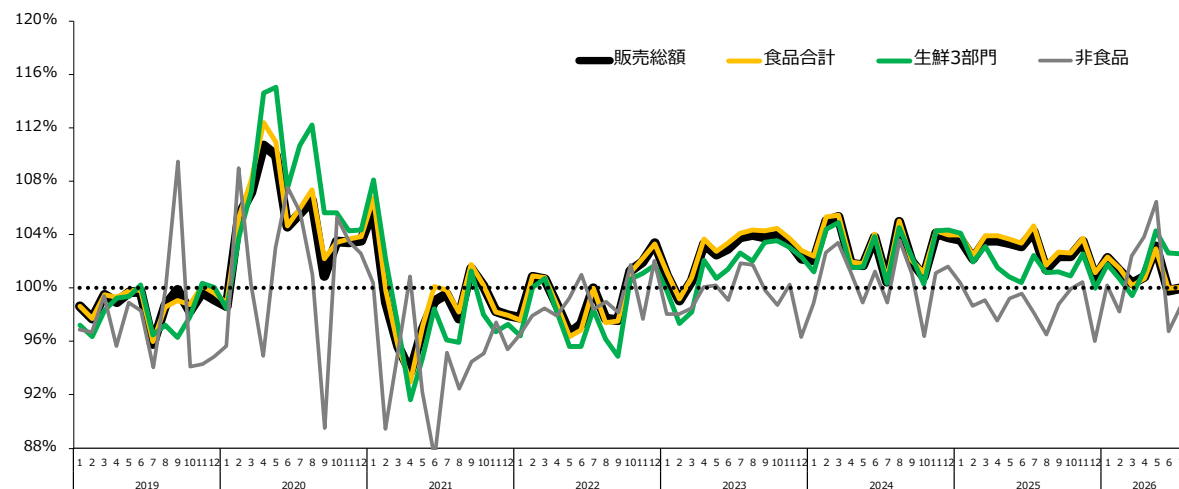
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	512,563	46	96.2%	95.7%
4～10店舗	4,455,141	84	98.9%	99.3%
11～25店舗	8,501,949	48	100.9%	100.8%
26～50店舗	19,021,994	46	101.1%	100.2%
51店舗以上	78,178,344	46	100.9%	99.6%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		108,846,135
総店舗数（店舗）	8,602	店舗平均月商（万円）		12,866
総売場面積（㎡）	14,404,265	売場 1 ㎡あたり売上高（万円）		7.7

※売上高は税抜金額

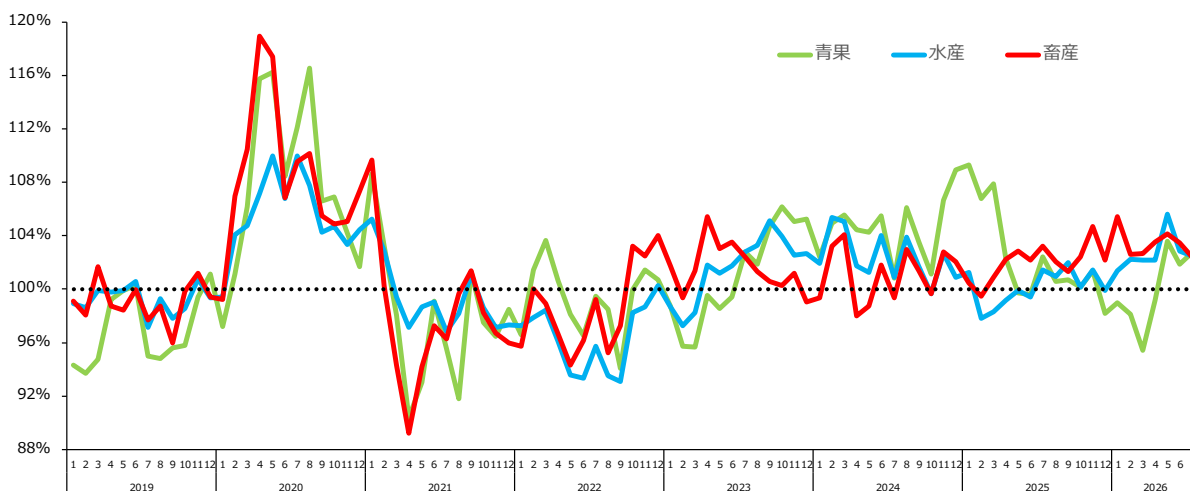
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

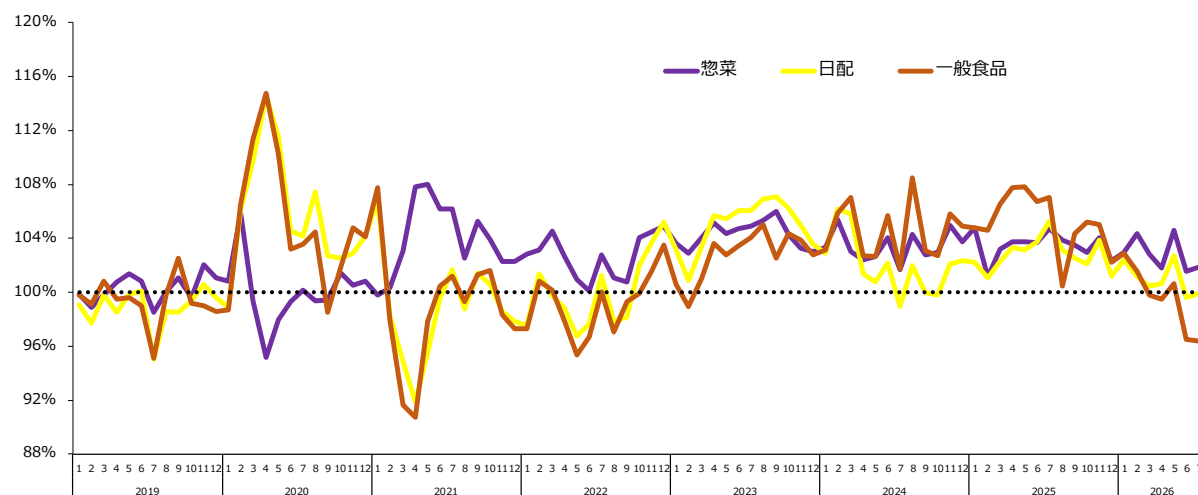
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年7月実績は速報版

2026年7月 エリア別気候状況

7月の気温：平年との比較では全国的にかなり高かった

上旬：北日本では高かった。

中旬：全国的にかなり高かった。

下旬：東日本、西日本ではかなり高かった。

2025年7月との比較：上旬は全国的に前年に比べかなり低く、下旬は北日本と東日本日本海側で前年よりかなり低くなった

	平年との比較 (℃)						今年と前年との差 (℃)		
	2026年7月 (今年)			2025年7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	1.8	3.7	0.1	4.8	4.0	4.3	-3.0	-0.3	-4.2
太平洋側	1.1	3.6	0.1	5.4	3.2	5.0	-4.3	0.4	-4.9
東日本 日本海側	0.8	3.6	1.1	4.0	3.6	3.2	-3.2	0.0	-2.1
太平洋側	-0.5	2.7	2.4	3.9	1.1	2.4	-4.4	1.6	0.0
西日本 日本海側	0.7	3.1	2.3	3.9	1.6	2.2	-3.2	1.5	0.1
太平洋側	0.0	2.6	2.7	3.5	0.9	1.2	-3.5	1.7	1.5

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

7月の日照時間：西日本日本海側でかなり多かった

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

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

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

2025年7月との比較：東日本日本海側は月を通じて少なく、上旬は西日本、中旬から下旬は北日本で前年よりかなり少なくなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2026年7月 (今年)			2025年7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	152	58	85	137	137	145	15	-79	-60
太平洋側	123	77	71	149	123	171	-26	-46	-100
東日本 日本海側	141	130	100	174	189	198	-33	-59	-98
太平洋側	97	124	137	165	117	179	-68	7	-42
西日本 日本海側	114	152	151	247	120	178	-133	32	-27
太平洋側	89	154	146	200	106	141	-111	48	5

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%

7月の降水量：北日本で多かった一方、東・西日本で少なかった

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

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。東日本日本海側、西日本ではかなり少なかった。

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

2025年7月との比較：上旬は全国的に多く、中旬は北日本で多く、東日本太平洋側と西日本で少なく、下旬は北日本と東日本太平洋側で多くなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2026年7月 (今年)			2025年7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	81	250	131	22	98	38	59	152	93
太平洋側	40	170	151	43	61	21	-3	109	130
東日本 日本海側	59	14	174	6	14	0	53	0	174
太平洋側	96	41	65	43	151	16	53	-110	49
西日本 日本海側	114	1	16	3	78	1	111	-77	15
太平洋側	81	5	4	15	192	26	66	-187	-22

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7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 8 月調査結果（7 月実績）

（2026 年 8 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

8月調査（7月実績）結果概況

景況感は前月水準で小幅な動き

7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-0.3 の 42.9 となり、小幅に悪化した。見通し判断は前月から+0.3 の 42.1 となり、小幅に改善した。

経営動向調査では、売上高 DI は前月から+3.0 の -2.8 となり改善したものの、引き続きマイナス圏で推移した。収益 DI も前月から改善したが、マイナス圏が続いている。来客数 DI は前月からさらに低下し、マイナス幅が拡大した。客単価 DI は前月とほぼ同水準で推移、販売価格 DI、各仕入原価 DI はいずれも前月を上回った。

カテゴリー動向調査では、青果は前月から上昇し、プラス幅が拡大した。水産、畜産はプラス圏を維持したものの、前月から低下した。惣菜は前月とほぼ同水準でプラス圏を維持した。日配は前月から改善したものの、引き続きマイナス圏で推移した。一般食品は、前年の米特需の反動や、飲料・乾麺など夏物商品の伸び悩みもあり、マイナス幅がやや拡大した。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断は小幅に悪化した一方、見通し判断は小幅に改善した。ただし、消費者購買意欲 DI は現状判断、見通し判断ともに前月から低下しており、節約志向や生活防衛意識の強さを背景に、消費マインドには引き続き慎重さがみられる。（長期傾向は P11 参照）

客数や買上点数の伸び悩みが続いており、生活者の節約志向、生活防衛意識の強さが引き続きうかがえる。今後は、残暑による夏物需要やお盆商戦、新米の展開などが売上を下支えすることが期待される一方、飲食料品の消費税率を 1%に引き下げる方針が示されるなど、物価高対策をめぐる政策動向も販売価格や消費者心理に影響を与える可能性がある。仕入原価や包材費、人件費など各種コストの上昇も続いており、価格対応、需要喚起、利益確保をどう両立するかが、引き続き重要な課題となっている。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：42.9 (-0.3)
前月：43.2

消費者購買意欲DI
当月：41.2 (-0.7)
前月：41.9

周辺地域 競合状況DI
当月：43.5 (+1.2)
前月：42.3

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：45.9 (+1.7)
前月：44.2

見通し判断

景気判断DI
当月：42.1 (+0.3)
前月：41.8

消費者購買意欲DI
当月：40.8 (-0.9)
前月：41.7

周辺地域 競合状況DI
当月：41.7 (+0.3)
前月：41.4

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：45.1 (+1.2)
前月：43.9

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：-2.8 (+3.0)
前月：-5.8

客単価DI
当月：8.9 (-0.1)
前月：9.0

来客数DI
当月：-15.0 (-1.8)
前月：-13.2

収益DI
当月：-7.2 (+2.2)
前月：-9.4

販売価格DI
当月：17.3 (+0.7)
前月：16.6

生鮮品仕入原価DI
当月：19.1 (+3.5)
前月：15.6

食品仕入原価DI
当月：19.3 (+1.2)
前月：18.1

カテゴリー動向

青果DI
当月：7.0 (+3.1)
前月：3.9

水産DI
当月：3.8 (-5.3)
前月：9.1

畜産DI
当月：3.6 (-4.1)
前月：7.7

惣菜DI
当月：5.1 (+0.1)
前月：5.0

日配DI
当月：-5.1 (+1.8)
前月：-6.9

一般食品DI
当月：-17.4 (-0.8)
前月：-16.6

非食品DI
当月：-9.4 (+0.2)
前月：-9.6

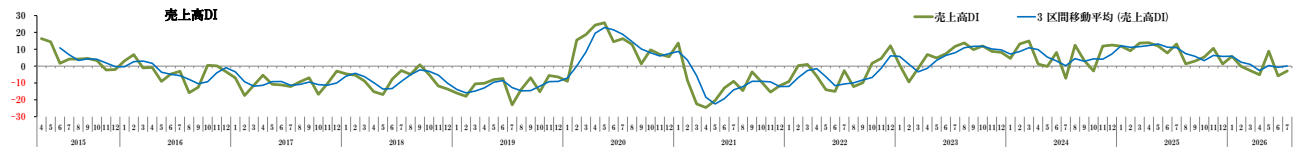
※DI 値は前年同月との比較／ () 内は前月 DI からの変化

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

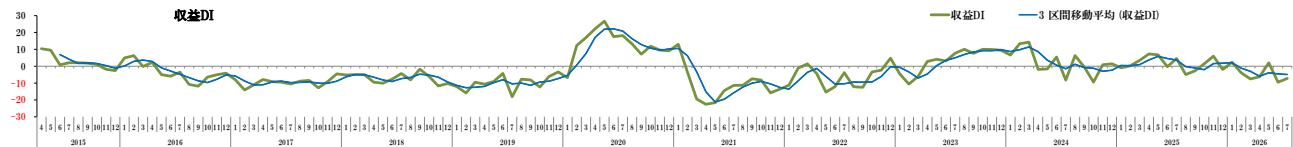
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	7.7	36.1	30.3	23.2	2.6	-5.8
売上高 (当月)	4.9	32.5	32.5	29.3	0.8	-2.8



2. 収益 DI

前月から小幅に上昇、マイナス幅を縮小

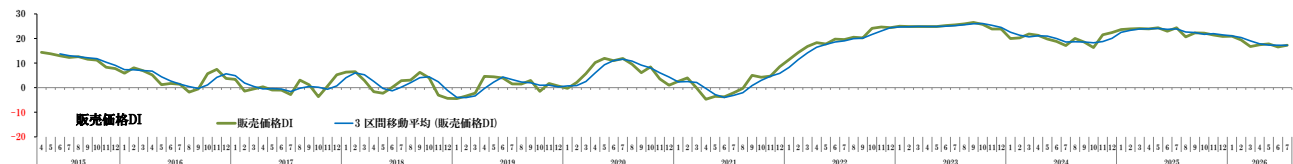
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	9.9	40.4	29.1	18.5	2.0	-9.4
収益 (当月)	5.0	40.5	34.7	18.2	1.7	-7.2



3. 販売価格 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス域を維持

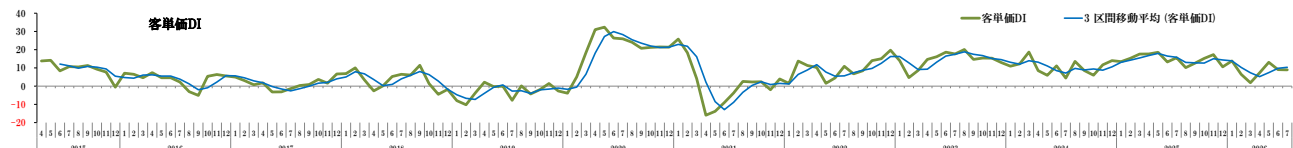
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	3.9	29.2	63.6	3.2	16.6
販売価格 (当月)	0.0	4.9	25.2	65.9	4.1	17.3



4. 客単価 DI

前月水準で推移、プラス圏を維持

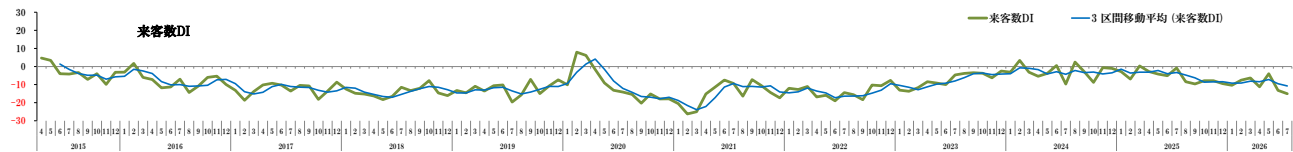
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	15.5	33.5	47.7	2.6	9.0
客単価 (当月)	0.0	12.2	39.8	48.0	0.0	8.9



5. 来客数 DI

前月から小幅に低下、マイナス幅を拡大

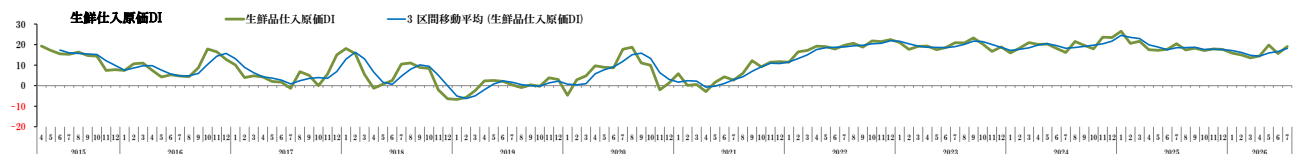
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	9.0	47.7	31.0	11.6	0.6	-13.2
来客数 (当月)	10.6	52.8	23.6	12.2	0.8	-15.0



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から上昇、二桁プラス域で推移

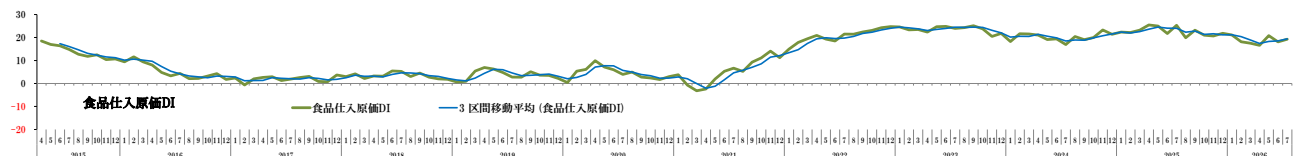
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	1.3	6.0	28.2	57.7	6.7	15.6
生鮮仕入原価 (当月)	1.7	6.8	16.1	64.4	11.0	19.1



7. 食品仕入原価 DI

前月から上昇、63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)	1.3	8.1	18.1	61.7	10.7	18.1
食品仕入原価 (当月)	2.5	5.9	13.6	67.8	10.2	19.3

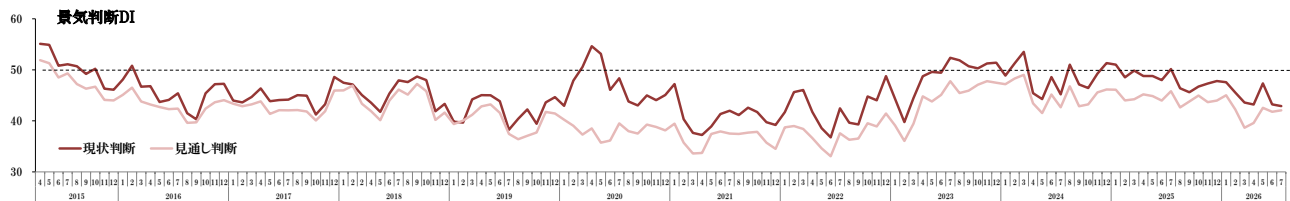


Ⅱ．景況感調査（2015年4月～）

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断、見通し判断共に前月から大きな変化なし

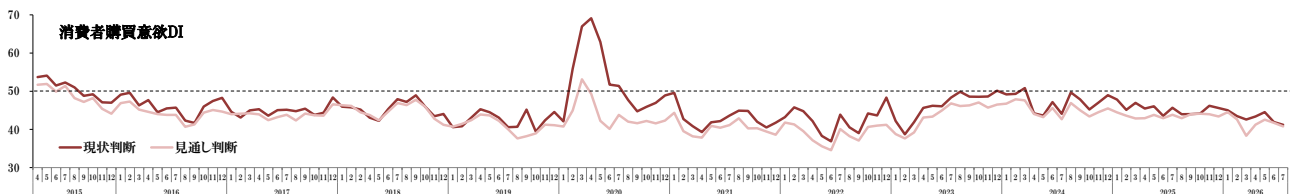
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	1.3	32.3	60.0	5.2	1.3	43.2
【現状】景気判断（当月）	0.8	34.1	57.7	7.3	0.0	42.9
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	1.9	35.5	56.1	6.5	0.0	41.8
【見通し】景気判断（当月）	4.1	30.9	57.7	7.3	0.0	42.1



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に前月から大きな変化なし

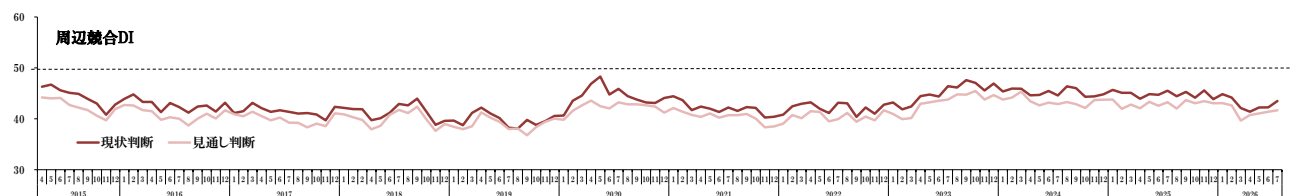
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	1.9	33.5	60.0	3.9	0.6	41.9
【現状】購買意欲（当月）	1.6	37.7	54.9	5.7	0.0	41.2
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	1.9	35.1	57.1	5.8	0.0	41.7
【見通し】購買意欲（当月）	4.9	32.8	56.6	5.7	0.0	40.8



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断共に前月水準で推移

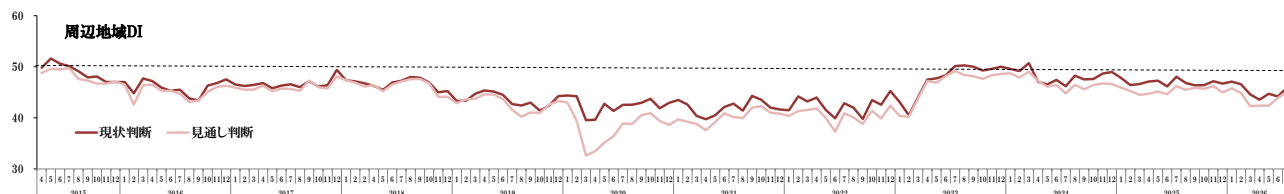
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	2.6	26.5	70.3	0.6	0.0	42.3
【現状】競合状況（当月）	3.3	23.6	69.1	4.1	0.0	43.5
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	3.9	27.9	66.9	1.3	0.0	41.4
【見通し】競合状況（当月）	4.9	27.6	63.4	4.1	0.0	41.7



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状判断、見通し判断は共に改善

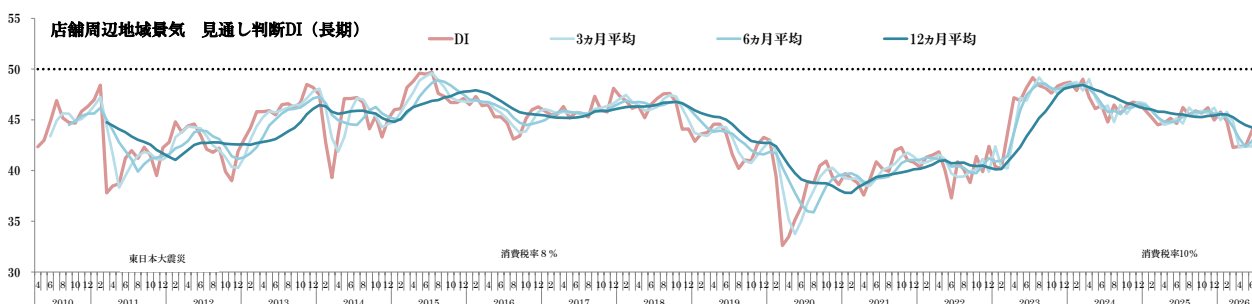
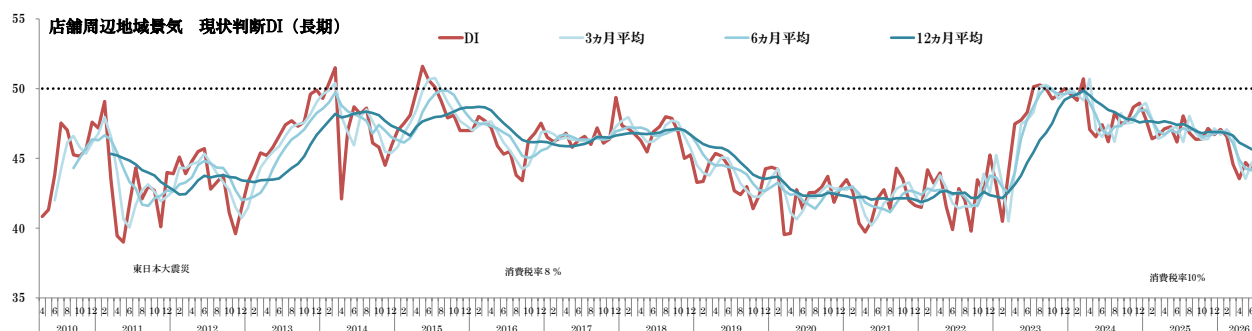
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	1.3	22.6	74.2	1.9	0.0	44.2
【現状】地域景気 (当月)	0.0	20.3	75.6	4.1	0.0	45.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	1.9	24.5	69.7	3.9	0.0	43.9
【見通し】地域景気 (当月)	0.0	24.4	70.7	4.9	0.0	45.1



・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。

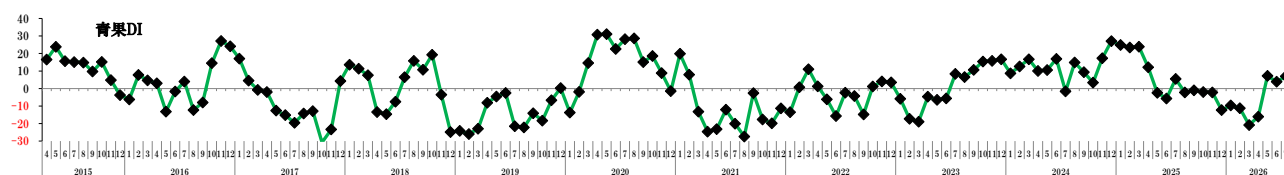
以後は方向感の乏しい推移が続いたが、18 年後半から悪化傾向が顕著となり、19 年 7 月には現状判断 DI が 42.3 まで低下した。21 年は感染状況により上下する動きとなった。22 年は、感染が再拡大した 7 月以降に大幅な改善をみせた。23 年も改善が続き、7 月には判断の分かれ目である 50 を突破し、その後も高水準を維持した。24 年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25 年に入ると現状判断 DI、見通し判断 DI とともに低下基調へ転じ、23～24 年にみられた 50 近辺の水準から徐々に乖離した。26 年に入っても改善局面への回帰は確認されず、足元では現状判断 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：7.0（やや好調）

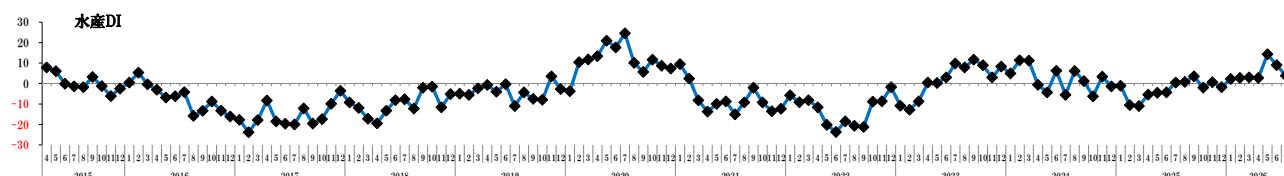
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	2.7	24.5	29.9	40.1	2.7	3.9
青果（当月）	6.8	16.1	26.3	44.1	6.8	7.0



野菜では、相場高が売上を下支えしたほか、サラダ野菜、果菜類、洋菜類、土物類、カット野菜などに堅調な動きがみられた。一方で、天候不順や入荷不安定の影響から、一部の夏野菜や果菜類では伸び悩みもみられた。果物では、桃が好調に推移し、ぶどう、キウイフルーツ、バナナなども売上を下支えした。一方で、すいか、メロン、カットフルーツなどは、前年との気温差や天候の影響を受け、好不調が分かれた。

2. 水産 DI：3.8（やや好調）

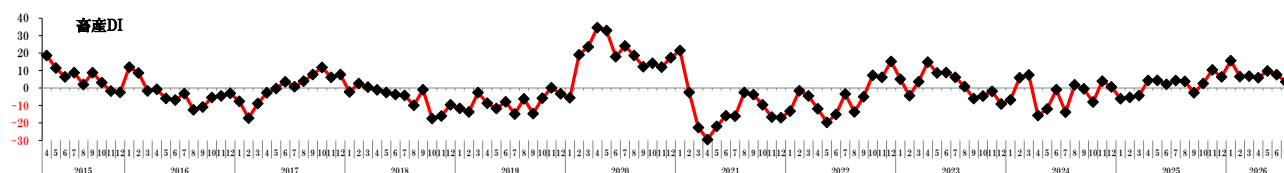
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	4.0	15.4	28.2	45.0	7.4	9.1
水産（当月）	5.1	22.9	30.5	34.7	6.8	3.8



水産は、土用丑関連や生食・寿司類が売上を下支えした一方、相場高や水揚げ不足、原料不足の影響により魚種により差がみられた。うなぎは、値頃感のある商品や販促・事前展開を中心に堅調に推移したが、生食では、刺身用の柵、盛合せ、寿司類に堅調な動きがみられ、かつおは水揚げ状況や販促効果もあり好調との声が多かった。切身や焼魚・煮魚、魚惣菜にも動きがみられた。一方で、まぐろ、たこ、いかなどは高値や水揚げ不足、原料不足の影響から苦戦する店舗がみられた。養殖魚や輸入魚の高値、包装資材を含むコスト上昇も続いており、利益確保に苦慮する声もみられた。

3. 畜産 DI：3.6（やや好調）

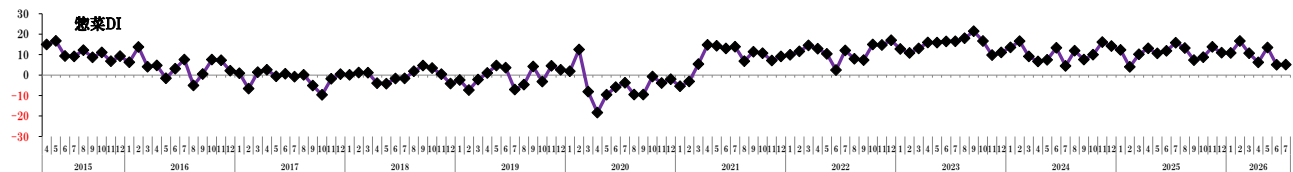
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	4.1	17.1	28.1	45.2	5.5	7.7
畜産（当月）	5.9	21.2	29.7	39.0	4.2	3.6



畜産は、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頃感のある商品に堅調な動きがみられた。豚肉では、切落とし、薄切り、冷しゃぶ用など価格訴求しやすい商品に動きがみられ、鶏肉や挽肉も売上を下支えした。牛肉は、焼肉用や切落としなどが好調な店舗もあった一方、和牛やステーキ用など高単価商品を中心に伸び悩みもみられ、店舗により好不調が分かれた。加工肉はハム、ベーコン、ソーセージ類を中心に伸び悩んだ。味付け肉、肉惣菜、半調理品には堅調な動きもみられた。単価上昇が売上を支えたものの、仕入原価や資材費の上昇により、利益確保に苦慮する声もみられた。

4. 惣菜DI：5.1（やや好調）

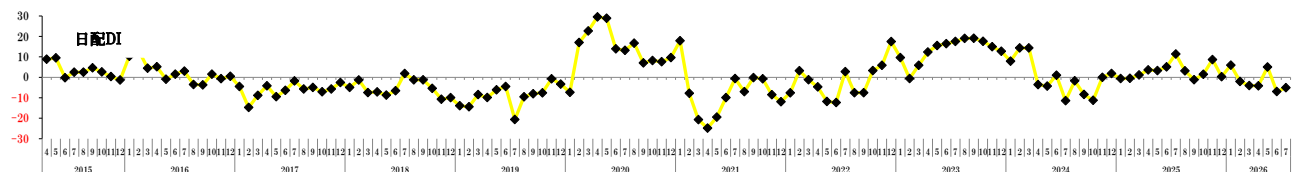
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.0	20.8	37.6	34.2	5.4	5.0
惣菜（当月）	1.7	21.2	36.4	36.4	4.2	5.1



惣菜は、家庭内調理を避ける需要や夏休み需要、新商品・販促効果もあり、弁当、丼物などの米飯類、唐揚げ、天ぷらなどの揚げ物、焼物に堅調な動きがみられた。土用丑関連では、うなぎ米飯や寿司類などに動きがみられ、事前展開や値頃感のある商品が売上を下支えした。一方で、寿司、揚げ物、冷惣菜、麺類などは、天候や気温、店舗の販促状況により好不調が分かれた。ベーカリーや惣菜パン、新商品を強化した店舗では好調との声もみられた。原材料や包材価格の上昇、値上げの影響により、利益確保には課題が残った。

5. 日配DI：-5.1（やや不調）

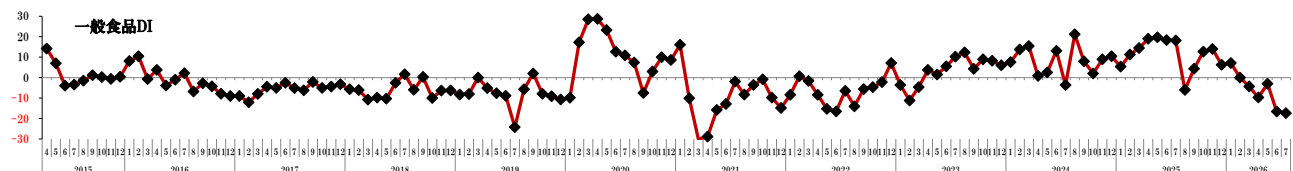
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	7.4	39.2	29.1	22.3	2.0	-6.9
日配（当月）	5.9	34.7	34.7	22.9	1.7	-5.1



日配は、前年の高温からの反動や天候の影響もあり、アイス、冷やし麺、チルド飲料など夏物・涼味関連商品を中心に伸び悩みがみられた。洋日配では、ヨーグルトやデザート類が健康需要や販促効果もあり堅調に推移した。一方牛乳、チルド飲料、アイスなどは店舗により苦戦がみられた。和日配では、納豆、豆腐、水物などに動きがみられた一方、冷やし麺や漬物などは天候や価格改定の影響もあり伸び悩んだ。パン類は、価格改定後も単価上昇や販促効果により堅調な店舗がみられた。

6. 一般食品：-17.4（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
一般食品（前月）	18.1	46.3	22.1	10.7	2.7	-16.6
一般食品（当月）	16.9	46.6	25.4	11.0	0.0	-17.4



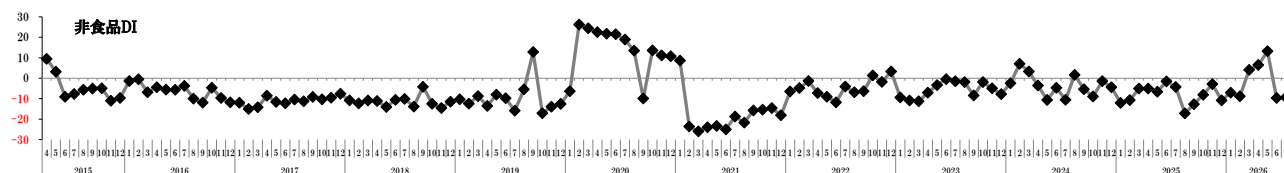
前年より気温が上がり降雨日も多かった影響から、飲料、乾麺、つゆなど夏物・涼味関連商品を中心に伸び悩みがみられた。嗜好品では、コーヒーや茶類などが堅調に推移し、カレー・シチュー、スープ、調味料の一部にも動きがみられた。菓子類は、チョコレート、ビスケット、和菓子などを中心に比較的堅調であった。酒類ではビール類など気温の影響を受けやすい商品に伸び悩みがみられた。価格上昇や節約志向を背景に、買上点数や数量の減少を指摘する声もみられた。

・米の動向

前年の備蓄米・随意契約米販売による高い実績の反動が大きく、売上は苦戦した。相場下落に合わせて定番売価やチラシ売価を見直し、単一銘柄米、ブレンド米、価格訴求商品の販売強化やクーポン販促を進める店舗がみられた。競合各社の値下げも進むなか、価格を引き下げても販売点数の回復には店舗差がみられた。販売単価の低下が売上を押し下げる一方、一昨年比では価格がなお高い水準にあるとの声もあり、販売点数の回復と単価・利益維持の両立が課題となっている。

7. 非食品 DI：-9.4（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）	17.6	31.1	31.1	12.8	7.4	-9.6
非食品（当月）	13.7	31.6	38.5	11.1	5.1	-9.4



非食品は、中東情勢やナフサ関連報道を背景とした家庭用消耗品の買い置き需要が落ち着き、ラップ、ポリ袋、指定ごみ袋などで反動がみられた。紙製品や洗剤、ヘアケア用品などは、値上げや販促減少、競合との価格差の影響もあり伸び悩みがみられた。季節商品では、天候や気温の影響から、行楽用品、花火、防虫・殺虫剤、冷却関連などに苦戦する声が多かった。一方で、熱中症対策商品、オーラルケア、ベビー・介護用品、台所用用品などには堅調な動きもみられた。

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 8 月調査（7 月実績）キーワード TOP3

1. 前年高温の反動と天候不順
2. 米の前年特需反動と単価下落
3. 値頃品シフトと買上点数減

（参考）2025 年 8 月調査（7 月実績）キーワード TOP3

1. 猛暑の影響
2. 米の品薄解消
3. 食品価格上昇

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

7 月実績速報版 122 社
 6 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