スーパーマーケット販売統計調査

2026 年 8 月実績 速報版
7 月実績 確報版

（2026 年 9 月 24 日公表）

調査資料概要

【パネル 270 社集計】

食品を中心に取り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、インストアベーカリー、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、瓶缶詰、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9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8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	123,628,516	100.0%	102.6%	101.4%
食品合計	114,378,617	92.5%	102.8%	101.6%
生鮮３部門合計	42,123,009	34.1%	105.1%	103.7%
青果	17,913,178	14.5%	104.9%	103.8%
水産	10,341,023	8.4%	105.6%	104.0%
畜産	13,868,809	11.2%	104.8%	103.2%
惣菜	14,684,845	11.9%	104.3%	102.9%
日配	25,353,934	20.5%	102.6%	101.3%
一般食品	32,216,828	26.1%	99.5%	98.6%
非食品	6,377,477	5.2%	99.6%	98.8%
その他	2,872,463	2.3%	100.4%	99.7%

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	16,518,693	43	100.9%	100.3%
関東地方	44,578,274	73	103.8%	101.6%
中部地方	15,126,010	53	102.8%	102.0%
近畿地方	28,742,517	44	101.6%	100.8%
中国・四国地方	12,586,168	34	102.9%	101.7%
九州・沖縄地方	6,076,854	23	104.8%	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	587,120	46	100.6%	100.6%
4～10店舗	5,073,161	84	102.5%	101.8%
11～25店舗	9,574,914	48	102.2%	101.7%
26～50店舗	21,266,331	46	101.8%	101.2%
51店舗以上	87,126,992	46	102.9%	101.4%

集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	121,997,688
総店舗数（店舗）	8,612	店舗平均月商（万円）	14,355
総売場面積（㎡）	14,426,724	売場１㎡あたり売上高（万円）	8.6

※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

2026年9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7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	114,277,459	100.0%	101.1%	100.0%
食品合計	105,172,379	92.0%	101.3%	100.1%
生鮮３部門合計	38,049,548	33.3%	104.0%	102.6%
青果	15,537,715	13.6%	104.0%	102.7%
水産	9,783,998	8.6%	103.9%	102.5%
畜産	12,727,835	11.1%	104.0%	102.5%
惣菜	13,488,070	11.8%	103.1%	101.8%
日配	24,035,457	21.0%	101.1%	99.8%
一般食品	29,599,305	25.9%	97.5%	96.5%
非食品	6,529,959	5.7%	99.7%	98.6%
その他	2,575,159	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	14,761,158	43	99.2%	98.6%
関東地方	42,139,171	73	102.3%	100.6%
中部地方	13,546,452	53	100.5%	99.4%
近畿地方	26,725,627	44	100.2%	99.4%
中国・四国地方	11,527,334	34	102.3%	101.2%
九州・沖縄地方	5,577,717	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	539,618	46	97.2%	97.2%
4～10店舗	4,634,197	84	100.4%	99.4%
11～25店舗	8,757,102	48	100.8%	100.3%
26～50店舗	19,809,587	46	101.0%	99.7%
51店舗以上	80,536,955	46	101.3%	100.1%

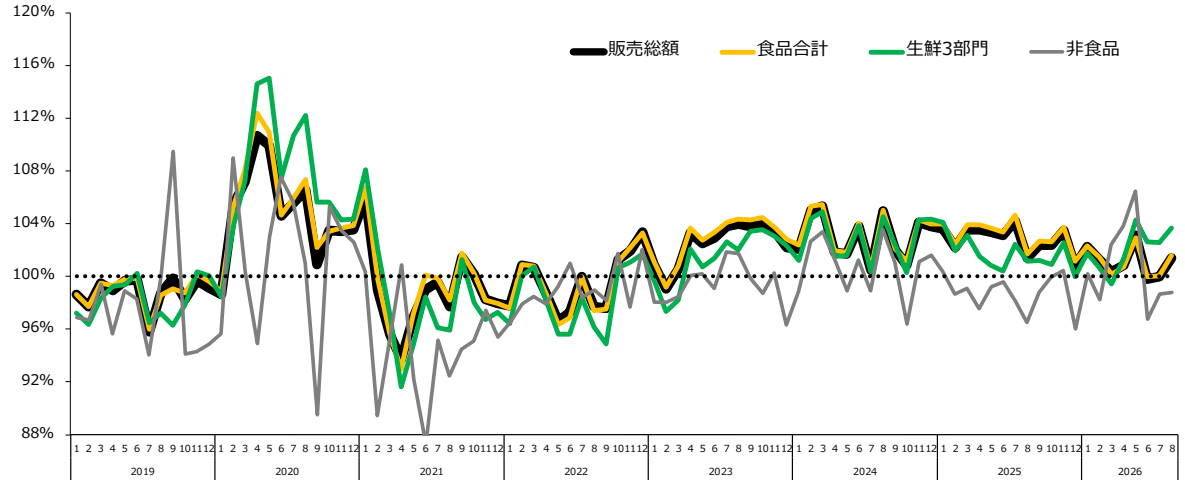
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	112,433,771
総店舗数（店舗）	8,614	店舗平均月商（万円）	13,266
総売場面積（㎡）	14,416,873	売場１㎡あたり売上高（万円）	7.9

※売上高は税抜金額

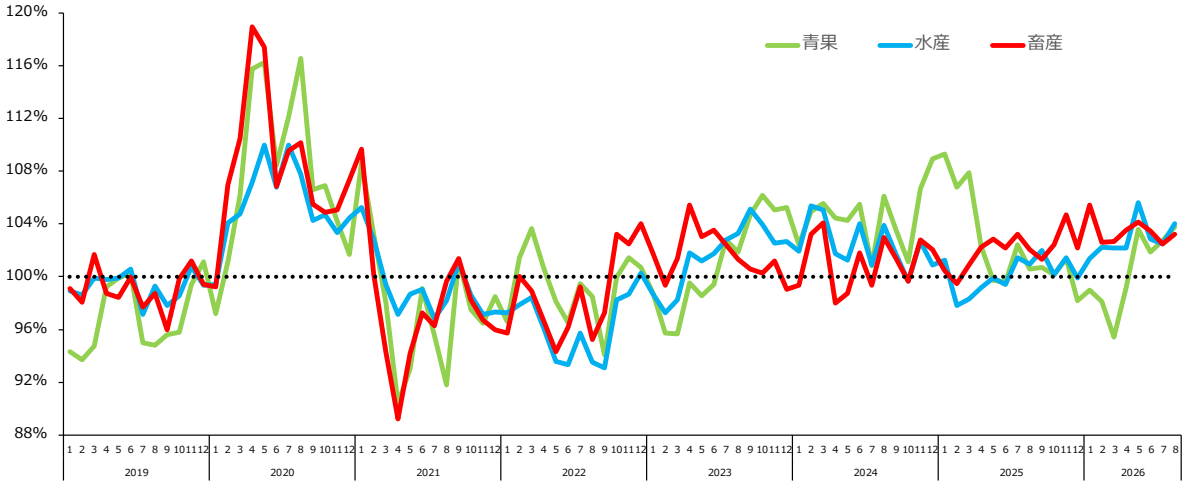
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第２位以下四捨五入

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～

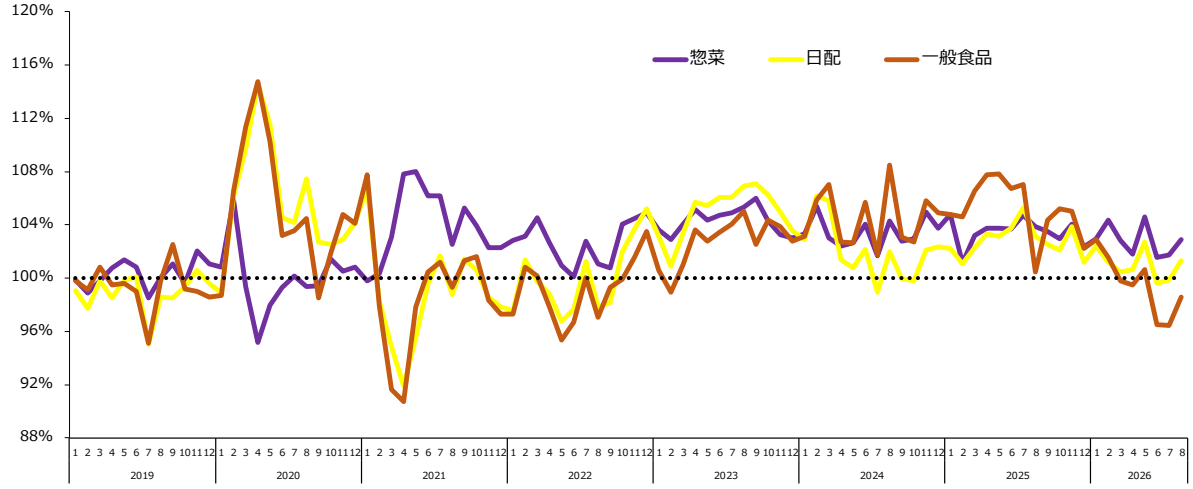
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2026年8月実績は速報版

2026年8月　エリア別気候状況

8月の気温：平年との比較では、西日本でかなり高く、北日本で高かった。

上旬：西日本ではかなり高かった。東日本では高かった。

中旬：北日本ではかなり高かった。

下旬：西日本ではかなり高かった。北日本、東日本では高かった。

2025年8月との比較：上旬は北日本で前年に比べかなり低く、下旬は北日本と東日本で前年より低くなった。

	平年との比較（℃）						今年と前年との差（℃）		
	2026年8月 (今年)			2025年8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	0.2	2.5	0.5	2.2	2.2	2.3	-2.0	0.3	-1.8
太平洋側	-0.1	2.1	0.8	2.9	3.1	2.8	-3.0	-1.0	-2.0
東日本 日本海側	0.9	1.1	1.3	0.7	0.8	3.0	0.2	0.3	-1.7
太平洋側	0.7	-0.7	1.0	1.8	1.3	3.1	-1.1	-2.0	-2.1
西日本 日本海側	2.1	0.5	3.0	0.5	1.0	2.4	1.6	-0.5	0.6
太平洋側	1.6	-0.3	2.1	1.0	0.8	1.8	0.6	-1.1	0.3

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

8月の日照時間：北日本日本海側でかなり多かった。北日本太平洋側、西日本では多かった。

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、西日本日本海側では多かった。

中旬：北日本、西日本では多かった。

下旬：西日本では多かった。

2025年8月との比較：上旬は全国的に前年より多く、中旬は北日本太平洋側で少なく、下旬は東日本で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8月 (今年)			2025年8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	164	139	111	101	135	101	63	4	10
太平洋側	145	118	104	102	157	120	43	-39	-16
東日本 日本海側	110	109	96	90	118	159	20	-9	-63
太平洋側	112	93	93	106	112	162	6	-19	-69
西日本 日本海側	117	112	142	79	129	143	38	-17	-1
太平洋側	106	110	128	94	117	128	12	-7	0

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%

8月の降水量：北日本海側、西日本でかなり少なかった。北日本太平洋側では少なかった。

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

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

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

2025年8月との比較：上旬は全国的に少なく、中旬は東日本太平洋側で多い一方、北・西日本と東日本日本海側で少なく、下旬は東日本で多くなった。

	降水量　平年比（%）						今年と前年との差		
	2026年8月 (今年)			2025年8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	35	27	116	166	133	129	-131	-106	-13
太平洋側	68	60	92	124	89	64	-56	-29	28
東日本 日本海側	43	26	213	560	155	41	-517	-129	172
太平洋側	50	207	88	120	47	11	-70	160	77
西日本 日本海側	6	28	78	414	156	40	-408	-128	38
太平洋側	59	41	26	141	71	75	-82	-30	-49

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8月の天候」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 9 月調査結果（8 月実績）
(2026 年 9 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

9 月調査（8 月実績）結果概況

景況感は前月から小幅な改善

8 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＋1.5 の 45.5 となり、小幅に改善した。見通し判断は前月から－0.2 の 42.3 で、ほぼ前月水準となった。

経営動向調査では、売上高 DI は前月から＋4.7 の 1.6 となり、プラス圏に転じた。収益 DI も前月から改善したが、引き続きマイナス圏で推移した。来客数 DI は前月から＋6.6 と大幅に改善したものの、マイナス圏が続いている。客単価 DI は前月から上昇し、販売価格 DI、食品仕入原価 DI も前月を上回った。生鮮品仕入原価 DI は前月と同水準で推移した。

カテゴリー動向調査では、すべてのカテゴリーで前月から改善した。青果、水産、畜産、惣菜はいずれもプラス幅が拡大した。日配は前月から大幅に改善し、プラス圏に転じた。一般食品、非食品もマイナス幅が縮小したものの、引き続きマイナス圏で推移した。一般食品では、北・東日本で前年ほど気温が上がらなかった影響から飲料、乾麺など夏物商品の伸び悩みがみられた。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査では、現状判断は改善した一方、見通し判断は今月も低位で推移した。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改善したものの、いずれも 50 を下回っており、物価上昇や節約・生活防衛志向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）

物価上昇が続くなか、値上げによる一品単価の上昇が売上を支える一方、買上点数の減少や買い控えもみられる。飲食料品の消費税率について2年間引下げが閣議決定され、法案の成立と施行はこれからとなるが、表示切り替えの特例などがすでに示された。スーパーマーケットで食材や惣菜を購入し、家庭で食べる機会を増やし、それを生活習慣として定着させる契機とすべく、先々を見据えて動く、引下げ期間としたい。

景況感調査

現状判断

景気判断DI	消費者購買意欲DI	周辺地域　競合状況DI	店舗周辺地域　景気判断DI
当月：４５．５（＋１．５）	当月：４４．７（＋２．６）	当月：４４．１（＋０．８）	当月：４６．３（＋０．４）
前月：４４．０	前月：４２．１	前月：４３．３	前月：４５．９

見通し判断

景気判断DI	消費者購買意欲DI	周辺地域　競合状況DI	店舗周辺地域　景気判断DI
当月：４２．３（－０．２）	当月：４３．１（＋１．７）	当月：４２．３（＋０．６）	当月：４５．１（０．０）
前月：４２．５	前月：４１．４	前月：４１．７	前月：４５．１

経営動向調査　**経営状況**

売上高DI	客単価DI	来客数DI	
当月：１．６（＋４．７）	当月：１１．４（＋２．６）	当月：－８．３（＋６．６）	
前月：－３．１	前月：８．８	前月：－１４．９	

収益DI	販売価格DI	生鮮品仕入原価DI	食品仕入原価DI
当月：－４．９（＋１．９）	当月：２０．５（＋２．４）	当月：１８．４（０．０）	当月：１９．３（＋１．１）
前月：－６．８	前月：１８．１	前月：１８．４	前月：１８．２

カテゴリー動向

青果DI	水産DI	畜産DI	
当月：９．２（＋２．０）	当月：９．１（＋４．１）	当月：６．５（＋２．２）	
前月：７．２	前月：５．０	前月：４．３	

惣菜DI	日配DI	一般食品DI	非食品DI
当月：１０．３（＋４．１）	当月：３．６（＋８．１）	当月：－１０．９（＋７．６）	当月：－４．４（＋５．３）
前月：６．２	前月：－４．５	前月：－１８．５	前月：－９．７

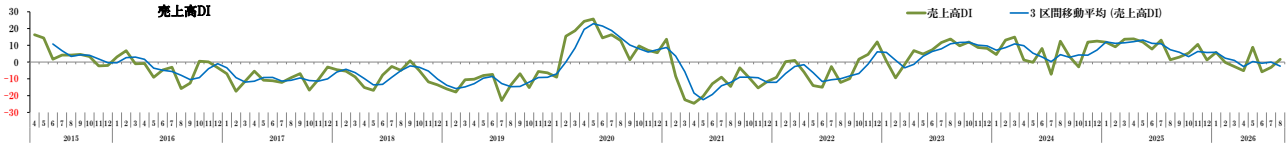
※DI 値は前年同月との比較／（）内は前月 DI からの変化

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、プラス圏を回復

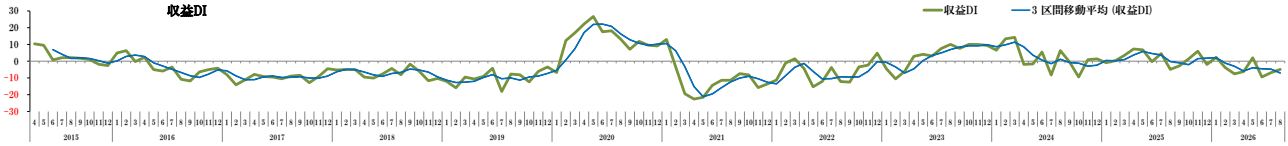
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（前月）	4.6	32.7	34.6	26.8	1.3	-3.1
売上高（当月）	**2.5**	**23.0**	**41.0**	**32.8**	**0.8**	**1.6**



2.　収益 DI

前月から小幅に上昇、マイナス幅を縮小

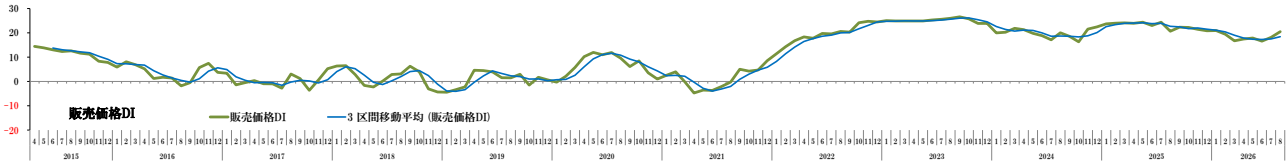
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（前月）	6.0	38.4	35.8	16.6	3.3	-6.8
収益（当月）	**5.1**	**33.1**	**41.5**	**16.9**	**3.4**	**-4.9**



3.　販売価格 DI

前月から小幅に上昇、プラス 20 台に

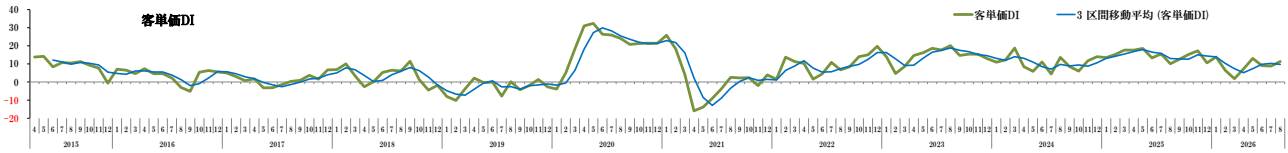
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格（前月）	0.0	3.9	24.8	66.0	5.2	18.1
販売価格（当月）	**0.0**	**0.8**	**21.5**	**72.7**	**5.0**	**20.5**



4.　客単価 DI

前月から小幅に上昇、プラス圏を維持

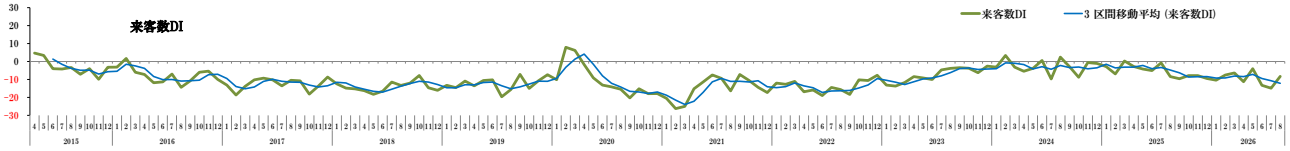
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価（前月）	0.0	11.8	41.8	45.8	0.7	8.8
客単価（当月）	**0.0**	**9.1**	**36.4**	**54.5**	**0.0**	**11.4**



5.　来客数 DI

前月から小幅に上昇、マイナス幅を縮小

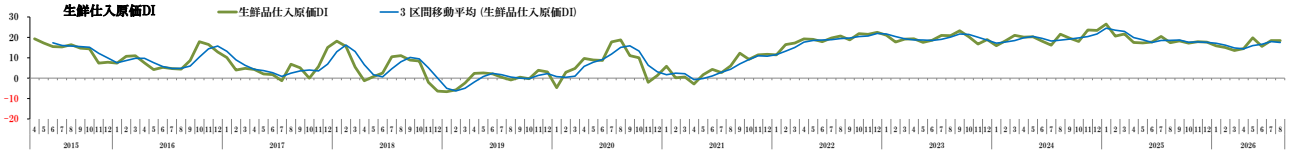
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数（前月）	10.5	51.6	25.5	11.8	0.7	-14.9
来客数（当月）	**3.3**	**43.8**	**36.4**	**15.7**	**0.8**	**-8.3**



6.　生鮮仕入原価 DI

前月水準、二桁プラス域で推移

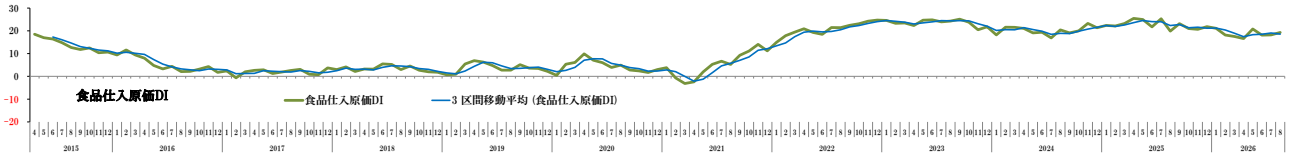
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価（前月）	1.4	7.4	17.6	63.5	10.1	18.4
生鮮仕入原価（当月）	**0.0**	**6.8**	**21.2**	**63.6**	**8.5**	**18.4**



7.　食品仕入原価 DI

前月から小幅に上昇、64 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）	2.0	8.1	14.9	64.9	10.1	18.2
食品仕入原価（当月）	**0.8**	**7.6**	**18.6**	**59.3**	**13.6**	**19.3**



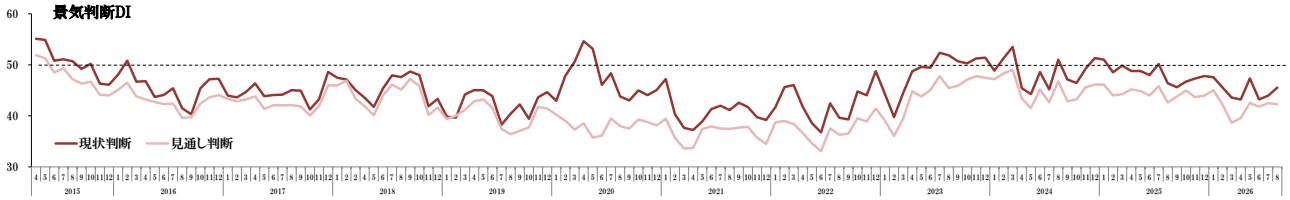
Ⅱ．景況感調査（2015 年 4 月～）

1.　中核店舗景気判断 DI

現状判断は小幅に改善、見通し判断は前月水準

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	30.7	60.8	7.8	0.0	44.0
【現状】景気判断（当月）	**0.8**	**28.5**	**58.5**	**12.2**	**0.0**	**45.5**

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】景気判断（前月）	3.3	30.1	60.1	6.5	0.0	42.5
【見通し】景気判断（当月）	**2.4**	**33.3**	**56.9**	**7.3**	**0.0**	**42.3**

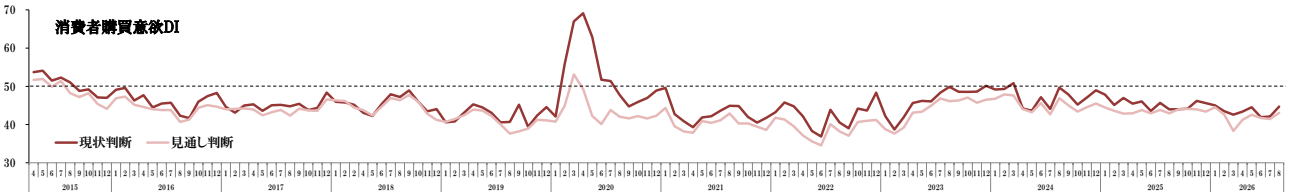


2.　消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に前月から小幅に改善

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】購買意欲（前月）	1.3	34.9	57.9	5.9	0.0	42.1
【現状】購買意欲（当月）	**0.0**	**27.6**	**65.9**	**6.5**	**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】購買意欲（前月）	3.9	31.6	59.2	5.3	0.0	41.4
【見通し】購買意欲（当月）	**1.6**	**28.5**	**65.9**	**4.1**	**0.0**	**43.1**

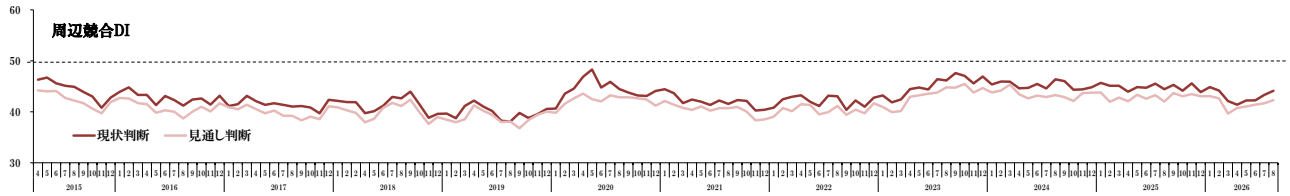


3.　中核店舗周辺競合状況 DI

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）	3.3	23.5	69.9	3.3	0.0	43.3
【現状】競合状況（当月）	**2.4**	**21.1**	**74.0**	**2.4**	**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】競合状況（前月）	4.6	27.5	64.7	3.3	0.0	41.7
【見通し】競合状況（当月）	**4.1**	**25.2**	**68.3**	**2.4**	**0.0**	**42.3**

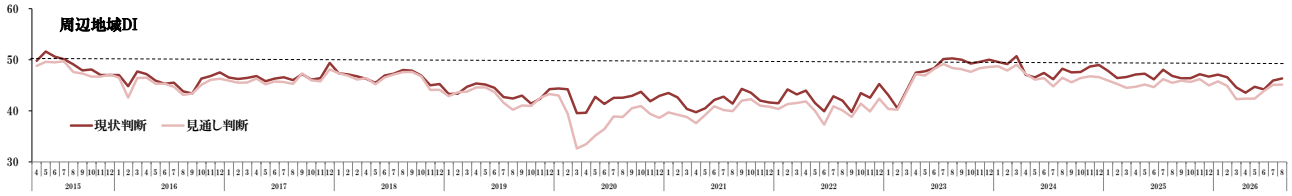


4.　中核店舗周辺地域景気判断 DI

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】地域景気（前月）	0.0	19.6	77.1	3.3	0.0	45.9
【現状】地域景気（当月）	**0.0**	**18.7**	**77.2**	**4.1**	**0.0**	**46.3**

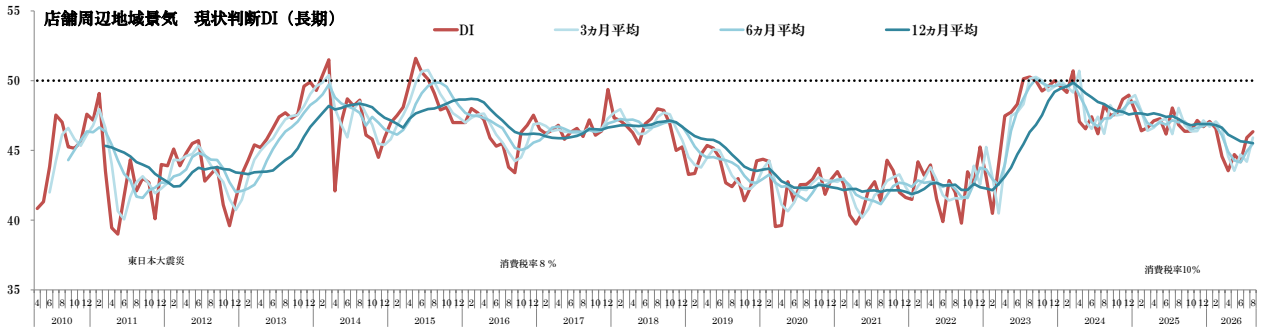
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気（前月）	0.0	23.5	72.5	3.9	0.0	45.1
【見通し】地域景気（当月）	**0.0**	**22.8**	**74.0**	**3.3**	**0.0**	**45.1**

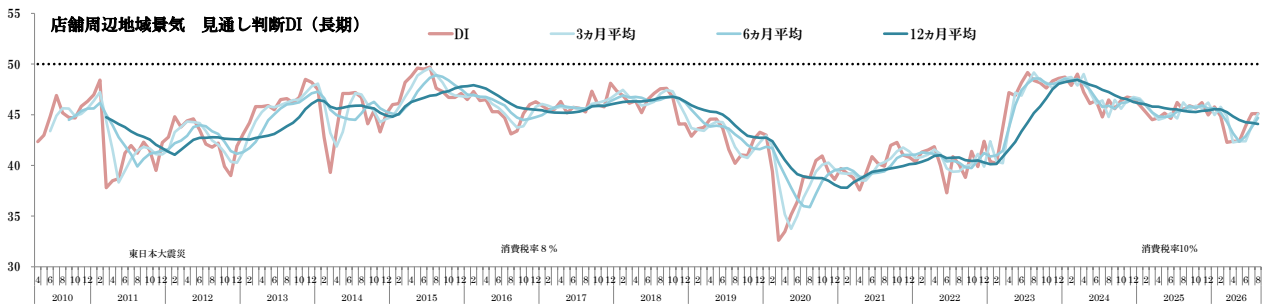


・中核店舗周辺地域景気判断 DI　長期傾向（2010 年 4 月～）

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。

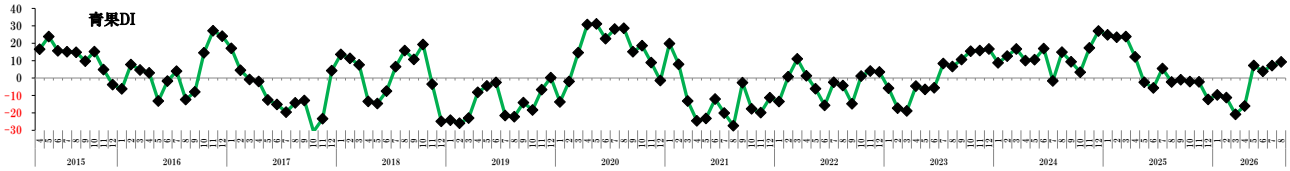




Ⅲ.カテゴリー別動向

1.　青果 DI：9.2（やや好調）

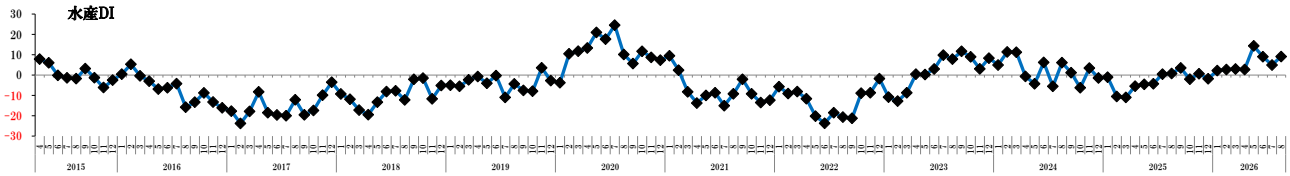
回答構成比（%）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	6.8	14.4	28.8	43.2	6.8	7.2
青果（当月）	**2.5**	**16.8**	**29.4**	**43.7**	**7.6**	**9.2**



相場や天候の影響を受けながらも、野菜、果物ともに堅調な動きがみられた。野菜では、枝豆、とうもろこし、なす、かぼちゃなどの季節野菜や、玉ねぎ、じゃがいもなどの主要野菜が好調に推移し、売上を押し上げた。トマト、きゅうり、レタスなどは、天候不順による生育状況や相場の影響から、地域や店舗ごとに差がみられた。果物では、梨が出荷時期の前倒しにより好調に推移し、ぶどうも堅調な動きがみられた。桃、すいか、メロンなどは、前年に比べ気温が低めな地域が多かったことや天候の影響を受け、好不調が分かれた。

2.　水産 DI：9.1（やや好調）

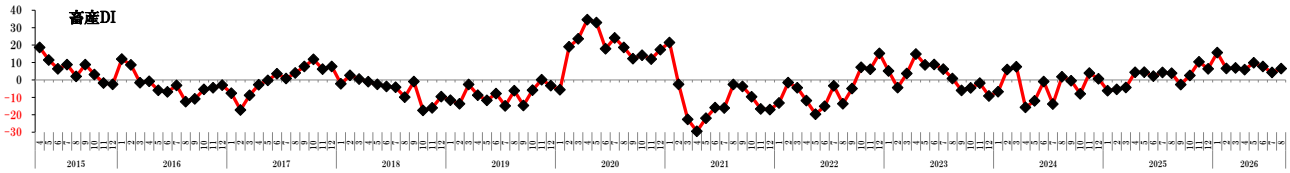
回答構成比（%）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	4.8	21.9	30.1	34.9	8.2	5.0
水産（当月）	**4.2**	**12.7**	**33.9**	**40.7**	**8.5**	**9.1**



魚種により水揚げや相場の差が大きいなか、刺身、寿司などの生食や、うなぎ、かつお、鮭・塩鮭などに堅調な動きがみられた。お盆商戦では、刺身盛合せや寿司などのごちそう需要が高まり、特選商品や大型パックが好調に推移した店舗もみられた。うなぎは値頃感のある商品や販促強化により売上を伸ばし、かつお、切身、塩干品、魚惣菜なども売上を下支えした。さんまは水揚げ不足や漁期の遅れに加え、前年好調の反動もあり苦戦が目立った。まぐろや一部の近海魚も、水揚げ不足や相場高の影響から伸び悩みがみられた。養殖魚や輸入魚を含め、仕入価格の高止まりが続き、利益確保に苦慮する声もみられた。

3.　畜産 DI：6.5（やや好調）

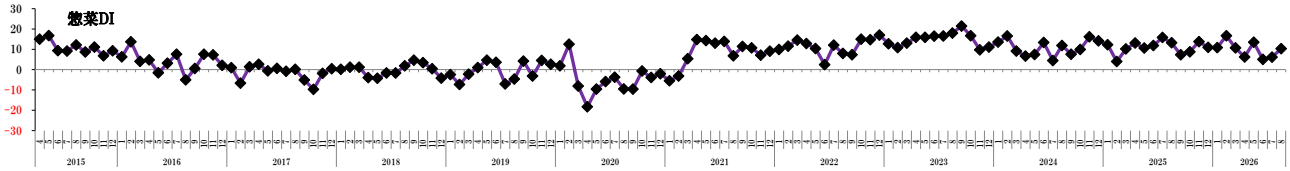
回答構成比（%）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	5.6	20.8	28.5	41.0	4.2	4.3
畜産（当月）	**2.5**	**18.5**	**36.1**	**36.1**	**6.7**	**6.5**



相場高が続くなか、豚肉、鶏肉、挽肉など比較的値頃感のある商品を中心に堅調な動きがみられた。豚肉では、切落し、薄切り、しゃぶしゃぶ用などが好調に推移し、鶏肉や挽肉も売上を下支えした。お盆商戦では、牛肉の焼肉用やステーキなどに需要がみられた店舗がある一方、高値や節約志向の影響から前年を下回った店舗もあり、好不調が分かれた。加工肉はハム、ソーセージ類などに伸び悩みがみられた一方、味付け肉や肉惣菜、半調理品など簡便商品に堅調な動きがみられた。仕入価格の高止まりが続くなか、価格訴求と利益確保に苦慮する声もみられた。

4.　惣菜 DI：10.3（好調）

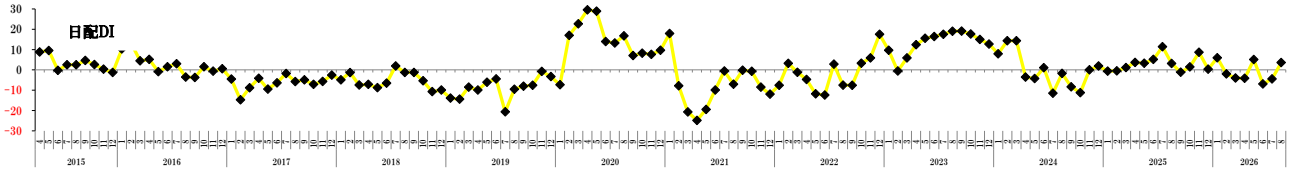
回答構成比（%）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	2.1	19.2	34.9	39.7	4.1	6.2
惣菜（当月）	**1.7**	**16.8**	**29.4**	**42.9**	**9.2**	**10.3**



お盆や夏休み需要を背景に、弁当、丼物などの米飯類、揚物、焼物、和惣菜などに堅調な動きがみられた。お盆商戦では、寿司、オードブル、赤飯、焼鳥などのごちそう商材が好調に推移した店舗が多かったが、商品規格や価格帯、地域により好不調が分かれた。寿司は、握りや巻き寿司などが伸長したという声、また大容量商品では伸び悩んだという声も。価格改定による一品単価の上昇が売上を支えた一方、販売点数の減少を指摘する声もみられた。

5.　日配 DI：3.6（やや好調）

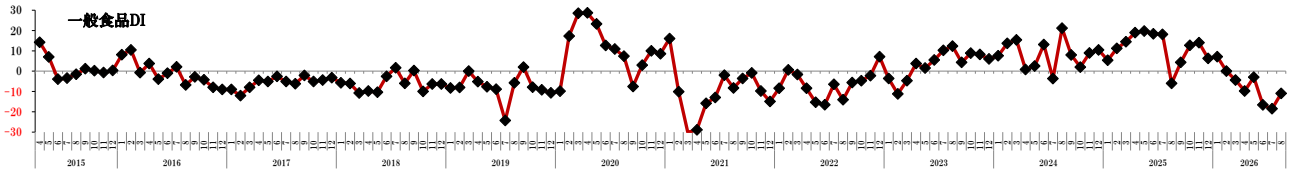
回答構成比（%）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	6.8	32.2	34.9	24.0	2.1	-4.5
日配（当月）	**0.8**	**23.5**	**37.8**	**36.1**	**1.7**	**3.6**



前年ほど気温が上がらなかった地域も多く、アイス、冷やし麺、チルド飲料など夏物・涼味関連商品に伸び悩みがみられた。和日配では、納豆、豆腐、こんにゃくなどが堅調に推移し、お盆期間には和菓子や水物、練製品などにも動きがみられた。洋日配では、ヨーグルトが好調との声が多く、パン類や冷凍食品も売上を下支えした。牛乳や乳飲料などは店舗により苦戦がみられた。価格改定による一品単価の上昇が売上を支える一方、買上点数の減少を指摘する声もみられた。

6.　一般食品：-10.9（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）	19.9	45.2	24.0	11.0	0.0	-18.5
一般食品（当月）	**11.8**	**40.3**	**29.4**	**16.8**	**1.7**	**-10.9**



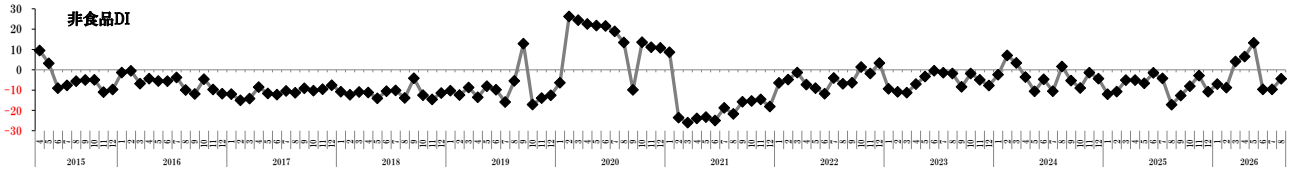
前年ほど気温が上がらなかった地域が多く、飲料、乾麺、つゆなど夏物・涼味関連商品に、酒類ではビール類や缶チューハイなどに伸び悩みがみられた。嗜好品では、コーヒーや茶類が価格改定後も比較的堅調に推移し、調味料、カップ麺・袋麺、カレーなどにも好調な動きがみられた。菓子類は、米菓、ビスケット、チョコレートなどを中心に堅調に推移した。値上げによる一品単価の上昇が売上を下支えした一方、節約・生活防衛指向の高まりによる買上点数の減少や買い控えを指摘する声もみられた。

・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続き、また新米の販売開始に伴い相場が下落、競合状況を踏まえた定番売価の見直しや古米の売り切り、価格訴求を強化する店舗がみられ、売上は苦戦した。単価の下落が売上金額を押し下げる一方、販売点数は店舗により好不調が分かれた。新米への切替えが進むなか、７年産の売り切り、販売数量の確保と利益確保の両立が課題となっている。

7.　非食品 DI：-4.4（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）	14.5	31.7	37.2	11.0	5.5	-9.7
非食品（当月）	**6.8**	**31.4**	**38.1**	**20.3**	**3.4**	**-4.4**



値上げによる一品単価の上昇が売上を下支えした一方、販売点数の減少を指摘する声が多くみられた。家庭紙や洗剤、台所用品などは、価格改定や販促状況により店舗ごとの差がみられ、特売や価格訴求により好調に推移した店舗もあった。指定ごみ袋は、買い置き需要の反動や家庭内在庫増の影響から伸び悩みが続いた。季節商品では、前年ほど気温が上がらなかった地域が多く、殺虫剤・防虫剤、園芸用品などに苦戦がみられた。オーラルケア、住居洗剤、紙おむつ、衛生用品などには堅調な動きもみられた。

<u>カテゴリー別 DI による好不調判断</u>

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 9 月調査（8 月実績）キーワード TOP3

1．前年高温の反動
2．値上げと買上点数減
3．お盆需要堅調

<u>（参考）2025 年 9 月調査（8 月実績）キーワード TOP3</u>

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

8 月実績速報版　　123 社
7 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　<u>tokei@super.or.jp</u>