

スーパーマーケット販売統計調査資料

2025年 1月実績 速報版

2024年 12月実績 確報版

2024年 年間実績 確報版

(2025年2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

2025年2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 2025年1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	104,875,248	100.0%	104.8%	103.7%
食品合計	96,875,845	92.4%	105.2%	104.0%
生鮮3部門合計	37,063,096	35.3%	105.4%	104.0%
青果	15,423,503	14.7%	110.4%	109.1%
水産	9,236,513	8.8%	102.6%	101.2%
畜産	12,403,080	11.8%	101.7%	100.3%
惣菜	11,411,569	10.9%	106.3%	104.8%
日配	21,000,439	20.0%	103.4%	102.4%
一般食品	27,400,742	26.1%	105.9%	104.9%
非食品	5,698,726	5.4%	100.3%	100.3%
その他	2,300,719	2.2%	104.7%	103.1%

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	13,694,666	43	102.4%	102.2%
関東地方	38,180,048	73	106.3%	104.8%
中部地方	12,804,177	53	103.5%	102.3%
近畿地方	24,608,985	44	105.8%	104.3%
中国・四国地方	10,310,374	34	103.8%	103.5%
九州・沖縄地方	5,276,998	23	102.5%	102.6%

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	523,338	46	99.7%	99.7%
4～10店舗	4,542,973	84	102.5%	101.7%
11～25店舗	8,632,213	49	103.2%	103.0%
26～50店舗	17,581,803	45	103.7%	103.1%
51店舗以上	73,594,921	46	105.5%	104.1%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	103,079,276	
総店舗数 (店舗)	8,393	店舗平均月商 (万円)	12,496	
総売場面積 (㎡)	14,008,830	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.5	

※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

2025年2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
 2024年12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	126,758,520	100.0%	104.8%	103.8%
食品合計	116,166,109	91.6%	105.1%	104.0%
生鮮3部門合計	44,470,104	35.1%	105.5%	104.3%
青果	17,472,659	13.8%	110.1%	108.9%
水産	12,202,440	9.6%	102.1%	100.9%
畜産	14,795,005	11.7%	103.3%	102.1%
惣菜	13,865,836	10.9%	105.3%	103.8%
日配	24,684,186	19.5%	103.1%	102.3%
一般食品	33,145,984	26.1%	105.8%	104.9%
非食品	7,650,266	6.0%	102.0%	101.6%
その他	2,942,193	2.3%	102.3%	101.4%

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	17,949,482	43	103.1%	102.7%
関東地方	46,990,969	73	106.1%	104.6%
中部地方	15,560,657	53	103.4%	102.5%
近畿地方	26,883,553	44	104.6%	103.6%
中国・四国地方	12,877,961	34	105.2%	103.9%
九州・沖縄地方	6,495,898	23	102.6%	104.2%

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	667,571	46	98.8%	99.7%
4~10店舗	5,441,889	83	103.0%	102.4%
11~25店舗	10,983,409	50	102.8%	102.8%
26~50店舗	22,276,310	45	103.3%	103.1%
51店舗以上	87,389,341	46	105.6%	104.2%
集計企業数 (社)	270	既存店総売上高 (万円)	124,337,840	
総店舗数 (店舗)	8,401	店舗平均月商 (万円)	15,089	
総売場面積 (㎡)	14,018,988	売場1㎡あたり売上高 (万円)	9.0	

※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

2025年2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
 2024年 年間実績（パネル270） 確報版

	全店売上高（万円）	構成比	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
総売上高	1,268,365,114	100.0%	104.0%	103.0%
食品合計	1,155,277,473	91.1%	104.2%	103.2%
生鮮3部門合計	427,308,279	33.7%	103.9%	102.8%
青果	176,910,120	13.9%	105.5%	104.5%
水産	107,153,686	8.4%	103.5%	102.4%
畜産	143,244,473	11.3%	102.3%	101.1%
惣菜	141,583,874	11.2%	104.7%	103.4%
日配	258,418,262	20.4%	102.9%	102.0%
一般食品	327,967,057	25.9%	105.5%	104.5%
非食品	79,516,984	6.3%	101.2%	100.7%
その他	33,570,657	2.6%	102.3%	102.0%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
北海道・東北地方	171,236,979	43	103.0%	102.3%
関東地方	467,770,800	73	104.9%	103.8%
中部地方	155,726,417	53	103.8%	102.6%
近畿地方	281,155,738	44	103.1%	102.0%
中国・四国地方	128,160,472	34	104.2%	103.1%
九州・沖縄地方	64,314,709	23	102.8%	102.7%

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	前年比 （全店）	前年比 （既存店）
1～3店舗	6,157,207	44	98.3%	100.0%
4～10店舗	54,687,447	85	101.8%	101.5%
11～25店舗	102,001,241	49	102.2%	102.7%
26～50店舗	233,134,479	47	103.3%	102.4%
51店舗以上	872,384,741	45	104.6%	103.3%

※保有店舗数カテゴリーは2024年1月時点での保有店舗数による分類

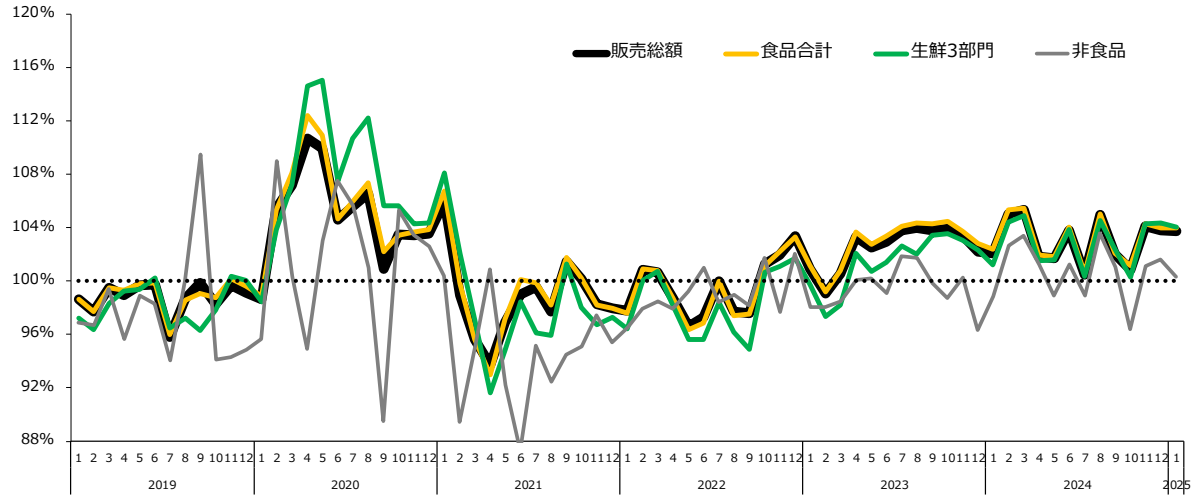
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	1,246,565,727
----------	-----	-------------	---------------

※売上高は税抜金額

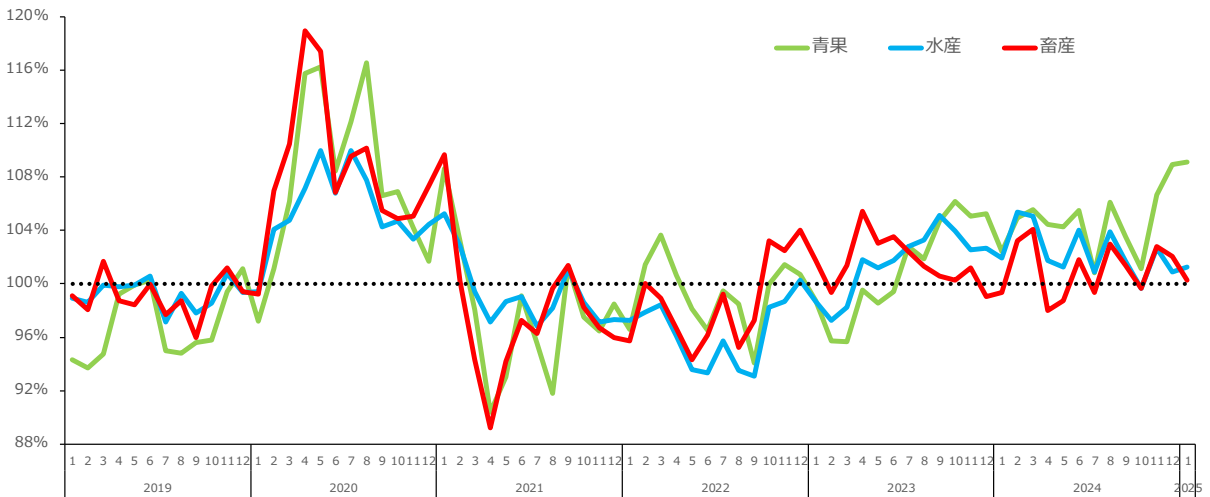
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

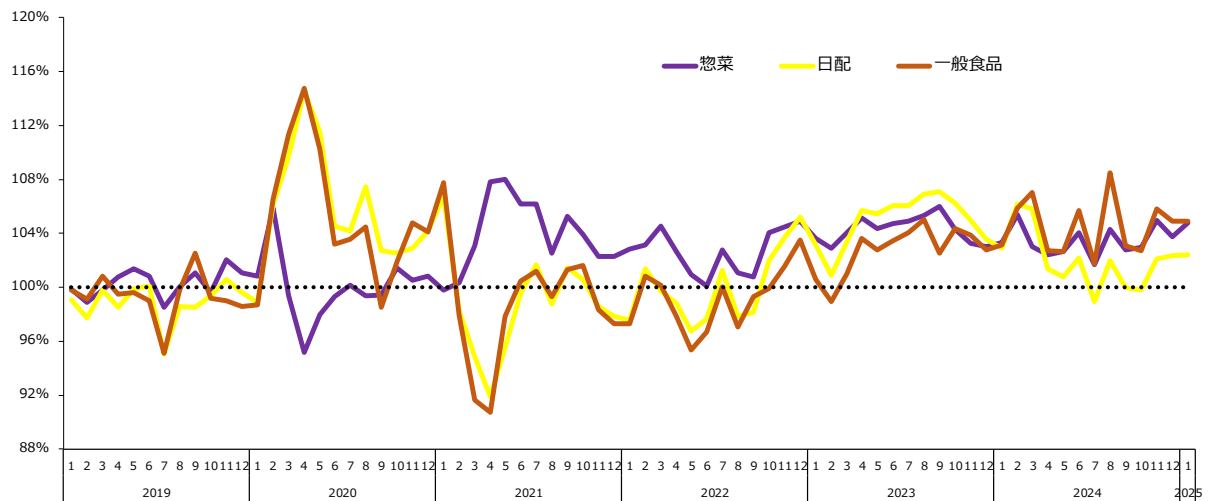
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2025年1月実績は速報版

2025年1月 エリア別気候状況

1月の気温：北日本でかなり高かった

上旬：西日本では低かった。

中旬：北日本、東日本では高かった。

下旬：北日本ではかなり高かった。東日本、西日本では高かった。

2024年1月との比較：上旬は全国的に低く、中旬は西日本でかなり低かった

	平年との比較 (°C)						今年と前年との差 (°C)		
	2025年1月 (今年)			2024年1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	1.2	3.0	1.4	0.8	2.7	-1.2	0.4	0.3
太平洋側	0.3	1.5	3.3	1.4	0.8	2.7	-1.1	0.7	0.6
東日本 日本海側	-0.2	0.6	1.7	1.6	1.0	1.5	-1.8	-0.4	0.2
太平洋側	0.2	0.6	1.9	1.8	1.5	1.5	-1.6	-0.9	0.4
西日本 日本海側	-1.0	-0.3	1.3	1.3	3.0	-0.3	-2.3	-3.3	1.6
太平洋側	-1.0	-0.2	1.2	0.8	2.4	0.5	-1.8	-2.6	0.7

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

1月の日照時間：全国的に多く、北・東・西日本日本海側と東・西日本太平洋側でかなり多かった

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

下旬：北日本日本海側、東日本太平洋側、西日本ではかなり多かった。東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。

2024年1月との比較：上旬は東日本日本海側で少なく、下旬は全国的に多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2025年1月 (今年)			2024年1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	100	124	169	127	132	78	-27	-8	91
太平洋側	116	118	95	103	117	86	13	1	9
東日本 日本海側	77	181	150	147	130	102	-70	51	48
太平洋側	105	114	123	109	99	104	-4	15	19
西日本 日本海側	120	119	165	120	136	91	0	-17	74
太平洋側	124	128	134	114	120	105	10	8	29

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%

1月の降水量：西日本日本海側でかなり少なかった

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

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

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

2024年1月との比較：上旬は太平洋側を中心に多く、中旬は全国的にやや少なく、下旬は太平洋側を中心にかなり少なくなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2025年1月 (今年)			2024年1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	118	100	83	105	129	159	13	-29	-76
太平洋側	104	43	88	60	61	294	44	-18	-206
東日本 日本海側	181	102	91	95	112	93	86	-10	-2
太平洋側	141	13	6	18	59	125	123	-46	-119
西日本 日本海側	90	32	29	71	112	88	19	-80	-59
太平洋側	134	21	20	22	56	75	112	-35	-55

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「2025年1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

2025年2月調査結果（1月実績）
（2025年2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

2月調査（1月実績）結果概況

現状判断DIは50台を維持

1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-0.6の50.7、見通し判断が前月から-0.1の46.1となり、共に前月から大きな変化はなく現状判断DIは2か月連続で50台を維持した。

経営動向調査では、売上高DI、収益DIは共に前月から大きな変化はみられなかった。客単価DIは二桁プラス水準を維持したものの、来客数DIは小幅ながらマイナス幅が拡大した。引き続き生鮮品仕入原価DI、食品仕入原価DIは二桁プラス圏で高止まりしており、販売価格DIも高水準を維持している。

カテゴリー動向調査では、相場高により価格が高騰した青果DIが大幅なプラス、米価格の高騰により一般食品DIもプラスとなった。生鮮品価格や米の高騰により、惣菜の需要が高まっており、惣菜DIは二桁プラスを維持した。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査は、すべてのDIが前年から小幅な変動にとどまっており、大きな傾向の変化はみられなかった。（長期傾向はP11参照）

食品価格の上昇が長期化するなか、青果を中心とした生鮮品の相場高騰、米価格の高騰などが加わり、消費者の節約志向の高まりを警戒するコメントが多くみられた。売上が確保できても収益が伴わない状況が続いており、スーパーマーケットをはじめとした生活産業では、値上げ・コスト増と支出抑制の板挟み状態が続いている。企業努力で解決できる域を超えている状況下ではあるが、外部要因による急激な価格上昇による売上の変化に躍らされず、安定した収益確保に向けた施策を実行することが、より一層求められる局面となっている。

景況感調査

現状判断

景気判断DI 当月：50.7 (-0.6) 前月：51.3	消費者購買意欲DI 当月：48.3 (-0.7) 前月：49.0	周辺地域 競合状況DI 当月：45.9 (+1.1) 前月：44.8	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：48.2 (-0.8) 前月：49.0
--	---	---	---

見通し判断

景気判断DI 当月：46.1 (-0.1) 前月：46.2	消費者購買意欲DI 当月：44.9 (-0.6) 前月：45.5	周辺地域 競合状況DI 当月：43.9 (+0.1) 前月：43.8	店舗周辺地域 景気判断DI 当月：46.4 (-0.2) 前月：46.6
--	---	---	---

経営動向調査 経営状況

売上高DI 当月：12.2 (-0.3) 前月：12.5	客単価DI 当月：13.1 (-0.9) 前月：14.0	来客数DI 当月：-3.5 (-2.4) 前月：-1.1	
収益DI 当月：-0.3 (-1.7) 前月：1.4	販売価格DI 当月：22.8 (+0.4) 前月：22.4	生鮮品仕入原価DI 当月：25.3 (+1.9) 前月：23.4	食品仕入原価DI 当月：20.9 (-0.5) 前月：21.4

カテゴリー動向

青果DI 当月：24.7 (-2.3) 前月：27.0	水産DI 当月：-2.0 (-0.6) 前月：-1.4	畜産DI 当月：-6.2 (-6.8) 前月：0.6	
惣菜DI 当月：12.2 (-2.0) 前月：14.2	日配DI 当月：-1.9 (-3.8) 前月：1.9	一般食品DI 当月：4.8 (-5.6) 前月：10.4	非食品DI 当月：-12.2 (-7.8) 前月：-4.4

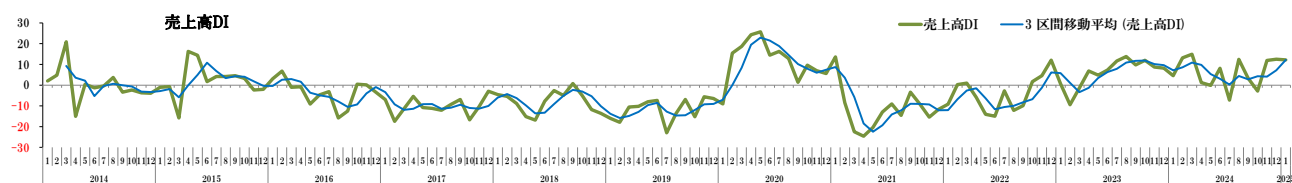
※DI値は前年同月との比較／（）内は前月DIからの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014年1月～)

1. 売上高DI

前月から横ばい推移、二桁プラス圏を維持

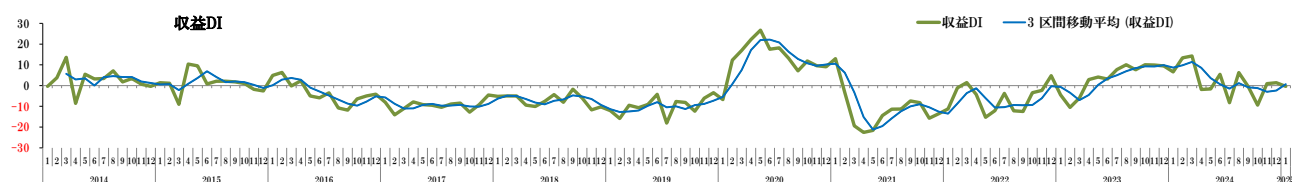
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	3.0	10.1	29.2	49.4	8.3	12.5
売上高 (当月)	4.7	7.3	29.3	52.0	6.7	12.2



2. 収益DI

前月から大きな変化なし

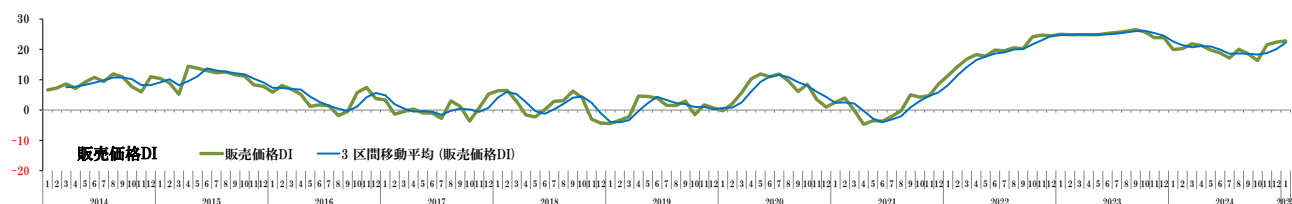
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	8.0	20.9	36.2	27.6	7.4	1.4
収益 (当月)	6.9	23.4	37.2	29.0	3.4	-0.3



3. 販売価格DI

前月から横ばい推移、二桁プラス水準を維持

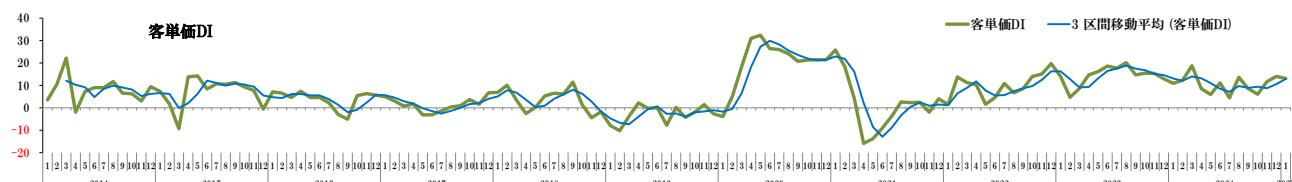
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.2	18.2	70.3	10.3	22.4
販売価格 (当月)	0.0	0.7	18.2	70.3	10.8	22.8



4. 客単価DI

前月から横ばい推移、二桁プラス水準を維持

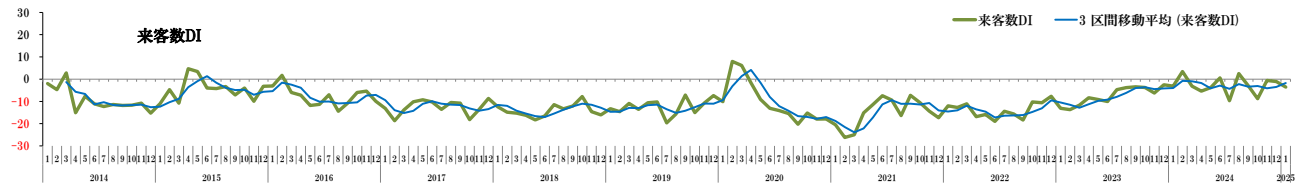
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	9.6	29.5	53.6	6.6	14.0
客単価 (当月)	0.7	8.8	32.7	53.1	4.8	13.1



5. 来客数 DI

前月から小幅に下落

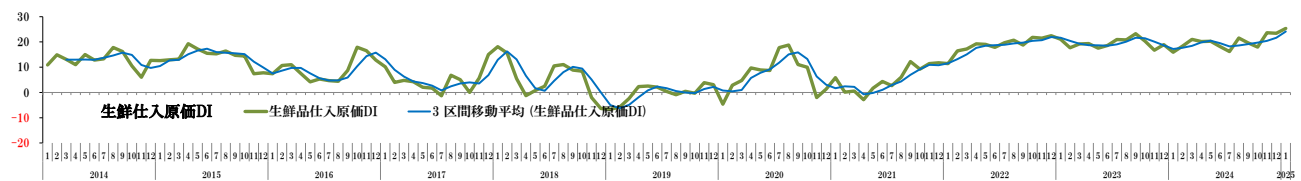
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	4.8	27.9	37.0	27.3	3.0	-1.1
来客数 (当月)	3.4	32.4	39.9	23.6	0.7	-3.5



6. 生鮮仕入原価 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準を維持

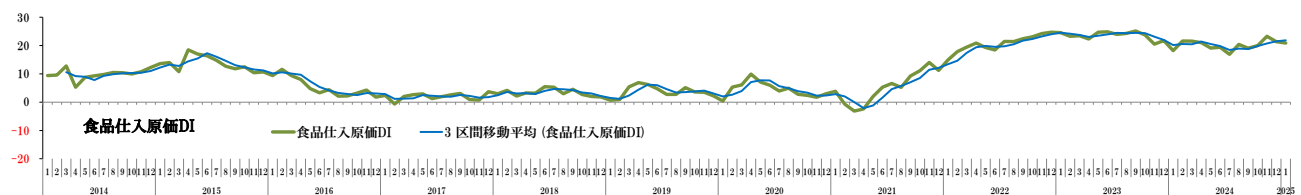
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	1.3	20.1	62.3	16.4	23.4
生鮮仕入原価 (当月)	0.7	0.7	14.0	65.7	18.9	25.3



7. 食品仕入原価 DI

前月から横ばい推移、45 か月連続プラス域

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
食品仕入原価 (前月)	0.6	3.1	17.6	67.3	11.3	21.4
食品仕入原価 (当月)	1.4	3.5	19.1	61.7	14.2	20.9

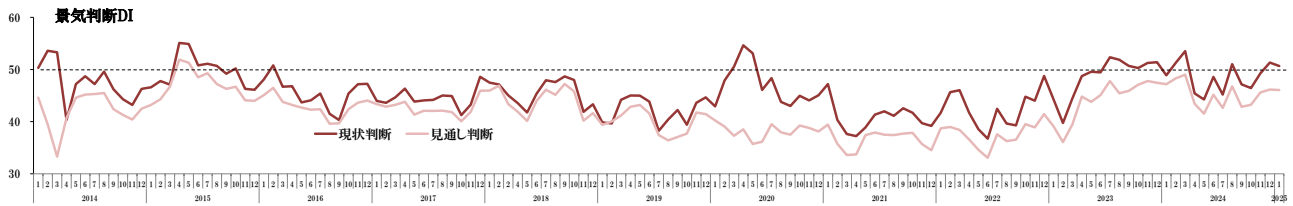


Ⅱ．景況感調査（2014年4月～／周辺地域景況判断2010年4月～）

1. 中核店舗景況判断DI

現状判断は50台を維持、見通し判断から変化なし

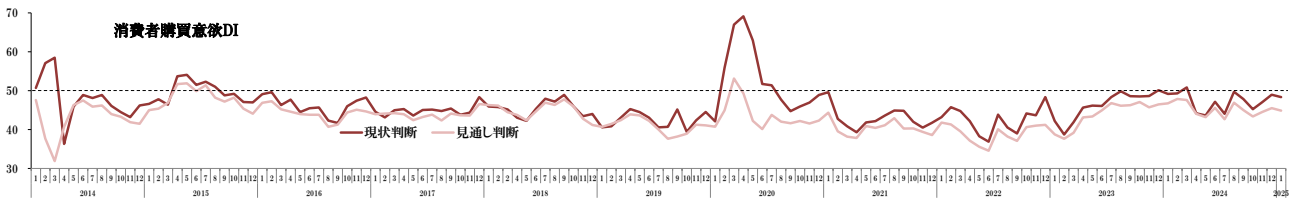
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断（前月）	1.2	12.4	66.3	20.1	0.0	51.3
【現状】景況判断（当月）	1.3	13.2	67.1	18.4	0.0	50.7
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断（前月）	1.8	22.5	65.1	10.7	0.0	46.2
【見通し】景況判断（当月）	2.0	21.7	66.4	9.9	0.0	46.1



2. 消費者購買意欲DI

現状判断、見通し判断共に前月水準

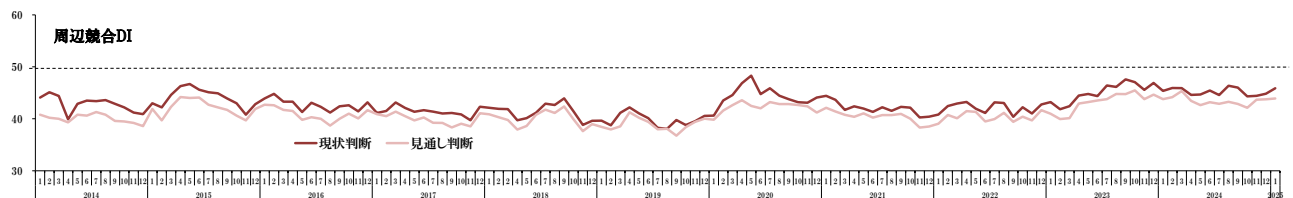
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	0.6	17.8	66.9	14.8	0.0	49.0
【現状】購買意欲（当月）	0.7	18.5	68.2	11.9	0.7	48.3
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	0.6	25.7	64.7	9.0	0.0	45.5
【見通し】購買意欲（当月）	1.3	26.5	64.2	7.3	0.7	44.9



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

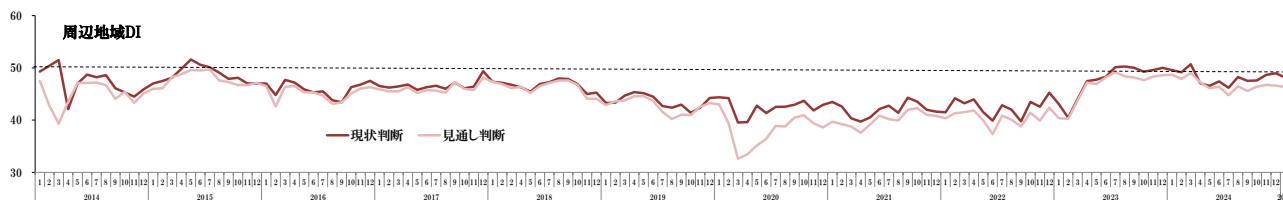
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	3.0	18.3	75.1	3.6	0.0	44.8
【現状】競合状況（当月）	2.6	14.5	79.6	3.3	0.0	45.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	3.0	21.4	73.2	2.4	0.0	43.8
【見通し】競合状況（当月）	3.3	20.4	73.7	2.6	0.0	43.9



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

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)	0.6	10.1	82.2	7.1	0.0	49.0
【現状】地域景気(当月)	0.7	9.9	85.4	4.0	0.0	48.2
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】地域景気(前月)	0.6	16.6	78.7	4.1	0.0	46.6
【見通し】地域景気(当月)	0.7	15.9	80.8	2.6	0.0	46.4

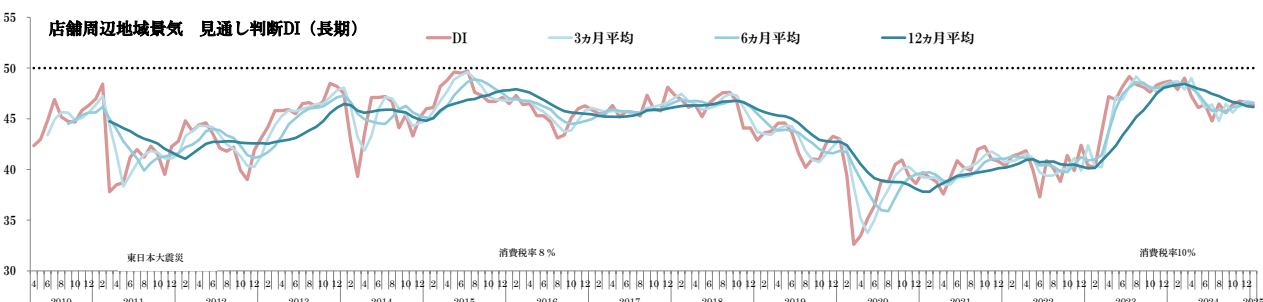
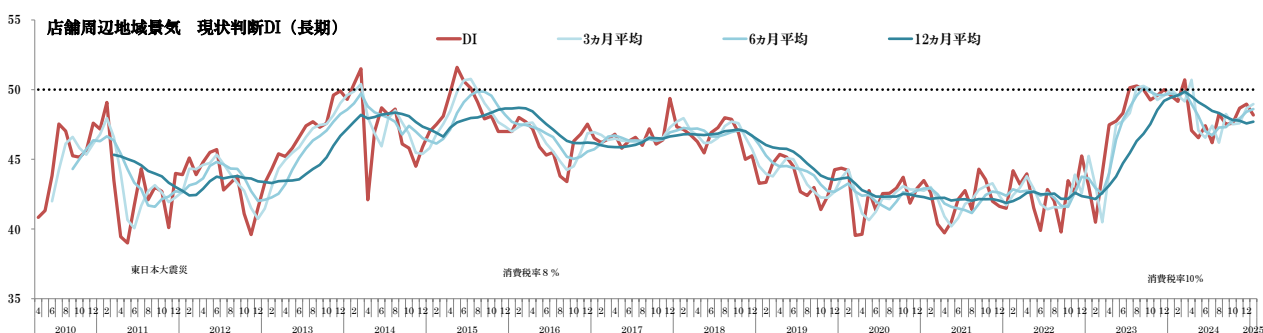


・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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、2015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。

しかし、その後15ヵ月間にわたり悪化傾向が続き16年9月には、現状判断DIは43.4まで低迷。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。20年2月に大幅に悪化した、その後持ち直しの動きが続いた。

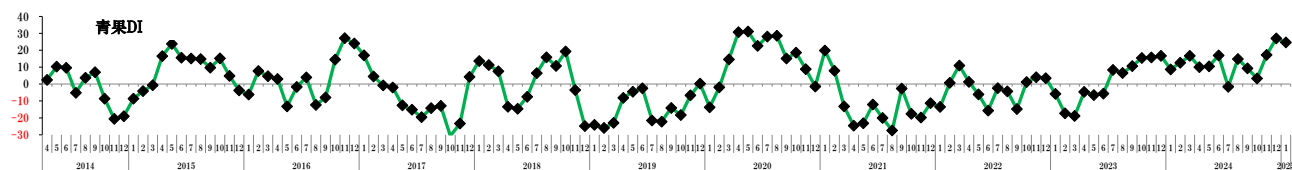
21年は、感染状況により上下に振られる動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化、感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。23年3月以降は改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破、その後も高水準を維持した。24年4月に一転して大きく悪化した。年の後半は緩やかな改善傾向が続いている。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果DI：24.7（かなり好調）

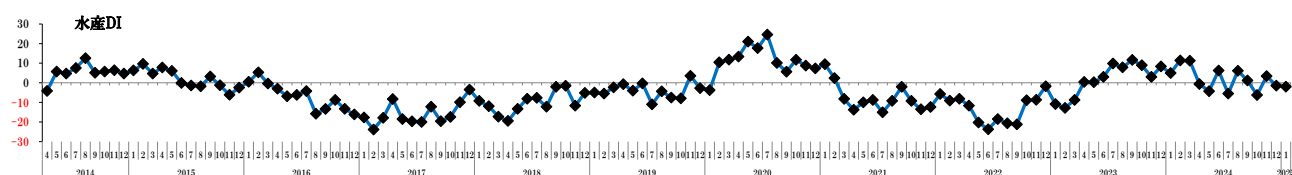
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	0.6	5.7	11.3	49.7	32.7	27.0
青果（当月）	1.4	8.8	12.2	44.9	32.7	24.7



青果相場が高騰しており、数量減がみられるものの、単価の大幅上昇により、売上は好調となった。ネギや白菜、キノコ類などの鍋関連野菜は好調で、価格高騰の目立つ葉物野菜は1/2や1/4カットの動きがよかった。カレー・シチュー用の土物類、根菜類などホットメニュー関連も好調となったが、玉ねぎは前年相場高騰からの反動も。カット野菜は好調だが、トマトなどサラダ関連野菜は好不調の判断がわかれた。果実は、みかんを中心に国産柑橘類、リンゴは好調とするコメントが多く、イチゴは入荷量が増えはじめると動きがよくなった。輸入果物ではバナナが好調。

2. 水産DI：-2.0（やや不調）

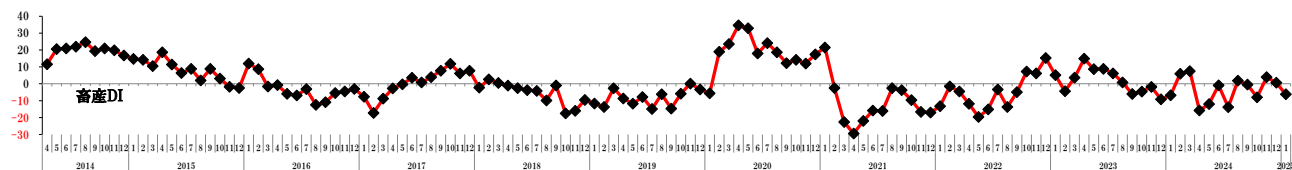
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	7.0	26.8	35.7	26.1	4.5	-1.4
水産（当月）	6.1	29.1	33.1	30.4	1.4	-2.0



生魚の入荷が不安定ではあったが、前年高騰により不振だったエビやカニ類が回復傾向をみせた。まぐろを中心とした刺身類、タラや牡蠣などの鍋関連商材が引き続き好調に推移した。ぶりやアジは豊漁で入荷量が多かった地域で好調に推移した店舗が多かった。魚卵や塩干類は好不調の判断がわかれている。うなぎは価格高騰、シラスは水揚げが少なく不調となった店舗が多い。

3. 畜産DI：-6.2（やや不調）

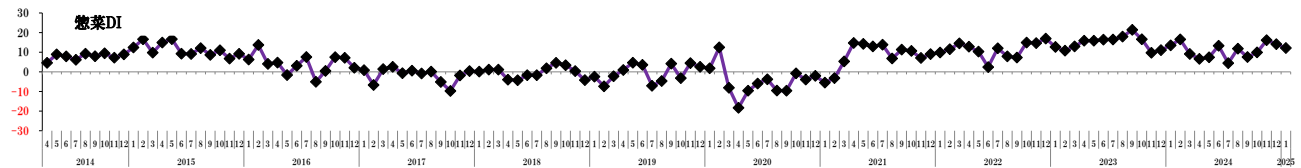
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	7.6	27.8	26.6	30.4	7.6	0.6
畜産（当月）	9.7	36.6	28.3	20.0	5.5	-6.2



引き続き牛肉や輸入肉の相場高が継続し、なかでも輸入品の価格高騰が続き、不調となった。牛肉は、成人式などハレの日前後にブランド牛が動いた店舗もみられたが、それ以外では価格を抑えた切り落としや小間切れなどが販売の中心となった。豚肉は、スライスやしゃぶしゃぶ用には回復傾向がみられたが、国産豚の価格上昇もあり伸び悩んだ。鍋関連は水産へのシフトを指摘するコメントも。鶏肉は鍋需要の受け皿となったが、鳥インフルエンザによる国産価格の上昇により好不調の判断がわかれた。

4. 惣菜DI：12.2（好調）

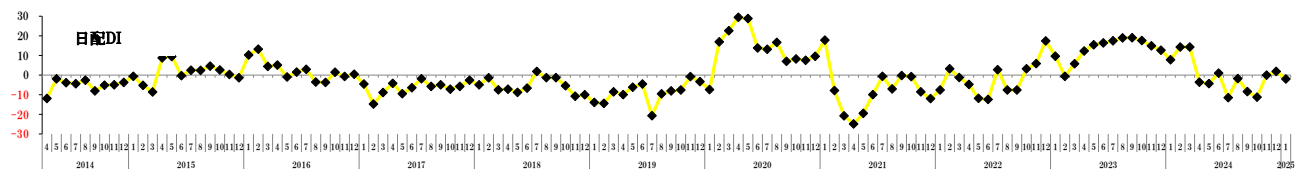
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.3	8.2	35.2	43.4	11.9	14.2
惣菜（当月）	1.4	12.5	33.3	41.7	11.1	12.2



青果相場高の影響でサラダ関連や調理品、コメの高騰により米飯類が好調となるなど、価格高騰から惣菜の利用が増えているとのコメントが多かった。気温の低下により、揚げ物や麺類などホットメニューが好調な一方で、寿司関連は伸び悩んだ。原材料価格の高騰により、価格の改定に踏み切る店舗もみられているが、利益の確保やロス管理が難しいとのコメントがみられた。

5. 日配DI：-1.9（やや不調）

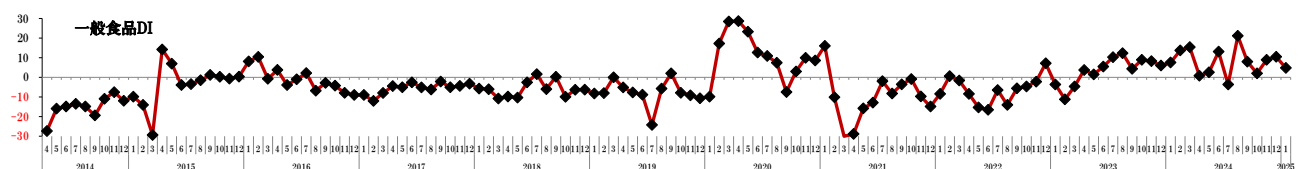
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.4	22.0	39.6	29.6	4.4	1.9
日配（当月）	5.6	26.4	41.0	24.3	2.8	-1.9



気温低下で、おでんや鍋などホットメニュー関連の豆腐や水物、練り物が好調に推移した。青果相場高騰により漬物類が好調、単価が上昇している卵も売上を牽引した。インフルエンザの流行により、機能性ヨーグルトなどの動きがよかった。値上げのあったパン類は点数減により不調。冷凍野菜をはじめとする冷凍食品が引き続き好調に推移した。価格上昇の影響で売上を確保しているものの、利益の確保が難しいとのコメントもみられた。

6. 一般食品：4.8（やや好調）

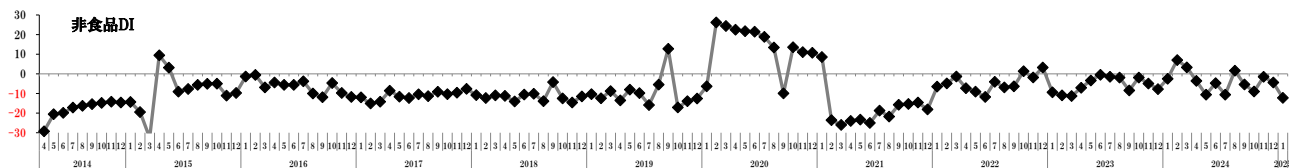
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	1.3	13.9	38.0	35.4	11.4	10.4
一般食品（当月）	4.8	21.1	35.4	27.9	10.9	4.8



米は、価格高騰や供給不足報道により、大きく売上を伸ばした。生鮮品の高騰により、油や調味料の動きが鈍いなか、鍋つゆやスープなどのホットメニュー、コーヒーやお茶などは順調に推移した。菓子類には買上点数が増加傾向にあり、回復傾向もみられた。酒類は高単価商品が不振、ビールには前年酒税法改正による特需からの影響を受けた。一部地域では、前年の能登地震による食品備蓄からの反動がみられた。

7. 非食品 DI：-12.2（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
非食品（前月）	9.7	24.7	43.5	17.5	4.5	-4.4
非食品（当月）	14.0	39.2	32.2	11.2	3.5	-12.2



ティッシュペーパーを中心に紙類は価格上昇により好調に推移した。インフルエンザの流行によりマスクなど衛生用品には需要増がみられた。価格上昇が続く家庭用洗剤やペットフードは伸び悩んだ。ドラッグストアやホームセンターなどとの競合激化を指摘するコメントが多くみられた。

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～

2025年2月調査（1月実績）キーワード TOP3

1. 生鮮品相場高騰
2. 米の価格高騰
3. 来客数減、買上点数減

（参考）2024年2月調査（1月実績）キーワード TOP3

1. 暖冬の影響
2. 客単価堅調
3. 青果、水産相場の落ち着き

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

1月実績速報版 152社
 12月実績確報版 169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