

スーパーマーケット販売統計調査資料

2025 年 9 月実績 速報版

8 月実績 確報版

(2025 年 10 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

2025年10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9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	107,303,448	100.0%	103.8%	102.4%
食品合計	98,782,164	92.1%	104.2%	102.7%
生鮮3部門合計	36,193,361	33.7%	102.8%	101.3%
青果	15,404,501	14.4%	102.3%	100.9%
水産	8,752,790	8.2%	103.7%	102.0%
畜産	12,036,070	11.2%	103.0%	101.3%
惣菜	12,125,077	11.3%	105.0%	103.4%
日配	22,188,359	20.7%	104.3%	102.7%
一般食品	28,275,367	26.4%	105.4%	104.4%
非食品	6,101,648	5.7%	99.4%	98.7%
その他	2,419,675	2.3%	101.3%	100.0%

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	14,041,173	43	102.0%	100.2%
関東地方	40,083,418	73	104.9%	103.0%
中部地方	12,983,042	53	102.8%	101.9%
近畿地方	23,918,001	44	104.4%	103.3%
中国・四国地方	10,968,460	34	102.9%	101.6%
九州・沖縄地方	5,309,353	23	104.1%	104.6%

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	548,681	47	98.7%	98.7%
4～10店舗	4,509,203	83	101.0%	100.6%
11～25店舗	8,593,800	49	102.7%	101.6%
26～50店舗	18,507,216	45	102.4%	101.8%
51店舗以上	75,144,548	46	104.5%	102.8%

集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）	105,342,612
総店舗数（店舗）	8,403	店舗平均月商（万円）	12,770
総売場面積（㎡）	14,108,856	売場1㎡あたり売上高（万円）	7.6

※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

2025年10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8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	116,405,415	100.0%	102.6%	101.4%
食品合計	107,444,758	92.3%	102.9%	101.7%
生鮮 3 部門合計	38,896,509	33.4%	102.6%	101.2%
青果	16,534,832	14.2%	101.8%	100.6%
水産	9,509,865	8.2%	102.5%	100.9%
畜産	12,851,811	11.0%	103.6%	102.0%
惣菜	13,608,773	11.7%	105.4%	103.8%
日配	23,666,786	20.3%	104.3%	103.1%
一般食品	31,272,690	26.9%	101.3%	100.4%
非食品	6,333,879	5.4%	96.7%	96.5%
その他	2,626,825	2.3%	99.0%	98.2%

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	16,265,266	43	104.5%	102.5%
関東地方	42,317,107	73	103.1%	101.8%
中部地方	14,617,756	53	102.9%	101.7%
近畿地方	25,438,780	44	101.3%	100.2%
中国・四国地方	11,958,081	34	102.2%	101.5%
九州・沖縄地方	5,808,425	23	98.1%	98.4%

保有店舗数別集計

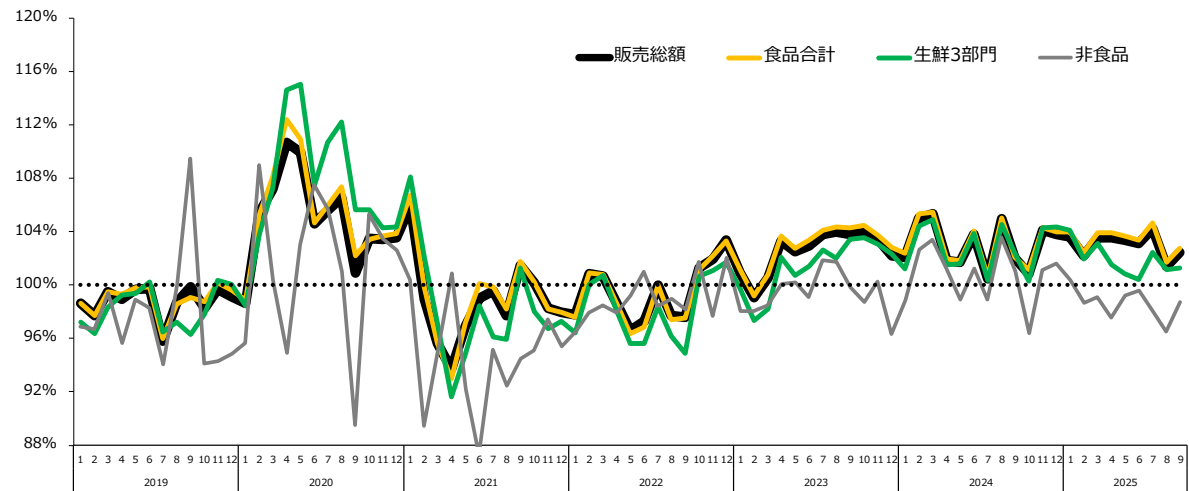
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	603,546	47	95.7%	96.9%
4～10店舗	4,865,617	83	99.3%	99.6%
11～25店舗	9,624,584	49	102.5%	101.6%
26～50店舗	20,635,636	45	102.5%	101.5%
51店舗以上	80,676,033	46	102.8%	101.5%
集計企業数（社）	270	既存店総売上高（万円）		114,062,249
総店舗数（店舗）	8,405	店舗平均月商（万円）		13,850
総売場面積（㎡）	14,102,330	売場 1 ㎡あたり売上高（万円）		8.3

※売上高は税抜金額

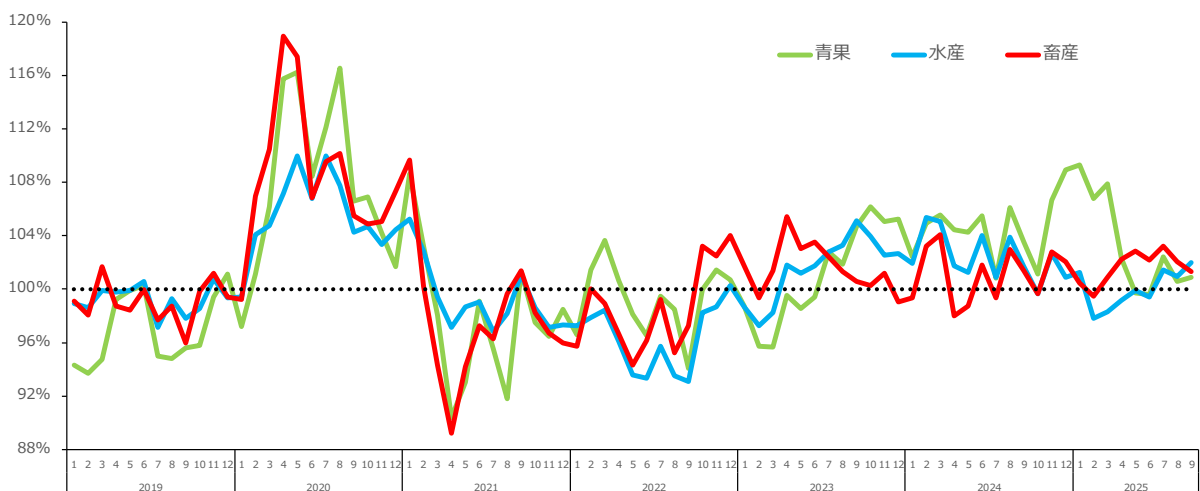
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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～

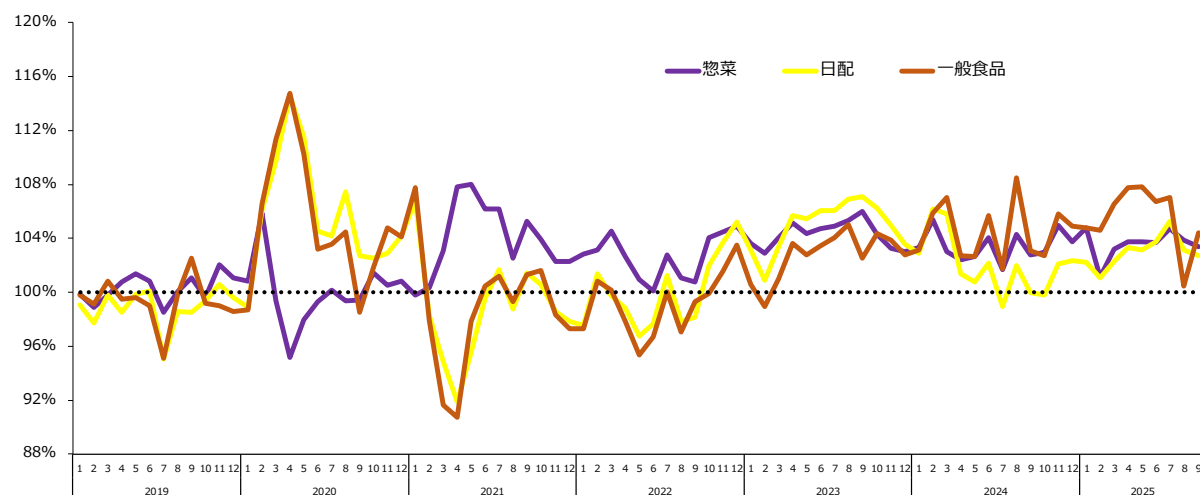
総売上高・食品合計・生鮮3部門・非食品



青果・水産・畜産



惣菜・日配・一般食品



※2025年9月実績は速報版

2025年9月 エリア別気候状況

9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：全国的にかなり高かった。

2024年9月との比較：中旬にかけて東・西日本で前年より低い気温となった

	平年との比較 (℃)						今年と前年との差 (℃)		
	2025年9月 (今年)			2024年9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	2.4	1.9	2.1	1.9	1.8	0.9	0.5	0.1	1.2
太平洋側	2.5	2.3	2.1	2.2	2.4	0.7	0.3	-0.1	1.4
東日本 日本海側	2.8	3.0	2.1	2.0	5.0	2.6	0.8	-2.0	-0.5
太平洋側	2.9	2.8	2.4	2.1	4.9	2.8	0.8	-2.1	-0.4
西日本 日本海側	2.9	3.3	2.8	2.4	5.7	3.5	0.5	-2.4	-0.7
太平洋側	2.4	3.0	2.2	1.8	4.2	3.0	0.6	-1.2	-0.8

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

9月の日照時間：北日本太平洋側でかなり多かった

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

中旬：北日本では多かった。東日本太平洋側、西日本日本海側では少なかった。

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

2024年9月との比較：上旬は北・西日本で前年より少なく、中旬は東・西日本で少なく、下旬は北・東日本太平洋側で多くなった

	日照時間 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2025年9月 (今年)			2024年9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	119	134	147	93	129	-46	26	5
太平洋側	106	126	146	154	101	88	-48	25	58
東日本 日本海側	132	86	127	122	112	110	10	-26	17
太平洋側	137	79	148	139	147	72	-2	-68	76
西日本 日本海側	118	84	84	174	150	118	-56	-66	-34
太平洋側	128	110	89	156	138	97	-28	-28	-8

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%

9月の降水量：北日本、東日本日本海側では多かった。

上旬：全国的に多かった。

中旬：東日本日本海側ではかなり多かった。北日本、西日本日本海側では多かった。

下旬：東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。

2024年9月との比較：上旬と中旬は全国的に前年より多く、下旬は東・西日本日本海側で少なくなった

	降水量 平年比 (%)						今年と前年との差		
	2025年9月 (今年)			2024年9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	138	173	98	43	111	96	95	62	2
太平洋側	134	141	75	28	55	89	106	86	-14
東日本 日本海側	154	203	109	52	132	212	102	71	-103
太平洋側	148	82	13	68	49	37	80	33	-24
西日本 日本海側	125	143	50	6	20	109	119	123	-59
太平洋側	147	68	70	23	34	86	124	34	-16

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9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 10 月調査結果（9 月実績）
（2025 年 10 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

10月調査（9月実績）結果概況

現状判断は小幅に悪化

9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44.9、見通し判断が前月から+0.6の43.2となり、現状判断はやや悪化したものの、ほぼ前月水準での推移となった。

経営動向調査では、全体的に前月から大きな変化はなく、売上高DIが小幅にプラス圏を維持、収益DIは小幅にマイナス圏となった。食品仕入原価DIが上昇し、客単価DIを引き上げたものの、猛暑や日曜日が1回少ない影響で来客数DIは低迷した。

カテゴリー動向調査では、米の供給が安定した一般食品の上昇幅が大きい一方、前年より日曜日が一回少ない影響を受け畜産の下落幅が大きくなった。猛暑による調理敬遠志向を背景に惣菜DIは好調を維持、サンマ数量増により水産もプラス圏での推移となった。（カテゴリー別動向に詳細掲載）

景況感調査には大きな変化は見られず、前月水準での低調な推移となったが、見通し判断には下げ止まり傾向もみられた。（長期傾向はP11参照）

9月も残暑が厳しく、各地で記録的な猛暑に見舞われた。気温の高止まりを背景に、飲料やアイス、麺類などが堅調に推移した一方で、食品全般の値上げ傾向は継続しており、買上点数の減少を指摘するコメントが目立った。ここ数年、秋冬商品の入れ替え時期が悩ましい状況が続いているが、一方でサンマの好調さに代表されるように、季節商材への需要は底堅い。気候の変化を敏感に感じ取った売場展開、季節感の訴求提案は、買上点数の回復に向けた取り組みとして引き続き重要なものとなる。

景況感調査

現状判断

景気判断DI
当月：44.9 (-1.5)
前月：46.4

消費者購買意欲DI
当月：44.2 (+0.2)
前月：44.0

周辺地域 競合状況DI
当月：45.6 (+1.2)
前月：44.4

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：46.3 (-0.5)
前月：46.8

見通し判断

景気判断DI
当月：43.2 (+0.6)
前月：42.6

消費者購買意欲DI
当月：44.0 (+1.1)
前月：42.9

周辺地域 競合状況DI
当月：44.0 (+2.0)
前月：42.0

店舗周辺地域 景気判断DI
当月：45.9 (+0.4)
前月：45.5

経営動向調査 経営状況

売上高DI
当月：2.5 (+1.1)
前月：1.4

客単価DI
当月：12.1 (+2.0)
前月：10.1

来客数DI
当月：-10.3 (-1.9)
前月：-8.4

収益DI
当月：-3.6 (+1.3)
前月：-4.9

販売価格DI
当月：22.1 (+1.4)
前月：20.7

生鮮品仕入原価DI
当月：18.7 (+1.3)
前月：17.4

食品仕入原価DI
当月：23.1 (+3.2)
前月：19.9

カテゴリー動向

青果DI
当月：-2.2 (0.0)
前月：-2.2

水産DI
当月：2.8 (+2.0)
前月：0.8

畜産DI
当月：-3.4 (-7.2)
前月：3.8

惣菜DI
当月：6.3 (-6.9)
前月：13.2

日配DI
当月：-2.1 (-5.3)
前月：3.2

一般食品DI
当月：3.8 (+9.8)
前月：-6.0

非食品DI
当月：-15.0 (+2.2)
前月：-17.2

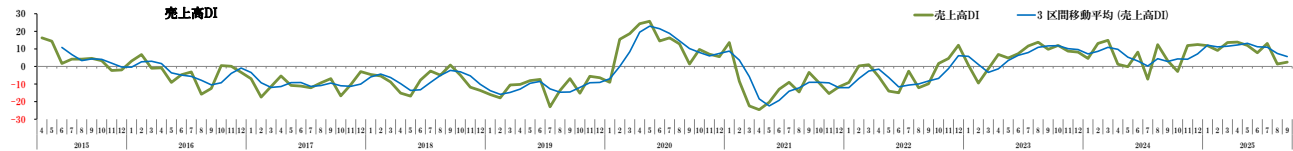
※DI 値は前年同月との比較／ () 内は前月 DI からの変化

結果詳細 I. 経営動向調査 (2014 年 1 月～)

1. 売上高 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
売上高 (前月)	4.9	27.4	31.7	29.3	6.7	1.4
売上高 (当月)	5.0	24.1	34.0	29.8	7.1	2.5



2. 収益 DI

前月から小幅に上昇もマイナス圏で推移

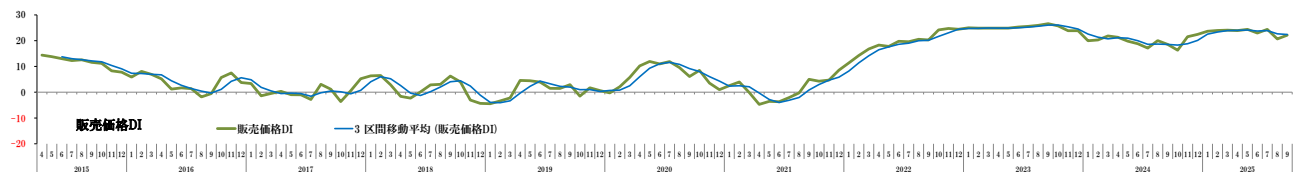
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	9.2	30.1	36.2	20.2	4.3	-4.9
収益 (当月)	7.1	27.9	42.1	17.9	5.0	-3.6



3. 販売価格 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準で推移

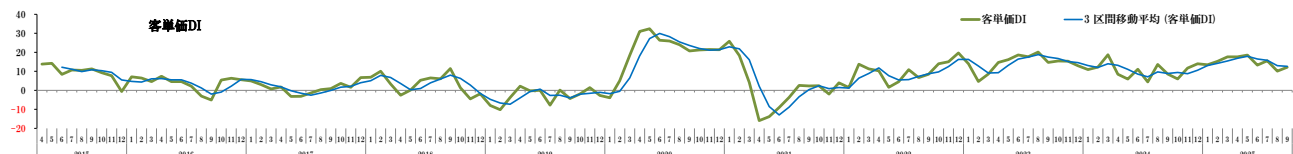
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.9	19.9	72.0	6.2	20.7
販売価格 (当月)	0.0	4.3	13.6	71.4	10.7	22.1



4. 客単価 DI

前月から小幅に上昇、二桁プラス水準を維持

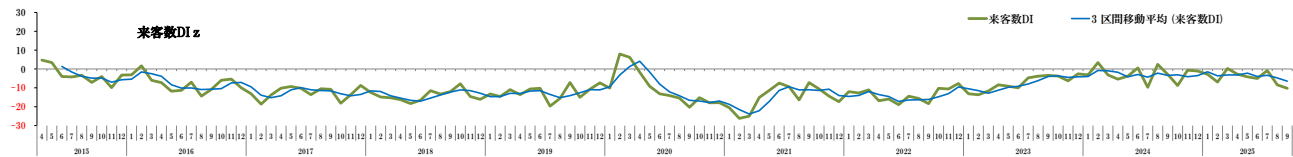
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	1.2	11.7	35.0	49.7	2.5	10.1
客単価 (当月)	0.7	10.0	32.1	54.3	2.9	12.1



5. 来客数 DI

前月から小幅に下落し、マイナス幅を拡大

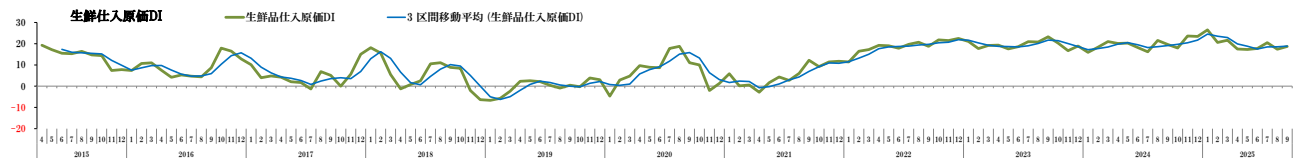
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	8.6	37.4	35.0	17.2	1.8	-8.4
来客数 (当月)	5.8	49.6	26.6	15.8	2.2	-10.3



6. 生鮮仕入原価 DI

引き続き二桁プラス水準で推移

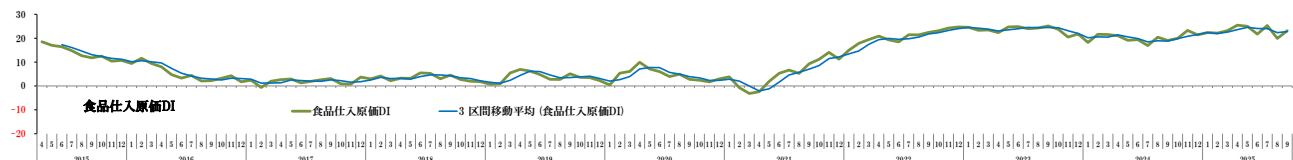
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.6	7.6	24.1	57.0	10.8	17.4
生鮮仕入原価 (当月)	0.0	5.2	22.2	65.2	7.4	18.7



7. 食品仕入原価 DI

前月から上昇し、53 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)	0.6	5.7	21.7	57.3	14.6	19.9
食品仕入原価 (当月)	0.0	3.0	16.4	65.7	14.9	23.1

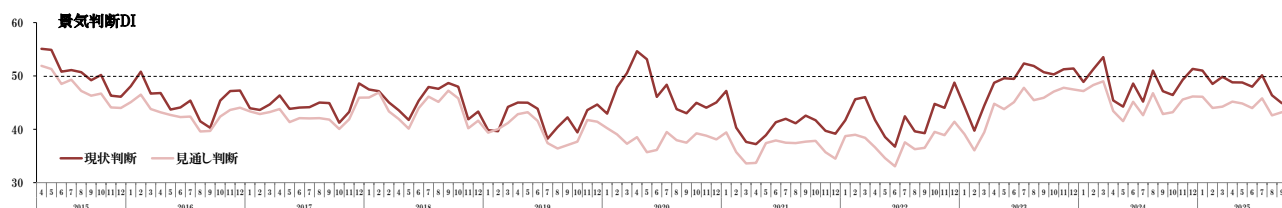


Ⅱ．景況感調査（2014 年 4 月～／周辺地域景気判断 2010 年 4 月～）

1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断は悪化も見通し判断は小幅に改善

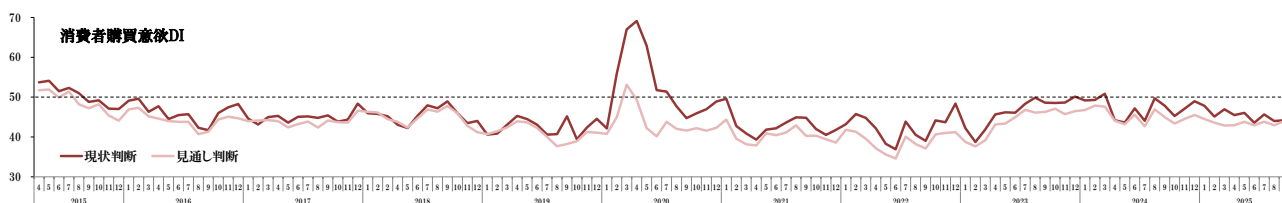
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断（前月）	1.2	25.3	60.2	13.3	0.0	46.4
【現状】景気判断（当月）	1.4	28.9	58.5	11.3	0.0	44.9
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断（前月）	2.4	31.9	58.4	7.2	0.0	42.6
【見通し】景気判断（当月）	1.4	32.9	57.1	8.6	0.0	43.2



2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は前月水準、見通し判断は小幅に改善

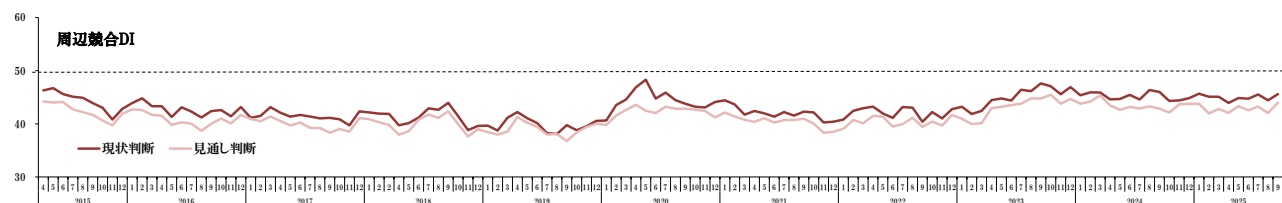
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲（前月）	1.2	29.5	61.4	7.8	0.0	44.0
【現状】購買意欲（当月）	1.4	28.9	62.0	7.0	0.7	44.2
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲（前月）	0.6	33.7	59.0	6.6	0.0	42.9
【見通し】購買意欲（当月）	0.7	30.5	61.7	6.4	0.7	44.0



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状・見通し判断共に小幅に改善

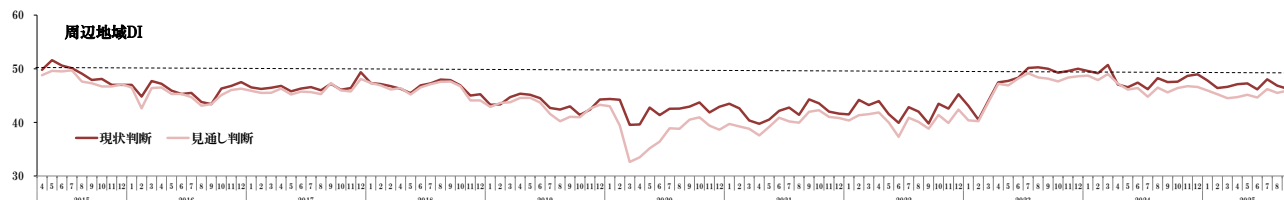
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況（前月）	2.4	20.5	74.7	1.8	0.6	44.4
【現状】競合状況（当月）	0.0	19.7	78.2	2.1	0.0	45.6
回答構成比（％）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況（前月）	4.2	25.9	68.1	1.2	0.6	42.0
【見通し】競合状況（当月）	2.1	21.3	75.2	1.4	0.0	44.0



4. 中核店舗周辺地域景気判断 DI

現状・見通し判断共に前月水準で推移

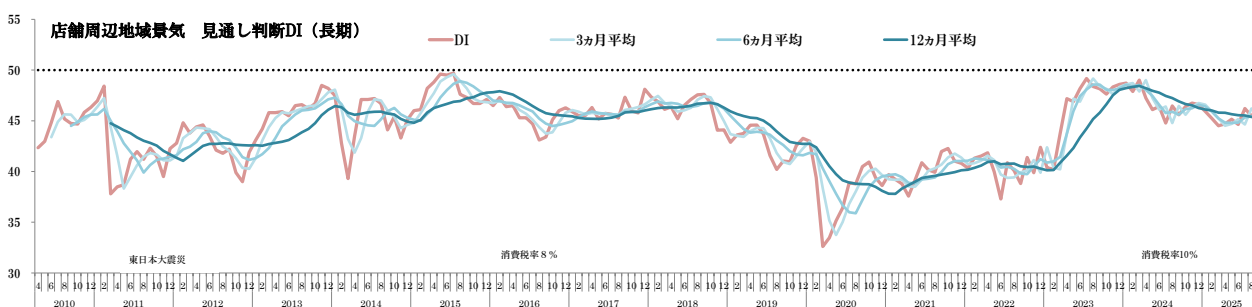
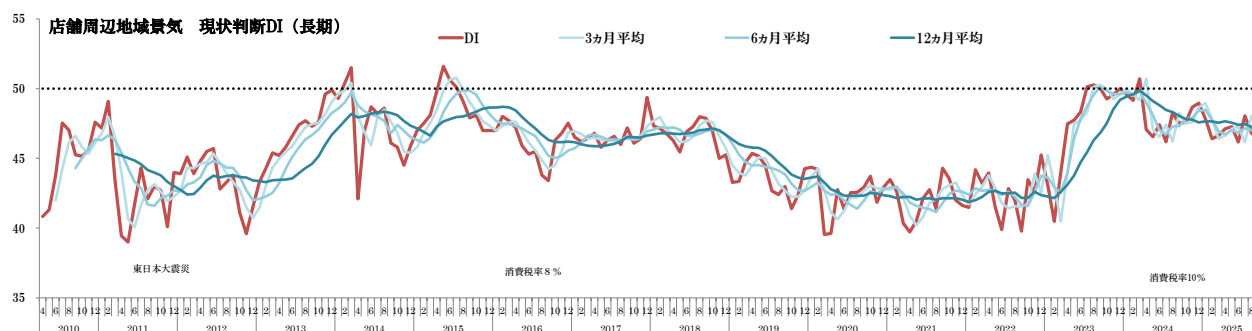
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気 (前月)	0.6	15.7	80.1	3.0	0.6	46.8
【現状】地域景気 (当月)	0.0	17.0	80.9	2.1	0.0	46.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気 (前月)	1.2	20.5	74.1	3.6	0.6	45.5
【見通し】地域景気 (当月)	0.0	19.9	76.6	3.5	0.0	45.9



・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。

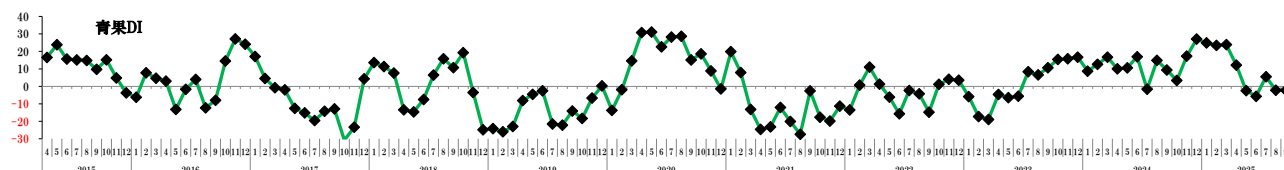
以後方向感の乏しい推移が続いたが、18 年の後半から悪化傾向が顕著となり、19 年 7 月には現状判断 DI は 42.3 まで低下した。21 年は、感染状況により上下する動きとなった。22 年は、感染が再拡大した 7 月以降に大幅な改善をみせた。23 年も改善が続き、7 月には判断の分かれ目である 50 を突破、その後も高水準を維持した。24 年前半に悪化したものの、後半は緩やかな改善傾向が続いた。25 年に入りダウントレンドが続いているが、夏ころにかけてやや持ち直した。



Ⅲ. カテゴリー別動向

1. 青果 DI：-2.2（やや不調）

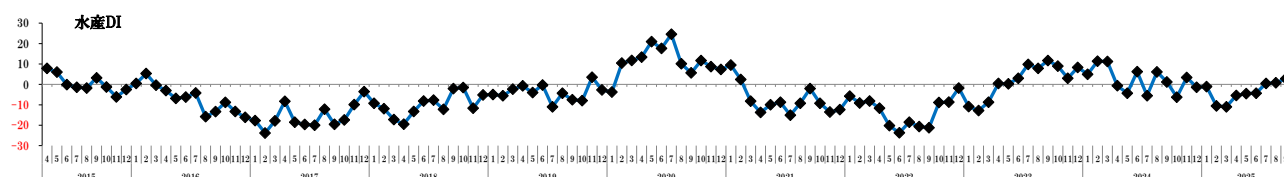
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	7.6	32.9	27.2	25.3	7.0	-2.2
青果（当月）	9.7	27.6	30.6	26.1	6.0	-2.2



青果相場は高温の影響により相場が上昇、品薄や品質低下の影響を受けた地域が多く、販売量により好不調の判断が分かれる状況となった。猛暑により涼味（オクラ、みょうが、しょうが等）、季節野菜は好調。サラダ関連は好調となったが、トマトや葉物、枝豆やトウモロコシなどは品質低下と高値で苦戦した店舗が多かった。じゃがいも、たまねぎなど土物類は入荷量減少もあり不調となった地域が多い。一方で果物類は前年より相場安となったシャインマスカットなどブドウ類や梨を中心に好調に推移した店舗が多く、価格の安定している輸入果物ではバナナやパインアップル、キウイフルーツ、またカットフルーツも引き続き好調に推移した。

2. 水産 DI：2.8（やや好調）

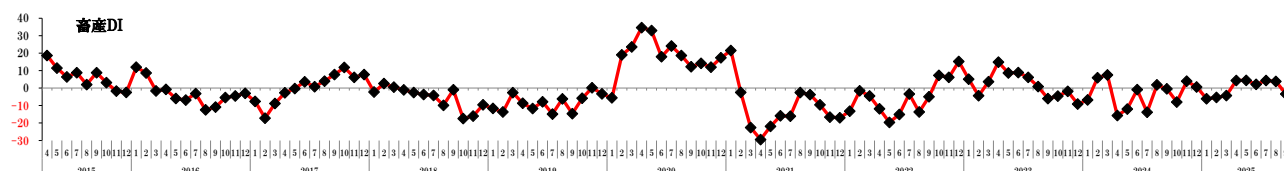
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	8.3	24.8	31.8	25.5	9.6	0.8
水産（当月）	9.0	18.8	33.8	28.6	9.8	2.8



生サンマや生イカの水揚げが近年としては多く、特にサンマは品質もよく、売上を大きく伸ばしたが、価格が高騰している魚種も多く、全体的としてやや好調という状況にとどまった。不漁で高値で推移したシラスやカツオ、秋鮭などは苦戦した店舗が多かった。マグロなど刺身類も伸び悩んだ店舗が多かった。猛暑により、ウナギや海藻類などのサラダ用商材の動きがよかった。貝類、干物類、魚卵・塩干は厳しい状況が続いた。

3. 畜産 DI：-3.4（やや不調）

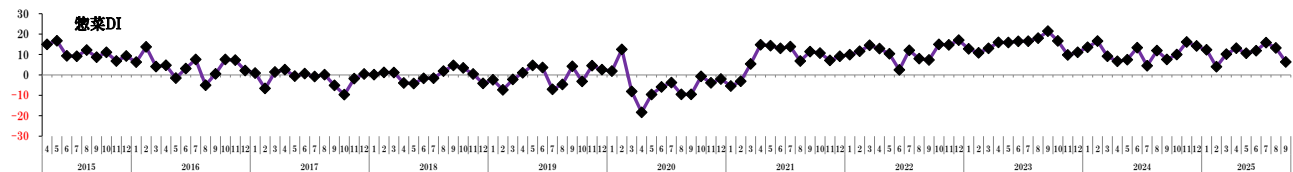
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	4.5	22.3	36.3	27.4	9.6	3.8
畜産（当月）	8.3	30.1	33.8	22.6	5.3	-3.4



相場の高騰傾向が続くなか、牛肉の低調と豚肉・鶏肉など値ごろ商品への需要シフトが続いているほか、前年より日曜日が少ない影響も受け伸び悩んだ。牛肉は高値が続く、国産を中心に買上点数が減少し苦戦傾向だが、猛暑によりBBQ、焼肉関連が好調に推移した店舗もみられた。豚肉は国産の価格高騰が続く、比較的安価な輸入豚が好調。鶏肉は価格高騰が続くなかでも比較的堅調に推移した。加工肉は不調とする店舗が多かった。利益確保が難しいとのコメントが多くみられた。

4. 惣菜DI：6.3（やや好調）

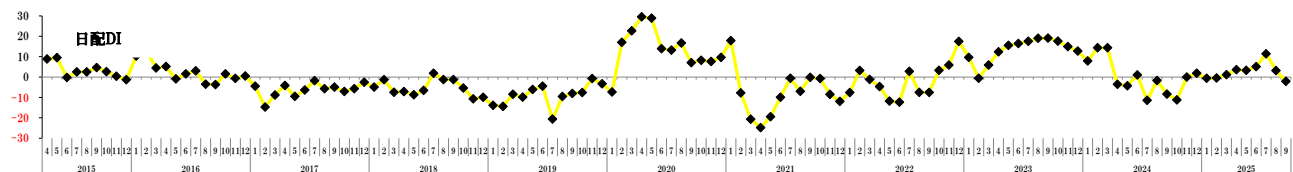
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.3	15.9	26.8	40.8	15.3	13.2
惣菜（当月）	3.0	21.6	32.8	32.1	10.4	6.3



猛暑により家庭での調理を避ける傾向を追い風に、揚げ物・てんぷら類が好調を継続。サラダ関連や冷惣菜、麺類も好調、米飯類は勢いこそ低下しているが堅調に推移した。サンマなど秋商材をつかった惣菜が好調とのコメントが多い。焼そば、たこ焼など軽食関連も好調とのコメントが多い。一方で寿司類は、生食を敬遠してか、動きが鈍い。日曜日が1回少ない影響か、焼鳥や餃子などのおつまみ関連はやや伸び悩んだ、

5. 日配DI：-2.1（やや不調）

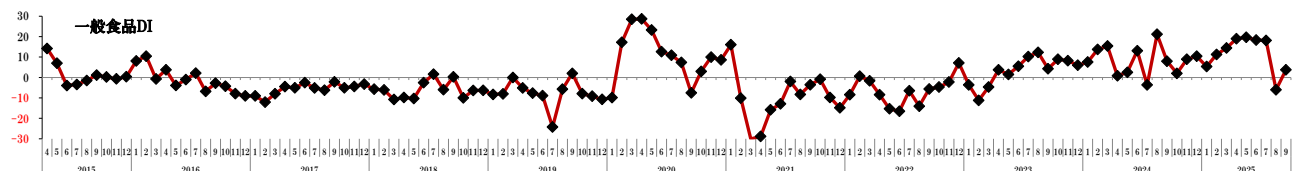
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.4	19.0	41.8	29.1	5.7	3.2
日配（当月）	6.0	30.1	36.8	20.3	6.8	-2.1



日曜日が1回少ない影響も受け販売点数が減少、やや不調となった。猛暑の継続により、アイス・氷菓、チルド飲料、涼味麺が好調継続。鶏卵は価格高騰により売上高は堅調。和日配はコメ品薄解消もあり納豆や梅干、ところてんや豆腐など涼味・即食・塩分補給関連の動きがよい。洋日配ではヨーグルト類は好調だが、価格改定のあった乳製品の販促ができず、乳酸飲料の反動で伸び悩んだ店舗が多い。冷凍食品は引き続き堅調に推移した。残暑が続く、秋冬商品への切り替えタイミングが難しいとのコメントがみられた。

6. 一般食品：3.8（やや好調）

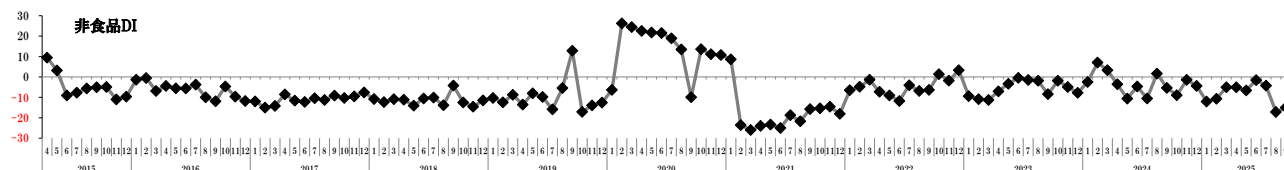
回答構成比（％）	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
一般食品（前月）	10.8	32.3	31.6	20.9	4.4	-6.0
一般食品（当月）	8.3	19.5	30.1	33.1	9.0	3.8



米は、新米の入荷も増えて品薄が解消、価格は高止まりしており、特に前年品薄となった店舗を中心に好調となる一方で、前年特需の反動で前年比が大きく落ち込む店舗もみられた。コメ代替品としてのレンジ米飯は好調だが、パスタ、インスタント麺類などは落ち着きもみられる。猛暑継続によりサラダ関連調味料、麺つゆなど涼味商材が好調。日曜日が1回少ない影響か、飲料やアルコール類が伸び悩んだという声も。菓子では暑さが続いたためかチョコレートの不調とするコメントが多くみられた。

7. 非食品 DI：-15.0（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）	23.5	39.9	22.2	10.5	3.9	-17.2
非食品（当月）	14.4	44.0	31.2	8.0	2.4	-15.0



前月に引き続き、前年の防災備蓄関連需要の反動を受けた店舗が多く、不調となった、猛暑継続の影響で日焼け止めや制汗剤、保冷剤、熱中症対策商品の好調が続いた。連休は天候に恵まれず、前年に比べて3連休が1回少なくなったこともあり、レジャー関連が低迷した地域もみられた。紙製品は値上げ後に低迷している店舗が多い。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引き続き多くみられた。

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 10 月調査（9 月実績）キーワード TOP3

1. 単価増（価格高騰）と買上点数減
2. 猛暑（残暑）による影響
3. 日曜日が 1 回少ない

（参考）2024 年 10 月調査（9 月実績）キーワード TOP3

1. 残暑による夏物商材好調
2. 米関連需要増
3. 前年との曜日巡り（三連休の 1 回増）

スーパーマーケット景気動向調査 集計数

9 月実績速報版 142 社
 8 月実績確報版 166 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