

# 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

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

##### 見通し判断

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

#### 経営動向調査 経営状況

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

#### カテゴリー動向

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

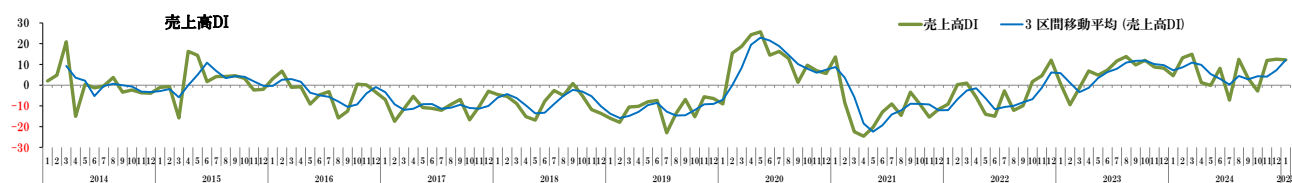
※DI値は前年同月との比較／（）内は前月DIからの変化

# 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

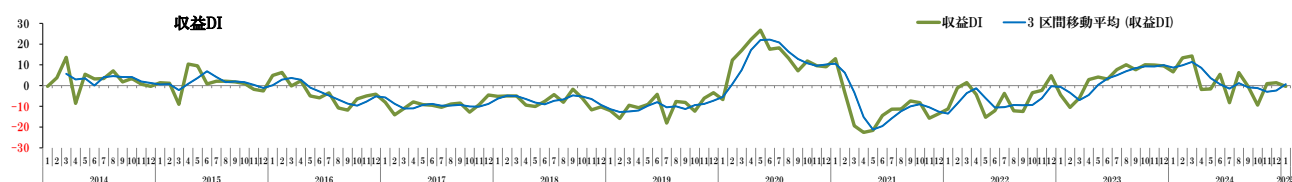
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	3.0	10.1	29.2	49.4	8.3	12.5
<b>売上高 (当月)</b>	<b>4.7</b>	<b>7.3</b>	<b>29.3</b>	<b>52.0</b>	<b>6.7</b>	<b>12.2</b>



## 2. 収益DI

前月から大きな変化なし

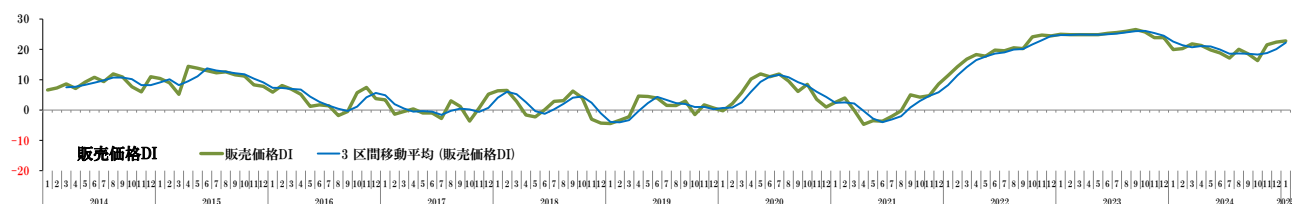
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	8.0	20.9	36.2	27.6	7.4	1.4
<b>収益 (当月)</b>	<b>6.9</b>	<b>23.4</b>	<b>37.2</b>	<b>29.0</b>	<b>3.4</b>	<b>-0.3</b>



## 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

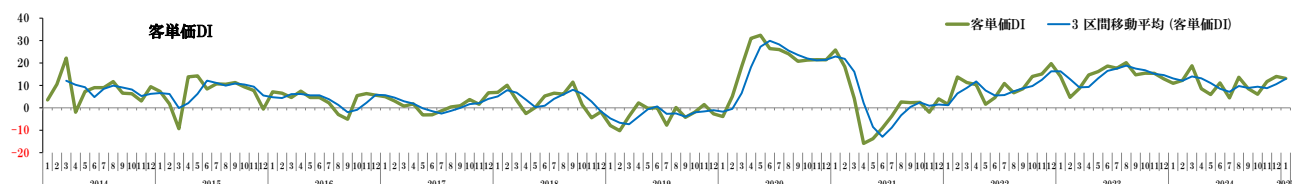
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格 (前月)	0.0	1.2	18.2	70.3	10.3	22.4
<b>販売価格 (当月)</b>	<b>0.0</b>	<b>0.7</b>	<b>18.2</b>	<b>70.3</b>	<b>10.8</b>	<b>22.8</b>



## 4. 客単価DI

前月から横ばい推移、二桁プラス水準を維持

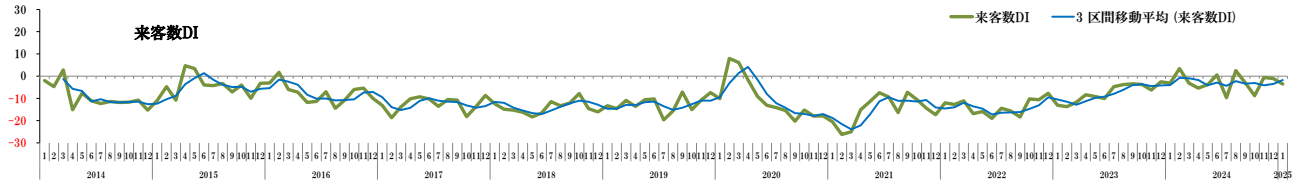
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価 (前月)	0.6	9.6	29.5	53.6	6.6	14.0
<b>客単価 (当月)</b>	<b>0.7</b>	<b>8.8</b>	<b>32.7</b>	<b>53.1</b>	<b>4.8</b>	<b>13.1</b>



## 5. 来客数 DI

前月から小幅に下落

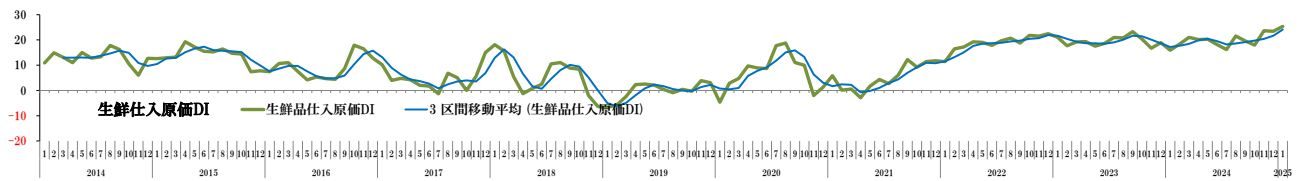
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	4.8	27.9	37.0	27.3	3.0	-1.1
来客数 (当月)	<b>3.4</b>	<b>32.4</b>	<b>39.9</b>	<b>23.6</b>	<b>0.7</b>	<b>-3.5</b>



## 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

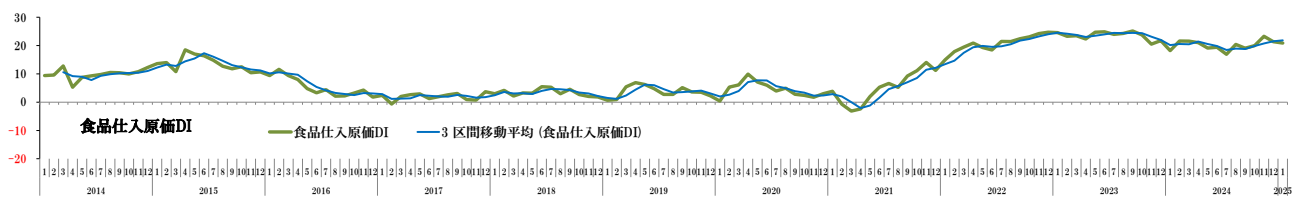
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.0	1.3	20.1	62.3	16.4	23.4
生鮮仕入原価 (当月)	<b>0.7</b>	<b>0.7</b>	<b>14.0</b>	<b>65.7</b>	<b>18.9</b>	<b>25.3</b>



## 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)	<b>1.4</b>	<b>3.5</b>	<b>19.1</b>	<b>61.7</b>	<b>14.2</b>	<b>20.9</b>

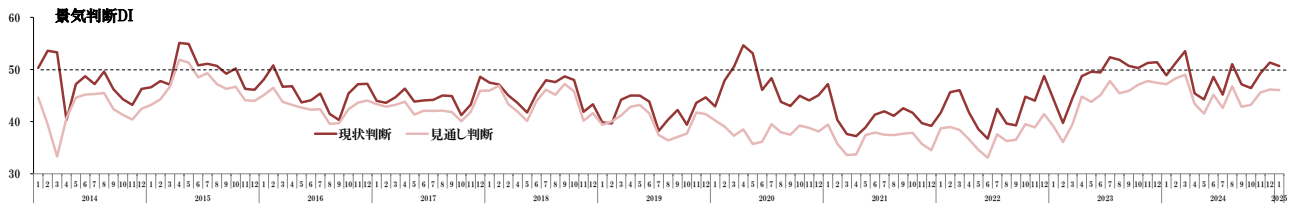


## Ⅱ. 景況感調査 (2014年4月～/周辺地域景況判断 2010年4月～)

### 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

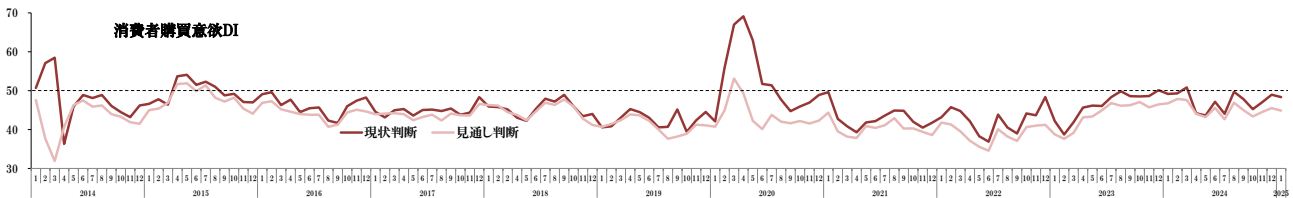
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景況判断 (前月)	1.2	12.4	66.3	20.1	0.0	51.3
<b>【現状】景況判断 (当月)</b>	<b>1.3</b>	<b>13.2</b>	<b>67.1</b>	<b>18.4</b>	<b>0.0</b>	<b>50.7</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景況判断 (前月)	1.8	22.5	65.1	10.7	0.0	46.2
<b>【見通し】景況判断 (当月)</b>	<b>2.0</b>	<b>21.7</b>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



### 2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に前月水準

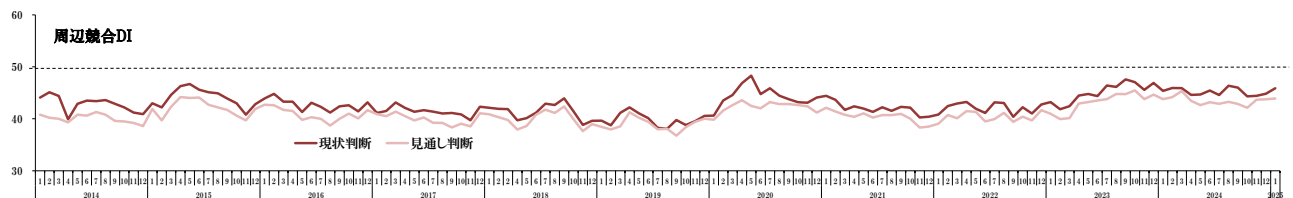
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	0.6	17.8	66.9	14.8	0.0	49.0
<b>【現状】購買意欲 (当月)</b>	<b>0.7</b>	<b>18.5</b>	<b>68.2</b>	<b>11.9</b>	<b>0.7</b>	<b>48.3</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	0.6	25.7	64.7	9.0	0.0	45.5
<b>【見通し】購買意欲 (当月)</b>	<b>1.3</b>	<b>26.5</b>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



### 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

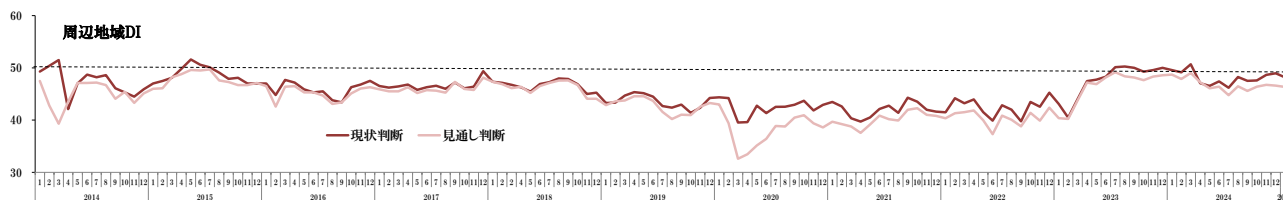
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	3.0	18.3	75.1	3.6	0.0	44.8
<b>【現状】競合状況 (当月)</b>	<b>2.6</b>	<b>14.5</b>	<b>79.6</b>	<b>3.3</b>	<b>0.0</b>	<b>45.9</b>
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	3.0	21.4	73.2	2.4	0.0	43.8
<b>【見通し】競合状況 (当月)</b>	<b>3.3</b>	<b>20.4</b>	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



#### 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

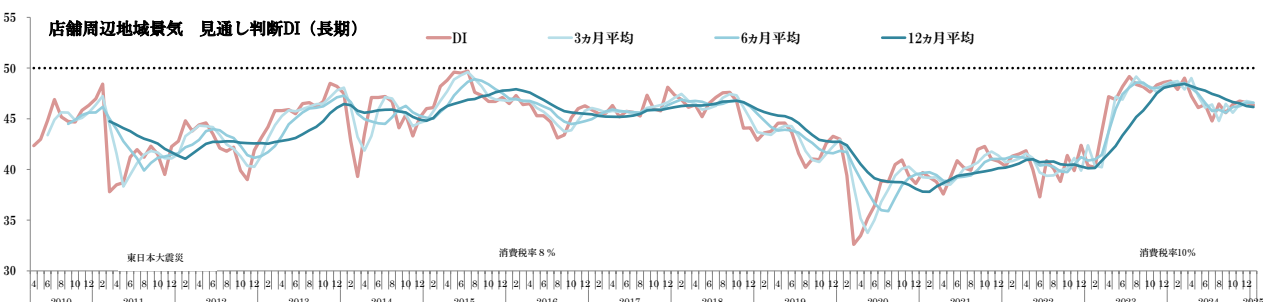
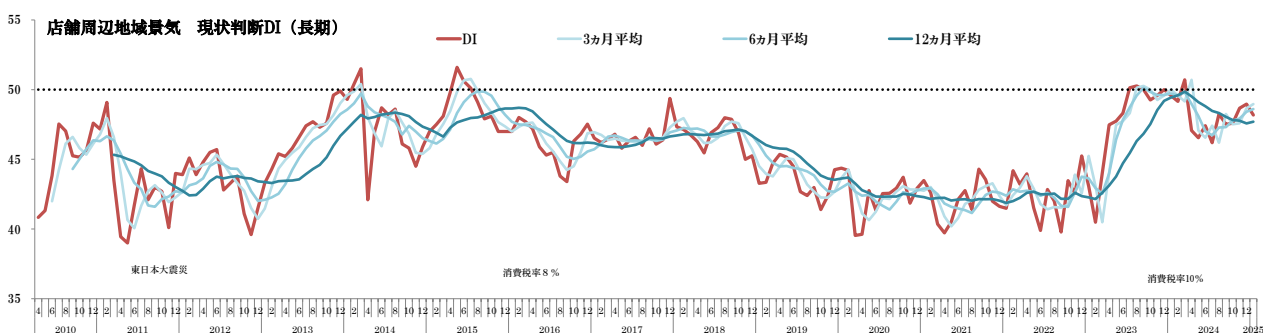


#### ・中核店舗周辺地域景気判断DI 長期傾向 (2010年4月～)

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。

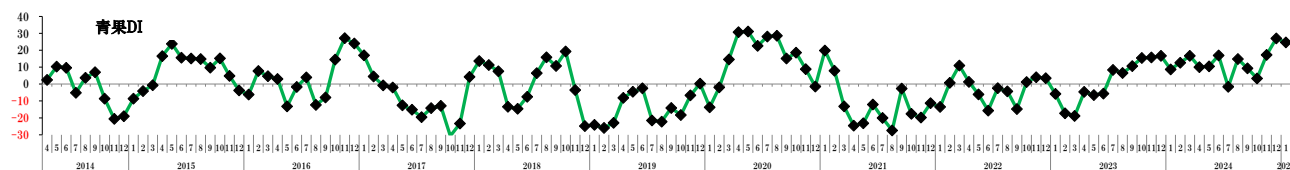
21年は、感染状況により上下に振られる動きが続いた。22年4月以降悪化が続き、6月にはすべての移動平均線が下向きへと変化、感染が再拡大した7月以降には一旦大幅な改善をみせた。23年3月以降は改善が続き、7月には判断の分かれ目である50を突破、その後も高水準を維持した。24年4月に一転して大きく悪化した。年の後半は緩やかな改善傾向が続いている。



### Ⅲ. カテゴリー別動向

#### 1. 青果DI：24.7（かなり好調）

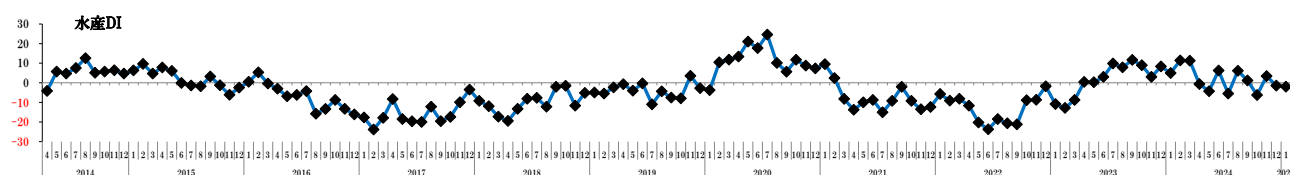
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
青果（前月）	0.6	5.7	11.3	49.7	32.7	27.0
青果（当月）	1.4	8.8	12.2	44.9	32.7	24.7



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）

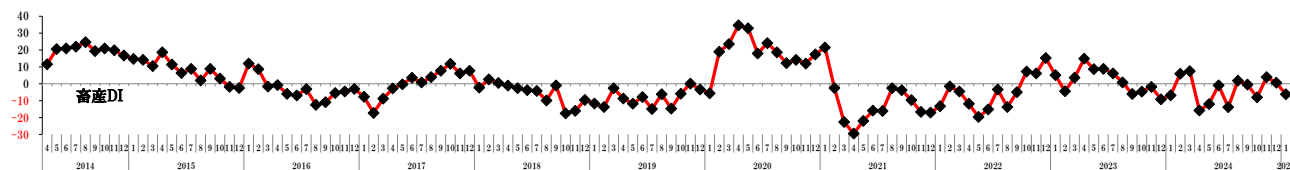
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
水産（前月）	7.0	26.8	35.7	26.1	4.5	-1.4
水産（当月）	6.1	29.1	33.1	30.4	1.4	-2.0



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）

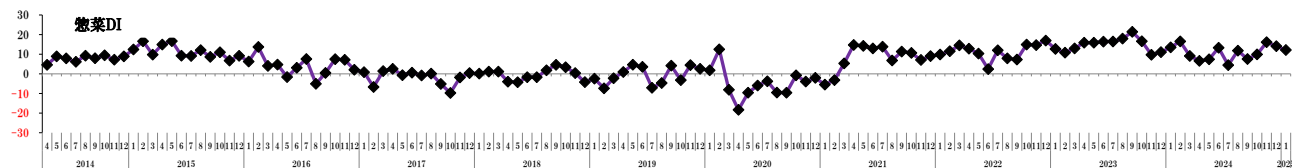
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
畜産（前月）	7.6	27.8	26.6	30.4	7.6	0.6
畜産（当月）	9.7	36.6	28.3	20.0	5.5	-6.2



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）

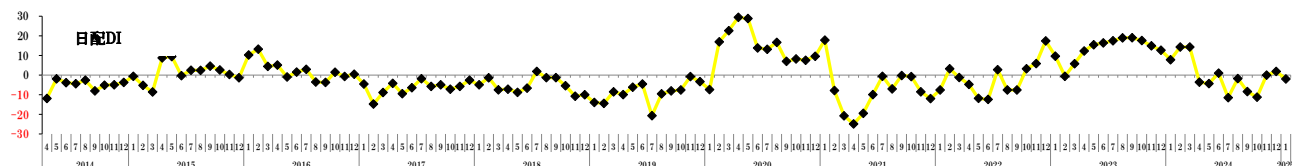
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
惣菜（前月）	1.3	8.2	35.2	43.4	11.9	14.2
<b>惣菜（当月）</b>	<b>1.4</b>	<b>12.5</b>	<b>33.3</b>	<b>41.7</b>	<b>11.1</b>	<b>12.2</b>



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）

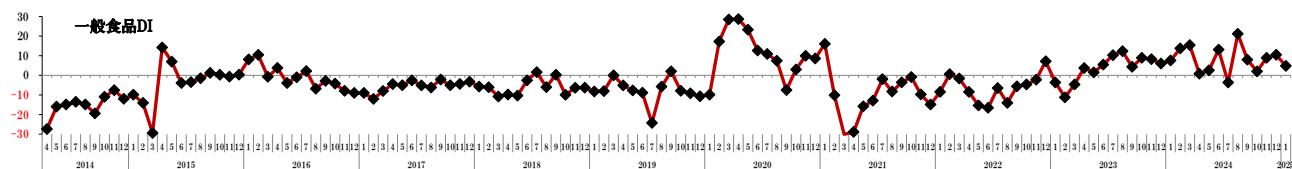
回答構成比 (%)	かなり不調	やや不調	変わらない	やや好調	かなり好調	DI
日配（前月）	4.4	22.0	39.6	29.6	4.4	1.9
<b>日配（当月）</b>	<b>5.6</b>	<b>26.4</b>	<b>41.0</b>	<b>24.3</b>	<b>2.8</b>	<b>-1.9</b>



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
<b>一般食品（当月）</b>	<b>4.8</b>	<b>21.1</b>	<b>35.4</b>	<b>27.9</b>	<b>10.9</b>	<b>4.8</b>

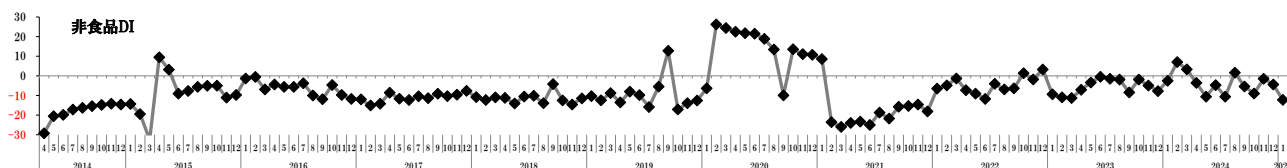


米は、価格高騰や供給不足報道により、大きく売上を伸ばした。生鮮品の高騰により、油や調味料の動きが鈍いなか、鍋つゆやスープなどのホットメニュー、コーヒーやお茶などは順調に推移した。菓子類には買上点数が増加傾向にあり、回復傾向もみられた。酒類は高単価商品が不振、ビールには前年酒税法改正による特需からの影響を受けた。一部地域では、前年の能登地震による食品備蓄からの反動がみられた。



## 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](mailto:tokei@super.or.jp)