

スーパーマーケット販売統計調査 ～ 2025年1月実績（速報版）、2024年12月実績（確報版）～

（一社）全国スーパーマーケット協会、（一社）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の三団体は、「スーパーマーケット販売統計調査」2025年1月実績速報値他を発表した。

■ 2025年1月実績【速報版】

	構成比	前年同月比 (全 店)	前年同月比 (既存店)
総売上高	100.0%	104.8%	103.7%
食品合計	92.4%	105.2%	104.0%
生鮮3部門合計	35.3%	105.4%	104.0%
農産	14.7%	110.4%	109.1%
水産	8.8%	102.6%	101.2%
畜産	11.8%	101.7%	100.3%
惣菜	10.9%	106.3%	104.8%
日配	20.0%	103.4%	102.4%
一般食品	26.1%	105.9%	104.9%
非食品	5.4%	100.3%	100.3%
その他	2.2%	104.7%	103.1%

■ エリア別集計

エリア	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	43	102.4%	102.2%
関東地方	73	106.3%	104.8%
中部地方	53	103.5%	102.3%
近畿地方	44	105.8%	104.3%
中国・四国	34	103.8%	103.5%
九州・沖縄	23	102.5%	102.6%

■ 保有店舗数別集計

保有店舗数	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	46	99.7%	99.7%
4～10店舗	84	102.5%	101.7%
11～25店舗	49	103.2%	103.0%
26～50店舗	45	103.7%	103.1%
51店舗以上	46	105.5%	104.1%

集計企業数（社）	270
総店舗数（店舗）	8,393
総売場面積（㎡）	14,008,830
既存店総売上高（万円）	103,079,276
店舗平均月商（万円）	12,496
売場1㎡あたりの売上高（万円）	7.5

■ 2024年12月実績【確報版】

	構成比	前年同月比 (全 店)	前年同月比 (既存店)
総売上高	100.0%	104.8%	103.8%
食品合計	91.6%	105.1%	104.0%
生鮮3部門合計	35.1%	105.5%	104.3%
農産	13.8%	110.1%	108.9%
水産	9.6%	102.1%	100.9%
畜産	11.7%	103.3%	102.1%
惣菜	10.9%	105.3%	103.8%
日配	19.5%	103.1%	102.3%
一般食品	26.1%	105.8%	104.9%
非食品	6.0%	102.0%	101.6%
その他	2.3%	102.3%	101.4%

■ エリア別集計

エリア	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	43	103.1%	102.7%
関東地方	73	106.1%	104.6%
中部地方	53	103.4%	102.5%
近畿地方	44	104.6%	103.6%
中国・四国	34	105.2%	103.9%
九州・沖縄	23	102.6%	104.2%

■ 保有店舗数別集計

保有店舗数	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	46	98.8%	99.7%
4～10店舗	83	103.0%	102.4%
11～25店舗	50	102.8%	102.8%
26～50店舗	45	103.3%	103.1%
51店舗以上	46	105.6%	104.2%

集計企業数（社）	270
総店舗数（店舗）	8,401
総売場面積（㎡）	14,018,988
既存店総売上高（万円）	124,337,840
店舗平均月商（万円）	15,089
売場1㎡あたりの売上高（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1月実績の総売上高前年同月比（速報値）は、全店104.8%、既存店103.7%となった。

2025年2月調査（1月実績）キーワードTOP3は、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。

2025年1月は、青果の相場高からの価格高騰や米価格が高騰。また、生鮮品価格や米の高騰により惣菜の需要が高まっている。

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。

【農産】（かなり好調）

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。鍋関連野菜が好調で、価格高騰の目立つ葉物野菜は1/2や1/4カットの動きが良い。土物類や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あった。カット野菜は好調だが、サラダ関連野菜は好不調の判断が分かれた。果実はみかんを中心に国産柑橘類、リンゴは好調、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。

【水産】（やや不調）

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。ぶりやアジは豊漁で入荷量が多い地域で好調に推移。魚卵や塩干類は好不調の判断が分かれている。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。

【畜産】（やや不調）

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く不調となった。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あった。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分かれた。

【惣菜】（好調）

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、揚げ物や麺類などの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。

【日配】（やや不調）

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。また、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。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。

【一般食品】（やや好調）

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。

【非食品】（不調）

紙類は価格上昇により好調に推移。インフルエンザの流行によりマスクなどの衛生用品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。