

スーパーマーケット販売統計調査 ～ 2025年2月実績（速報版）、2025年1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2月実績速報値他を発表した。

■ 2025年2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%	103.2%	102.4%
食品合計	92.3%	103.5%	102.6%
生鮮3部門合計	34.4%	103.2%	102.2%
農産	14.3%	108.2%	107.3%
水産	8.4%	98.7%	97.7%
畜産	11.8%	100.7%	99.7%
惣菜	10.6%	102.6%	101.1%
日配	19.9%	102.3%	101.5%
一般食品	27.4%	105.1%	104.4%
非食品	5.4%	99.0%	98.9%
その他	2.3%	102.2%	102.1%

■ 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	101.9%	101.3%
関東地方	73	103.9%	103.2%
中部地方	53	102.9%	102.0%
近畿地方	44	104.3%	102.7%
中国・四国	34	104.7%	103.6%
九州・沖縄	23	100.5%	100.9%

■ 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	99.9%	99.9%
4～10店舗	84	101.6%	100.9%
11～25店舗	49	103.0%	102.0%
26～50店舗	45	102.5%	102.2%
51店舗以上	46	103.6%	102.7%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,391
総売場面積(m ²)	14,019,708
既存店総売上高(万円)	99,083,006
店舗平均月商(万円)	11,988
売場1m ² あたりの売上高(万円)	7.2

■ 2025年1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%	103.6%
食品合計	91.8%	105.2%	104.0%
生鮮3部門合計	35.1%	105.5%	104.1%
農産	14.6%	110.6%	109.3%
水産	8.8%	102.5%	101.2%
畜産	11.8%	101.8%	100.4%
惣菜	11.0%	106.7%	104.8%
日配	19.9%	103.3%	102.2%
一般食品	25.7%	105.8%	104.8%
非食品	5.9%	100.4%	100.4%
その他	2.3%	103.7%	102.4%

■ 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	102.4%	102.2%
関東地方	73	106.1%	104.3%
中部地方	53	103.5%	102.5%
近畿地方	44	105.1%	104.0%
中国・四国	34	105.5%	104.5%
九州・沖縄	23	102.2%	102.4%

■ 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%	99.9%
4～10店舗	84	102.8%	102.3%
11～25店舗	49	102.8%	103.0%
26～50店舗	45	103.5%	103.1%
51店舗以上	46	105.5%	104.0%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,396
総売場面積(m ²)	14,010,585
既存店総売上高(万円)	102,823,575
店舗平均月商(万円)	12,483
売場1m ² あたりの売上高(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月実績の総売上高前年同月比（速報値）は、全店103.2%、既存店102.4%となった。

2025年2月実績（3月調査）キーワードTOP3は、①米の価格高騰 ②うるう年の裏年で営業日が一日少ない ③寒波（低い気温）。

2025年2月はうるう年の翌年となり、1日少ない中においてプラスを維持できたのは、青果やコメの相場高が主な要因と考えられる。また、昨年と比べて気温が低下し季節商材が動いたこともプラスに働いた。

【農産】（かなり好調）

寒波の影響もあり青果相場が高止まりし、単価上昇により好調。ネギや白菜などの鍋関連野菜は気温低下で点数減も好調に推移した。高値の影響で、価格の安定しているキノコ類やカット野菜の動きが良かった。カレー・シチュー用の土物類や根菜類など、ホットメニュー関連も好調。果実も高値となっているが、国産ではみかんやリンゴ、輸入果物ではバナナが好調とのコメントが多い。イチゴは入荷状況により好不調がわかれた。

【水産】（不調）

天候不順により相場高傾向に加え、入荷が不安定で販売に苦心した店舗がみられた。恵方巻関連は、予約販売は比較的好調も、当日が日曜日だったことや降雪などの天候の影響を受けた地域もみられた。前年高騰により不振だったカニ類は回復傾向がみられた。タラや牡蠣などの鍋関連商材が引き続き好調に推移。シラスやいかなごは不漁で不調。高値のうなぎ、魚卵や塩干類も前月に引き続き動きが悪かった。即食ニーズにより、海藻類や味付け加工品が好調とのコメントが多い。

【畜産】（やや不調）

引き続き全般的に相場高が継続しており、部門としての伸び悩みと鶏肉への需要シフトが続いている。牛肉は引き続き価格が抑えられる切り落としや小間切れなどが販売の中心となったが、前年並みを確保。豚肉は国産豚の価格上昇もあり伸び悩んだ。鶏肉は気温低下による鍋需要も追い風に好調となった店舗が多い。ハムなどの加工肉は回復傾向となるも、価格競争の厳しさを指摘するコメントがみられた。

【惣菜】（やや好調）

惣菜は、前年より営業日が一日少ない影響もあったが、コメの価格高騰により米飯類、青果相場の高騰による惣菜類の需要増傾向が続いている。また、低い気温の影響で、揚げ物や麺類などのホットメニューが好調な一方で、サラダや寿司関連は伸び悩んだ店舗が多い。恵方巻は曜日めぐりや天候の影響が見られ、単価上昇もありハーフサイズなどへのシフトもみられた。価格改定が進む一方、利益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）

低い気温が続く、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。青果相場高騰により、冷凍野菜をはじめとする冷凍食品、漬物類が好調、単価が上昇している卵も売上高の維持を牽引した。寒暖差の大きかった地域では商品管理が難しい月となり、牛乳やデザート類など洋日配の動きが鈍く、値上げのあったパン類は点数減により不調となった店舗が多い。

【一般食品】（好調）

引き続き米類は価格高騰や供給不足報道等により、大きく売上を伸ばした。また、レトルト米飯など代替品の需要も高まっている。生鮮品高騰で油や調味料の動きが鈍いなか、気温低下により鍋つゆやスープなどのホットメニュー、インスタントコーヒーやお茶などが順調に推移。酒類や飲料は動きが鈍く、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。バレンタイン需要は年々減少するも、手作り用商材の動きが良かった店舗もあった。

【非食品】（不調）

寒波により、カイロなどの防寒商材の動きがよかった地域が多くみられた。ティッシュペーパーを中心に紙製品は価格上昇により好調に推移。インフルエンザや花粉対策として、マスクに需要増がみられた。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。