

スーパーマーケット販売統計調査 ～2026年9月実績（速報版）、2026年8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」2026年9月実績速報値及び8月実績確報値を発表した。

■2026年9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%	102.1%	100.9%
食品合計	92.6%	102.0%	100.6%
生鮮3部門合計	34.4%	103.9%	102.3%
農産	14.5%	102.0%	100.7%
水産	8.3%	103.0%	101.2%
畜産	11.6%	107.0%	105.2%
惣菜	11.5%	102.6%	101.2%
日配	20.9%	102.2%	100.9%
一般食品	25.9%	99.1%	97.9%
非食品	5.3%	104.7%	104.5%
その他	2.0%	100.7%	100.4%

■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	102.5%	101.6%
関東地方	73	102.4%	100.6%
中部地方	53	103.6%	102.1%
近畿地方	44	100.9%	100.1%
中国・四国	34	103.2%	101.8%
九州・沖縄	23	97.8%	97.8%

■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	96.4%	96.4%
4～10店舗	85	101.0%	100.2%
11～25店舗	48	101.7%	101.5%
26～50店舗	45	101.5%	100.6%
51店舗以上	46	102.5%	100.9%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,607
総売場面積(㎡)	14,427,502
既存店総売上高(万円)	112,280,666
店舗平均月商(万円)	13,221
売場1㎡あたりの売上高(万円)	7.9

■2026年8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%	102.3%	101.2%
食品合計	92.5%	102.5%	101.3%
生鮮3部門合計	34.2%	104.9%	103.6%
農産	14.7%	104.6%	103.5%
水産	8.4%	105.4%	104.0%
畜産	11.2%	104.8%	103.3%
惣菜	12.1%	104.0%	102.6%
日配	20.5%	102.2%	100.9%
一般食品	25.7%	99.2%	98.3%
非食品	5.3%	99.9%	98.8%
その他	2.2%	100.0%	99.8%

■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	100.9%	100.3%
関東地方	73	102.7%	101.1%
中部地方	53	102.6%	101.8%
近畿地方	44	101.9%	101.0%
中国・四国	34	102.9%	101.6%
九州・沖縄	23	104.5%	104.7%

■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	100.2%	100.2%
4～10店舗	84	101.6%	101.4%
11～25店舗	48	102.0%	101.7%
26～50店舗	46	102.1%	101.3%
51店舗以上	46	102.5%	101.2%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,608
総売場面積(㎡)	14,421,329
既存店総売上高(万円)	119,762,201
店舗平均月商(万円)	14,132
売場1㎡あたりの売上高(万円)	8.4

※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。

2026年9月実績の総売上高前年同月比（速報値）は、全店 102.1%、既存店 100.9% となった。2026年9月実績キーワード TOP3 は、①長雨・台風など天候不順による客数減少 ②気温低下による夏物の不振、秋冬商材への移行が早まる ③値上げ継続による買上点数減少と節約志向の強まり。

9月は秋雨前線や台風の影響で大雨となる日も多く、運営的にはやや苦しい月となりました。東京都心では30日すべてで降雨となるなど、日照時間が短くなった地域が多く、客数や行楽需要の減少、葉物野菜などの生育不良、相場高などの影響が出ています。曜日めぐりとしては、昨年よりもシルバーウィークの連休が1日長くなりました。

【農産】（やや不調）

長雨や日照不足による入荷不安定や相場高が全体に響いた。野菜では、気温の低下に伴い鍋物などのホットメニュー需要が高まり、キャベツ、白菜、大根、きのこ類が堅調に推移したほか、じゃがいもや玉ねぎなどの土物類も好調な動きとなった。一方で、トマト、きゅうり、レタスをはじめとするサラダ野菜は、気温低下や入荷量の減少も重なり伸び悩む結果となった。果物に関しては、ぶどう、梨、りんご、柿といった秋の季節果実を中心に堅調な動きがみられた。

【水産】（やや不調）

生さんまや秋鮭は不漁による入荷不足と価格高騰で大きく伸び悩み、前年豊漁の反動もみられた。養殖魚や輸入魚も高値が続き、買上点数の減少を指摘する声があがった。一方、塩鮭やしらす、干物などの塩干類をはじめ、いか、えび、サーモンなどは比較的堅調に推移し、旬の主要魚種の不振をカバーした。シルバーウィークや秋のお彼岸期間中には、寿司や刺身類などのごちそう需要が高まり、売上を牽引した。

【畜産】（好調）

値ごろ感のある豚肉、鶏肉、挽肉を中心に好調な推移となった。気温が低めに推移した地域では鍋や煮込み料理の需要が早まり、豚肉薄切りや鶏肉の動きが良かった。牛肉は相場高が続いており高価格帯を中心に苦戦が続いたが、その分比較的割安な豚肉・鶏肉や輸入肉へ需要が流れる傾向がみられた。加工肉に関しては、

相次ぐ値上げの影響からハム、ベーコン、ソーセージなどで販売数量の減少を指摘する声が散見された。

【惣菜】（やや好調）

雨天による行楽需要の落ち込みや来店客数の減少が下押し要因となったが、唐揚げやフライなどの揚げ物、丼物、焼物が好調に推移した。気温低下に伴い冷し麺などの涼味商材が失速する一方、カキフライや焼鳥など秋らしいメニューが伸長した。また、青果相場高を受けて手軽なサラダや副菜の需要も高まった。お彼岸やシルバーウィークには握り寿司やおはぎ、弁当などが買われ、家族での会食需要が売上を下支えした。

【日配】（やや好調）

気温低下の影響により、アイスやチルド飲料、冷し麺などの涼味関連商品は伸び悩んだ。一方で、中華まんやラーメン、おでん関連など秋冬商品の動きが早まったほか、納豆、豆腐、練り物などの和日配も堅調な推移をみせた。洋日配では健康志向を背景にヨーグルトが好調だったが、牛乳や加工乳は価格改定や競合店との価格差、気温の影響から苦戦する声が多く聞かれた。パン類は残暑が和らいだことで比較的堅調に推移した。

【一般食品】（不調）

気温低下に伴い飲料や乾麺などの夏物商材が伸び悩んだ一方、鍋つゆや即席麺など秋冬向け商品の立ち上がりが早まった。米は新米の販売本格化で買上点数の回復がみられたものの、前年の高単価や備蓄米販売の反動に加え、販売単価の下落が響き売上高では前年を下回る企業が多くを占めた。酒類は酒税改正前の駆け込み需要を店頭で訴求する動きが一部でみられたものの、カテゴリー全体の売上を押し上げるまでには至らなかった。

【非食品】（やや不調）

ティッシュやトイレットペーパー、洗剤などの生活用品が堅調だった一方、値上げに伴う販売点数の減少も指摘された。気温の低下により夏物衣料や熱中症対策品は苦戦したが、入浴剤やカセットボンベなど秋冬商品の動向が早まった。また、台風や大雨が相次いだ影響から、乾電池や防災バッグといった防災・備蓄関連商品の需要が高まった。