

ショートコメント vol.404 (2026年5月29日)

テーマ：スーパー売上の前年割れが意味するもの
 ～値上げが続く中での売上減少は軽視できず～

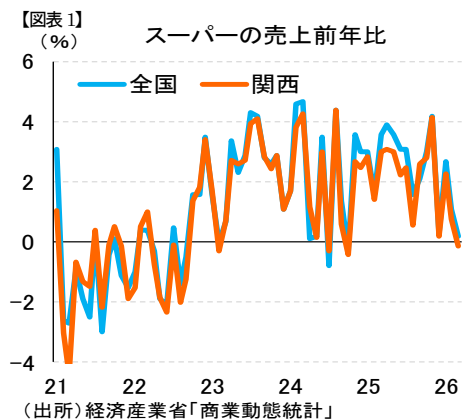
●スーパー売上の前年割れ

26年3月のスーパー売上が、関西で17か月ぶりに前年割れとなった。

商品の値上げが続く中、それに連動して売上全体も前年を上回る動きが続いていたが、ここへきて悪化し、前年を下回る形となった。全国では辛うじてプラスを維持したものの、ほぼ横ばいに近い動きとなっている(図表1)。

スーパーの売上はその8割前後を食料品が占めることから、売上全体の前年割れは、食料品売上の悪化を意味する。これは消費者による節約志向の強化を示すものであり、その意味合いは大きい。

食料品でも値上げの動きが続く中、仮に購入量が前年と変わらなければ、売上は増えるはずである。売上が減っているということは、購入量の減らす動きが広がっているか、より安い物を探し出して買っていることに他ならない。



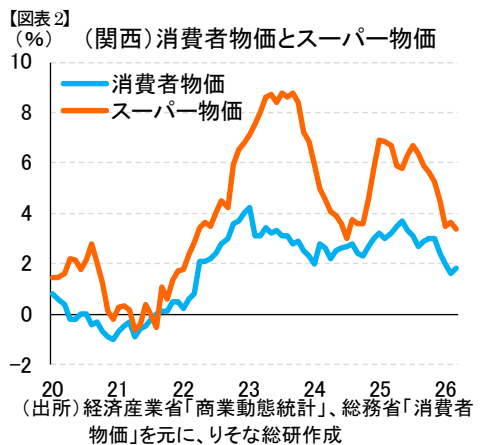
●「スーパーマーケット物価」の推計

こうした購入量の変化を示すのが、実質売上の動きであろう。これは公表されているスーパーの売上(名目売上)から物価の変動を除いたものであり、結果として購入量の変化を把握することが可能とみられる。

スーパーの実質売上を把握するには、まず「スーパーマーケット物価」(以下、スーパー物価)の推計が必要となる。これは消費者物価の品目別価格を、スーパーの品目別の売上構成にあわせて再合成することで推計が可能となる。

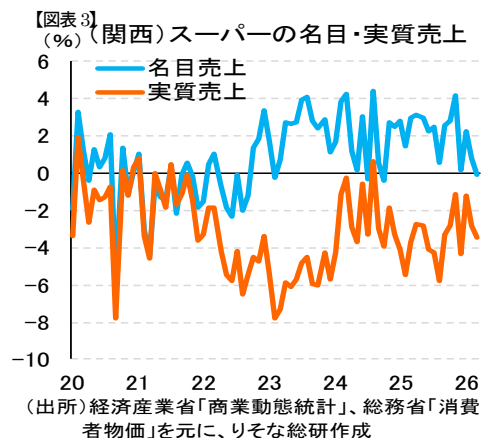
このスーパー物価を消費者物価と比較すると、3月は消費者物価が前年比で1.8%の上昇となった一方、スーパー物価は3.4%の上昇となっている(図表2)。ともに上昇率は縮小傾向にあるが、スーパー物価の方が高い状態が続いている。

消費者物価を押し上げているのは主に食料品であるが、売上に占める食料品のウェイトが高い分、やはりスーパー物価の方が上昇率は高くなりやすい。



●スーパーの実質売上の推移

この物価を元にスーパーの実質売上を試算した結果が図表3である。24年の夏頃には一時、前年比でプラスとなりそう



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

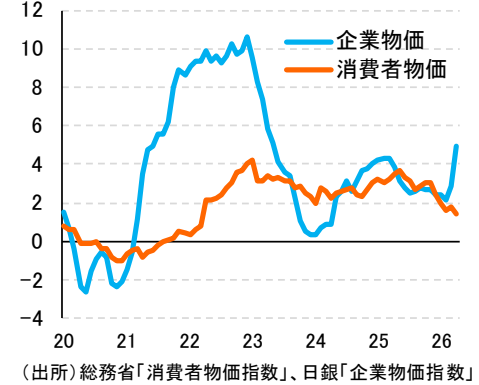
な動きもあったが、その後は前年割れが続き、直近ではマイナス 2~4%での推移となっている。この実質売上の動きを元に販売量の推移を判断するならば、現状は非常に厳しいといわざるを得ない。

今後は中東情勢の影響が、物価面により強く反映されることになる。

直近で上昇率が縮小している消費者物価も、再び上昇幅が拡大することは避けられない。すでに企業間の取引価格は上昇が始まっており、4月の企業物価指数は前年比で4.9%の上昇と大きく伸びている（図表4）。今後、政府による物価高対策が新たに講じられる可能性はあるものの、全体を大きく押し下げるまでには至らないとみられる。

その結果、消費者の節約志向はさらに強まり、スーパーの実質売上也悪化が進むことが予想される。消費の基調を占う方法は様々であるが、スーパーの実質売上がその一つであることは間違いない。今後は今春の賃上げ効果が出てくることもあり、その推移には大きな注目が集まる。

【図表4】
（%）【全国】企業、消費者物価の推移（前年比）



本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL: 06-7668-8805 mail: hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。