

スーパーマーケット販売統計調査 (9月実績速報版・8月実績確報版)

速報版: 当月発表日までに調査に参加可能な企業を対象に集計

確報版: すべての調査参加企業を対象に集計

【集計項目】

※平成23年5月より改定

- 商品分類を追加(一般食品・その他→一般食品、日配)(非食品→非食品、その他)
- 既存店前年同月比を追加
- エリア分類を変更(東海・北陸→東海、北信越)(関東→首都圏): 山梨県(東海・北陸→首都圏)
- 保有店舗別集計を追加

- 商品分類別売上高
全店売上高(万円)・構成比(%)・全店・既存店前年同月比(%)
- エリア別集計
全店売上高(万円)・全店・既存店前年同月比(%)
- 保有店舗別集計
全店売上高(万円)・全店・既存店前年同月比(%)
- 集計企業数、総店舗数、総売場面積、店舗平均月商、売場1㎡あたり売上高

スーパーマーケット販売統計調査における商品分類

総売上高	食品合計	生鮮3部門	青果	野菜類、果実類、花
			水産	魚介類、塩干物
			畜産	食肉類、肉加工品
		惣菜	惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタベーカーリー、ファーストフード	
		日配	豆腐、こんにゃく、納豆、練製品、佃煮、漬物、パン、卵、乳製品、生菓子、冷凍食品、アイスクリーム	
		一般食品	調味料、瓶缶詰、乾物、米、小麦粉、乾麺、嗜好品、菓子、酒類	
	非食品	日用雑貨品、医薬・化粧品、家具インテリア、家電製品、婦人衣料、紳士衣料、文具、玩具		
	その他	テナント売上高、タバコ・ギフト販売、その他取次業(DPE、クリーニング、宅配便、レンタル、チケット販売等)		

スーパーマーケット販売統計調査におけるエリア分類

北海道・東北エリア	北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島
首都圏エリア	茨木、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨
東海エリア	岐阜、静岡、愛知、三重
北信越エリア	福井、石川、富山、長野、新潟
関西エリア	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国・四国エリア	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州・沖縄エリア	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

平成23年10月21日

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
社団法人新日本スーパーマーケット協会

スーパーマーケット販売統計調査に関するお問い合わせ

tokei@super.or.jp

平成23年10月21日

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
 社団法人新日本スーパーマーケット協会

スーパーマーケット販売統計調査（9月実績速報版）

	全店売上高（万円）	構成比	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
総売上高	78,077,316	100.0%	100.0%	98.0%
食品合計	67,269,875	86.2%	101.1%	98.8%
生鮮3部門合計	25,247,310	32.3%	100.3%	98.1%
青果	10,390,810	13.3%	98.1%	96.1%
水産	6,972,718	8.9%	101.9%	99.6%
畜産	7,883,782	10.1%	102.0%	99.6%
惣菜	6,893,206	8.8%	102.3%	100.4%
日配	14,466,981	18.5%	101.3%	98.7%
一般食品	20,662,379	26.5%	101.7%	99.4%
非食品	6,540,283	8.4%	97.2%	96.3%
その他	4,267,157	5.5%	93.0%	94.2%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	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・東北エリア	12,043,348	44	98.6%	99.4%
首都圏エリア	26,768,355	74	99.7%	97.4%
北信越エリア	4,888,597	27	101.8%	99.2%
東海エリア	4,717,730	34	98.3%	97.1%
関西エリア	16,263,039	35	102.3%	97.7%
中国・四国エリア	8,052,992	40	98.5%	98.4%
九州・沖縄エリア	5,343,256	27	99.8%	98.3%

保有店舗数別集計

保有店舗数	全店売上高（万円）	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	616,500	43	98.8%	99.1%
4～10店舗	4,279,218	82	99.9%	98.4%
11～25店舗	11,998,787	76	98.5%	97.1%
26～50店舗	14,893,936	43	99.0%	97.6%
51店舗以上	46,288,875	37	100.9%	98.4%

集計企業数（社）	281	既存店総売上高（万円）	75,500,667
総店舗数（店舗）	7,619	店舗平均月商（万円）	10,248
総売場面積（㎡）	12,466,401	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.3

※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
 ※前年同月比(全店)：前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較による
 ※前年同月比(既存店)：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

平成23年10月21日

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
 社団法人新日本スーパーマーケット協会

スーパーマーケット販売統計調査（8月実績確報版）

	全店売上高（万円）	構成比	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
総売上高	91,814,877	100.0%	100.1%	97.6%
食品合計	78,747,746	85.8%	100.5%	97.9%
生鮮3部門合計	28,273,914	30.8%	99.4%	97.2%
青果	11,767,783	12.8%	98.0%	95.9%
水産	7,919,872	8.6%	100.3%	98.2%
畜産	8,586,260	9.4%	100.5%	98.0%
惣菜	8,287,171	9.0%	103.2%	100.2%
日配	17,156,556	18.7%	100.7%	97.9%
一般食品	25,030,104	27.3%	100.9%	98.0%
非食品	8,163,081	8.9%	97.8%	97.0%
その他	4,904,050	5.3%	99.6%	98.3%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	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・東北エリア	14,573,978	47	100.7%	100.3%
首都圏エリア	33,457,118	96	99.6%	96.9%
北信越エリア	6,219,238	32	100.4%	98.3%
東海エリア	5,112,630	39	98.5%	97.3%
関西エリア	17,068,835	36	101.5%	97.2%
中国・四国エリア	9,242,477	42	98.5%	97.4%
九州・沖縄エリア	6,140,600	29	99.7%	97.2%

保有店舗数別集計

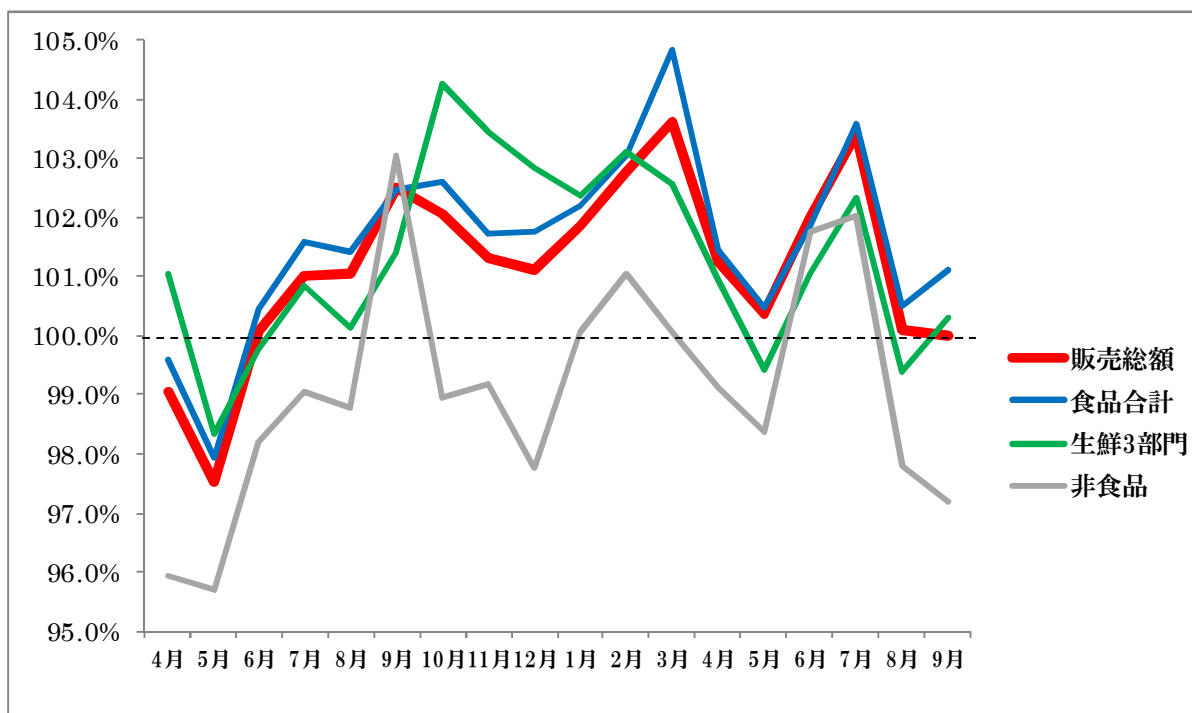
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	835,764	53	97.8%	96.6%
4～10店舗	6,097,762	101	99.1%	97.8%
11～25店舗	13,894,486	80	99.3%	96.7%
26～50店舗	18,246,316	47	99.8%	98.5%
51店舗以上	52,740,550	40	100.6%	97.5%

集計企業数（社）	321	既存店総売上高（万円）	87,251,308
総店舗数（店舗）	9,354	店舗平均月商（万円）	9,816
総売場面積（㎡）	13,493,833	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.8

※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
 ※前年同月比（全店）：前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較による
 ※前年同月比（既存店）：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年9月(全店ベース対前年同月比)

販売総額・食品合計・生鮮3部門・非食品

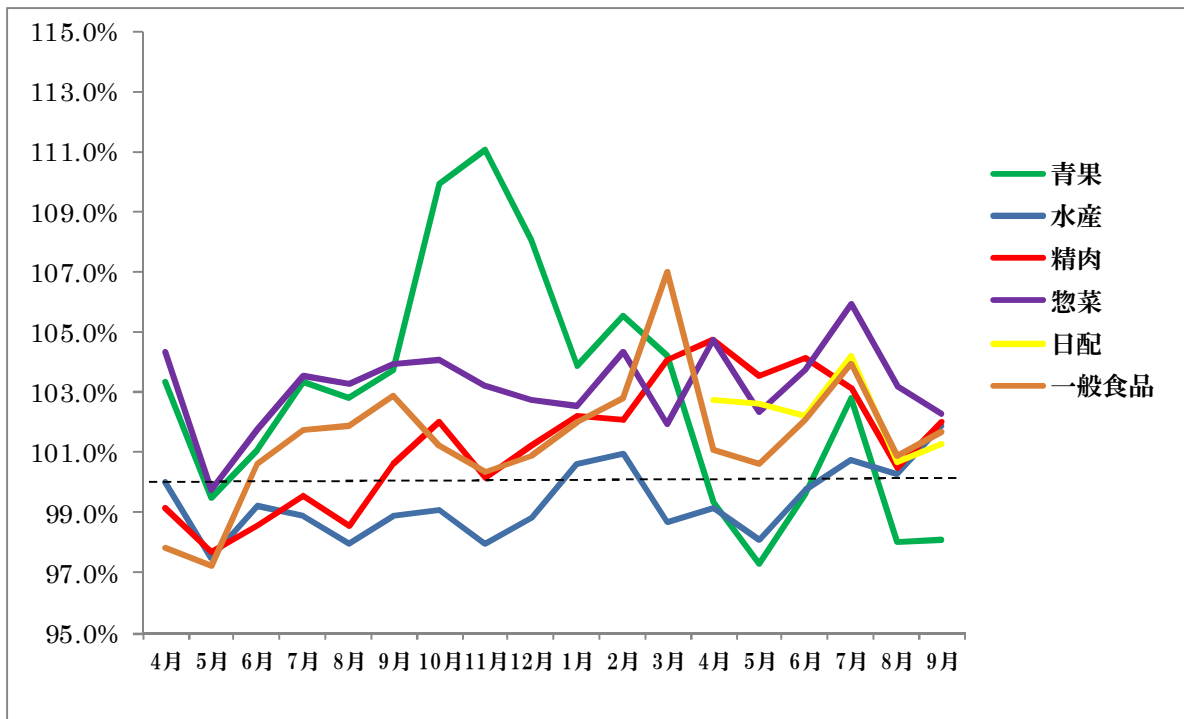


※2010年4月～2011年8月までは確報版による前年同月比、9月は速報版による前年同月比

※2011年3月までは、「非食品」に「その他」を含む

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年9月(全店ベース対前年同月比)

青果・水産・精肉・惣菜・日配・一般食品・非食品・その他



※2010年4月～2011年8月までは確報版による前年同月比、9月は速報版による前年同月比

※2011年3月までは、「一般食品」に「日配」を含む

スーパーマーケット景気動向調査

10月調査結果(9月実績)

三協会会員企業の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数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について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】

■調査項目

「売上」、「収益」、「仕入れ価格」、「販売価格」、「客単価」、「客数」

■調査方法

前年同月との比較、及び前月との比較

「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階

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

※0以上なら増加との見方が多く、0以下なら減少との見方が多い

【景況感調査】

■調査項目

「景気状況」、「消費者購買意欲」、「周辺の競合状況」、「周辺地域の景気」

■調査方法

2~3カ月前と比較した現状、及び今後2~3カ月の見通し

「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階

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+0.0

※50以上なら改善との見方が多く、50以下なら厳しい見方が多い

平成23年10月21日

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
社団法人新日本スーパーマーケット協会

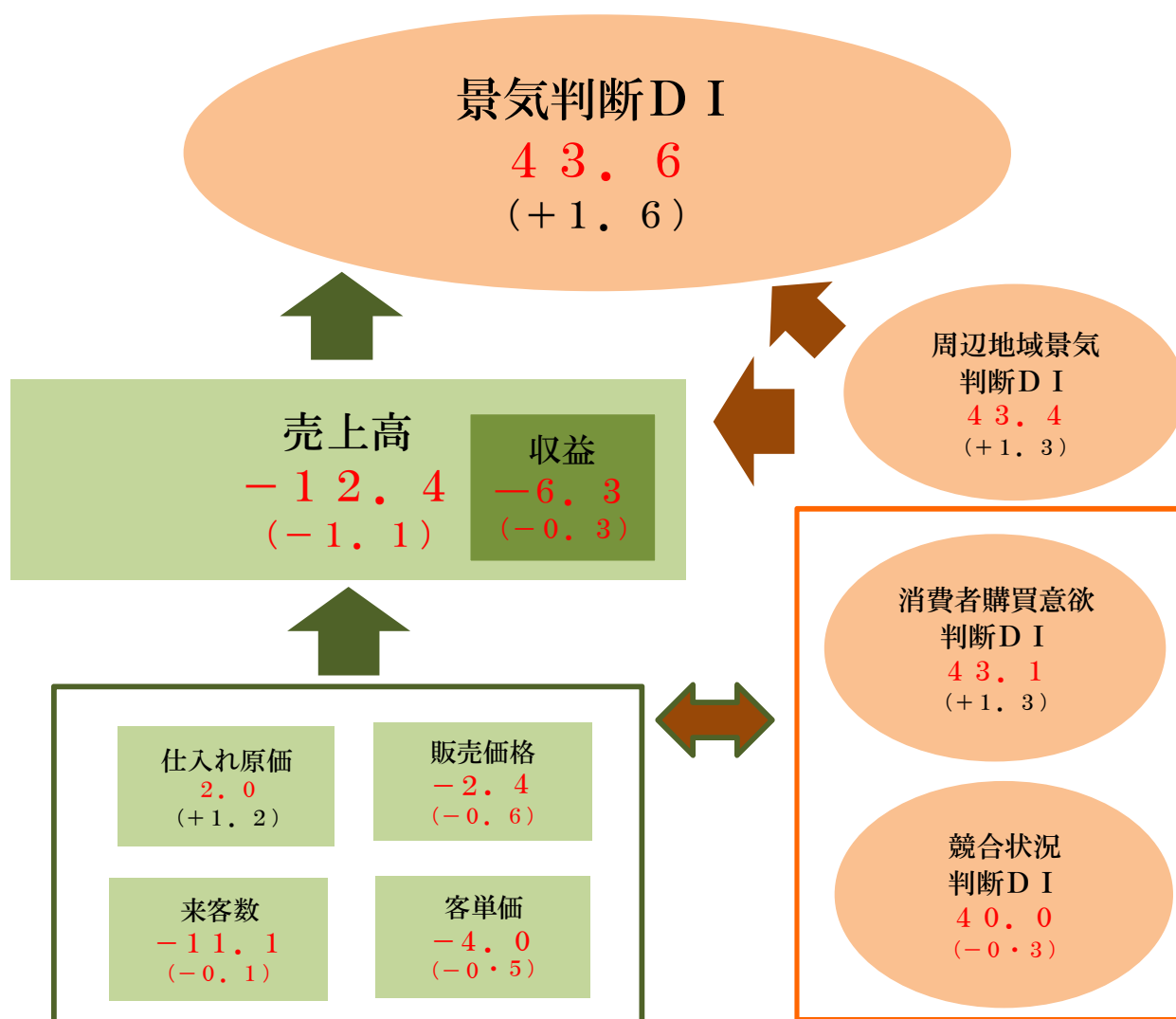
スーパーマーケット景気動向調査に関するお問い合わせ:tokei@super.or.jp

I. スーパーマーケット景気動向調査概況

9月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断は、前月に比べ1.6ポイント改善し43.6となった。

売上高DIが-12.4、収益DIが-6.3と前年同月に比べ大きく悪化しているが、外部環境（周辺地域景気、競合状況、購買意欲）は前月に比べやや改善しており、また仕入原価DIや販売価格DIはほぼ横ばいで推移している。先月に引き続き、前年のたばこの値上げによる駆け込み需要や記録的猛暑の影響に対する反動による売上高、収益の前年同月比較での落ち込みが続いていると推測される。

9月中核店舗における景気動向（速報版）



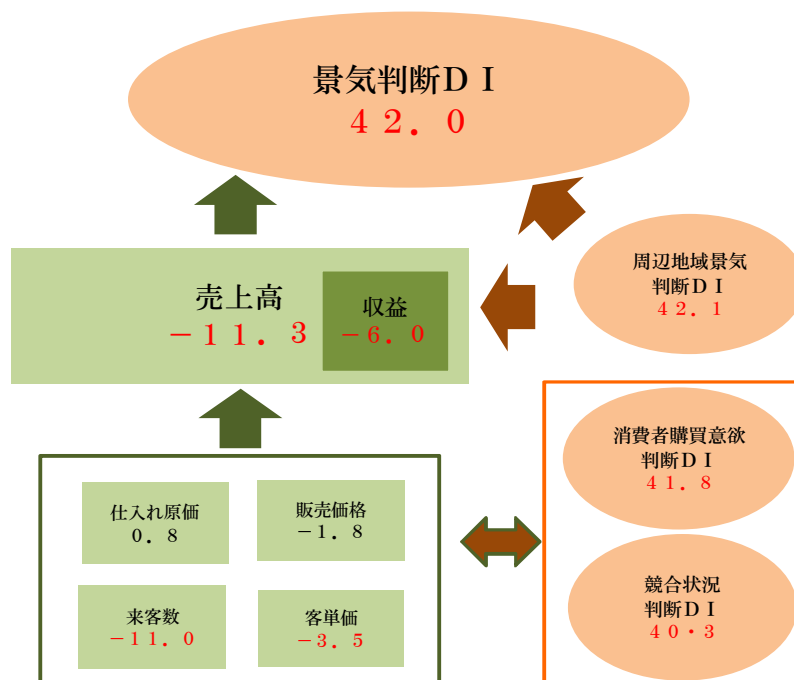
- 経営動向調査DI（当月と前年同月との比較）
- 景況感調査DI（現状と2～3ヶ月前との比較）
- （ ）は、前月との増減（赤字はDI減少）

9月調査速報版 集計企業数：268社

II. スーパーマーケット景気動向調査結果

① 前月調査結果（確報版）

8月中核店舗における景気動向（確報版）

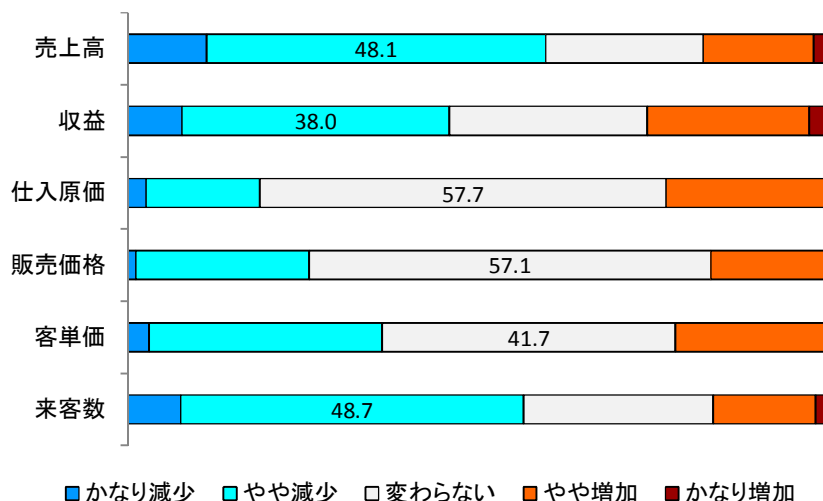


8月調査確報版 集計企業数：315社

② 9月調査結果（回答構成比%）

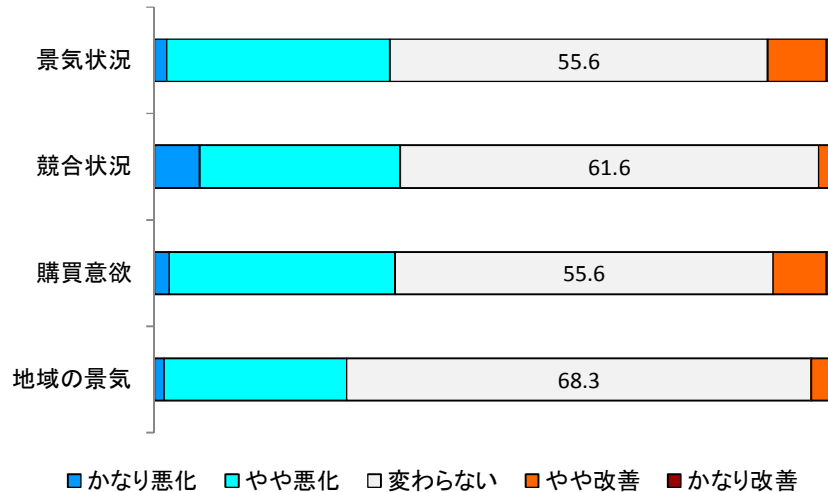
経営動向調査DI（前年同月と比較した当月の動向）

	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	11.2	48.1	22.4	15.7	2.6	-12.4
収益	7.7	38.0	28.1	23.0	3.2	-6.0
仕入原価	2.6	16.1	57.7	22.6	1.0	0.8
販売価格	1.1	24.6	57.1	17.2	0.0	-2.4
客単価	3.0	33.1	41.7	21.4	0.8	-4.0
来客数	7.5	48.7	27.0	14.6	2.2	-11.1



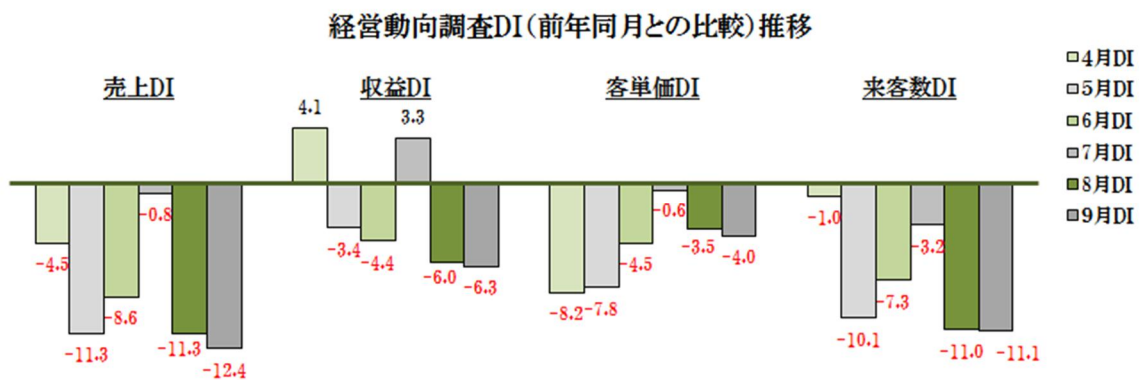
景況感調査DI（現状判断）

	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	1.9	32.8	55.6	8.6	1.1	43.6
競合状況	6.7	29.5	61.6	1.5	0.7	40.0
購買意欲	2.2	33.2	55.6	7.8	1.1	43.1
地域の景気	1.5	26.9	68.3	3.4	0.0	43.4

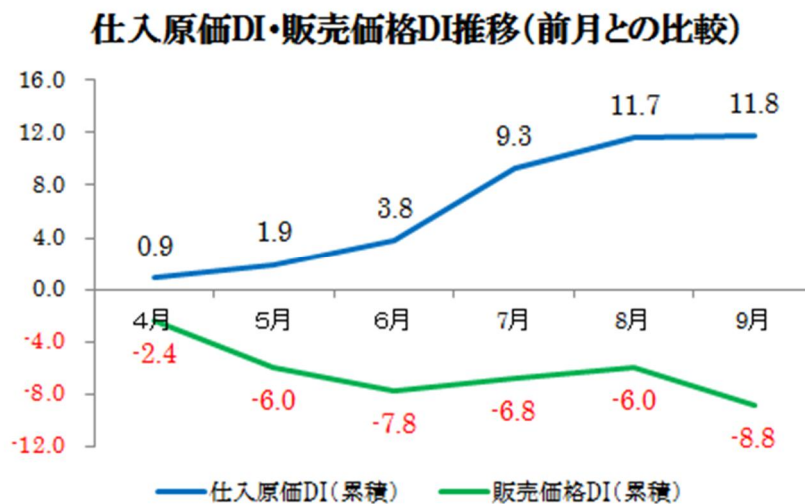


III. スーパーマーケット景気動向調査推移（4月～9月）

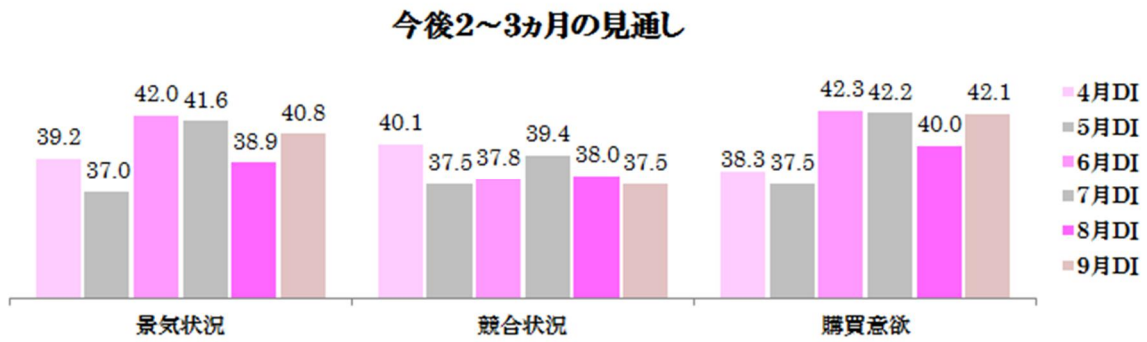
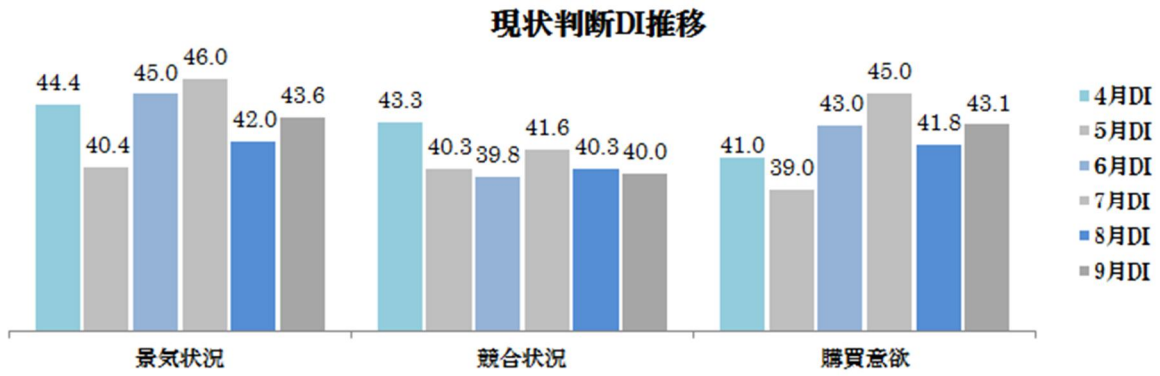
① 経営動向調査 DI 推移（売上 DI・収益 DI・客単価 DI・来客数 DI）



② 営動向調査 DI 推移（仕入原価 DI・販売価格 DI）



③景況感調査 DI 推移（景気状況 DI・競合状況 DI・購買意欲 DI）



③ 況感調査 DI 推移（周辺地域 DI）

