

スーパーマーケット販売統計調査資料

2015年1月実績 速報版
2014年12月実績 確報版(パネル285)
2014年間集計 確報版

(2月20日公表)

調査資料概要

【パネル285】

食品を中心に扱うスーパーマーケットを対象として同一285社を集計
※2014年4月実績よりパネル対象企業変更(306社→285社)

【集計項目】

商品分類別・エリア別・保有店舗別集計

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

【速報版・確報版】

速報版:毎月21日前後に前月販売実績を速報値として公表

確報版:速報値に精度の高い集計を行い確報値として公表

【全店・既存店】

全店:前年同月全営業店舗と当月全営業店舗の比較

既存店:前年同月、当月共に営業の店舗による比較

【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、インスタペーパー、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、瓶詰詰、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)			

【地方分類】

北海道・東北地方	北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島
関東地方	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川
中部地方	新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知
近畿地方	三重、滋賀、奈良、和歌山、京都、大阪、兵庫
中国・四国地方	岡山、広島、鳥取、島根、山口、香川、徳島、愛媛、高知
九州・沖縄地方	福岡、佐賀、長崎、大分、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄

※2014年4月実績よりエリア区分を8地方区分による6地方に変更

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

一般社団法人 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

2015年2月20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
 一般社団法人 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
 2015年1月実績 速報版 (パネル285)

	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	81,034,321	100.0%	103.3%	101.5%
食品合計	71,070,890	87.7%	104.2%	102.2%
生鮮3部門合計	27,678,991	34.2%	105.0%	102.8%
青果	10,794,815	13.3%	102.3%	100.3%
水産	7,673,520	9.5%	105.5%	103.3%
畜産	9,210,657	11.4%	108.0%	105.5%
惣菜	7,808,463	9.6%	107.6%	104.9%
日配	15,056,285	18.6%	103.9%	102.0%
一般食品	20,527,151	25.3%	102.1%	100.4%
非食品	6,949,518	8.6%	97.2%	96.7%
その他	3,013,912	3.7%	96.6%	96.7%

地方分類別集計

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・東北地方	12,832,987	48	102.2%	99.1%
関東地方	28,568,704	73	105.4%	103.7%
中部地方	9,862,973	57	104.5%	101.9%
近畿地方	18,352,422	43	100.9%	100.0%
中国・四国地方	7,146,815	39	103.2%	101.2%
九州・沖縄地方	4,270,418	25	101.4%	100.4%

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	807,703	53	98.1%	99.2%
4~10店舗	3,627,442	75	102.9%	102.2%
11~25店舗	10,733,154	73	101.5%	100.5%
26~50店舗	13,699,792	43	104.0%	101.3%
51店舗以上	52,166,229	41	103.5%	101.6%
集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	78,477,832	
総店舗数 (店舗)	7,380	店舗平均月商 (万円)	10,980	
総売場面積 (㎡)	12,110,387	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.7	

※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

2015年2月20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
 一般社団法人 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
 2014年12月実績 確報版 (パネル285)

	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	97,770,284	100.0%	102.5%	100.6%
食品合計	86,169,400	88.1%	103.1%	101.0%
生鮮3部門合計	33,170,443	33.9%	103.6%	101.4%
青果	12,038,526	12.3%	98.3%	96.4%
水産	10,067,898	10.3%	104.3%	102.5%
畜産	11,064,019	11.3%	109.2%	106.3%
惣菜	9,116,105	9.3%	106.4%	103.6%
日配	17,930,457	18.3%	102.8%	100.8%
一般食品	25,952,394	26.5%	101.5%	99.7%
非食品	8,013,856	8.2%	98.7%	98.3%
その他	3,587,028	3.7%	98.0%	97.7%

地方分類別集計

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・東北地方	16,125,349	48	100.9%	98.5%
関東地方	34,955,072	73	104.4%	102.2%
中部地方	12,072,514	57	102.4%	100.8%
近畿地方	20,200,968	43	101.0%	99.5%
中国・四国地方	8,993,317	39	102.2%	101.1%
九州・沖縄地方	5,423,064	25	101.7%	100.4%

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	1,049,761	53	99.7%	99.4%
4~10店舗	4,555,566	75	101.5%	100.8%
11~25店舗	13,412,316	73	100.2%	99.5%
26~50店舗	17,651,944	43	102.4%	100.5%
51店舗以上	61,100,697	41	103.1%	100.9%

集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	94,473,798
総店舗数 (店舗)	7,387	店舗平均月商 (万円)	13,235
総売場面積 (㎡)	12,096,126	売場1㎡あたり売上高 (万円)	8.1

※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

2015年2月20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
 一般社団法人 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
 2014年 年間集計 (2014年1月～12月) 確報版

	全店売上高 (万円)	構成比	前年比 (全店)	前年比 (既存店)
総売上高	987,433,360	100.0%	103.1%	100.9%
食品合計	874,308,888	88.5%	103.6%	101.3%
生鮮3部門合計	331,984,548	33.6%	105.6%	103.1%
青果	131,900,719	13.4%	103.2%	100.9%
水産	91,253,728	9.2%	104.3%	102.0%
畜産	108,830,101	11.0%	109.9%	107.1%
惣菜	92,494,621	9.4%	105.7%	102.7%
日配	186,752,027	18.9%	103.0%	100.7%
一般食品	263,077,692	26.6%	101.0%	98.9%
非食品	80,445,356	8.1%	98.5%	98.1%
その他	32,679,115	3.3%	98.0%	97.7%

エリア別集計

エリア	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年比 (全店)	前年比 (既存店)
北海道・東北地方	158,609,832	48	102.4%	99.8%
関東地方	350,381,870	73	105.4%	102.6%
中部地方	120,322,039	57	102.6%	101.1%
近畿地方	214,990,176	43	101.2%	99.3%
中国・四国地方	89,577,839	39	101.1%	100.2%
九州・沖縄地方	53,551,605	25	101.9%	101.0%

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	前年比 (全店)	前年比 (既存店)
1～3店舗	9,799,940	51	101.3%	99.3%
4～10店舗	48,161,954	79	101.8%	101.6%
11～25店舗	131,188,464	71	100.7%	100.2%
26～50店舗	193,847,059	46	102.6%	100.7%
51店舗以上	604,435,943	38	103.8%	101.1%

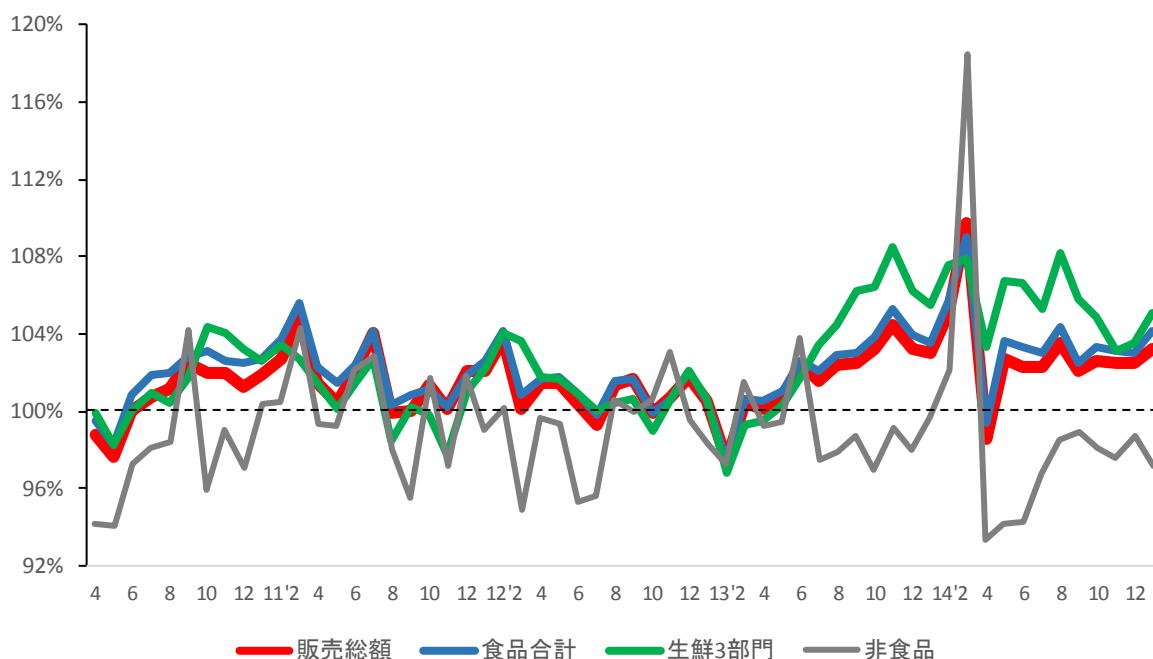
※保有店舗数カテゴリーは2014年1月時点での保有店舗数による分類

集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	948,634,389
-----------	-----	--------------	-------------

※売上高は税抜金額

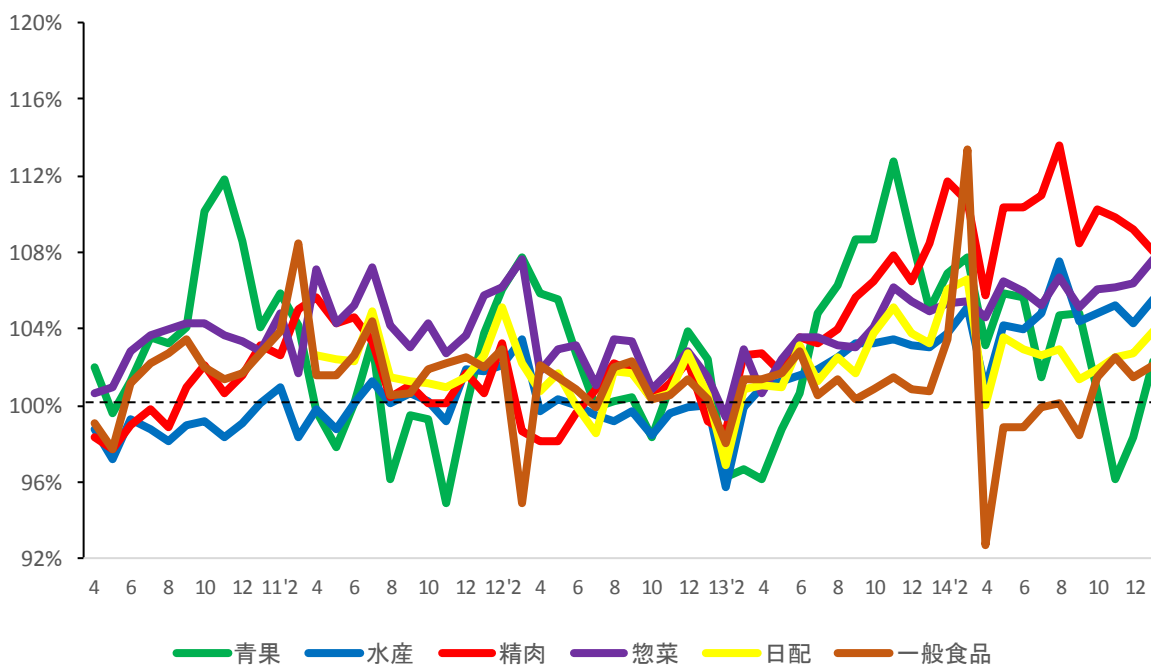
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2015年1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～2014年12月までは確報版による前年同月比、2015年1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～2015年1月(全店ベース対前年同月比)
青果・水産・畜産・惣菜・日配・一般食品



※2010年4月～2014年12月までは確報版による前年同月比、2015年1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

2015年1月エリア別気候状況

1. 平均気温

2015年1月(平年との比較)：下旬は北日本(北海道、東北)から西日本(近畿、中四国、九州)まで、ほぼ全国的に高かった。

前年同月(2014年1月)と比較：前年の中旬が低かった影響で中旬で高い気温となった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2015年1月			2014年1月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	0.5	1.8	3.0	-0.1	-2.5	1.2	0.6	4.3	1.8
東北地方	-0.2	1.3	1.3	-0.3	-1.5	1.0	0.1	2.8	0.3
関東甲信地方	-0.5	0.6	1.0	0.0	-1.7	2.0	-0.5	2.3	-1.0
北陸地方	-1.2	0.2	1.4	-0.3	-1.8	1.6	-0.9	2.0	-0.2
東海地方	-0.8	0.4	1.4	0.1	-1.4	1.5	-0.9	1.8	-0.1
近畿地方	-0.9	0.4	1.5	-0.1	-1.4	1.6	-0.8	1.8	-0.1
中国地方	-0.5	0.9	1.7	0.4	-1.3	1.8	-0.9	2.2	-0.1
四国地方	-0.5	0.7	1.7	0.5	-1.1	1.9	-1.0	1.8	-0.2
九州北部	-0.3	1.2	2.0	0.6	-1.1	2.3	-0.9	2.3	-0.3
九州南部・奄美地方	-0.5	0.9	1.6	0.4	-1.3	1.8	-0.9	2.2	-0.2

平年差

+2°C以上	-2°C以上
+1°C以上	-1°C以上

前年差

+2°C以上	-2°C以上
+1°C以上	-1°C以上

2. 日照時間

2015年1月(平年との比較)：全国的にほぼ平年並みの日照時間となった

前年同月(2014年1月)と比較：前年がやや長かった影響で特に下旬は短い日照時間となった

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年1月			2014年1月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	102	91	93	94	127	76	8	-36	17
東北地方	75	97	97	97	104	106	-22	-7	-9
関東甲信地方	112	117	75	105	124	113	7	-7	-38
北陸地方	62	84	78	125	95	163	-63	-11	-85
東海地方	107	115	77	110	122	124	-3	-7	-47
近畿地方	90	81	71	111	115	129	-21	-34	-58
中国地方	102	92	60	137	85	154	-35	7	-94
四国地方	106	116	84	123	130	137	-17	-14	-53
九州北部	123	132	77	125	144	149	-2	-12	-72
九州南部・奄美地方	115	132	96	132	119	173	-17	13	-77

平年差

平年比150%以上	平年比50%以下
平年比125%~149%	平年比51%~75%

前年差

+50%以上	-50%以下
+25~49%	-25~-49%

3. 降水量

2015年1月(平年との比較)：太平洋側の地域で中旬以降降水量が多くなった

前年同月(2014年1月)と比較：日本海側で前年より少なく、太平洋側では前年よりかなり多い降水量となった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年1月			2014年1月(前年)			上旬	中旬	下旬
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
北海道地方	93	105	87	105	95	140	-12	10	-53
東北地方	49	88	121	106	50	73	-57	38	48
関東甲信地方	36	167	215	137	6	45	-101	161	170
北陸地方	127	91	70	84	73	65	43	18	5
東海地方	112	170	309	156	5	92	-44	165	217
近畿地方	119	193	264	189	38	87	-70	155	177
中国地方	94	162	226	123	89	83	-29	73	143
四国地方	50	228	241	143	15	72	-93	213	169
九州北部	66	135	225	137	19	87	-71	116	138
九州南部・奄美地方	35	158	217	56	9	76	-21	149	141

平年差

平年比150%以上	平年比50%以下
平年比125%~149%	平年比51%~75%

前年差

+50%以上	-50%以下
+25~49%	-25~-49%

気象庁ホームページより引用

平年値は過去30年(1981年~2010年)の平均

スーパーマーケット統計事務局作成

スーパーマーケット景気動向調査

2015年2月調査結果（1月実績）
（2月20日公表）

スーパーマーケット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定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やカテゴリー別好不調要因を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】

1. 経営状況：「売上」「収益」「生鮮品仕入原価」「食品仕入原価」「販売価格」「客単価」「来客数」

スーパーマーケット中核店舗における各経営状況について

- ・前年同月と比較し「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階で評価
- ・前年同月を100とした当月の値を調査 ※2014年4月実績より

2. カテゴリー動向：「青果」「水産」「畜産」「惣菜」「日配」「一般食品」「非食品」

スーパーマーケット中核店舗における各カテゴリーに販売動向について、

- ・前年同月と比較し「かなり好調」から「かなり不調」までの5段階で評価
- ・各カテゴリーの好不調要因についてのコメント

経営動向調査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

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「0」

【景況感調査】

1. 景況感：「景気状況」「消費者購買意欲」「店舗周辺の競合状況」「店舗周辺地域の景気」について、

- ・2～3カ月前と比較した現状について「かなり改善」から「かなり悪化」まで5段階で評価
- ・今後2～3カ月の見通しについて「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階で評価

景況感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

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「50」

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
一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会

2月調査（1月実績）結果概況

景気判断DIは現状・見通し判断共に2ヵ月連続の上昇みせる

1月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断DI 現状判断は前月から+0.5の46.8、見通し判断前月から+1.0の43.5と共に2ヵ月連続の回復をみせた。

経営動向調査結果では、売上高DIが-1.1（前月比+2.8）、収益DIは2.0（前月比+2.4）となり共に前月から上昇をみせた。前年より土曜日が一回多いことに加え、生鮮品仕入原価DI、食品仕入原価DI共に2桁プラスで高止まりする一方で、販売価格DIも2桁プラスを維持し、客単価DIは7.4（前年比-2.0）とやや減少したものの、来客数DIが-10.6（前月比+4.7）と回復したことで売上高や収益の上昇にむすびついたとみられる。

カテゴリー動向結果では、畜産DIが14.8（前月比-2.0）と引き続き好調であり、水産DIも6.8（前月比+2.1）とやや好調を維持している。青果DIはやや不調ではあるものの、前月からは大幅なプラスとなっている。惣菜DIは12.3とプラスを維持し、日配DIもマイナス幅を縮小して-1.0となった。一般食品DIと非食品DIは共に二桁のマイナスで不調となった。

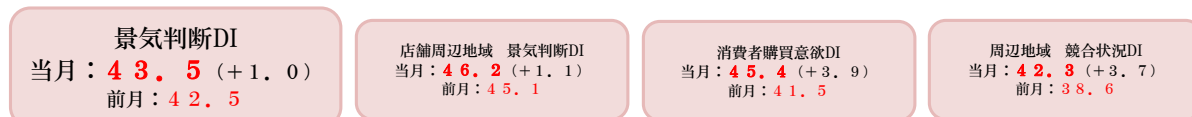
税率引上げ以降、景気判断は弱含みで推移を続けていたが、12月から2ヵ月連続の回復を見せた。すべての景況感DIが前月に比べプラスとなっているが、特にこれまで低迷していた見通し判断DIに反発がみられたのは今後に向けて好材料といえる。

景況感調査

現状判断

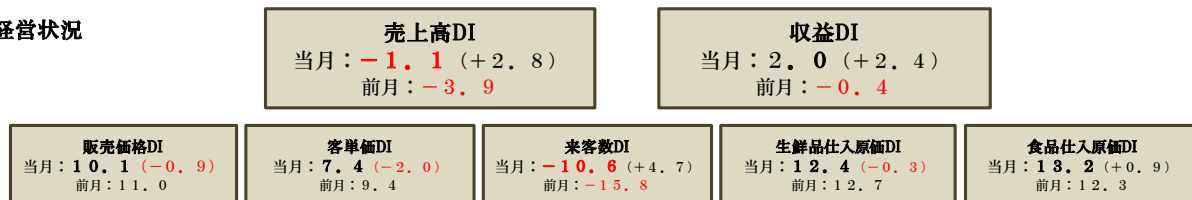


見通し判断



経営動向調査

経営状況



カテゴリー動向

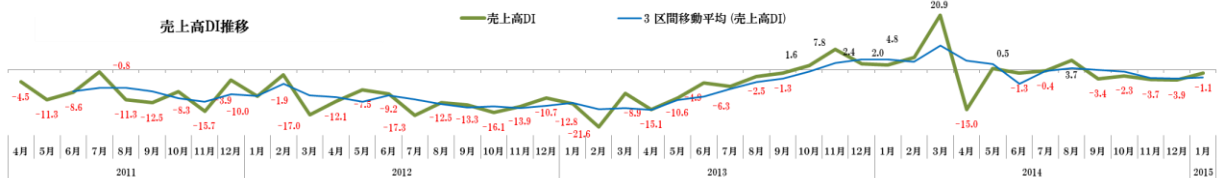
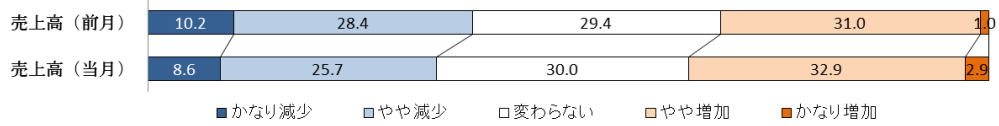


○ 内は前月DIとの増減、赤字はマイナス

2月調査（1月実績）結果詳細 1. 経営動向調査

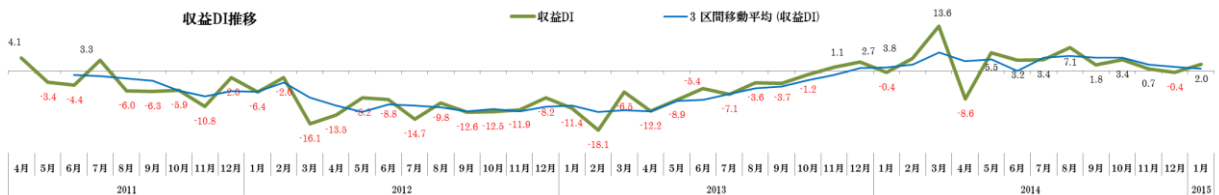
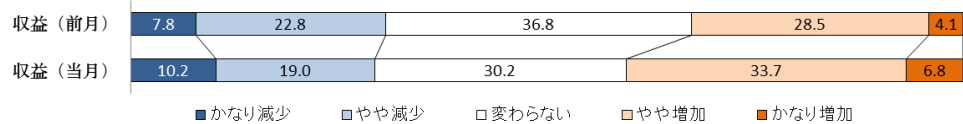
1. 売上高DI

5ヵ月連続のマイナスもマイナス幅を縮小し底堅く推移



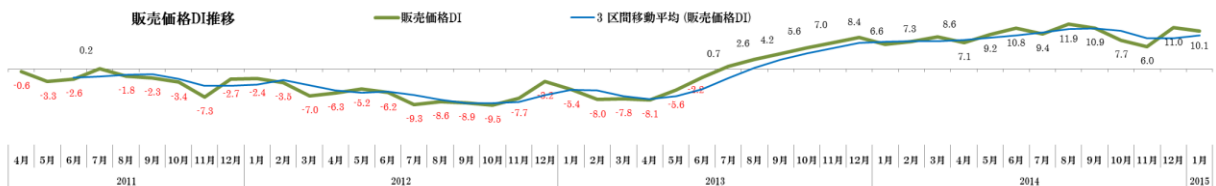
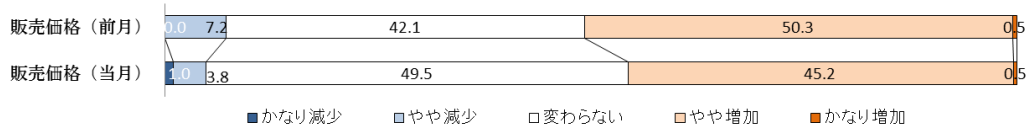
2. 収益DI

12月はマイナスも1月は小幅ながらプラスとなり底堅く推移



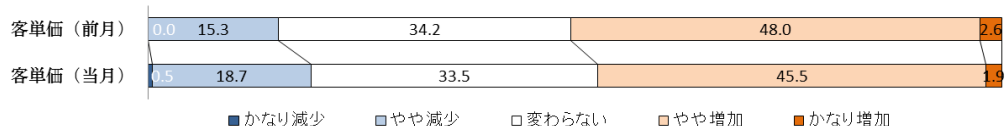
3. 販売価格DI

2ヵ月連続の二桁プラスとなり高水準で推移



4. 客単価DI

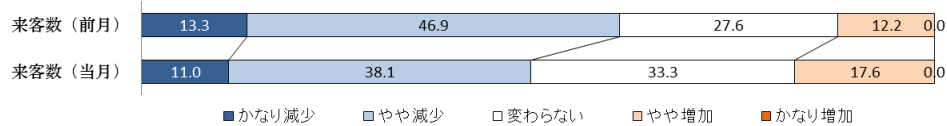
1月はプラス幅縮小も9ヵ月連続でプラスを維持し、12月は再び上昇





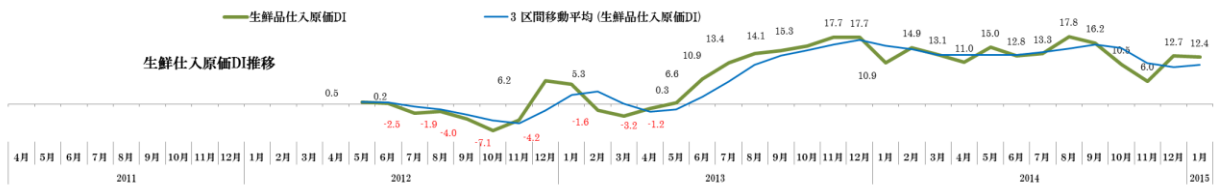
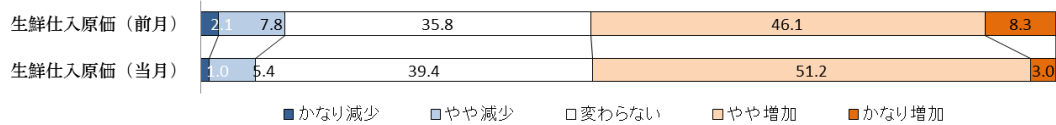
5. 来客数 DI

12月の落ち込みから回復を見せるも8カ月連続の二桁マイナス



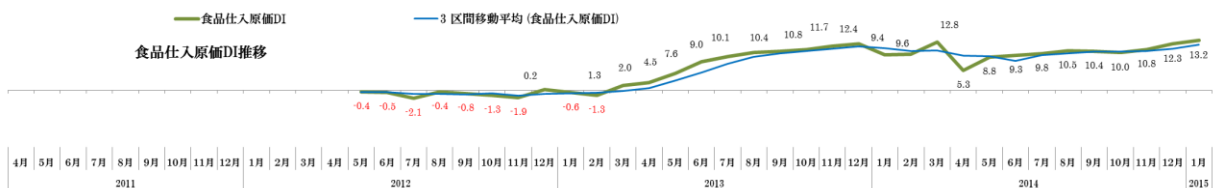
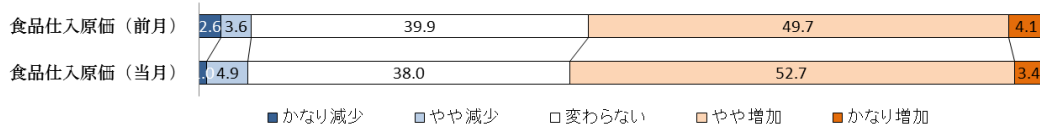
6. 生鮮仕入原価 DI

8月をピークに下降も2ヵ月連続の二桁のプラスを記録



7. 食品仕入原価 DI

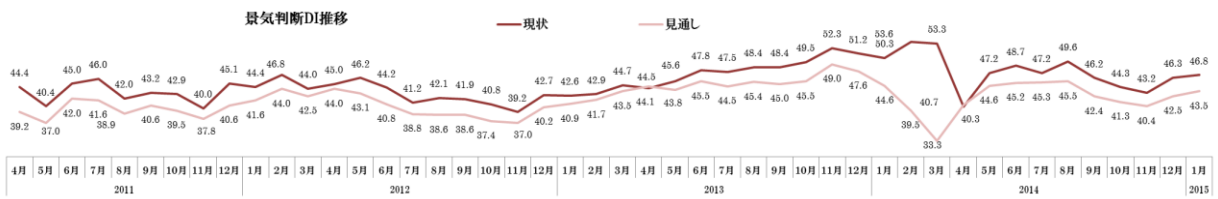
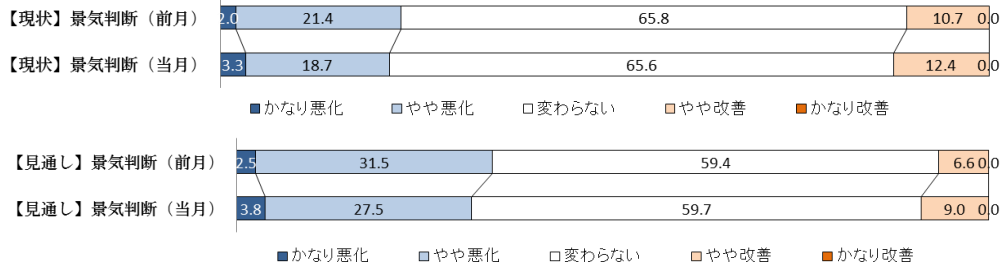
4月以降緩やかな上昇が続き調査開始以降の最高水準を記録



2. 景況感調査

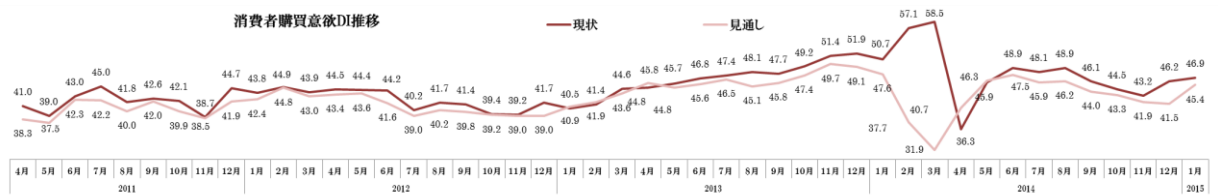
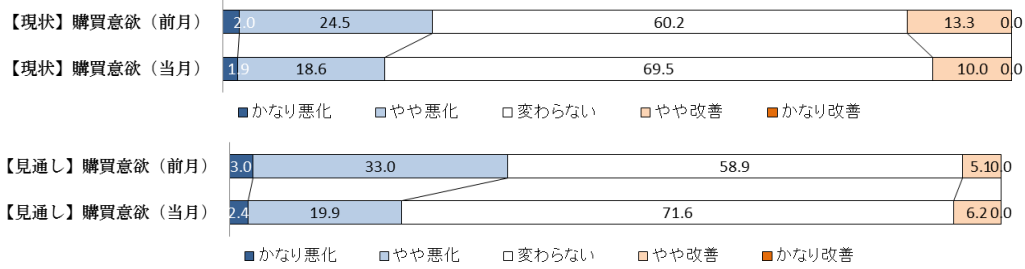
1. 中核店舗景気判断 DI

小幅ながら2ヵ月連続で回復し、やや持ち直しの動きを見せる



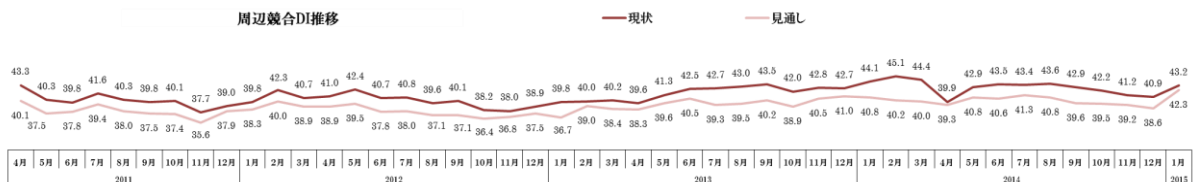
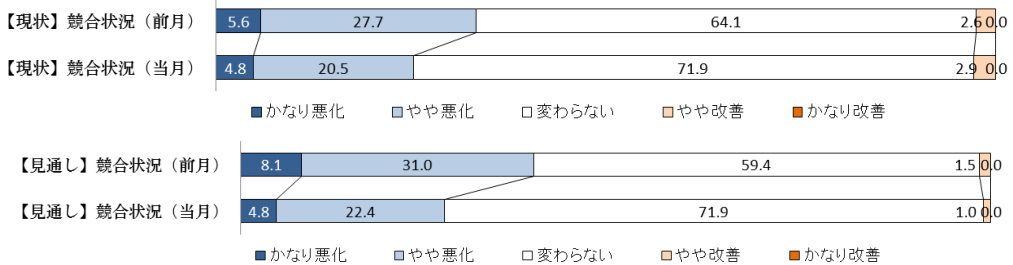
2. 消費者購買意欲 DI

現状判断は2ヵ月連続で回復、6月以降下落の続いていた見通し判断も回復をみせる



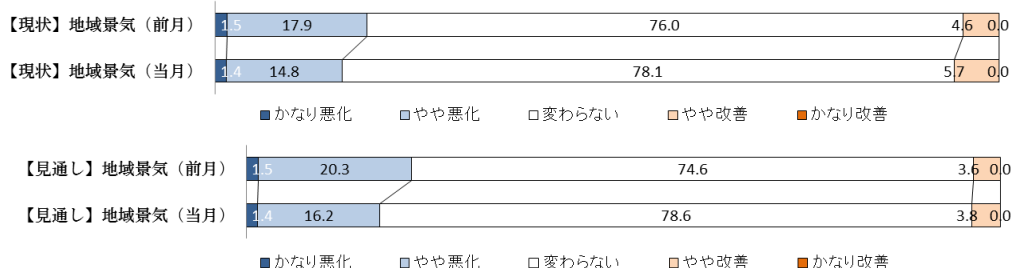
3. 中核店舗周辺競合状況 DI

大きな改善はみられないが現状判断・見通し判断共にやや回復



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

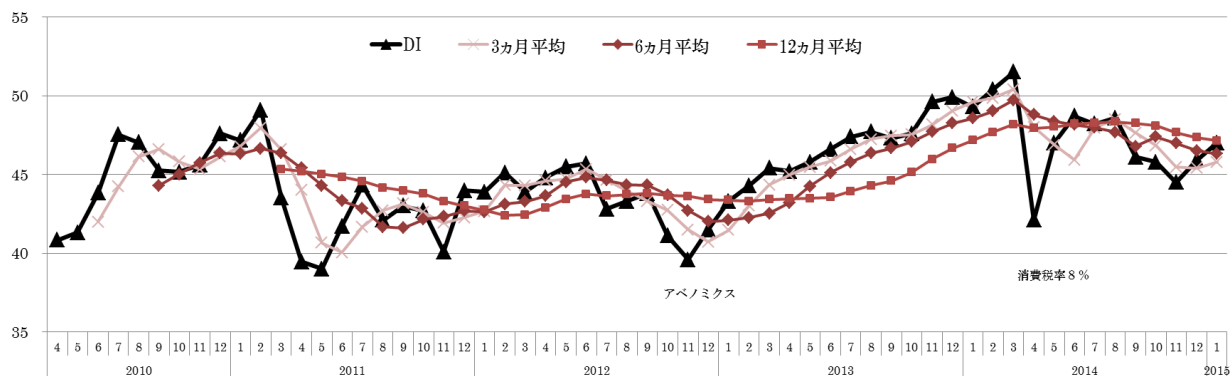
現状判断、見通し判断とも2ヵ月連続の回復を見せる



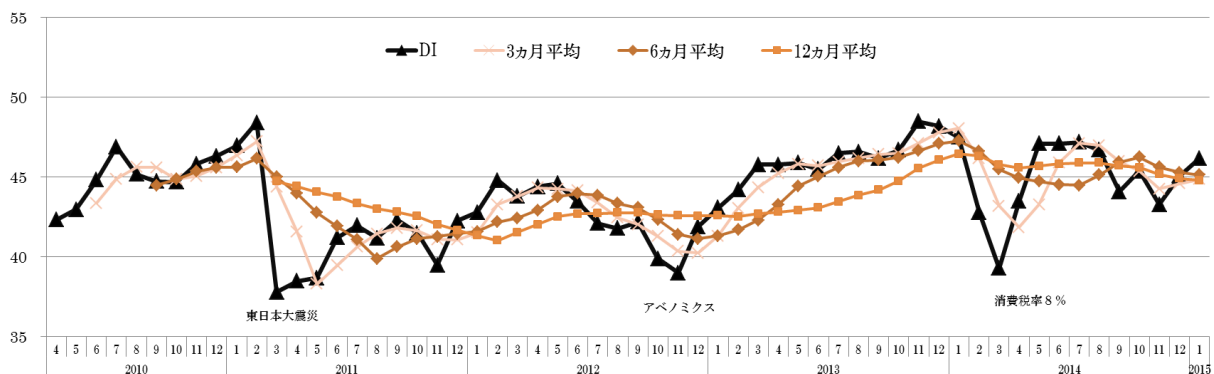
長期傾向（2010年4月～）

2012年11月以降上昇を続けた「中核店舗周辺地域景気判断DI」は、2014年4月消費税率引き上げの影響を受け下落した。その後5月に回復をみせるも、6月～8月まで横ばい推移、9月～11月では下落が続き、下降トレンドが顕著となっていた。12月、1月と2ヵ月連続で上昇をみせたことでトレンド転換に明るい兆しがみえてきている。特に見通し判断では単月DIが各移動平均線を大きく上回る上昇をみせている。ただ、2ヵ月連続の回復により3ヵ月平均線はプラスに転換したものの、他の平均線は依然としてマイナス方向への推移が続いており、トレンド転換を確認するためにはもう少し時間が必要となる。

現状判断（中長期傾向）



見通し判断（中長期傾向）



3. カテゴリー別動向

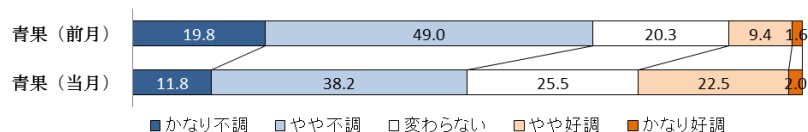
カテゴリー別動向 DI による好不調判断

かなり好調：20 以上・好調：10～20・やや好調：0～10

かなり不調：-20 以下・不調：-20～-10・やや不調：-10～0

1. 青果 DI：-8.8（やや不調）

青果相場は高安まちまちの状況であり、全体的に好不調についての判断がわかる結果となった。葉物野菜は単価が下落している影響で不調の声が多かった。果物についてはりんごと輸入果物が好調とのコメントが多く、みかんと苺については好不調まちまちな結果となった。



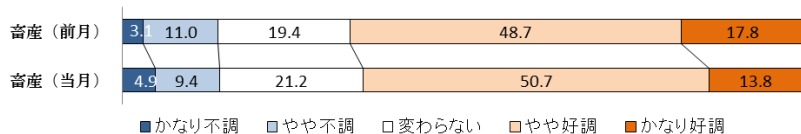
2. 水産 DI：6.9（やや好調）

水揚げ不足などによる相場高を追い風に単価の上昇による好調と競合による不振を指摘するコメントにわかる結果となった。なかでも刺身類や切り身などは好調を指摘する声が多かった。



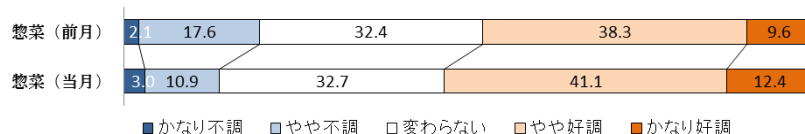
3. 畜産 DI：14.8（好調）

相場高による牛肉の好調に加え、アメリカでのストにより輸入豚が高騰した影響で国産豚が好調とのコメントが多かった。牛肉では高額品を含む和牛が好調であるとの声が多かった。鶏インフルエンザの発生についての影響は軽微との声が多い。



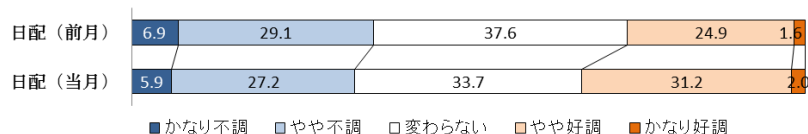
4. 惣菜 DI：12.3（やや好調）

新規開発商品の投入をはじめ、各種イベントや企画により好調であったとのコメントが多かった。なかでも寿司や揚物を好調にあげる声が多い。



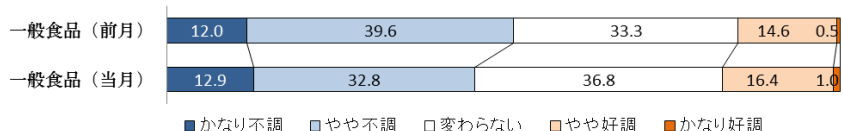
5. 日配DI：-1.0（やや不調）

乳製品（バター、マーガリン、チーズ）やヨーグルトを中心とする洋日配が好調である一方で、和日配の不振を指摘するコメントがみられた。卵は相場安のため不振であるとの声が多かった。前年に薬物混入の影響を受けた冷凍食品は回復をみせた。



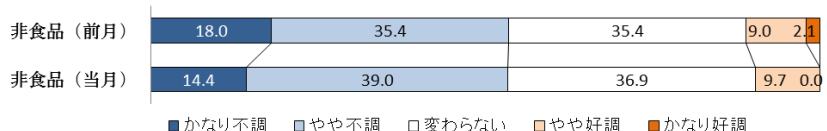
6. 一般食品：-10.1（不調）

引き続き米の相場下落の影響を大きく受けている一方で、酒類や菓子カテゴリーやシリアルなどが好調であるとの声が多かった。商品への値上げが続くなかでも、競合による価格競争の厳しさをあげるコメントが多い。



7. 非食品DI：-14.5（不調）

ドラッグストアと価格競争により、全体的に回復傾向がみえない。インフルエンザ対策関連商品の動きがよかったとのコメントがみられた。



2015年1月キーワードTOP3

1. 土曜日が一日多い
2. 生鮮品好調
3. 客数減少

スーパーマーケット景気動向調査 2月調査結果

- 1月実績速報版集計 210社
12月実績確報版集計 197社

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