

スーパーマーケット販売統計調査資料

2015年2月実績 速報版
1月実績 確報版(パネル285)

(3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3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2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	76,257,508	100.0%	101.8%	100.0%
食品合計	67,758,012	88.9%	102.4%	100.4%
生鮮3部門合計	25,628,453	33.6%	104.2%	102.0%
青果	10,213,618	13.4%	101.9%	99.8%
水産	6,942,940	9.1%	105.9%	103.4%
畜産	8,471,894	11.1%	105.7%	103.5%
惣菜	7,365,173	9.7%	108.3%	105.6%
日配	14,286,392	18.7%	100.7%	99.1%
一般食品	20,477,994	26.9%	99.4%	97.7%
非食品	5,657,894	7.4%	96.1%	95.5%
その他	2,841,602	3.7%	98.5%	99.6%

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	12,149,794	48	101.4%	97.9%
関東地方	27,034,076	73	102.0%	100.3%
中部地方	9,374,590	57	103.6%	101.3%
近畿地方	16,861,074	43	100.8%	99.8%
中国・四国地方	6,861,404	39	102.6%	100.4%
九州・沖縄地方	3,976,569	25	101.5%	100.8%

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	751,474	53	97.8%	99.7%
4~10店舗	3,517,093	75	102.6%	101.7%
11~25店舗	10,258,359	73	100.4%	99.9%
26~50店舗	13,354,879	43	103.0%	100.4%
51店舗以上	48,375,703	41	101.8%	99.8%

集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	73,972,074
総店舗数 (店舗)	7,369	店舗平均月商 (万円)	10,348
総売場面積 (㎡)	12,098,690	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.3

※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3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 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	81,001,334	100.0%	103.3%	101.4%
食品合計	71,148,135	87.8%	104.1%	102.0%
生鮮3部門合計	27,791,340	34.3%	104.9%	102.7%
青果	10,838,852	13.4%	102.2%	100.2%
水産	7,693,182	9.5%	105.3%	103.1%
畜産	9,259,306	11.4%	107.9%	105.4%
惣菜	7,768,949	9.6%	107.5%	104.7%
日配	15,057,274	18.6%	103.9%	102.0%
一般食品	20,530,572	25.3%	102.0%	100.2%
非食品	6,820,081	8.4%	97.2%	96.7%
その他	3,033,118	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	12,844,988	48	102.3%	99.4%
関東地方	28,553,076	73	105.5%	103.7%
中部地方	9,842,569	57	104.4%	101.8%
近畿地方	18,342,070	43	100.8%	99.9%
中国・四国地方	7,148,356	39	103.3%	101.3%
九州・沖縄地方	4,270,275	25	101.4%	100.4%

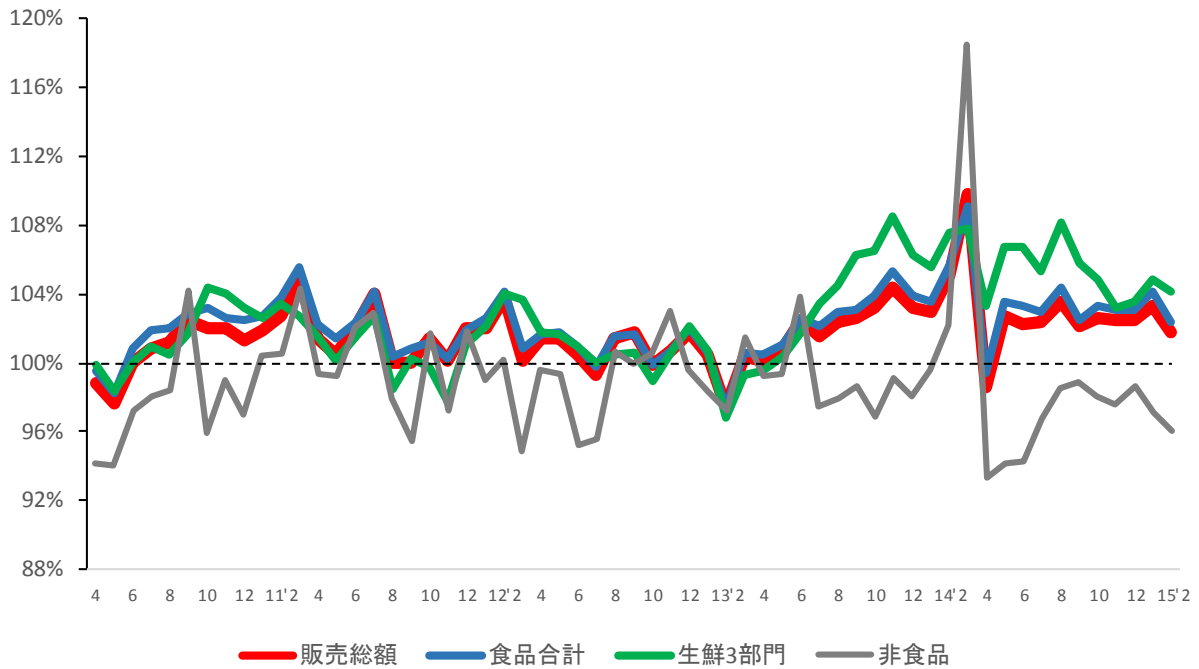
保有店舗数別集計

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	803,222	53	99.7%	99.5%
4~10店舗	3,602,855	75	102.4%	101.8%
11~25店舗	10,765,455	73	101.7%	100.3%
26~50店舗	13,663,271	43	103.9%	101.3%
51店舗以上	52,166,532	41	103.5%	101.6%
集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	78,454,586	
総店舗数 (店舗)	7,385	店舗平均月商 (万円)	10,968	
総売場面積 (㎡)	12,114,982	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.7	

※売上高は税抜金額

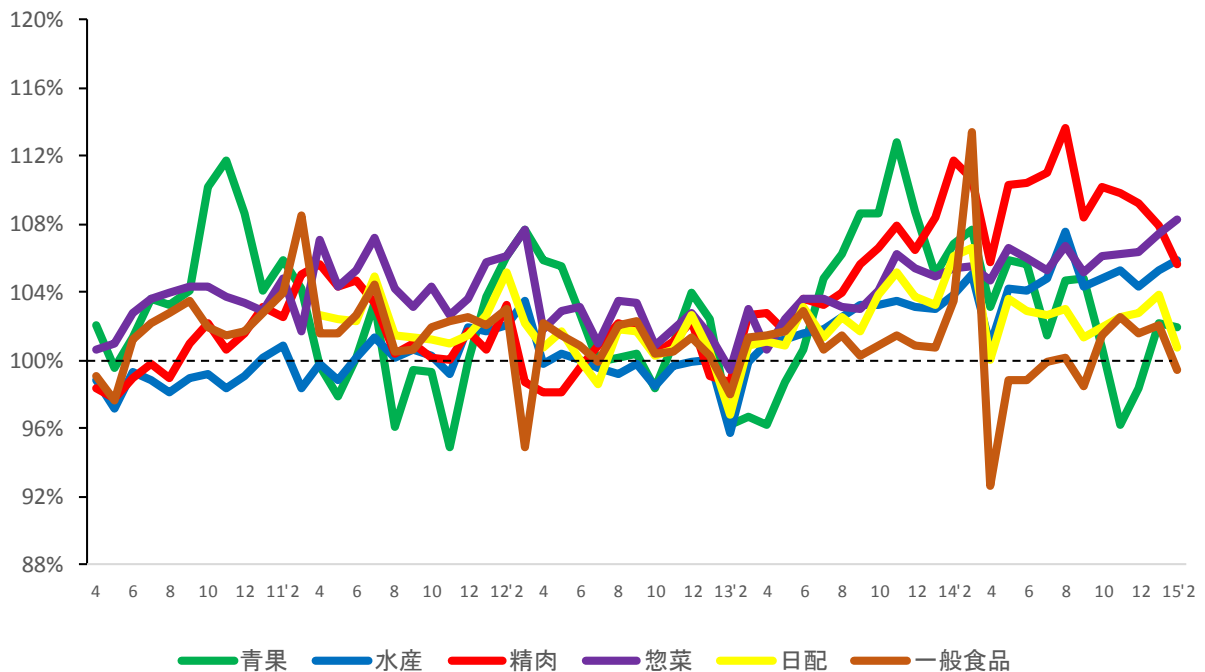
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2015年2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～2015年1月までは確報版による前年同月比、2015年2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2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～2015年1月までは確報版による前年同月比、2015年2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2月エリア別気候状況

1. 平均気温

2015年2月(平年との比較)：上旬は四国以西でやや低く、中旬は北海道でかなり高く、下旬は東日本を中心にかなり高くなった

前年同月(2014年2月)と比較：上旬は四国以西で低く、中旬は全国的に高く、下旬は近畿以東で高くなった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2015年2月			2014年2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	0.7	3.2	3.2	-1.6	0.5	1.2	2.3	2.7	2.0
東北地方	0.2	1.3	2.4	-0.9	-0.9	0.3	1.1	2.2	2.1
関東甲信地方	-0.9	-0.1	2.4	0.0	-1.8	0.3	-0.9	1.7	2.1
北陸地方	-0.3	0.2	2.7	-0.1	-1.2	0.8	-0.2	1.4	1.9
東海地方	-0.8	-0.1	2.5	0.4	-1.1	0.9	-1.2	1.0	1.6
近畿地方	-0.3	0.0	2.5	0.7	-1.5	0.9	-1.0	1.5	1.6
中国地方	-0.4	0.3	2.0	0.5	-1.3	1.1	-0.9	1.6	0.9
四国地方	-1.1	0.2	1.5	0.9	-1.9	1.2	-2.0	2.1	0.3
九州北部	-1.2	0.2	0.8	1.6	-1.9	1.1	-2.8	2.1	-0.3
九州南部・奄美地方	-1.8	-0.5	1.0	2.2	-1.8	0.9	-4.0	1.3	0.1

平年差



前年差



2. 日照時間

2015年2月(平年との比較)：月を通して平年並みの日照時間となった

前年同月(2014年2月)と比較：上旬と下旬は全国的にやや長く、下旬は全国的に短くなった

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年2月			2014年2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	113	78	100	85	100	162	28	-22	-62
東北地方	94	104	109	65	102	117	29	2	-8
関東甲信地方	108	119	79	77	93	117	31	26	-38
北陸地方	94	86	86	62	85	111	32	1	-25
東海地方	107	124	78	72	87	124	35	37	-46
近畿地方	89	110	88	69	79	120	20	31	-32
中国地方	90	105	87	57	64	125	33	41	-38
四国地方	112	120	79	65	77	131	47	43	-52
九州北部	91	103	59	60	79	128	31	24	-69
九州南部・奄美地方	92	146	43	97	72	149	-5	74	-106

平年差



前年差



3. 降水量

2015年2月(平年との比較)：上旬は北海道を除き少なく、中旬は全国的に少なく、下旬は北海道と九州南部で多くなった

前年同月(2014年2月)と比較：上旬、中旬は全国的にかなり少なく、下旬は関東以東と九州南部で多くなった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年2月			2014年2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	154	103	185	137	132	24	17	-29	161
東北地方	47	75	89	194	239	29	-147	-164	60
関東甲信地方	92	47	91	308	425	18	-216	-378	73
北陸地方	92	117	63	69	71	27	23	46	36
東海地方	66	25	108	174	195	94	-108	-170	14
近畿地方	38	51	75	130	81	77	-92	-30	-2
中国地方	59	57	30	158	27	54	-99	30	-24
四国地方	10	11	124	216	77	145	-206	-66	-21
九州北部	37	35	120	267	82	109	-230	-47	11
九州南部・奄美地方	15	7	211	245	172	138	-230	-165	73

平年差



前年差



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3月調査結果（2月実績）
（3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

3月調査（2月実績）結果概況

景気判断DIは現状・見通し判断共に3ヵ月連続の上昇し回復傾向が顕著に

2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+1.2の47.8、見通し判断前月から+1.4の44.6と共に3ヵ月連続の回復をみせた。

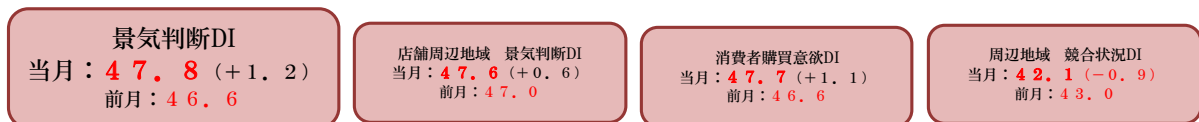
経営動向調査結果では、売上高DIが-1.1、収益DIは1.7となり共に前月と同水準であった。生鮮品仕入原価DI、食品仕入原価DI共に2桁プラスで高止まりしており、販売価格DIは小幅に減少したものの9.0となった。客単価DIは1.3（前月比-6.0）となり大きく減少した一方で、来客数DIが-4.3（前月比+6.7）と増加している。これは、前年2月の2週にわたる週末大雪の影響により発生した買いだめ行動の反動が表れた結果であり、今月に限定された動きの可能性が高い。

カテゴリ動向結果では、畜産DIが14.3（前月比-0.4）と引き続き好調であり、水産DIも9.7（前月比+3.4）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マイナス幅は縮小している。惣菜DIは16.8（前月比+4.4）と好調を維持している。日配DIは-5.5、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。前年との比較では、大雪による特需や消費税率引き上げを控えた動きが含まれており、各カテゴリ共にその影響を少なからず受けている。

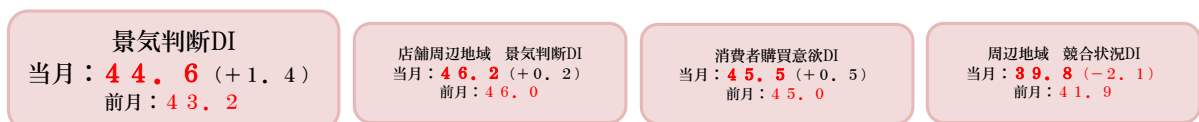
景況感調査では12月から3ヵ月連続の上昇を見せたことで、回復傾向が確かなものとなっている。一方で、次月は駆け込み需要からの反動により厳しい売上状況が予想されている。景況感にも一定の影響があると予想されるが、堅調な景況感を維持できるか、その動向が注目される。

景況感調査

現状判断

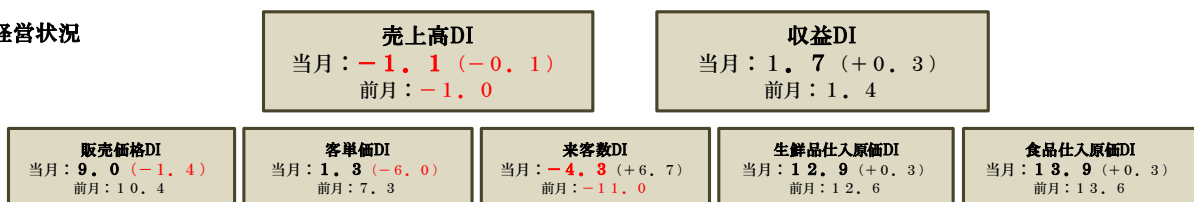


見通し判断

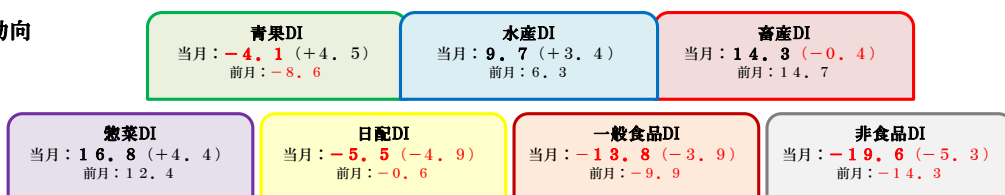


経営動向調査

経営状況



カテゴリ動向

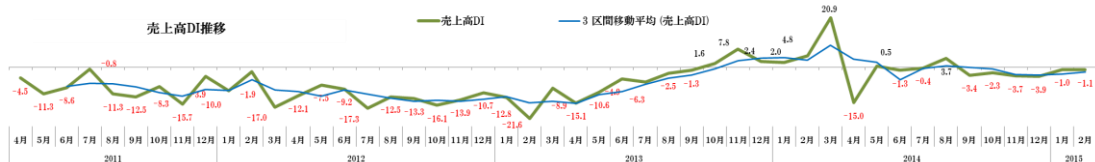
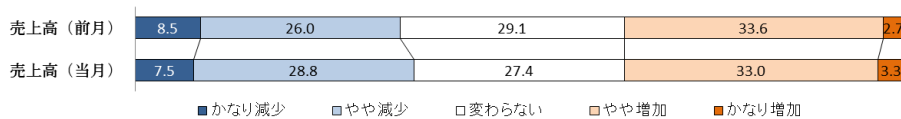


○ 内は前月DIとの増減、赤字はマイナス

3月調査（2月実績）結果詳細 1. 経営動向調査

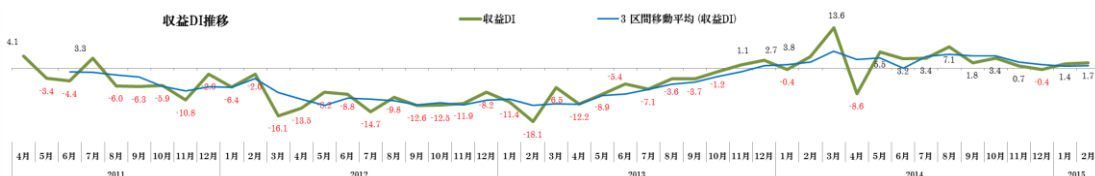
1. 売上高DI

6ヵ月連続のマイナスも底堅く推移



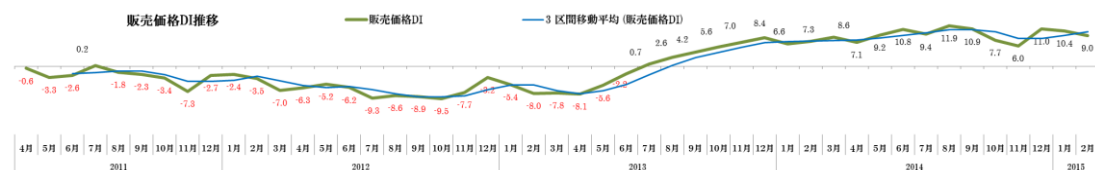
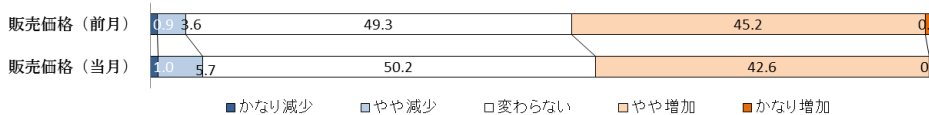
2. 収益DI

2ヵ月連続で小幅ながらプラスとなり底堅く推移



3. 販売価格DI

20ヵ月連続のプラスとなり、依然として高水準を維持



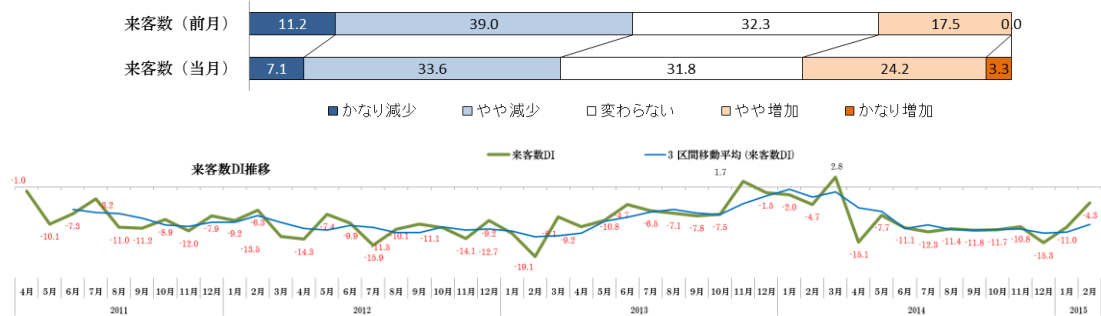
4. 客単価DI

10ヵ月連続でプラスを維持するも、2月は大幅に減少をみせる



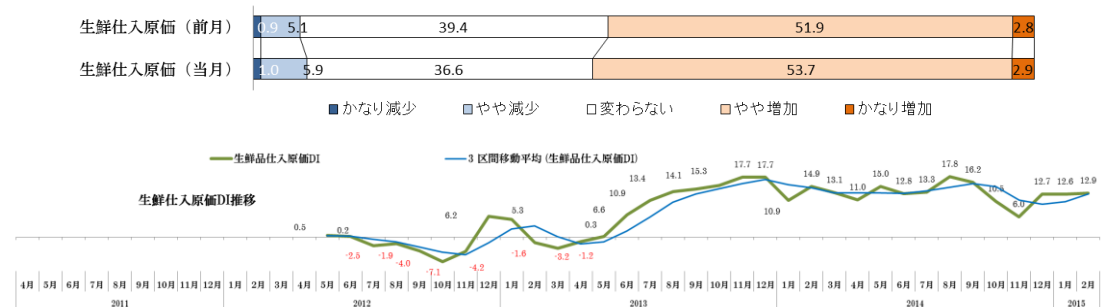
5. 来客数 DI

依然としてマイナス圏内も2月は上昇をみせてマイナス幅を縮小



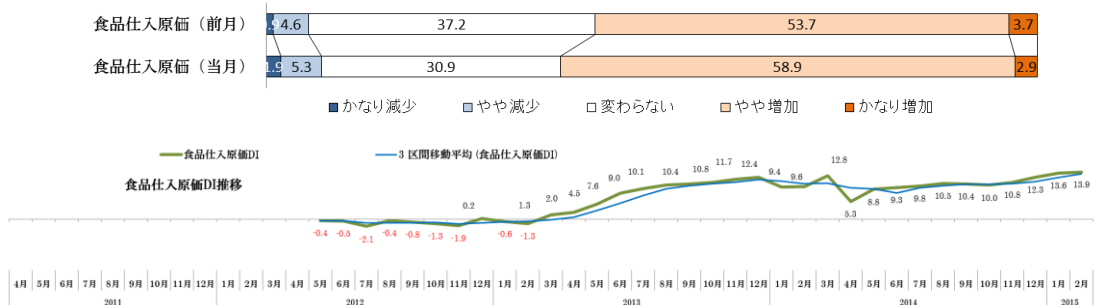
6. 生鮮仕入原価 DI

高止まり傾向をみせ、3ヵ月連続の二桁プラスを記録



7. 食品仕入原価 DI

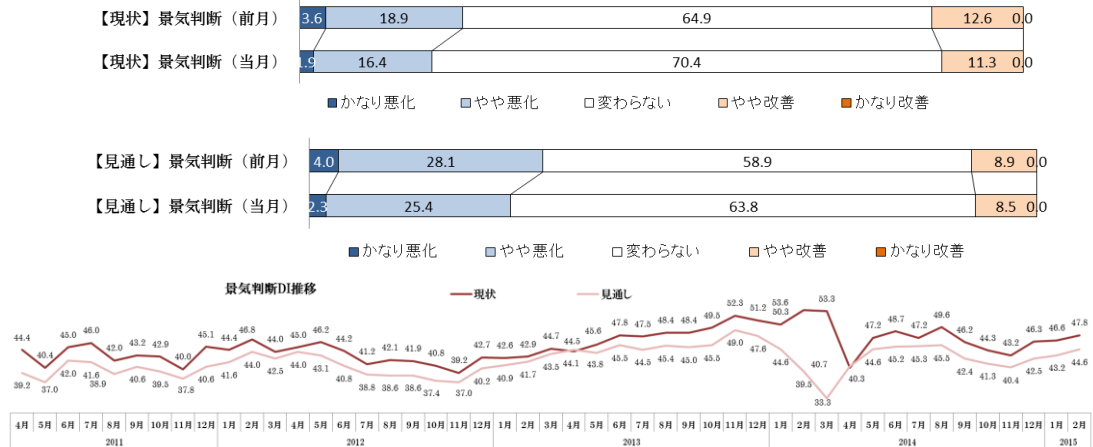
高止まり傾向をみせ、7ヵ月連続の二桁プラスを記録



2. 景況感調査

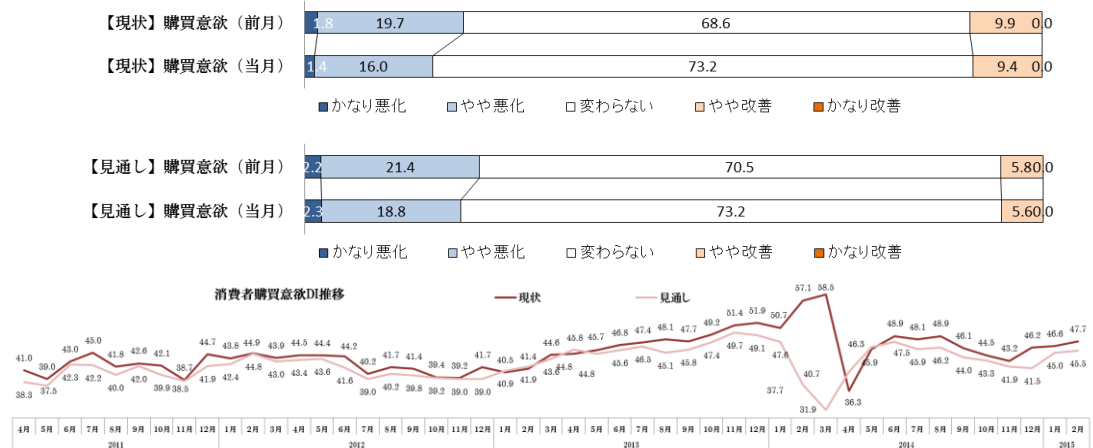
1. 中核店舗景気判断 DI

現状判断、見通し判断共に3ヵ月連続で回復し、回復傾向が鮮明に



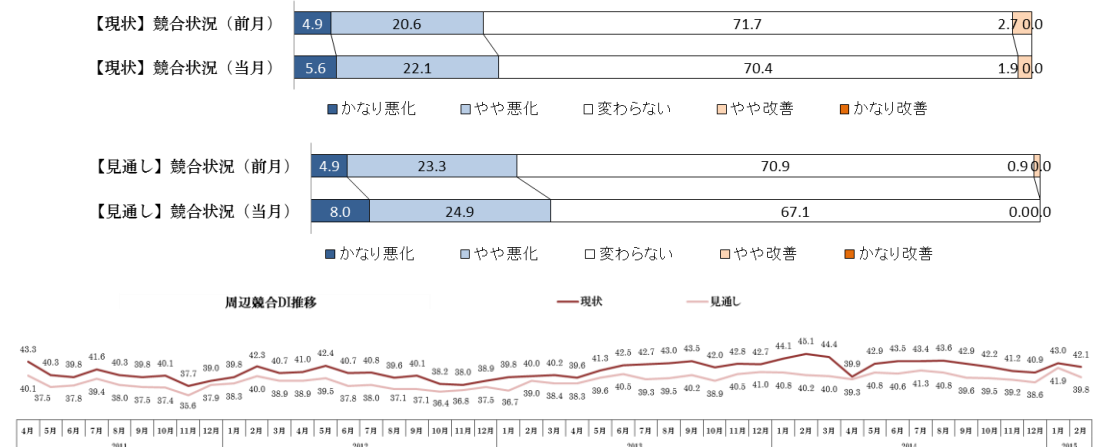
2. 消費者購買意欲 DI

現状判断、見通し判断共に3ヵ月連続で回復し、回復傾向が鮮明に



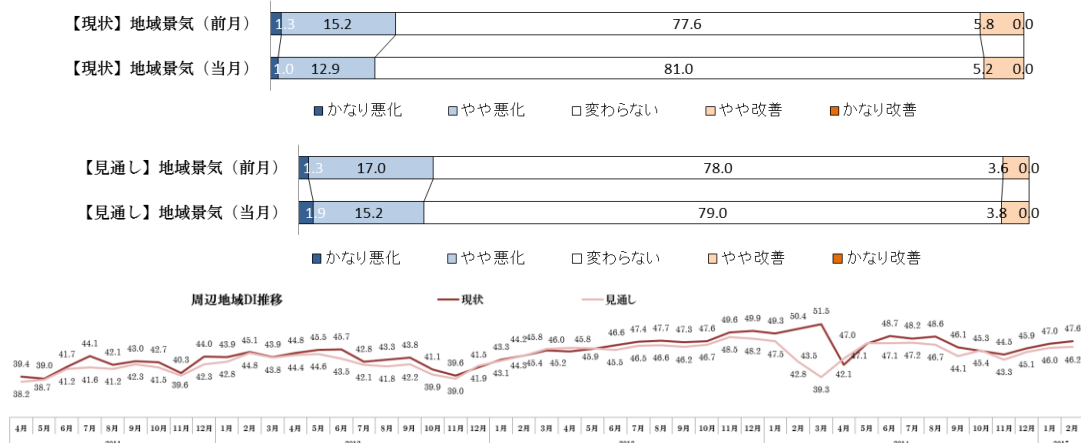
3. 中核店舗周辺競合状況 DI

横ばい推移が続き、依然として回復傾向はみられない



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

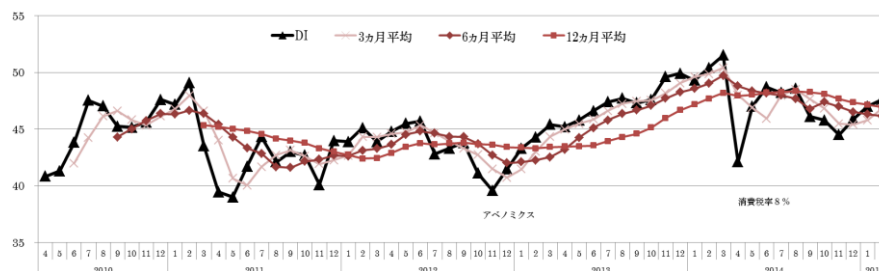
現状判断、見通し判断共に3ヵ月連続で回復し、回復傾向が鮮明に



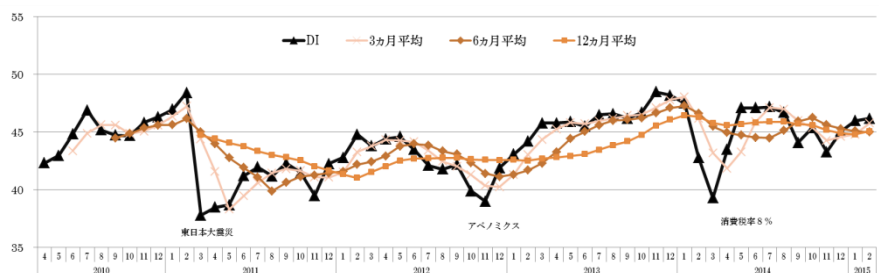
長期傾向 (2010年4月～)

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、下降トレンドとなった。直近3ヵ月(12月、1月、2月)は3ヵ月連続で上昇をみせ、回復傾向が顕著となっている。このように3ヵ月周期で目まぐるしく方向性が変化するなか、見通し判断では、6ヵ月移動線を除く平均線はプラスに転換しているものの、現状判断では、3ヵ月移動線がプラス転換しているのみで、回復傾向の足場は依然として確実なものとはなっていない。

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

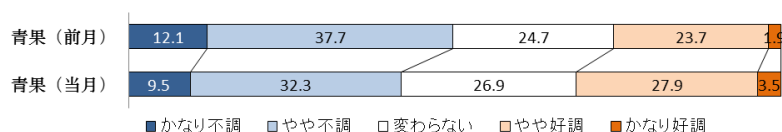
カテゴリー別動向 DI による好不調判断

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

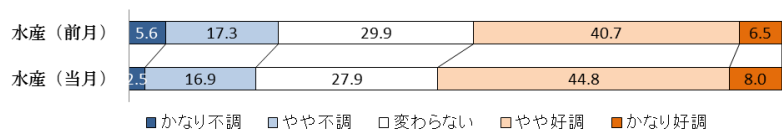
1. 青果 DI：-4.1（やや不調）

青果相場は高安まちまちの状況がつづいており、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が好調である一方でみかんなどの柑橘類やいちごが不調とのコメントが多くみられた。



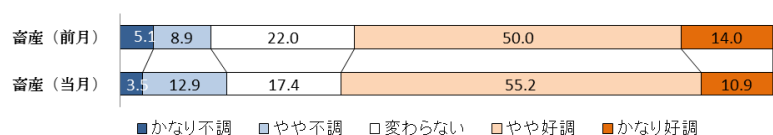
2. 水産 DI：9.7（やや好調）

不漁による入荷不足が安定傾向をみせていることや相場高による単価上昇を追い風に好調との判断が多くなった。気温の上昇に伴い刺身類をはじめとする生食関連の好調を指摘する声が多かった。前年大雪からの反動の影響もあったとみられる。



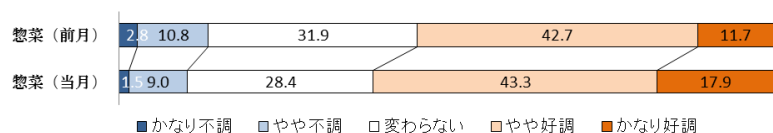
3. 畜産 DI：14.3（好調）

引き続き精肉相場高が続いており、牛肉、豚、鶏共に単価上昇がみられている。精肉に限らず加工肉も好調であるとの回答も目立った。特に牛肉と豚肉が好調であるとの声が多かった。催事を展開するなどの取り組みも成果をあげている。



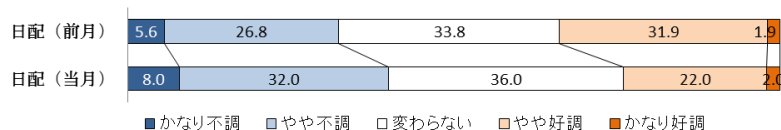
4. 惣菜 DI：16.8（好調）

曜日まわりに恵まれ、恵方巻きが好調であったことから、カテゴリーとして好調に推移した。売場リニューアルや品揃えなど積極的に取り組まれていることも成果をあげている。



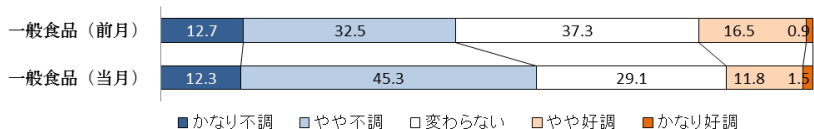
5. 日配DI：-5.5（やや不調）

洋日配は乳製品を中心に比較的好調の声が多いものの、気温上昇により和日配が不調であるとの指摘が多かった。前年特需からの影響を指摘する声もある。また日配カテゴリーにおける競合との価格競争の厳しさを指摘するコメントが多くみられた。



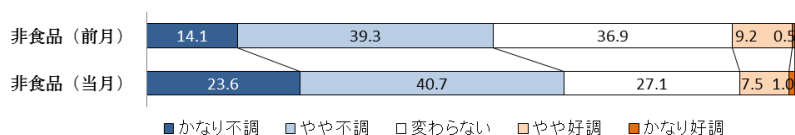
6. 一般食品：-13.8（不調）

引き続き米の相場下落の影響や相次ぐ食品の値上げによる売上鈍化を指摘する声が多く、不調となった。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。前年の増税前需要からの反動を指摘するコメントもみられる。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：-19.6（不調）

花粉対策商品が好調であったとのコメントも散見されたが、ドラッグストアとの競合や価格競争により全体的に厳しいコメントが多かった。前年の増税前需要からの反動を指摘するコメントもみられる。



2015年2月実績キーワードTOP3

1. 前年からの反動（大雪の影響・消費税率引き上げ）
2. 気温上昇
3. 仕入価格高騰

スーパーマーケット景気動向調査 3月調査結果

- 2月実績速報版集計 213社
- 1月実績確報版集計 223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