

スーパーマーケット販売統計調査資料

2015年3月実績 速報版

2月実績 確報版

2014年度集計 速報版(パネル285)

(4月21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)			

【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4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
 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3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	83,274,868	100.0%	97.2%	95.6%
食品合計	73,114,639	87.8%	99.2%	97.3%
生鮮3部門合計	27,889,040	33.5%	104.6%	102.4%
青果	11,193,213	13.4%	103.2%	101.2%
水産	7,715,354	9.3%	104.6%	102.4%
畜産	8,980,472	10.8%	106.4%	104.0%
惣菜	7,852,954	9.4%	106.4%	104.4%
日配	15,259,131	18.3%	100.6%	98.8%
一般食品	22,113,515	26.6%	90.3%	88.8%
非食品	6,750,973	8.1%	82.3%	82.4%
その他	3,409,256	4.1%	88.2%	88.6%

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	13,436,716	48	93.9%	92.5%
関東地方	29,976,021	73	99.5%	97.2%
中部地方	10,159,258	57	97.9%	96.3%
近畿地方	17,617,159	43	96.2%	94.9%
中国・四国地方	7,636,450	39	96.8%	95.2%
九州・沖縄地方	4,449,265	25	95.2%	94.5%

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	866,640	54	92.6%	93.8%
4~10店舗	3,819,690	74	96.7%	96.8%
11~25店舗	10,842,158	72	96.7%	95.4%
26~50店舗	15,355,890	45	97.3%	95.6%
51店舗以上	52,390,490	40	97.4%	95.5%
集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	80,645,638	
総店舗数 (店舗)	7,386	店舗平均月商 (万円)	11,275	
総売場面積 (㎡)	12,103,550	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.9	

※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4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
 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 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	76,353,392	100.0%	101.9%	100.1%
食品合計	68,025,484	89.1%	102.4%	100.4%
生鮮3部門合計	25,947,134	34.0%	104.1%	101.9%
青果	10,329,484	13.5%	101.8%	99.7%
水産	7,026,287	9.2%	105.8%	103.5%
畜産	8,591,363	11.3%	105.7%	103.5%
惣菜	7,298,213	9.6%	108.3%	105.5%
日配	14,305,987	18.7%	100.5%	99.0%
一般食品	20,474,151	26.8%	99.8%	97.9%
非食品	5,436,807	7.1%	95.0%	95.2%
その他	2,891,101	3.8%	98.1%	99.2%

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	12,135,220	48	101.4%	98.8%
関東地方	27,075,136	73	102.1%	100.3%
中部地方	9,389,092	57	103.5%	101.2%
近畿地方	16,883,902	43	100.8%	99.8%
中国・四国地方	6,862,267	39	102.6%	100.4%
九州・沖縄地方	4,007,775	25	101.6%	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	783,453	53	99.7%	99.8%
4~10店舗	3,524,060	75	102.2%	101.4%
11~25店舗	10,257,922	73	100.5%	99.6%
26~50店舗	13,355,166	43	102.9%	100.5%
51店舗以上	48,432,790	41	101.9%	100.0%
集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	74,047,837	
総店舗数 (店舗)	7,371	店舗平均月商 (万円)	10,359	
総売場面積 (㎡)	12,087,624	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4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
 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年度集計（2014年4月～2015年3月）速報版

	全店売上高（万円）	構成比	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
総売上高	987,330,583	100.0%	101.9%	99.9%
食品合計	876,848,302	88.8%	102.7%	100.6%
生鮮3部門合計	335,196,550	33.9%	105.0%	102.8%
青果	132,352,439	13.4%	102.2%	100.2%
水産	92,435,775	9.4%	104.6%	102.4%
畜産	110,408,336	11.2%	109.1%	106.5%
惣菜	93,674,278	9.5%	106.2%	103.4%
日配	186,423,594	18.9%	102.2%	100.2%
一般食品	261,553,879	26.5%	99.0%	97.1%
非食品	78,231,640	7.9%	95.0%	94.6%
その他	32,250,641	3.3%	96.0%	95.9%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
北海道・東北地方	156,800,585	48	101.0%	98.4%
関東地方	352,188,654	73	103.9%	101.7%
中部地方	120,848,955	57	102.1%	100.7%
近畿地方	214,611,664	43	100.2%	98.4%
中国・四国地方	89,454,133	39	100.2%	99.0%
九州・沖縄地方	53,426,593	25	100.5%	99.5%

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	前年度比 （全店）	前年度比 （既存店）
1～3店舗	9,759,502	52	98.2%	99.1%
4～10店舗	47,508,009	78	101.7%	100.7%
11～25店舗	133,458,194	72	100.2%	99.5%
26～50店舗	191,942,675	45	101.6%	99.7%
51店舗以上	604,662,203	38	102.3%	100.1%

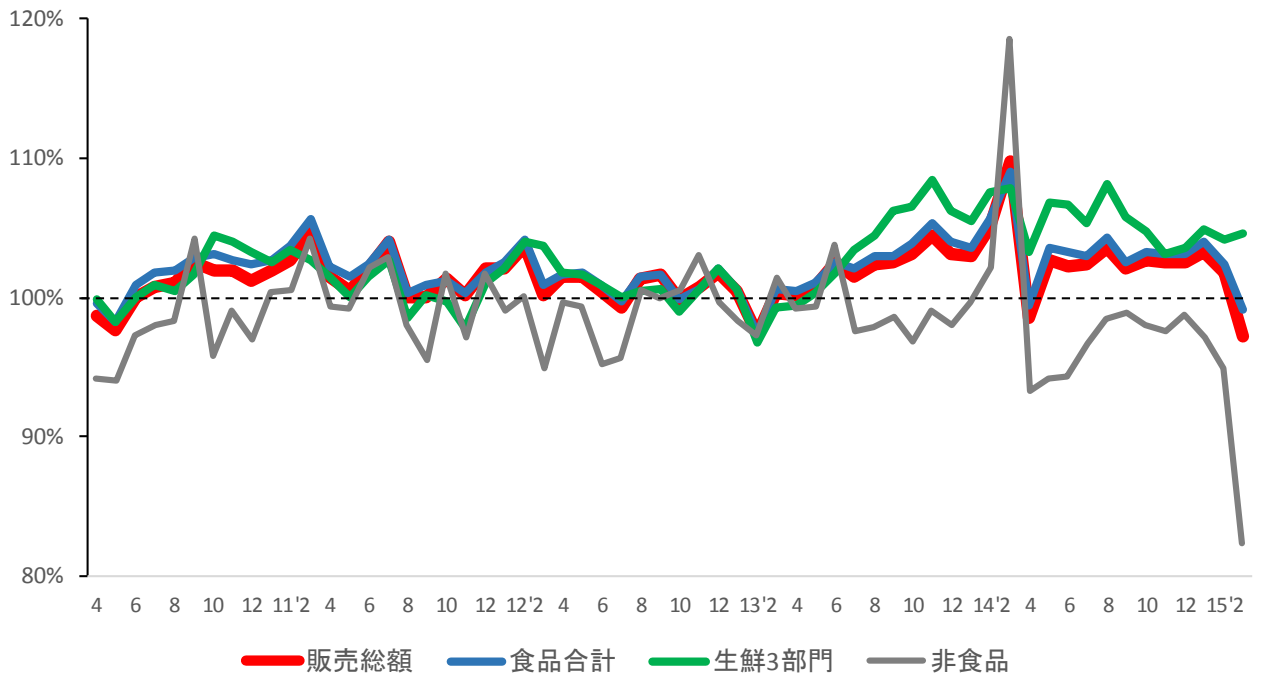
※保有店舗数カテゴリーは2014年4月時点での保有店舗数による分類

集計企業数（社）	285	既存店総売上高（万円）	952,656,977
----------	-----	-------------	-------------

※売上高は税抜金額

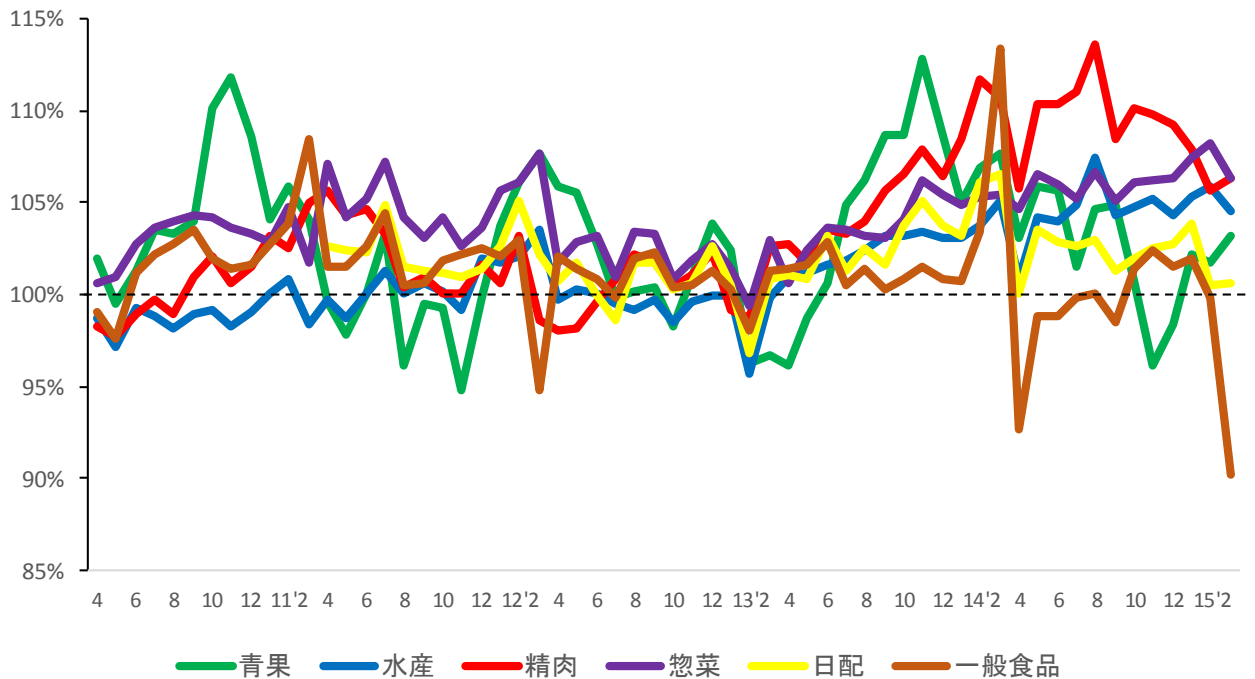
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2015年3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2月までは確報版による前年同月比、2015年3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3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2月までは確報版による前年同月比、2015年3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3月エリア別気候状況

1. 平均気温

平年との比較：全国的に気温が高めに推移し、特に北海道や東北では月を通してかなり高い気温となった

2014年3月との比較：上旬は北日本ほど前年に比べて気温が高く、北海道では4度以上高くなった。下旬は、北海道を除いてやや低い気温となった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2015年3月			2014年3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	3.3	2.4	2.8	-1.3	-0.9	1.5	4.6	3.3	1.3
東北地方	2.0	1.0	2.4	-1.5	-0.4	2.7	3.5	1.4	-0.3
関東甲信地方	1.0	1.7	1.6	-1.7	0.7	2.8	2.7	1.0	-1.2
北陸地方	0.6	0.7	1.2	-1.6	0.0	2.8	2.2	0.7	-1.6
東海地方	0.8	1.0	0.7	-1.1	0.5	1.9	1.9	0.5	-1.2
近畿地方	0.1	1.4	0.8	-1.2	0.7	2.3	1.3	0.7	-1.5
中国地方	-0.8	1.2	1.3	-1.2	0.8	2.5	0.4	0.4	-1.2
四国地方	-0.6	0.8	0.7	-0.9	0.8	2.0	0.3	0.0	-1.3
九州北部	-1.1	1.4	1.0	-0.6	1.0	2.1	-0.5	0.4	-1.1
九州南部・奄美地方	-0.9	1.1	0.5	-0.4	0.2	1.2	-0.5	0.9	-0.7

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

平年との比較：上旬は全国的に日照時間がやや短く、下旬はかなり長くなった

2014年3月との比較：上旬は全国的に日照時間がやや短く、下旬はやや長い地域が多くなった

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年3月			2014年3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	64	93	108	86	124	111	-22	-31	-3
東北地方	69	104	143	97	70	112	-28	34	31
関東甲信地方	64	101	171	90	110	140	-26	-9	31
北陸地方	55	99	157	85	84	120	-30	15	37
東海地方	70	93	166	89	114	133	-19	-21	33
近畿地方	62	93	169	95	119	120	-33	-26	49
中国地方	71	105	178	96	116	116	-25	-11	62
四国地方	70	90	157	107	120	129	-37	-30	28
九州北部	92	104	166	116	114	121	-24	-10	45
九州南部・奄美地方	73	107	165	96	127	159	-23	-20	6

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

平年との比較：上旬は全国的にかなり降水量が多く、北海道では平年の4倍以上を記録した。下旬は降水量が非常に少ない地域が多くなった

2014年3月との比較：上旬は全国的にかなり降水量が多く、下旬は降水量が非常に少ない地域が多くなった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年3月			2014年3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	438	98	70	120	106	48	318	-8	22
東北地方	390	81	24	96	289	180	294	-208	-156
関東甲信地方	240	74	4	148	128	61	92	-54	-57
北陸地方	146	184	29	88	236	189	58	-52	-160
東海地方	286	154	10	181	116	113	105	38	-103
近畿地方	279	180	16	93	156	150	186	24	-134
中国地方	204	125	1	54	158	149	150	-33	-148
四国地方	342	119	17	79	123	89	263	-4	-72
九州北部	144	156	10	39	95	157	105	61	-147
九州南部・奄美地方	156	75	24	94	139	68	62	-64	-44

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4月調査結果（3月実績）
（4月21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

4月調査（3月実績）結果概況

景気判断DI 現状判断は下落も、見通し判断は4ヵ月連続の上昇を示す

3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-1.8の46.0、見通し判断前月から+1.0の45.3となり、現状判断は下落したものの、見通し判断は4ヵ月連続の上昇となった。

経営動向調査結果では、前年駆け込み需要からの反動の影響を受け、売上高DIが-16.0、収益DIは-9.6と大きなマイナスとなった。客単価DIは-10.4、来客数DIが-11.5と同様に反動から二桁のマイナスとなった。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いるが、販売価格DIは小幅に減少し（前月比-4.1）4.9となった。

カテゴリー動向結果では、反動の影響は一般食品と非食品カテゴリーで特に大きくみられ、DIは-29.7、-32.4と共に大きく落ち込んでいる。影響が軽微な生鮮品カテゴリーでもやや下落しているが、畜産DIは10.1（前月比-3.0）と引き続き好調であり、水産DIも3.6（前月比-6.0）と、やや好調を維持している。青果DIは-1.2やや不調ではあるもマイナス幅は縮小している（前月比+2.9）。惣菜DIは9.9（前月比-6.8）とやや好調である。

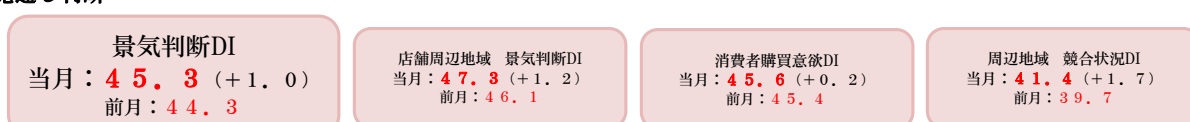
景況感調査では、現状判断は小幅に下落したものの、見通し判断DIではすべてのDIが上昇しており、景況感に一定の底堅さが確認されている。消費税率引き上げ後のスーパーマーケットは、生鮮品（特に畜産）が販売を牽引した1年となった。景況感上向きであり、それらが一巡する次月4月から、どのような販売動向の推移をたどっていくか注目される。

景況感調査

現状判断

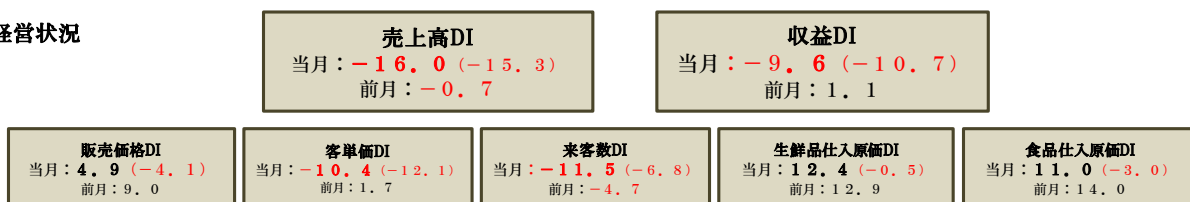


見通し判断



経営動向調査

経営状況



カテゴリー動向

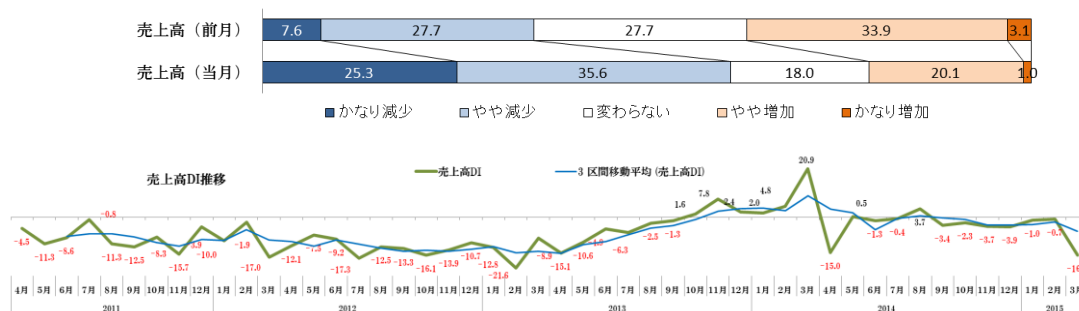


○ 内は前月DIとの増減、赤字はマイナス

4月調査（3月実績）結果詳細 I. 経営動向調査

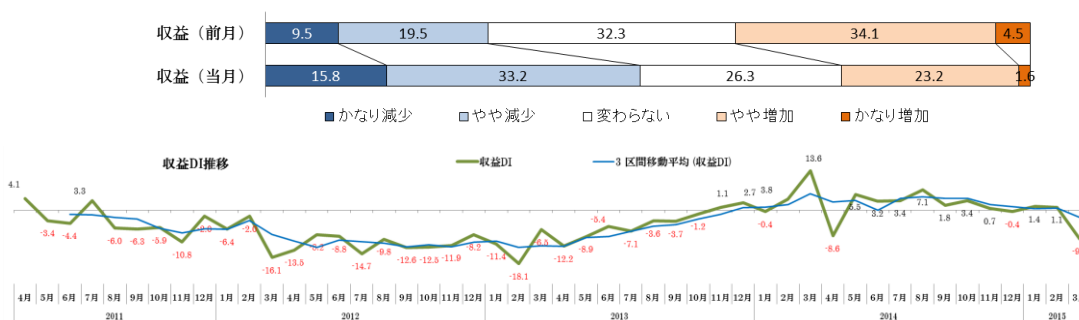
1. 売上高DI

前年駆け込み需要の反動で大きく下落



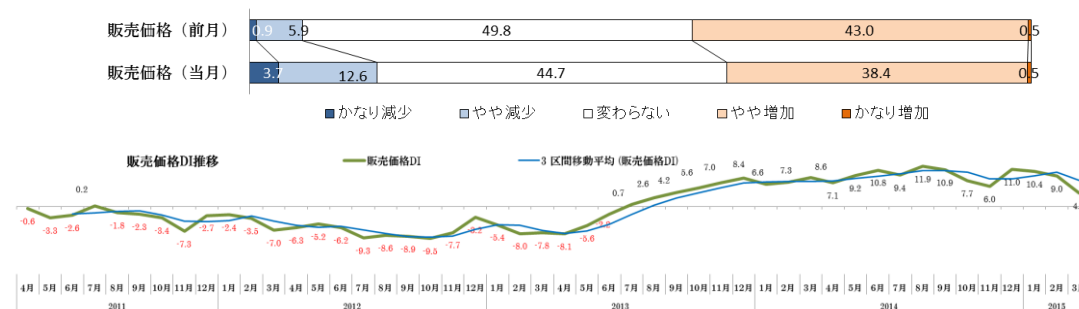
2. 収益DI

前年駆け込み需要の反動で大きく下落



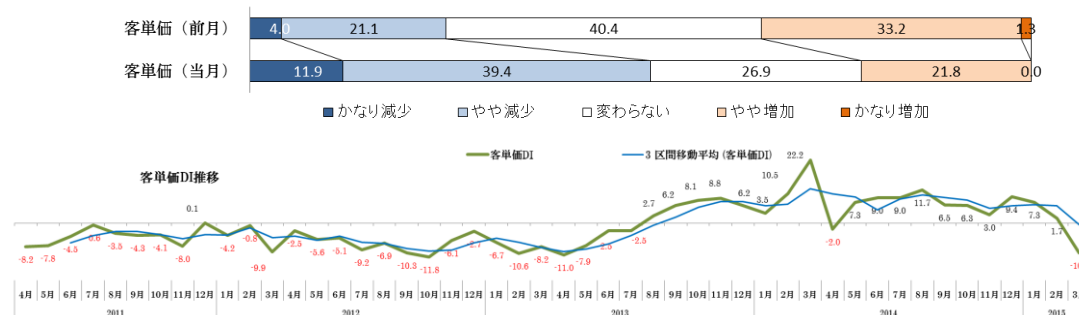
3. 販売価格DI

3月は下落も20ヵ月連続のプラスとなり、依然として高水準を維持



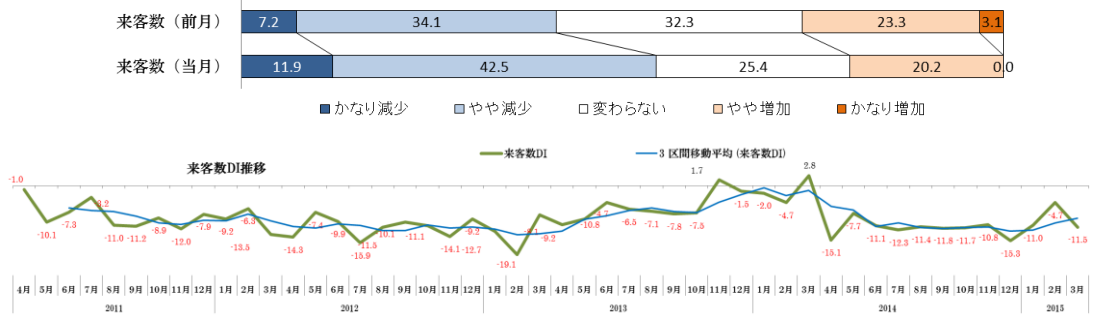
4. 客単価DI

前年駆け込み需要の反動で大きく下落



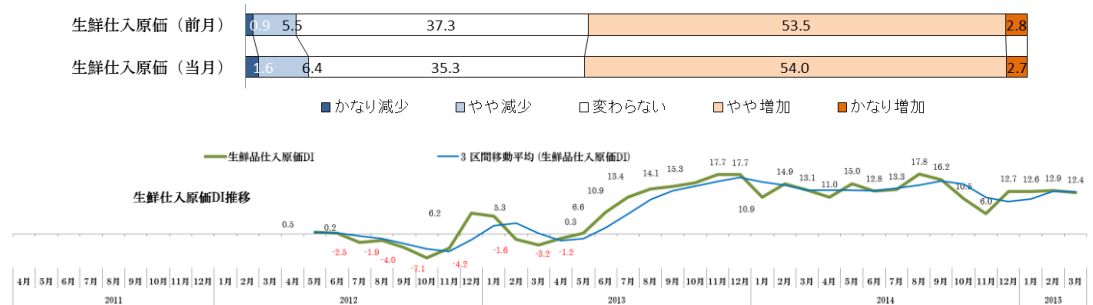
5. 来客数 DI

前年駆け込み需要の反動で下落



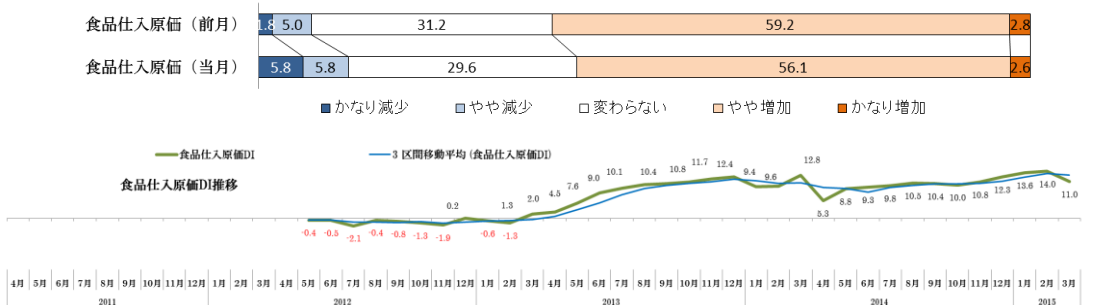
6. 生鮮仕入原価 DI

高止まり傾向をみせ、4ヵ月連続の二桁プラスを記録



7. 食品仕入原価 DI

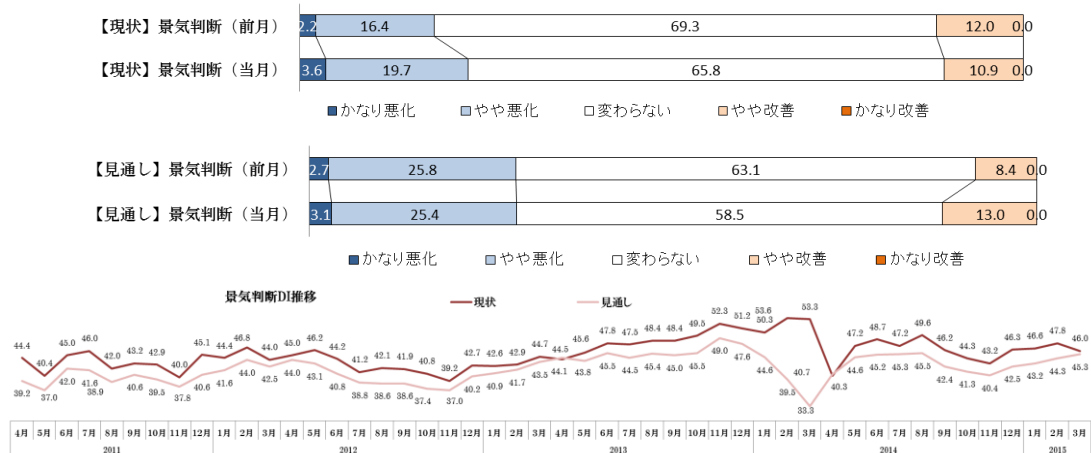
やや落ち着きをみせると高止まり傾向をみせ、8ヵ月連続の二桁プラスを記録



II. 景況感調査

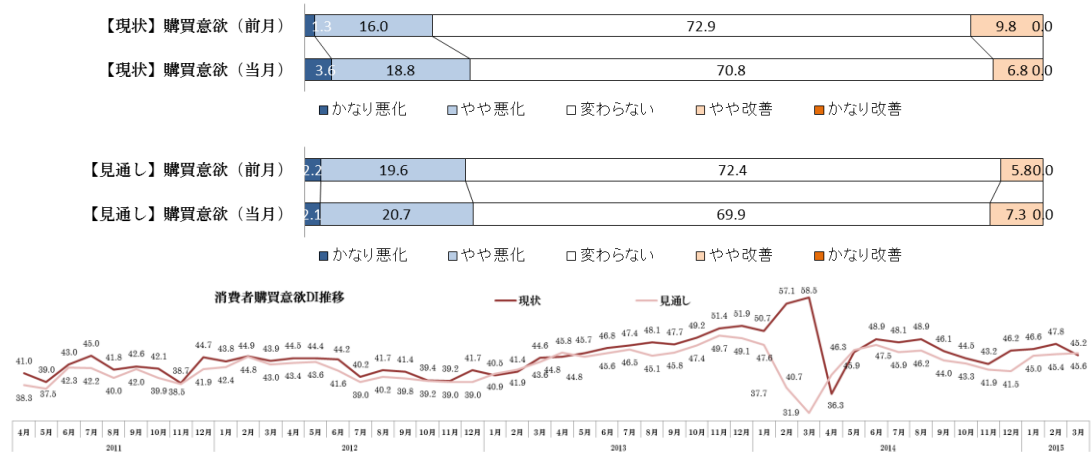
1. 中核店舗景気判断DI

現状判断は直近下落も、見通し判断は4ヵ月連続で上昇し、底堅く推移



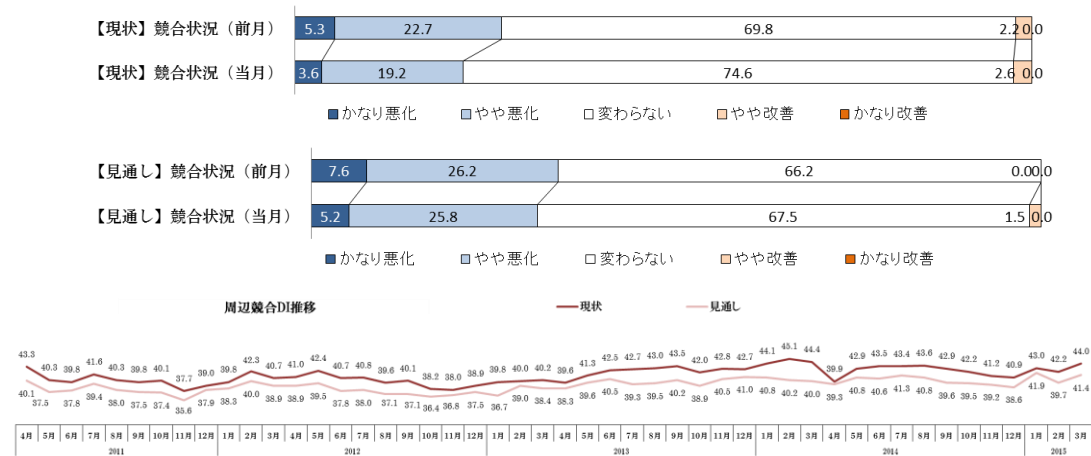
2. 消費者購買意欲DI

現状判断は直近下落も、見通し判断は4ヵ月連続で上昇し、底堅く推移



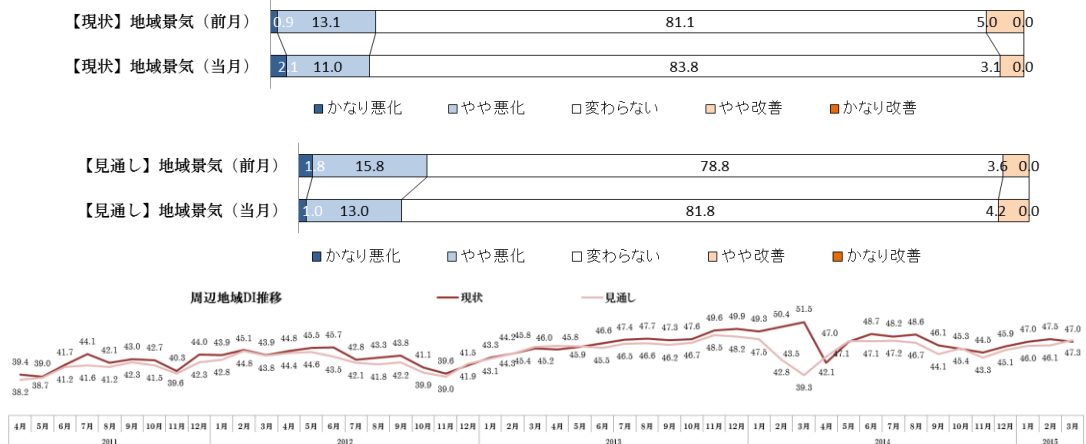
3. 中核店舗周辺競合状況DI

横ばい推移が続くが、直近では小幅に改善傾向をみせる



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

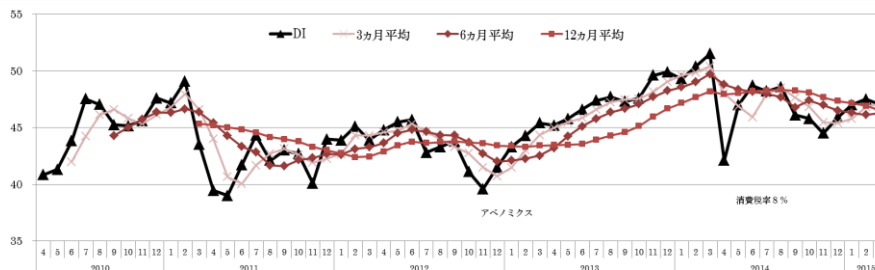
現状判断は直近小幅に下落も、見通し判断は4ヵ月連続で上昇し、底堅く推移



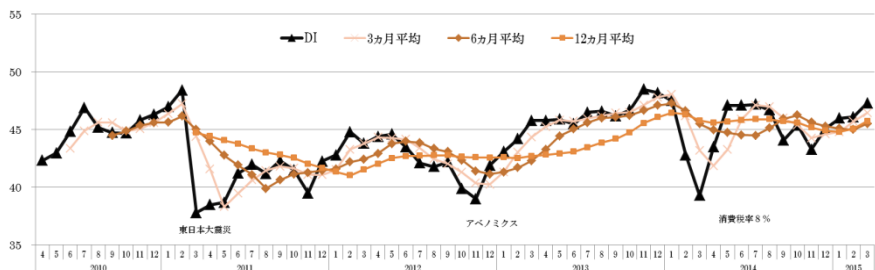
長期傾向（2010年4月～）

2012年11月以降上昇を続けていた「中核店舗周辺地域景気判断DI」は、2014年4月の消費税率引き上げの影響を受け下落した。5月に持ち直すものの、6月～8月まで横ばい推移、9月～11月では下落が続いた。12月以降は一転して上昇をみせ、回復傾向がみられている。3ヵ月周期で方向性が変化しているが、3月は駆け込み需要からの反動の影響が懸念されたものの、現状判断での小幅な悪化にとどまっており、見通し判断は引き続き上昇し、4ヵ月連続の改善となった。景況感の基調は引き続き底堅く回復傾向を維持していると考えられる。

現状判断（中長期傾向）



見通し判断（中長期傾向）



Ⅲ. カテゴリー別動向

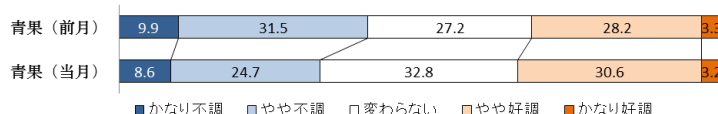
カテゴリー別動向 DIによる好不調判断

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

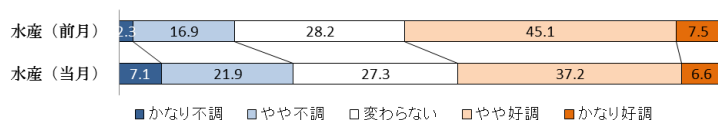
1. 青果DI：-1.2（やや不調）

青果相場は高安まちまちな相場が続いており好不調のコメントが混在する結果となった。葉物野菜は、好調と不調のコメントに分かれ、トマトについては好調の声が多かった。果物は柑橘類やいちごは好不調の判断が分かれている。リンゴは好調とするコメントが多かった。



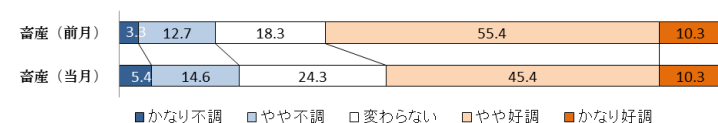
2. 水産DI：3.6（やや好調）

日持ちする商品（冷凍加工品等）には駆け込みの反動もみられるものの、引き続き刺身類が好調とのコメントが多くみられた。まぐろや鮭は好調。旬食品のあさり等の品揃えや企画、販売方法に取組みを行っており、その成果を指摘する声もみられた。



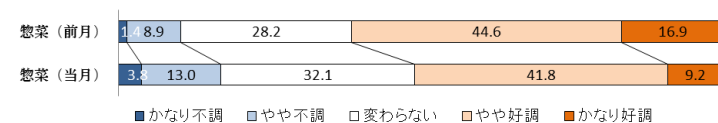
3. 畜産DI：10.1（好調）

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。輸入肉の値上りにより特に豚肉で国産シフトがみられている。引き続きステーキ、焼肉用牛肉や値ごろ感のある鶏肉も好調であるとの声が多い。加工肉も各種取組みの成果がでている店舗が多い。



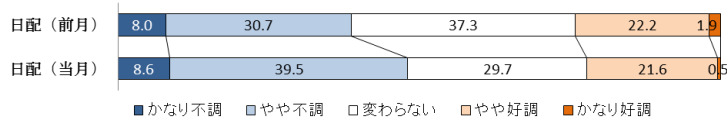
4. 惣菜DI：9.9（やや好調）

出来立て作り立ての惣菜の提供や、旬な食材を使った季節感を出した惣菜等を行楽やひなまつり、卒業式に向け取組みを強化しており、その成果で好調となった店舗が多い。なかでも米飯が好調であった。週末の雨が多かった地域ではその影響を受けている。周辺店舗との競合の厳しさを指摘する声もみられた。



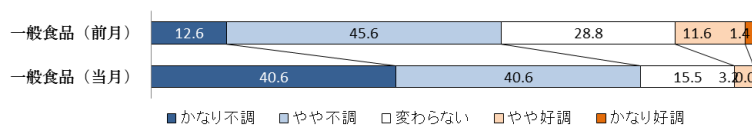
5. 日配DI：-8.5（やや不調）

前年消費税率引き上げ前の買いだめの対象となった商品（日持ちする冷凍食品等）に反動の影響がみられた。ヨーグルト飲料は引き続き好調であり、パン類も好調にあげられている。乳製品は、値上げを控えて好不調の判断がわかれている。気温の上昇した地域では涼味系商品の好調があげられた。



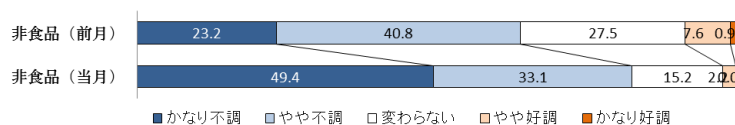
6. 一般食品：-29.7（かなり不調）

前年消費税率引き上げ前の買いだめの影響を大きく受けるカテゴリでありかなり不調となった。ウイスキーやシリアルなどが好調であるとの声があったものの、反動をカバーするまでには至らなかった。



7. 非食品DI：-32.4（かなり不調）

一般食品カテゴリー同様に前年消費税率引き上げ前の買いだめの影響を大きく受けるカテゴリでありかなり不調となった。



2015年3月実績キーワードTOP3

1. 前年駆け込み需要からの反動
2. 気温上昇、週末雨（天候要因）
3. 前年より土曜日が一日少ない

スーパーマーケット景気動向調査 4月調査結果

3月実績速報版集計 194社

2月実績確報版集計 225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