

スーパーマーケット販売統計調査資料

2015年4月実績 速報版(新パネル 275)

3月実績 確報版(旧パネル 285)

(5月21日公表)

調査資料概要

【パネル集計】

食品を中心に扱うスーパーマーケットを対象に同一企業を集計

※2015年4月実績よりパネル対象企業変更(285社→275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5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4月実績 速報版 (新パネル275)

	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	82,865,764	100.0%	108.3%	106.3%
食品合計	73,230,600	88.4%	108.8%	106.6%
生鮮3部門合計	27,912,376	33.7%	109.2%	106.6%
青果	11,326,258	13.7%	110.2%	107.9%
水産	7,571,841	9.1%	107.1%	104.4%
畜産	9,014,277	10.9%	109.6%	106.8%
惣菜	7,885,091	9.5%	108.3%	105.9%
日配	15,553,822	18.8%	106.8%	104.5%
一般食品	21,879,311	26.4%	110.0%	108.3%
非食品	6,427,903	7.8%	105.5%	106.2%
その他	3,220,136	3.9%	105.2%	105.9%

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	13,047,952	49	108.3%	106.5%
関東地方	29,334,471	70	109.3%	106.5%
中部地方	9,950,683	58	108.4%	106.3%
近畿地方	17,348,069	34	105.7%	104.4%
中国・四国地方	8,149,113	36	110.9%	108.8%
九州・沖縄地方	5,035,476	28	108.4%	108.3%

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	869,404	55	103.2%	103.9%
4~10店舗	3,621,657	69	105.3%	105.1%
11~25店舗	9,668,115	64	105.8%	104.0%
26~50店舗	14,799,580	44	109.9%	107.4%
51店舗以上	53,907,009	43	108.6%	106.5%
集計企業数 (社)	275	既存店総売上高 (万円)	80,505,336	
総店舗数 (店舗)	7,403	店舗平均月商 (万円)	11,194	
総売場面積 (㎡)	12,571,487	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.6	

※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5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 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	83,210,269	100.0%	97.3%	95.7%
食品合計	73,183,466	88.0%	99.2%	97.4%
生鮮3部門合計	27,996,026	33.6%	104.5%	102.4%
青果	11,260,738	13.5%	103.1%	101.2%
水産	7,719,597	9.3%	104.5%	102.4%
畜産	9,015,691	10.8%	106.3%	104.0%
惣菜	7,830,710	9.4%	106.4%	104.5%
日配	15,286,937	18.4%	100.6%	98.8%
一般食品	22,069,793	26.5%	90.3%	88.8%
非食品	6,620,677	8.0%	82.3%	82.3%
その他	3,406,125	4.1%	87.9%	88.3%

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	13,361,586	48	93.5%	92.2%
関東地方	29,985,322	73	99.6%	97.2%
中部地方	10,153,132	57	98.3%	97.1%
近畿地方	17,588,452	43	96.4%	95.1%
中国・四国地方	7,636,005	39	96.8%	95.2%
九州・沖縄地方	4,485,773	25	95.8%	94.9%

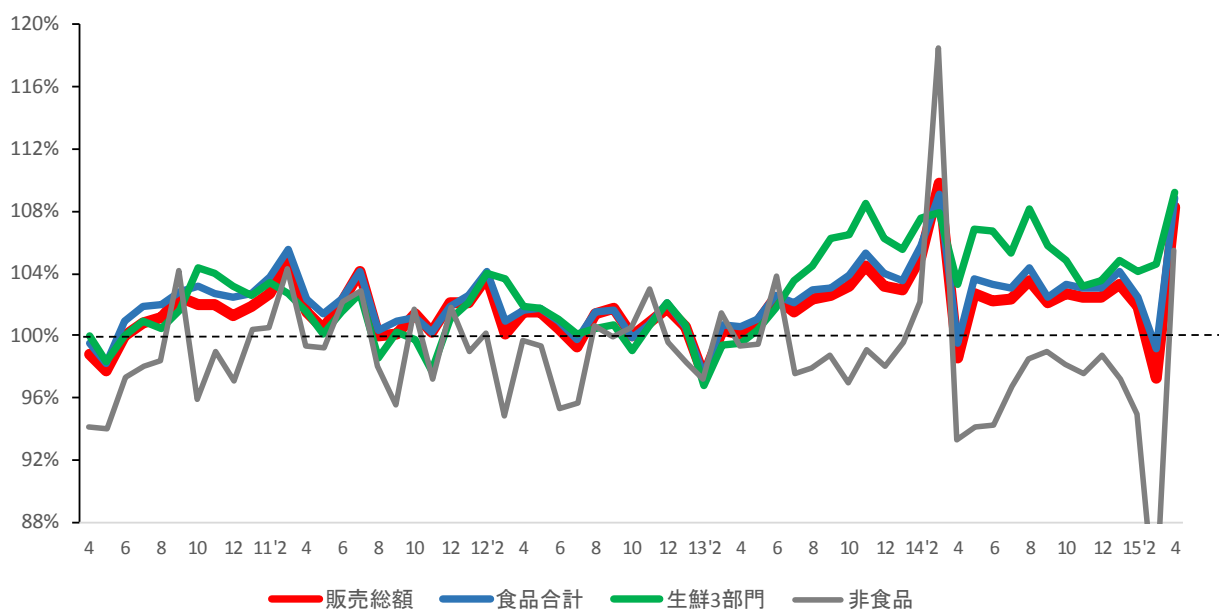
保有店舗数別集計

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	866,571	54	93.1%	94.4%
4~10店舗	3,817,227	74	97.0%	97.0%
11~25店舗	10,840,075	72	97.1%	95.7%
26~50店舗	15,285,093	45	97.1%	95.4%
51店舗以上	52,401,304	40	97.5%	95.7%
集計企業数 (社)	285	既存店総売上高 (万円)	80,557,075	
総店舗数 (店舗)	7,383	店舗平均月商 (万円)	11,271	
総売場面積 (㎡)	12,106,165	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.9	

※売上高は税抜金額

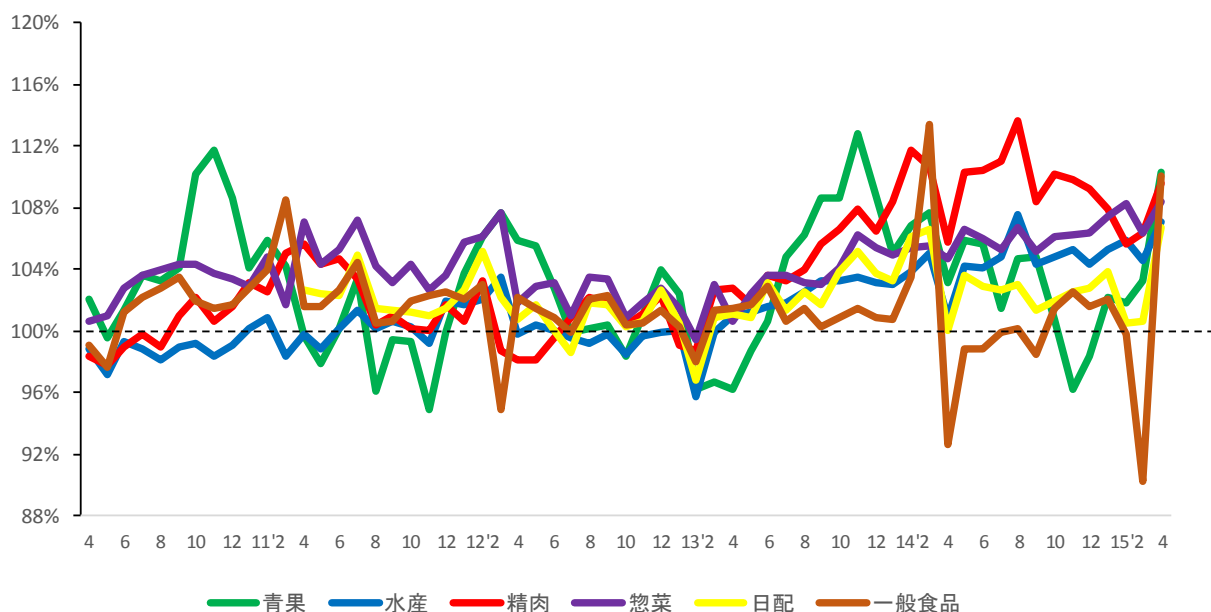
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

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

1. 平均気温

平年との比較：上旬は西日本を中心に気温が高く、下旬は東日本を中心に平年よりかなり高い気温となった

2014年4月との比較：前年が平年並みの気温であったことから、前年との比較でも平年との比較と同様の傾向となった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2015年4月			2014年4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	0.3	0.5	3.4	-0.8	-1.3	2.0	1.1	1.8	1.4
東北地方	0.0	1.0	3.1	0.5	-1.0	1.2	-0.5	2.0	1.9
関東甲信地方	-0.1	0.0	2.5	0.4	-0.6	0.2	-0.5	0.6	2.3
北陸地方	0.1	0.5	2.1	-0.3	-1.3	0.6	0.4	1.8	1.5
東海地方	0.4	-0.1	2.0	0.0	-0.4	-0.3	0.4	0.3	2.3
近畿地方	1.3	0.4	1.8	-0.4	-0.8	0.2	1.7	1.2	1.6
中国地方	1.2	0.2	1.4	-0.6	-0.7	0.6	1.8	0.9	0.8
四国地方	2.0	0.7	1.2	-0.8	-0.5	0.3	2.8	1.2	0.9
九州北部	2.2	0.4	0.9	-0.7	0.4	0.4	2.9	0.0	0.5
九州南部・奄美地方	3.3	1.2	0.4	-1.0	0.5	-0.3	4.3	0.7	0.7

平年差



前年差



2. 日照時間

平年との比較：上旬は全国的にかなり短く、中旬はやや短く、下旬は長い日照時間となった

2014年4月との比較：前年が日照時間の長い地域が多かったことで、上旬、中旬ともかなり短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4月			2014年4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	111	73	154	102	156	165	9	-83	-11
東北地方	78	70	165	128	174	118	-50	-104	47
関東甲信地方	39	74	134	127	135	99	-88	-61	35
北陸地方	50	63	166	135	145	111	-85	-82	55
東海地方	27	65	128	133	106	92	-106	-41	36
近畿地方	31	71	138	135	110	95	-104	-39	43
中国地方	43	75	150	130	101	98	-87	-26	52
四国地方	24	74	117	125	83	94	-101	-9	23
九州北部	40	70	133	134	71	84	-94	-1	49
九州南部・奄美地方	43	76	114	143	85	70	-100	-9	44

平年差



前年差



3. 降水量

平年との比較：全国的に上旬と中旬で多く、下旬で少ない降水量となった

2014年4月との比較：前年が少ない降水量の地域が多くなっていたことで、上旬と中旬は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4月			2014年4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	208	217	17	222	16	1	-14	201	16
東北地方	153	198	15	192	3	32	-39	195	-17
関東甲信地方	117	197	10	112	19	115	5	178	-105
北陸地方	193	226	6	88	11	93	105	215	-87
東海地方	118	167	3	47	24	253	71	143	-250
近畿地方	165	159	4	45	26	192	120	133	-188
中国地方	303	130	2	62	48	89	241	82	-87
四国地方	218	163	21	58	75	101	160	88	-80
九州北部	218	172	52	37	119	31	181	53	21
九州南部・奄美地方	115	142	82	13	114	54	102	28	28

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5月調査結果（4月実績）
（5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

5月調査（4月実績）結果概況

景気判断DIは5ヵ月連続の改善、見通し判断は調査開始以降はじめて50を上回る

4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+8.3の55.4、見通し判断前月から+5.5の52.2となり、5ヵ月連続の上昇となった。見通し判断DIが好不調判断の分かれ目となる50を上回ったのはこれがはじめてとなる。

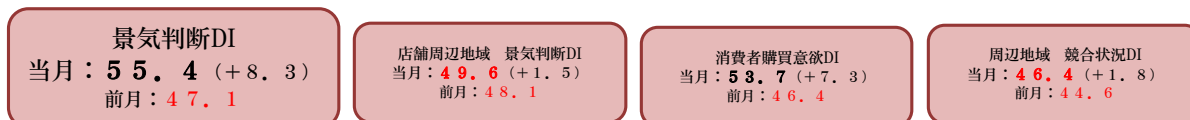
経営動向調査結果では、すべてのDIが大幅な改善をみせている。前年落ち込みからの反発により売上高DIが16.0(+31.8)、収益DIは9.7(+18.7)と大きく改善している。来客数DIの改善に加え、生鮮仕入原価DI 19.3、食品仕入原価DI 18.6が共に最高値を記録し、販売価格DIも14.3と最高値となったことを追い風に客単価DIが13.6と上昇したことが売上DIを二桁のプラスに押し上げている。

カテゴリー動向結果では、すべてのDIがプラスとなっている。特に落ち込みからの反発が大きい一般食品と非食品カテゴリーで大きく上昇している、落ち込みの影響が軽微だった生鮮品カテゴリーでも相場高を背景に、惣菜カテゴリーでも来客数の回復を追い風に好調となっている。

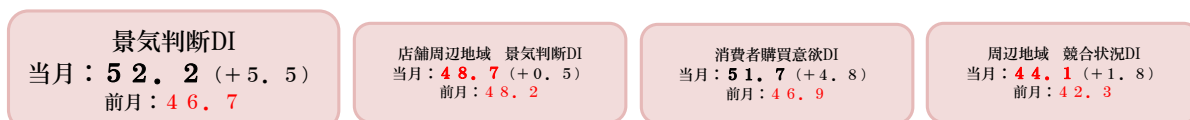
景況感調査でも、すべてのDIが改善を示しており、特に景気判断DIと消費者購買意欲DIでは、現状、見通し判断共に50を上回る水準まで上昇をみせた。前月、駆け込み需要の反動により売上は不振であったにも関わらず上昇を続けていた景況感は、今月さらなる上昇をみせた。相場高や商品の値上げが客単価を支えている側面はあるものの、景況感の回復は鮮明なものとなっている。また、はじめて見通し判断DIが50を上回ったことで、今後も景況感は堅調に推移することが予想される。

景況感調査

現状判断

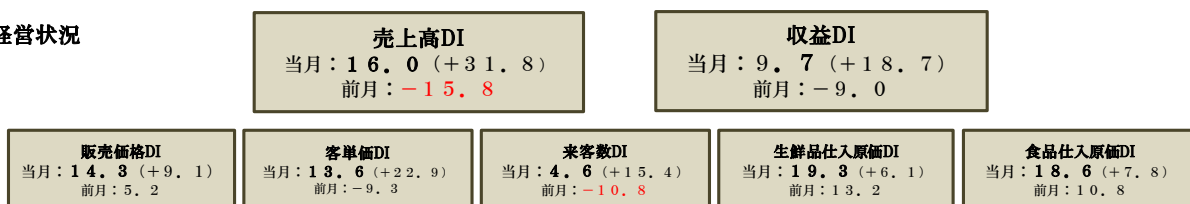


見通し判断

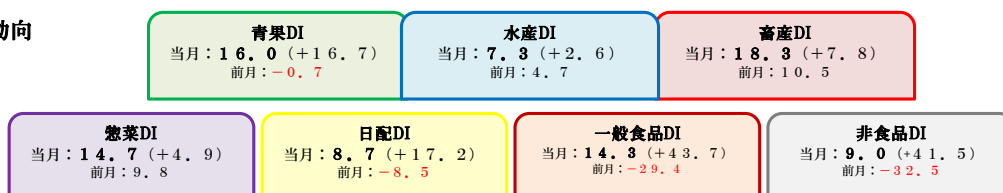


経営動向調査

経営状況



カテゴリー動向

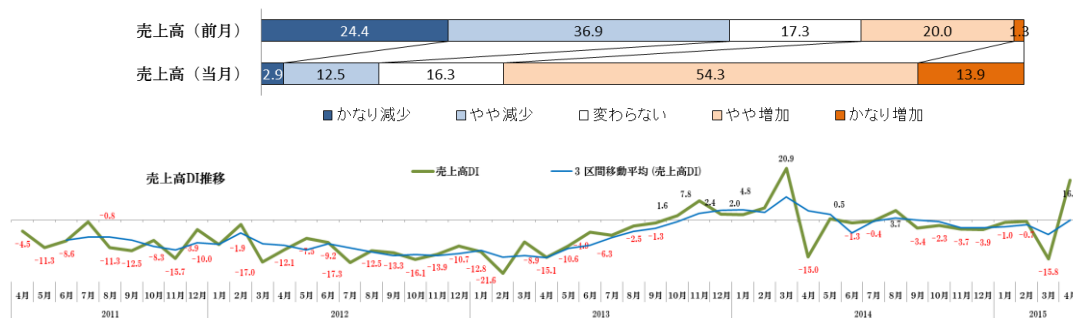


○ 内は前月DIとの増減、赤字はマイナス

5月調査（4月実績）結果詳細 I. 経営動向調査

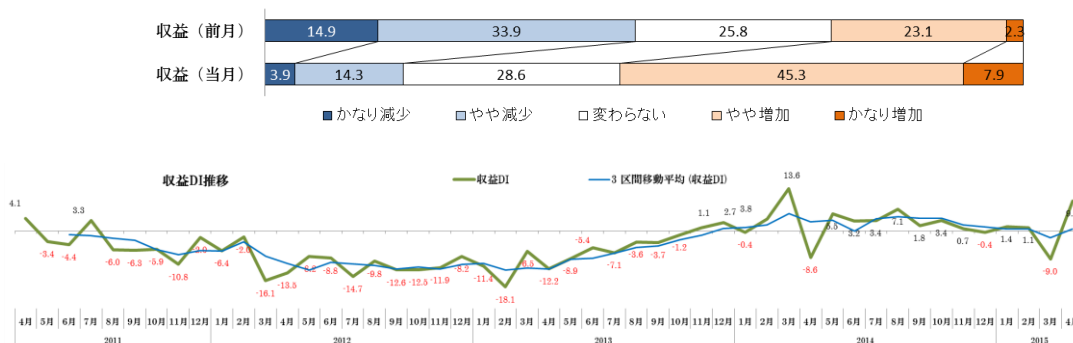
1. 売上高DI

前年の駆け込み反動による落ち込みとの対比により大きく上昇



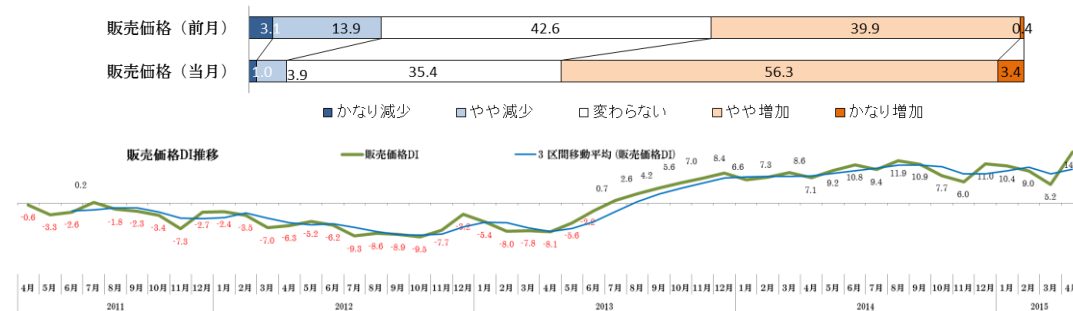
2. 収益DI

前年の駆け込み反動による落ち込みとの対比により大きく上昇



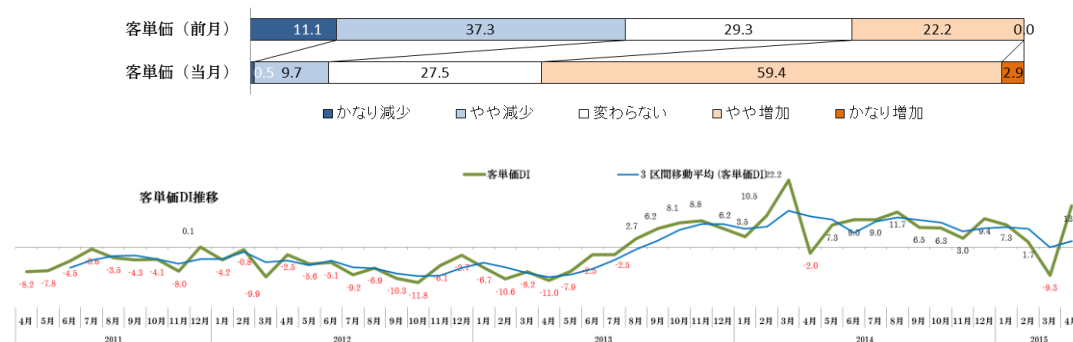
3. 販売価格DI

仕入れ価格の上昇により過去最高値を記録し、21ヵ月連続のプラス



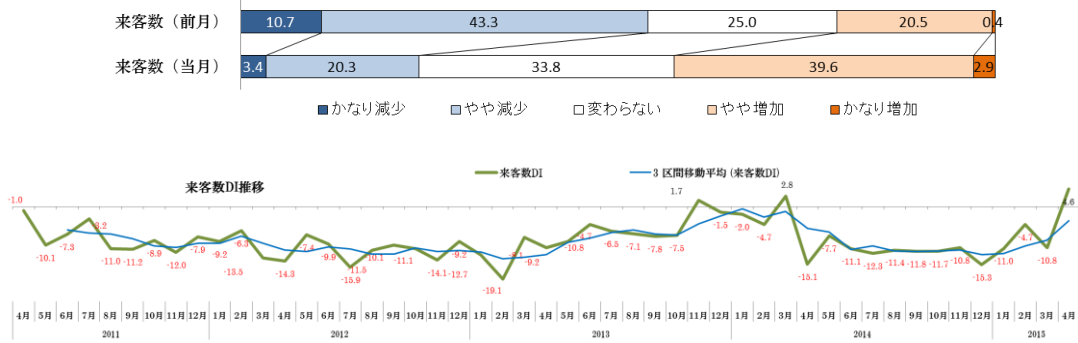
4. 客単価DI

前年の駆け込み反動による落ち込みとの対比に価格の上昇が加わり、大きく上昇



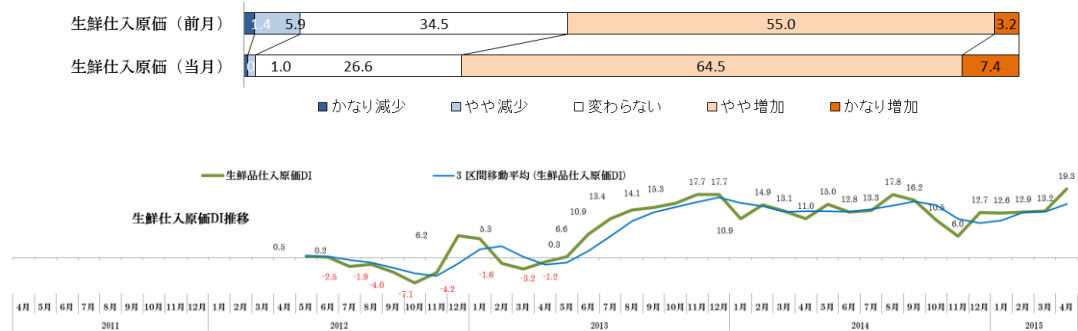
5. 来客数 DI

前年の駆け込み反動による落ち込みとの対比により大きく上昇



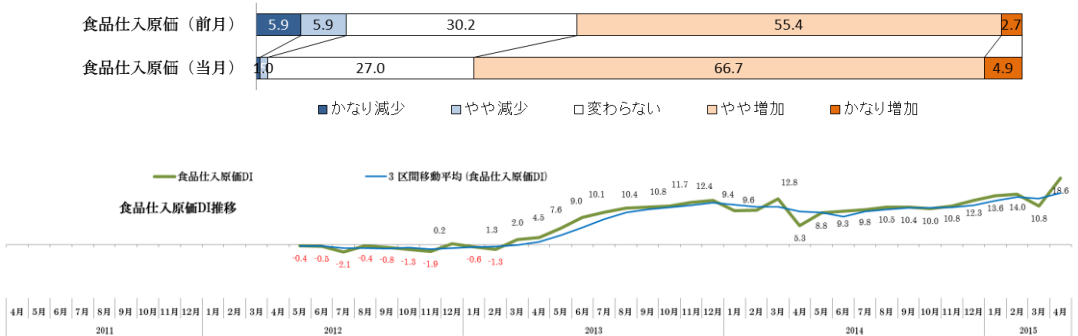
6. 生鮮仕入原価 DI

天候不順による青果相場を中心とした相場高により過去最高値を記録



7. 食品仕入原価 DI

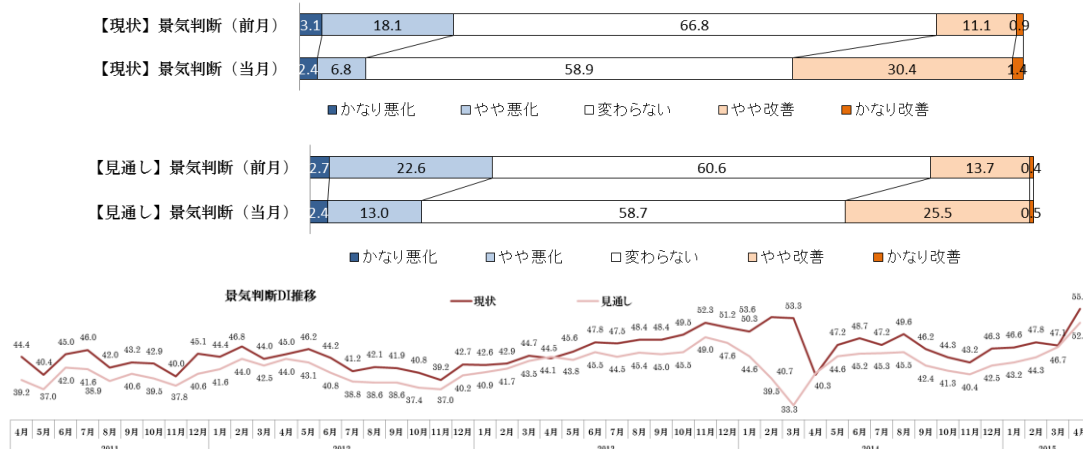
値上げ商品が相次ぎ、過去最高値を記録



II. 景況感調査

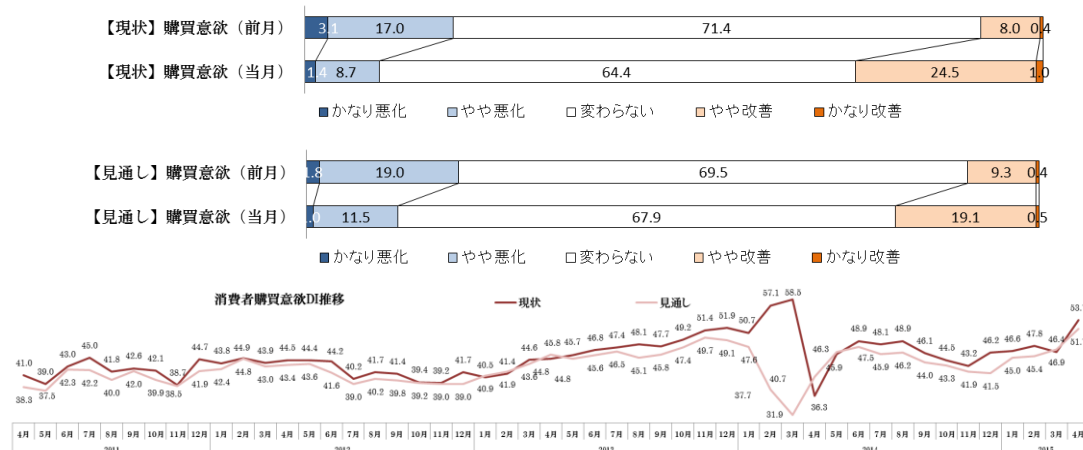
1. 中核店舗景気判断 DI

現状、見通し共に大きく上昇し過去最高を記録。見通し判断は調査開始以降初めて判断の分かれ目となる 50 を上回る水準まで上昇



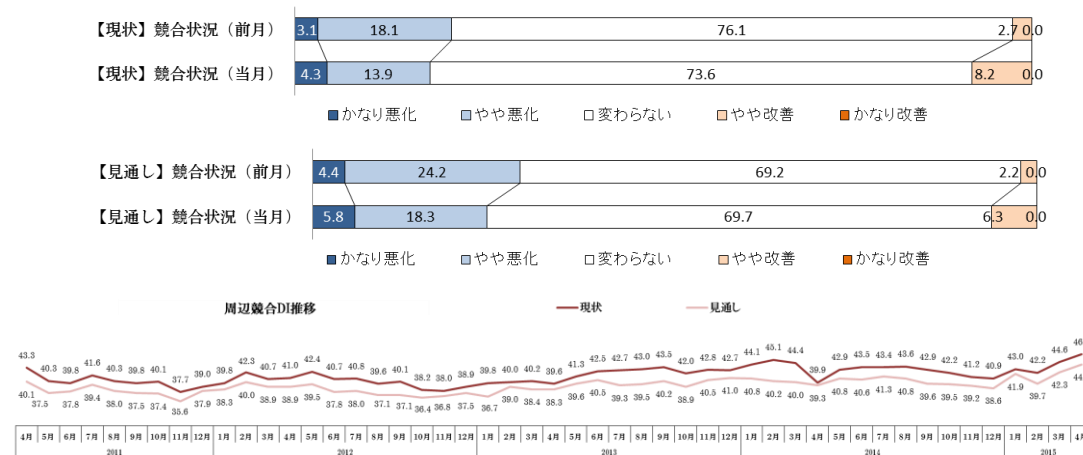
2. 消費者購買意欲 DI

現状、見通し共に大きく上昇。見通し判断は調査開始以降初めて判断の分かれ目となる 50 を上回る水準まで上昇



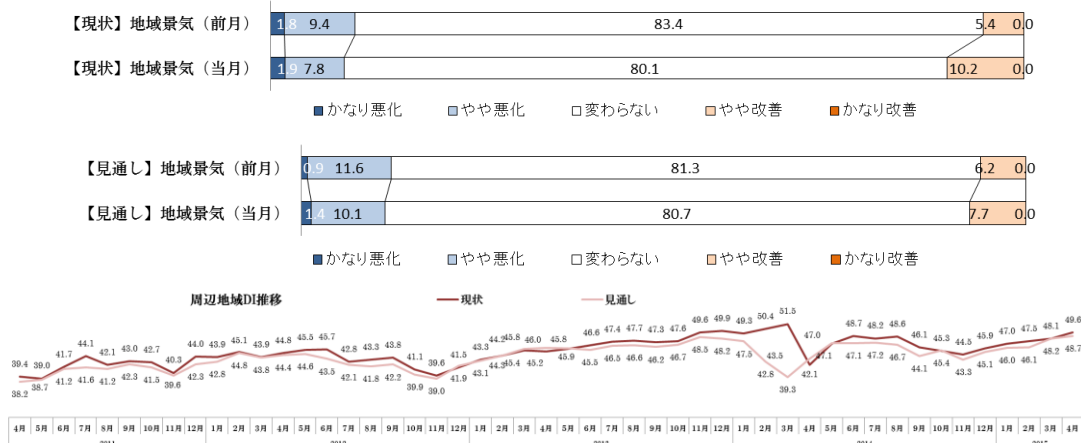
3. 中核店舗周辺競合状況 DI

現状、見通し共に2ヵ月連続の改善をみせる



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

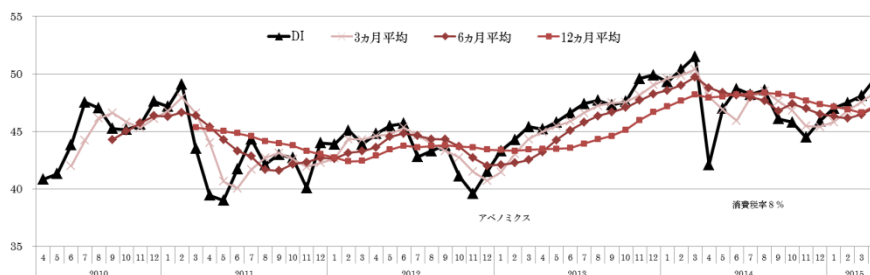
現状、見通し判断は共に5ヵ月連続で上昇し、堅調に推移



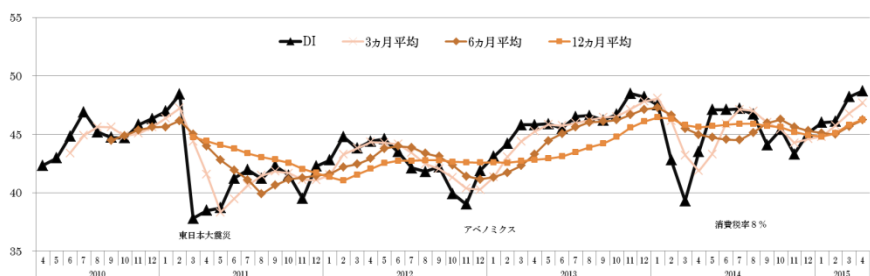
長期傾向（2010年4月～）

2012年11月以降上昇を一本調子に続けていた「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。その後、5月に持ち直すものの、6月～8月まで横ばい推移、9月～11月では再び下落となった。消費税率引き上げ後、3ヵ月周期でトレンドが変化し、方向感の見えにくい状況であったが、12月以降は現状、見通しともに5ヵ月連続の改善となり、2010年の調査開始以降で最高水準にまで上昇をみせており、堅調な回復を示す状況となっている。

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

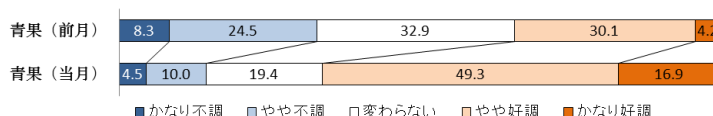
カテゴリー別動向 DI による好不調判断

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

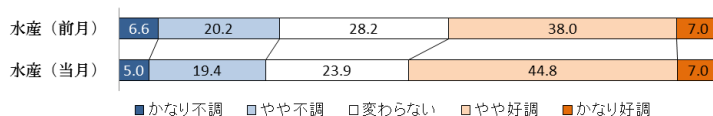
1. 青果 DI：16.0（好調）

4 月に入り青果相場（特に大型野菜）が高騰した影響で、一品単価の上昇により好調となっている。一部では、仕入れや品質低下により苦戦している地域もあった。カット野菜を好調、玉ねぎを不調にあげるコメントが多かった。果物相場も輸入品を中心に高騰しているが、好不調の判断は分かれている。リンゴや柑橘類は好調のコメントが多くみられた。



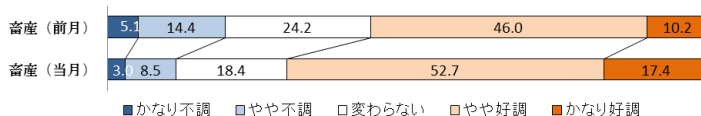
2. 水産 DI：7.3（やや好調）

引き続き相場が高い環境のなか、売場の改装やレイアウト変更など、新商品開発などの成果で好調となったとするコメントが多くみられた一方で、マグロや刺身、鮮魚類が不調であるとのコメントもみられた。



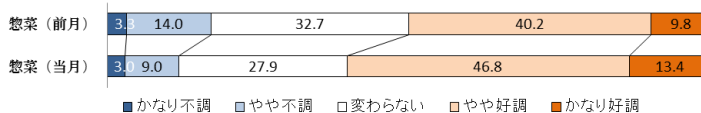
3. 畜産 DI：18.3（好調）

牛肉、豚、鶏共に高い相場が続いているなかで販売量も堅調となっており、好調となっている。気温の上昇と共に焼肉関連需要の高まりを背景に牛肉や豚肉が好調であり、なかでも国産が好調となっている。ハムやベーコンなども好調にあげるコメントが多い。一方で今後の利益率の管理を課題にあげるコメントも散見された。



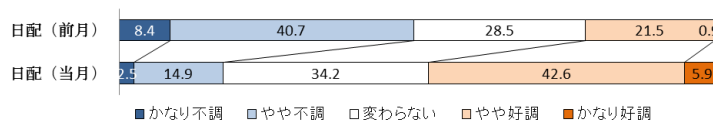
4. 惣菜 DI：14.7（好調）

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が好評であり、客数が前年に比べて増加していることも追い風となった。揚物類は好調であるとのコメントが多い。一方で周辺店舗との競合の厳しさを指摘する声もみられた。



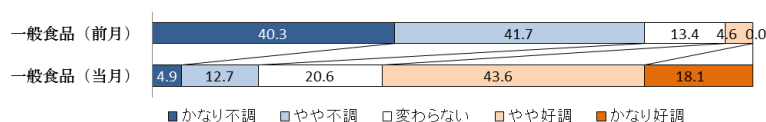
5. 日配DI：8.7（やや好調）

前年の買いだめの対象となった商品（日持ちする冷凍食品等）の落ち込みからの反発も加わり、やや好調となった。ヨーグルトを中心とした乳製品が好調とのコメントが多い。気温の上昇とともに冷食が好調であったが、月内で気温の変化が激しかったため、その影響を受けたとのコメントもみられた。卵を不調とするコメントが散見された。



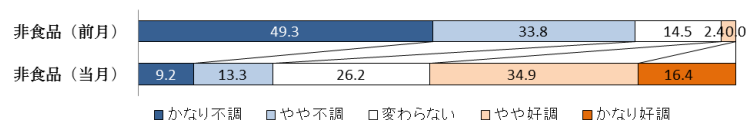
6. 一般食品：14.3（好調）

前年消費税率引き上げ前の買いだめによる落ち込みからの反発により好調となった。買いだめの対象となった調味料類やドレッシング類や酒類はかなり好調となっている。また、これまで相場安により不調だった米類が好調に転換しつつある。値上げによる単価アップも追い風になっている。



7. 非食品DI：9.0（やや好調）

前年消費税率引き上げ前の買いだめによる落ち込みからの反発によりやや好調となった。買いだめの対象となった商品を中心に好調であるが、ドラッグストアを中心とした競合により落ち込み分をカバーできなかったとのコメントも見られた。



2015年5月調査（4月実績）キーワードTOP3

1. 前年の落ち込みからの反動
2. 仕入れ値の上昇相次ぐ
3. 天候要因（気温の変化大）

スーパーマーケット景気動向調査

- 4月実績速報版集計 226社
- 3月実績確報版集計 208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