

スーパーマーケット販売統計調査資料

2015年8月実績 速報版(パネル 275)

7月実績 確報版

(9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

一般社団法人 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9月21日

一般社団法人 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8月実績 速報版 (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	91,677,525	100.0%	104.2%	101.8%
食品合計	80,954,200	88.3%	104.6%	102.1%
生鮮3部門合計	30,062,351	32.8%	105.6%	102.8%
青果	12,708,679	13.9%	108.1%	105.6%
水産	7,876,620	8.6%	103.3%	100.6%
畜産	9,477,052	10.3%	104.3%	101.2%
惣菜	9,386,786	10.2%	106.8%	103.9%
日配	17,193,286	18.8%	104.1%	101.8%
一般食品	24,311,777	26.5%	102.9%	100.7%
非食品	7,493,751	8.2%	101.4%	100.3%
その他	3,229,574	3.5%	100.0%	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	15,127,586	49	103.4%	101.1%
関東地方	31,556,387	70	104.4%	102.1%
中部地方	11,201,290	58	103.8%	101.0%
近畿地方	18,806,133	34	103.8%	101.7%
中国・四国地方	9,293,304	36	106.1%	102.3%
九州・沖縄地方	5,692,824	28	104.0%	103.2%

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	1,036,712	57	98.7%	99.8%
4~10店舗	3,981,392	67	103.0%	101.8%
11~25店舗	10,841,742	64	102.7%	100.9%
26~50店舗	16,974,445	45	104.2%	101.9%
51店舗以上	58,843,234	42	104.6%	102.0%

集計企業数 (社)	275	既存店総売上高 (万円)	88,814,891
総店舗数 (店舗)	7,434	店舗平均月商 (万円)	12,332
総売場面積 (㎡)	12,686,927	売場1㎡あたり売上高 (万円)	7.2

※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9月21日

一般社団法人 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7月実績 確報版 (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	86,109,530	100.0%	104.0%	101.7%
食品合計	75,797,526	88.0%	104.5%	102.1%
生鮮3部門合計	27,937,067	32.4%	105.8%	103.2%
青果	11,233,579	13.0%	107.9%	105.6%
水産	7,713,173	9.0%	103.2%	100.6%
畜産	8,990,315	10.4%	105.5%	102.6%
惣菜	8,318,808	9.7%	106.2%	103.4%
日配	16,547,251	19.2%	104.0%	101.7%
一般食品	22,994,400	26.7%	102.8%	100.8%
非食品	7,186,184	8.3%	100.8%	99.1%
その他	3,125,820	3.6%	100.2%	99.9%

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	13,501,412	49	103.3%	101.1%
関東地方	30,854,943	70	104.4%	102.2%
中部地方	10,174,925	58	103.8%	101.2%
近畿地方	17,704,329	34	103.0%	101.2%
中国・四国地方	8,550,221	36	106.6%	103.0%
九州・沖縄地方	5,323,701	28	103.2%	102.3%

保有店舗数別集計

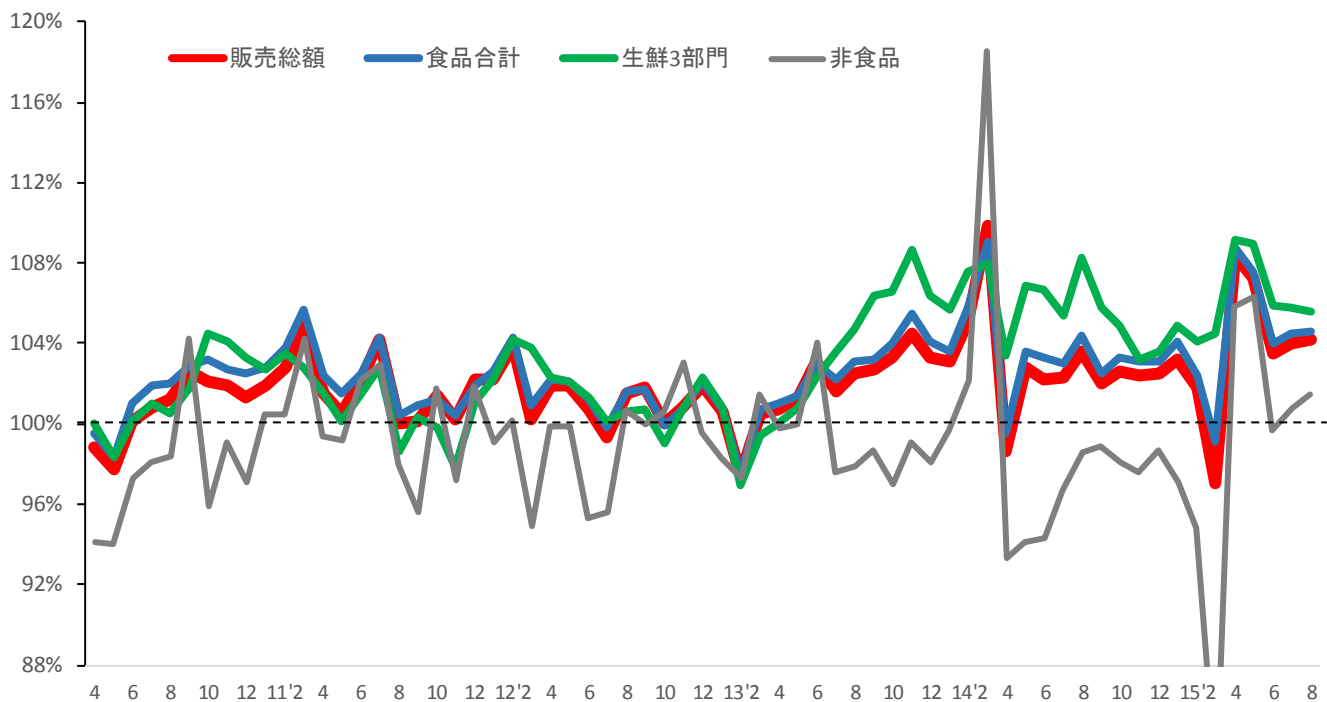
保有店舗数	全店売上高 (万円)	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	911,277	56	99.5%	100.6%
4~10店舗	3,703,367	68	103.0%	101.8%
11~25店舗	10,024,166	64	102.3%	100.4%
26~50店舗	15,558,647	45	104.0%	101.6%
51店舗以上	55,912,072	42	104.4%	102.0%
集計企業数 (社)	275	既存店総売上高 (万円)	83,473,721	
総店舗数 (店舗)	7,436	店舗平均月商 (万円)	11,580	
総売場面積 (㎡)	12,708,719	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.8	

※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8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

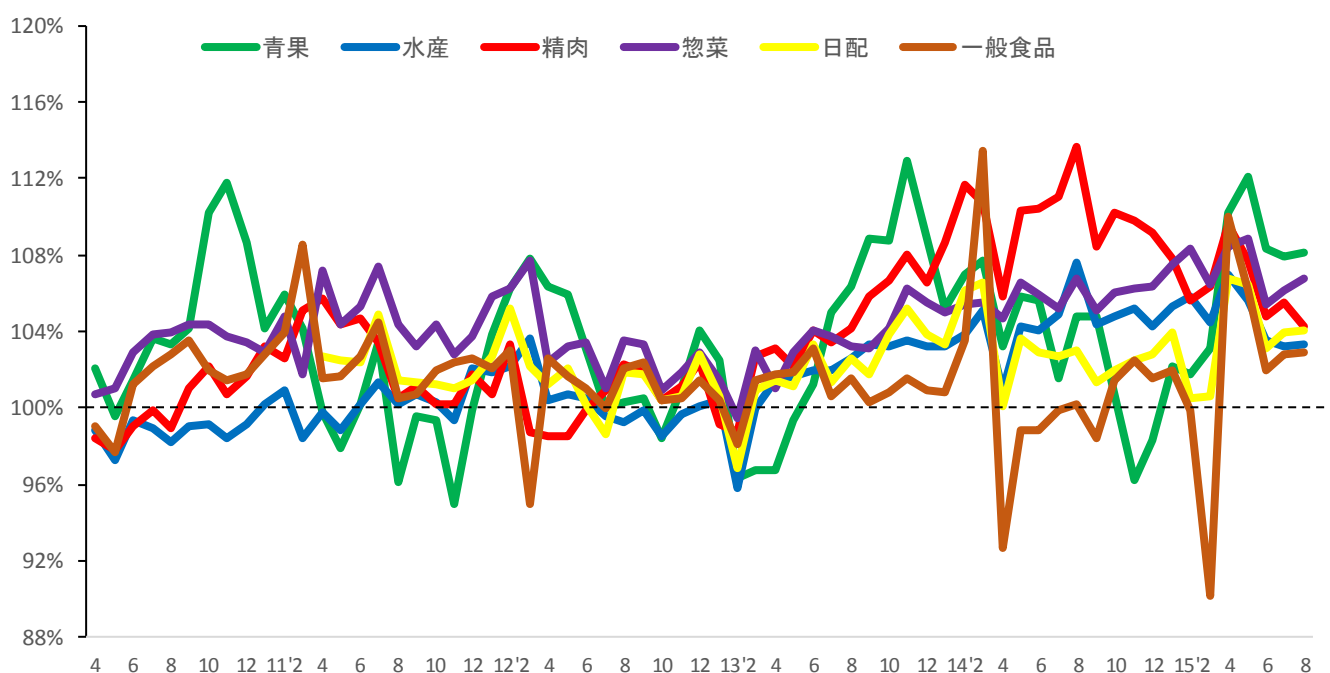


※2010年4月～2015年7月までは確報版による前年同月比、2015年8月は速報版による前年同月比

※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8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7月までは確報版による前年同月比、2015年8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8月エリア別気候状況

1. 平均気温

上旬：東日本でかなり高く、北・西日本で高かった。沖縄・奄美は平年並だった。

中旬：西日本では低かった。北・東日本と沖縄・奄美では平年並だった

下旬：北・東・西日本でかなり低く、沖縄・奄美では低かった。

2014年8月との比較：上旬は北海道と九州南部を除いて前年に比べかなり気温が高く、その後は前年並みとなった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2015年8月			2014年8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	1.6	-0.2	-1.5	1.7	0.0	-0.8	-0.1	-0.2	-0.7
東北地方	2.5	-0.1	-2.5	1.2	-0.3	-0.8	1.3	0.2	-1.7
関東甲信地方	2.2	0.5	-2.3	1.0	0.4	-1.5	1.2	0.1	-0.8
北陸地方	1.5	-0.9	-1.4	0.5	-0.8	-1.4	1.0	-0.1	0.0
東海地方	2.2	0.2	-1.1	-0.1	0.1	-1.3	2.3	0.1	0.2
近畿地方	1.8	-0.9	-1.0	-0.8	-0.1	-1.3	2.6	-0.8	0.3
中国地方	1.2	-1.4	-1.8	-1.1	-1.3	-1.4	2.3	-0.1	-0.4
四国地方	1.3	-0.8	-0.9	-1.1	-0.4	-1.0	2.4	-0.4	0.1
九州北部	1.0	-1.0	-1.8	-1.0	-1.2	-1.3	2.0	0.2	-0.5
九州南部・奄美地方	0.5	-0.4	-0.9	-0.1	-0.1	-0.4	0.6	-0.3	-0.5

平年差



前年差



2. 日照時間

上旬：東・西日本でかなり多く、北日本日本海側が多かった。北日本太平洋側と沖縄・奄美は平年並だった。

中旬：全国的に少なかった。

下旬：東・西日本と沖縄・奄美でかなり少なく、北日本で少なかった。

2014年8月との比較：上旬は北海道を除き、前年に比べかなり日照時間が長く、その後は前年並みとなった

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年8月			2014年8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	100	80	107	90	89	149	10	-9	-42
東北地方	144	73	32	81	55	82	63	18	-50
関東甲信地方	151	70	34	104	95	53	47	-25	-19
北陸地方	159	60	56	50	64	60	109	-4	-4
東海地方	138	77	57	53	84	51	85	-7	6
近畿地方	139	66	75	30	77	55	109	-11	20
中国地方	146	62	73	18	40	61	128	22	12
四国地方	141	69	72	17	61	64	124	8	8
九州北部	149	75	60	26	48	56	123	27	4
九州南部・奄美地方	142	79	72	39	81	89	103	-2	-17

平年差



前年差



3. 降水量

上旬：東・西日本でかなり少なく、北日本日本海側で少なかった。一方、沖縄・奄美では多かった。北日本太平洋側では平年並だった。

中旬：西日本日本海側でかなり多く、北日本と東・西日本太平洋側が多かった。東日本日本海側と沖縄・奄美では平年並だった。

下旬：西日本と沖縄・奄美でかなり多く、東日本で多かった。一方、北日本日本海側ではかなり少なく、北日本太平洋側では少なかった。

2014年8月との比較：上旬は全国的にかなり降水量が少なく、中旬以降は太平洋側を中心に前年より多くなった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2015年8月			2014年8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	84	116	9	242	228	112	-158	-112	-103
東北地方	18	161	83	251	98	84	-233	63	-1
関東甲信地方	19	150	133	118	93	89	-99	57	44
北陸地方	0	93	120	419	203	153	-419	-110	-33
東海地方	7	227	256	268	119	75	-261	108	181
近畿地方	12	272	135	837	194	149	-825	78	-14
中国地方	2	208	204	553	211	140	-551	-3	64
四国地方	5	202	192	910	80	137	-905	122	55
九州北部	7	214	240	335	210	144	-328	4	96
九州南部・奄美地方	8	107	285	295	67	50	-287	40	235

平年差



前年差



気象庁ホームページ・報道発表資料「7月の気候」を参照
 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9月調査結果（8月実績）

（9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ヵ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ヵ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」

一般社団法人 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

9月調査（8月実績）結果概況

景気判断、現状判断DIは50を維持も見通し判断DIは46.9と下落、先行きに不安も

8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51.5、見通し判断前月から-2.4の46.9となり、引き続き、現状判断は50を上回る水準を維持ししているものの、見通し判断はやや下落幅が大きく、50を大きく下回る結果となった。

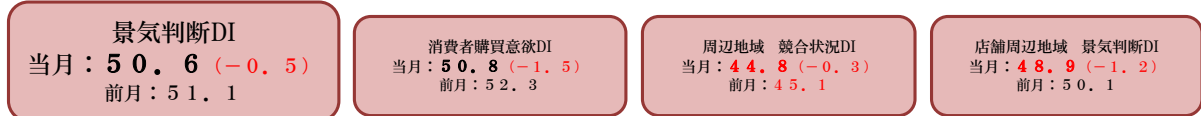
経営動向調査結果では、総じて前月から大きな変化はみられなかった。生鮮品や食品の仕入原価DIが高止まりしていることで、販売価格DIや客単価DIを高水準で維持している。来客数DIは3ヵ月連続の小幅マイナスとなった。

カテゴリー動向結果は、月の前後半で気温差が大きい月となり、記録的な猛暑となった前半が好調、後半は失速するカテゴリーが多かった。また、これまで好調が目立っていた畜産カテゴリーが、やや大きく下降している。好天が続いたことでお盆商戦は総じて好調となっている。（カテゴリー動向については最終ページに詳細を掲載）

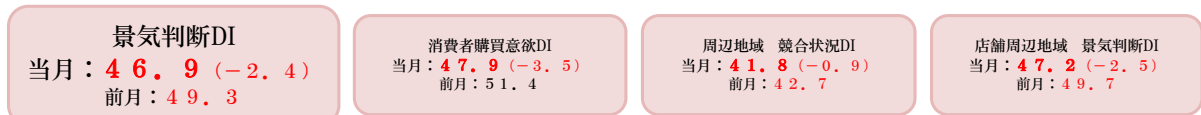
景況感調査では、すべてのDIが前月に比べ下落しており、特に見通し判断DIの下落幅が大きくなっている。すべての見通し判断で、判断の分かれ目となる50を下回る水準に低下しており、先行きにやや不安をのぞかせる結果となった。また、6月以降は下落傾向が続いており、堅調に推移してきた中長期トレンドにも変化の兆しがみられるようになっている。（周辺地域景気動向DI 長期傾向参照）

景況感調査

現状判断

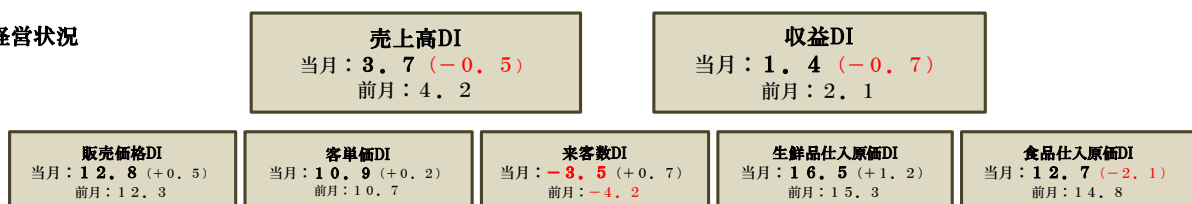


見通し判断



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

9月調査（8月実績）結果詳細 I. 経営動向調査（2011年4月～）

1. 売上高DI

横ばいでの推移も、5ヵ月連続でプラス圏を維持

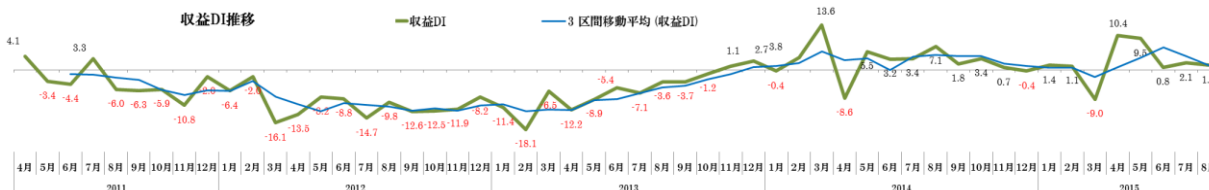
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（前月）	4.4	19.3	33.8	40.4	2.2	4.2
売上高（当月）	3.5	19.9	35.8	39.8	1.0	3.7



2. 収益DI

横ばいでの推移も、5ヵ月連続でプラス圏を維持

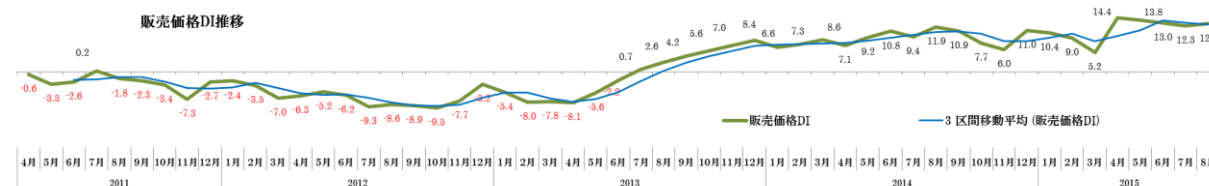
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（前月）	5.4	21.2	36.5	33.3	3.6	2.1
収益（当月）	4.1	22.6	39.0	32.3	2.1	1.4



3. 販売価格DI

やや落ち着きをみせるも5ヵ月連続で二桁のプラス

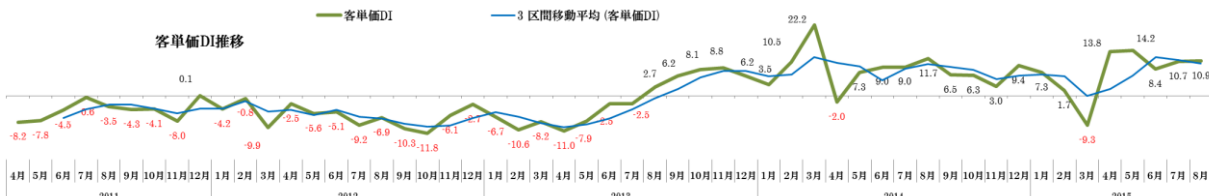
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格（前月）	0.0	4.9	41.6	53.1	0.4	12.3
販売価格（当月）	0.0	3.0	43.9	52.0	1.0	12.8



4. 客単価DI

引き続き高水準を維持し、5ヵ月連続のプラス

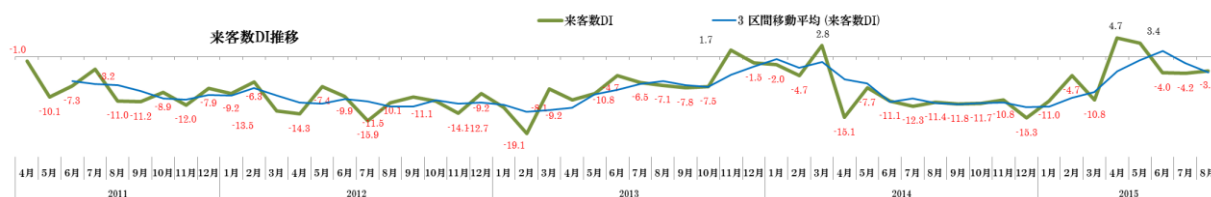
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価（前月）	0.0	11.1	36.0	52.0	0.9	10.7
客単価（当月）	1.5	9.5	34.2	53.3	1.5	10.9



5. 来客数 DI

ほぼ横ばいでの推移となり、3ヵ月連続のマイナス

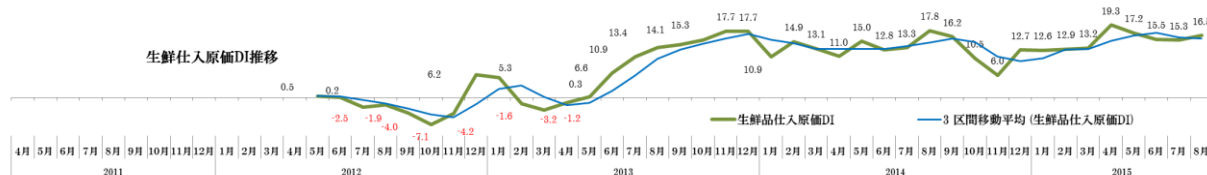
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
来客数 (前月)	5.8	31.6	36.9	25.3	0.4	-4.2
来客数 (当月)	6.0	28.5	39.0	26.5	0.0	-3.5



6. 生鮮仕入原価 DI

青果・畜産・水産の相場高により引き続き高水準を維持

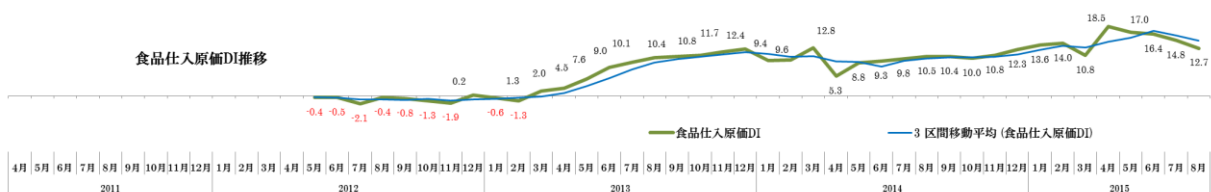
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	0.9	3.2	33.8	58.0	4.1	15.3
生鮮仕入原価 (当月)	0.5	3.1	34.7	53.6	8.2	16.5



7. 食品仕入原価 DI

やや落ち着きを見せるも、引き続き高水準を維持

回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
食品仕入原価 (前月)	1.3	3.6	32.7	59.2	3.1	14.8
食品仕入原価 (当月)	1.5	5.1	36.5	54.8	2.0	12.7

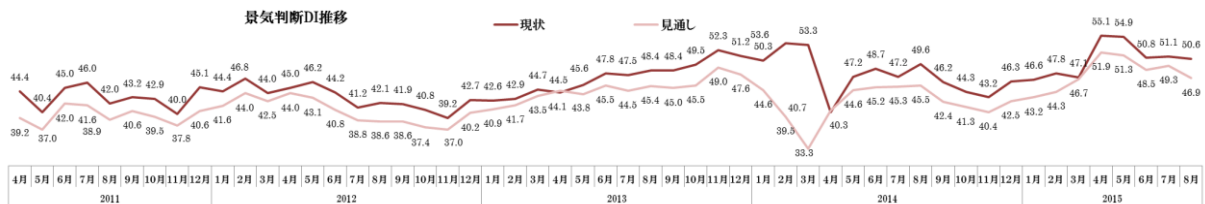


II. 景況感調査 (2011年4月～/周辺地域景気判断のみ2010年4月～)

1. 中核店舗景気判断 DI

現状は横ばい推移で50を維持するも、見通し判断は下降し3ヵ月連続で50を割り込む

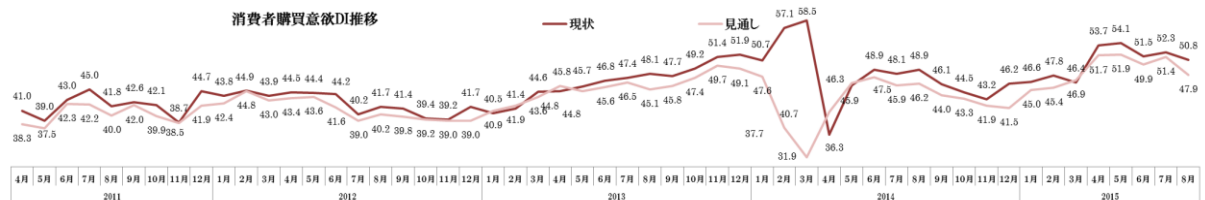
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】景気判断 (前月)	0.9	15.4	62.3	21.5	0.0	51.1
【現状】景気判断 (当月)	1.5	14.1	65.3	18.6	0.5	50.6
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】景気判断 (前月)	1.3	17.9	62.9	17.9	0.0	49.3
【見通し】景気判断 (当月)	2.5	20.0	65.5	11.5	0.5	46.9



2. 消費者購買意欲 DI

現状、見通し判断共に下降し、見通し判断は50を再び割り込む

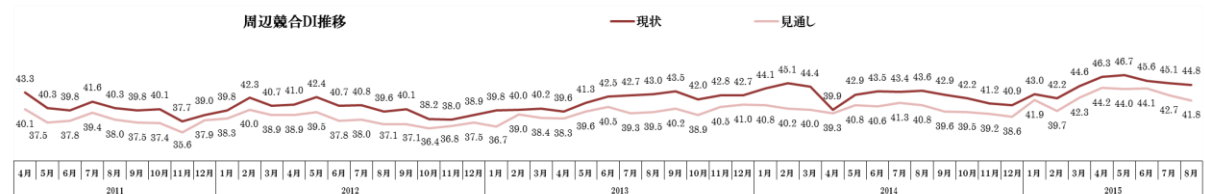
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】購買意欲 (前月)	0.4	10.6	68.7	19.8	0.4	52.3
【現状】購買意欲 (当月)	1.5	11.1	70.2	17.2	0.0	50.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】購買意欲 (前月)	0.4	9.6	73.7	16.2	0.0	51.4
【見通し】購買意欲 (当月)	1.5	15.1	73.9	9.5	0.0	47.9



3. 中核店舗周辺競合状況 DI

大きな変化はなく横ばい傾向

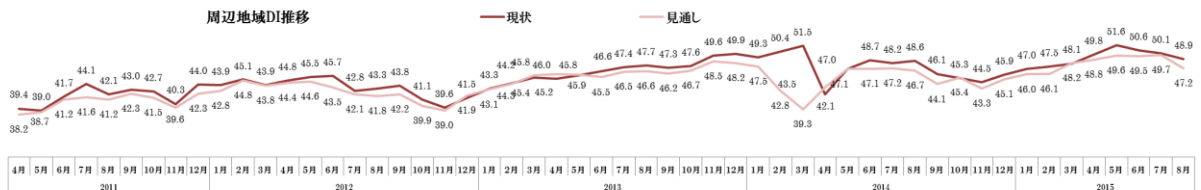
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】競合状況 (前月)	2.6	19.3	73.2	4.8	0.0	45.1
【現状】競合状況 (当月)	4.0	18.6	71.9	5.0	0.5	44.8
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】競合状況 (前月)	4.8	23.1	69.0	2.6	0.4	42.7
【見通し】競合状況 (当月)	7.5	23.0	65.0	4.0	0.5	41.8



4. 中核店舗周辺地域景気判断DI

現状、見通しともに下降傾向が続く

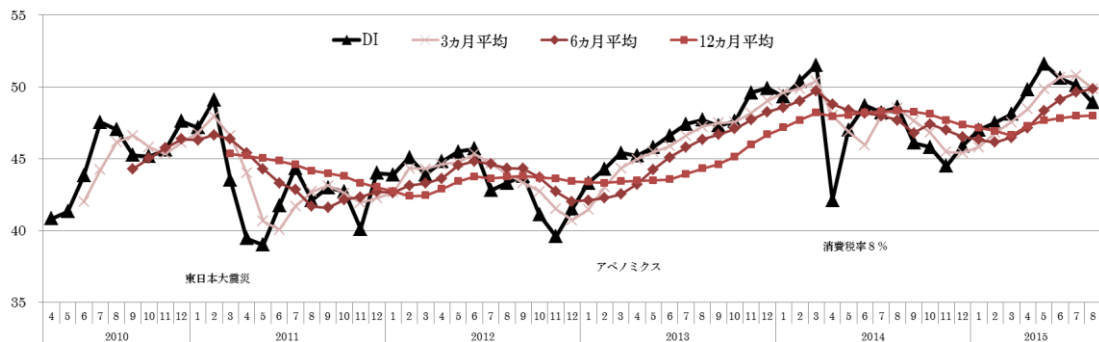
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【現状】地域景気(前月)	0.0	8.3	82.9	8.8	0.0	50.1
【現状】地域景気(当月)	0.0	11.6	81.3	7.1	0.0	48.9
回答構成比 (%)	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
【見通し】地域景気(前月)	0.0	10.0	81.2	8.7	0.0	49.7
【見通し】地域景気(当月)	0.0	14.6	81.8	3.5	0.0	47.2



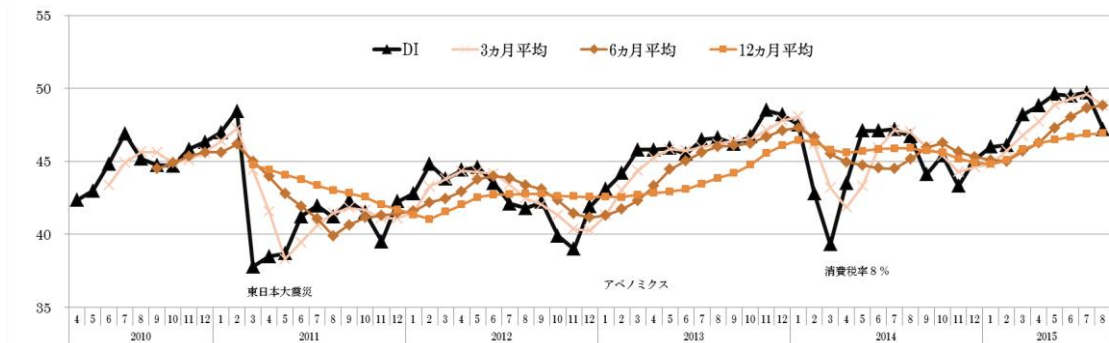
長期傾向 (2010年4月～)

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6ヵ月連続の改善となり、5月に2010年の調査開始以降で最高水準にまで上昇をみせた。6月以降は3ヵ月連続で下落を続けている。12ヵ月平均線は横ばいでの推移を維持しているものの、3ヵ月平均線は下降を示しており、景気判断は弱含みな傾向が顕著にみられるようになっている。

現状判断 (中長期傾向)



見通し判断 (中長期傾向)



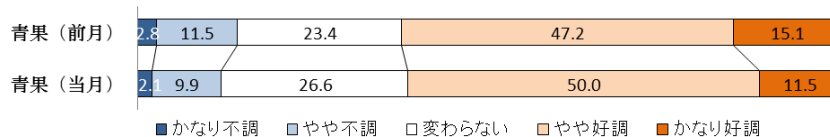
Ⅲ. カテゴリー別動向

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

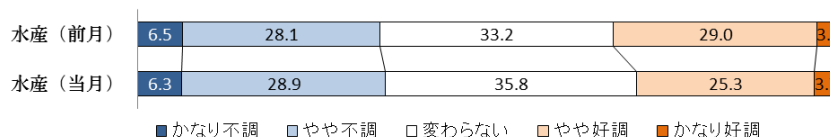
かなり不調：-20 以下・不調：-20～-10・やや不調：-10～0

1. 青果 DI：14.7（好調）



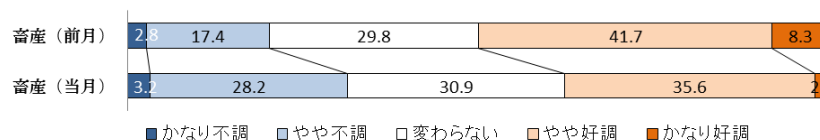
青果相場や果実が高値で推移した影響により一品単価の上昇がみられており、好調となっている。レタスを中心としたサラダ関連、カット野菜が好調である。果実に関しては、スイカやメロンを中心としたカットフルーツやギフト用果物を好調とするコメントがみられた。

2. 水産 DI：-2.2（やや不調）



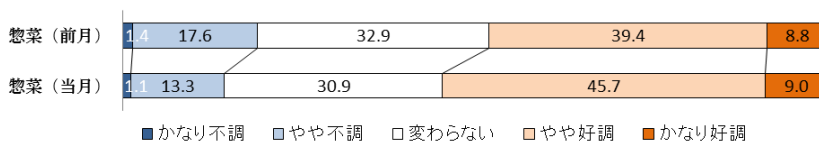
土用二の丑によるうなぎ、お盆に合わせた刺身類などが好調な一方で、相場の高騰や魚種や入荷量の不足により生魚が不振であり、カテゴリー全体ではやや不調となった。まぐろやさんまについては好不調のコメントに分かれる結果となっている。

3. 畜産 DI：1.3（やや好調）



引き続き相場が高い状況が続いているものの、牛肉（特に国産牛）が総じて不調となり、全体としてはやや好調となった。牛肉相場の高騰が続くなかで、お盆時期を除き、豚肉への需要のシフトを指摘するコメントが多い。鶏肉については好不調の判断がわかる結果となっている。

4. 惣菜 DI：12.1（好調）



土用二の丑のうなぎ関連、お盆用のオードブル等が好調となっており、カテゴリー全体では好調となった。夏休み需要に向けた米飯類を強化し、好調であったとのコメントがみられた。気温が上昇した地域では、揚げ物類や涼味商材が好調となった。

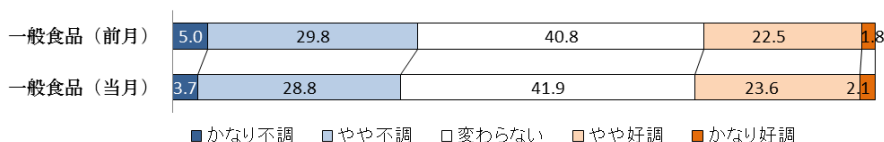
5. 日配 DI：1.9（やや好調）

前後半の気温差が大きくなったことの影響を大きく受け、カテゴリ全体ではやや好調となった。上旬は気温が高く、涼味関連（アイスや水物）が好調となり、下旬の気温の低下とともに大幅に売上を下げた結果となった。価格が上昇した乳製品については、好不調の判断がわかる結果となっている。



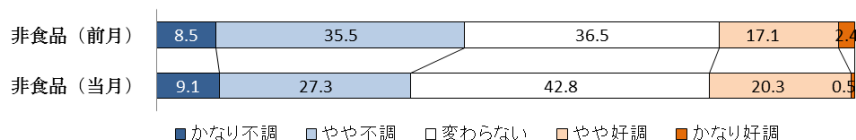
6. 一般食品：-2.1（やや不調）

気温が上昇した前半は、涼味商材や飲料、ビールなどが好調であったが、月末にかけて気温が低下すると不調となった。米の単価安による大幅な不振や昨年好調であった菓子が不調となり、カテゴリ全体ではやや不調となった。競合との価格競争の厳しさの指摘も目立った。



7. 非食品 DI：-6.0（やや不調）

気温上昇に伴う夏物、行楽商品の好調が散見されたものの、他業態との競合の影響でカテゴリ全体ではやや不調となった。紙類やたばこの不振をあげるコメントが多い。



2015年9月調査（8月実績）キーワードTOP3

1. 気温差が大きい（中旬以降の天候不順）
2. お盆商戦好調
3. プレミアム商品券

スーパーマーケット景気動向調査

8月実績速報版集計 213社

7月実績確報版集計 201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