

スーパーマーケット販売統計調査 (11月実績速報版・10月実績確報版)

速報版:当月発表日までに調査に参加可能な企業を対象に集計

確報版:すべての調査参加企業を対象に集計

【集計項目】

※平成23年5月より改定

- ・商品分類を追加(一般食品・その他→一般食品、日配)(非食品→非食品、その他)
- ・既存店前年同月比を追加
- ・エリア分類を変更(東海・北陸→東海、北信越)(関東→首都圏):山梨県(東海・北陸→首都圏)
- ・保有店舗別集計を追加

■ 商品分類別売上高

全店売上高(万円)・構成比(%)・全店・既存店前年同月比(%)

■ エリア別集計

全店売上高(万円)・全店・既存店前年同月比(%)

■ 保有店舗別集計

全店売上高(万円)・全店・既存店前年同月比(%)

■ 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

スーパーマーケット販売統計調査における商品分類

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)	

スーパーマーケット販売統計調査におけるエリア分類

北海道・東北エリア	北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島
首都圏エリア	茨木、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨
東海エリア	岐阜、静岡、愛知、三重
北信越エリア	福井、石川、富山、長野、新潟
関西エリア	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国・四国エリア	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州・沖縄エリア	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

平成23年12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
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

平成23年12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
 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（11月実績速報版）

	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	73,864,021	100.0%	99.8%	97.9%
食品合計	63,458,199	85.9%	99.8%	97.8%
生鮮3部門合計	23,442,553	31.7%	97.5%	95.6%
青果	8,952,050	12.1%	94.7%	92.9%
水産	6,645,359	9.0%	99.2%	96.9%
畜産	7,845,144	10.6%	99.6%	97.8%
惣菜	6,195,551	8.4%	102.4%	99.0%
日配	13,560,058	18.4%	99.9%	98.4%
一般食品	20,260,037	27.4%	101.6%	99.5%
非食品	7,151,569	9.7%	96.0%	93.9%
その他	3,254,253	4.4%	106.6%	104.5%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
北海道・東北エリア	12,010,447	44	101.3%	101.4%
首都圏エリア	25,936,370	74	98.3%	96.5%
北信越エリア	4,695,018	27	101.1%	98.9%
東海エリア	4,653,117	34	97.8%	96.8%
関西エリア	16,415,492	35	101.7%	97.6%
中国・四国エリア	4,973,893	40	98.3%	97.7%
九州・沖縄エリア	5,179,685	26	99.2%	97.2%

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	620,148	44	95.6%	96.9%
4～10店舗	4,227,737	82	98.1%	97.6%
11～25店舗	11,156,200	73	98.6%	97.4%
26～50店舗	15,502,393	45	101.4%	99.2%
51店舗以上	42,357,544	36	99.9%	97.6%

集計企業数（社）	280	既存店総売上高（万円）	70,282,488
総店舗数（店舗）	7,599	店舗平均月商（万円）	9,720
総売場面積（㎡）	11,514,662	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.4

※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

※前年同月比（全店）：前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較による

※前年同月比（既存店）：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

平成23年12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
 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（10月実績確報版）

	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	83,660,980	100.0%	100.7%	98.8%
食品合計	71,252,893	85.2%	100.5%	98.6%
生鮮3部門合計	26,811,995	32.0%	99.2%	97.4%
青果	10,973,607	13.1%	98.5%	96.7%
水産	7,302,512	8.7%	99.9%	97.9%
畜産	8,535,876	10.2%	99.4%	97.7%
惣菜	7,277,005	8.7%	103.9%	101.0%
日配	15,293,163	18.3%	100.4%	98.1%
一般食品	21,870,730	26.1%	101.0%	99.6%
非食品	8,020,980	9.6%	101.4%	99.7%
その他	4,387,107	5.2%	102.7%	104.3%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
北海道・東北エリア	13,059,720	47	101.0%	101.6%
首都圏エリア	28,972,803	90	99.9%	98.3%
北信越エリア	5,731,653	33	101.9%	99.2%
東海エリア	4,862,431	36	98.5%	97.9%
関西エリア	16,494,694	36	102.7%	97.3%
中国・四国エリア	8,987,015	44	99.9%	99.5%
九州・沖縄エリア	5,552,664	28	100.4%	98.3%

保有店舗数別集計

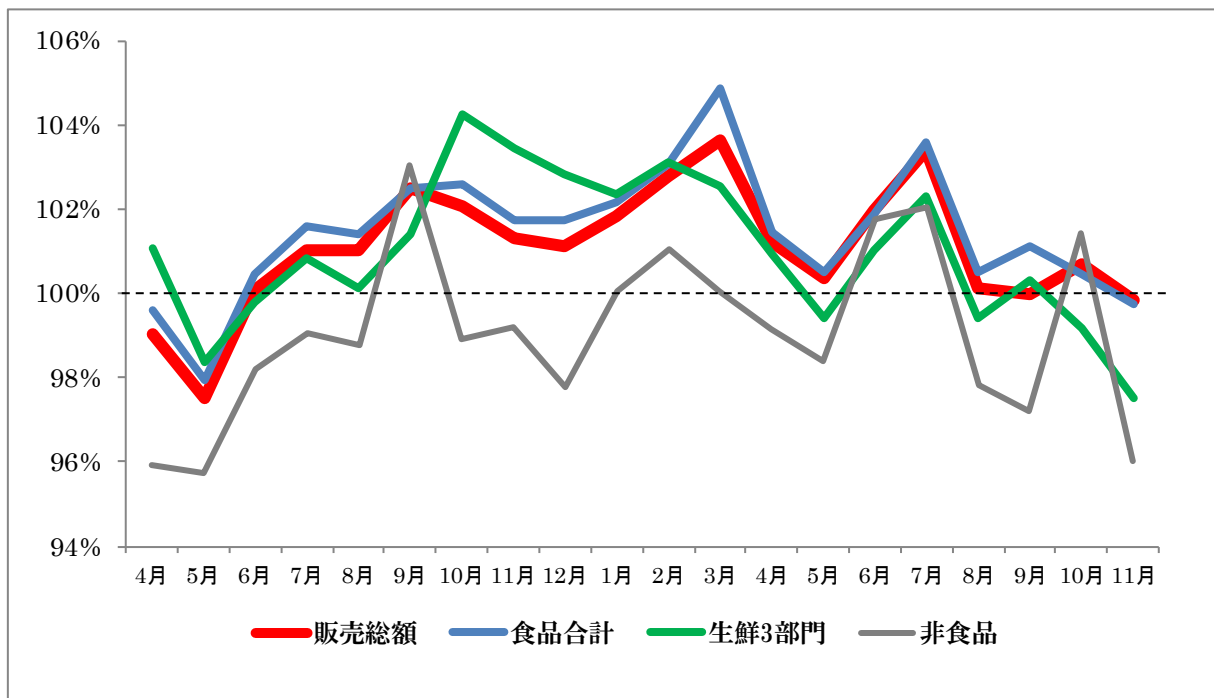
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	850,793	54	99.3%	98.6%
4～10店舗	5,113,389	95	99.5%	99.0%
11～25店舗	12,883,590	80	100.0%	98.7%
26～50店舗	15,923,027	45	101.0%	99.6%
51店舗以上	48,890,181	40	100.9%	98.5%
集計企業数（社）	314	既存店総売上高（万円）	80,334,876	
総店舗数（店舗）	8,100	店舗平均月商（万円）	10,329	
総売場面積（㎡）	13,031,516	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.4	

※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

※前年同月比（全店）：前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較による

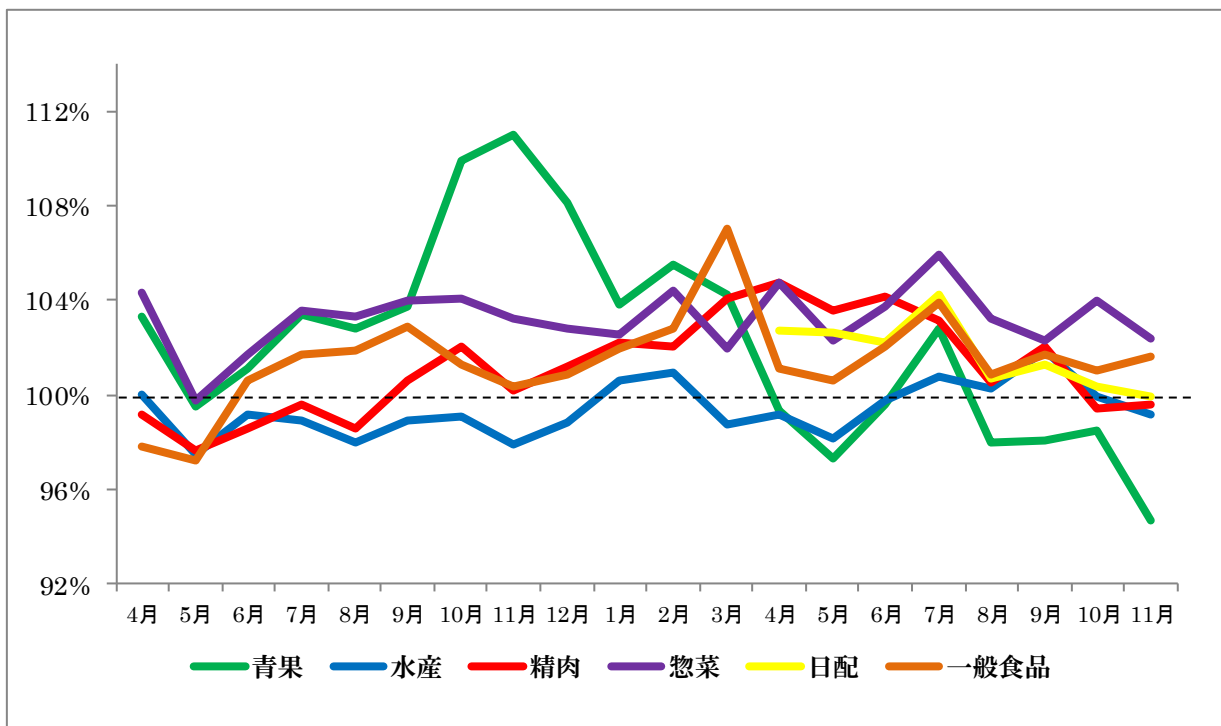
※前年同月比（既存店）：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年11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～2011年10月までは確報版による前年同月比、11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～2011年11月(全店ベース対前年同月比)
青果・水産・精肉・惣菜・日配・一般食品



※2010年4月～2011年10月までは確報版による前年同月比、11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

スーパーマーケット景気動向調査

12月調査結果(11月実績)

三協会会員企業の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数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について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】

■調査項目

「売上」、「収益」、「仕入れ価格」、「販売価格」、「客単価」、「客数」

■調査方法

前年同月との比較、及び前月との比較

「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階

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

※0以上なら増加との見方が多く、0以下なら減少との見方が多い

【景況感調査】

■調査項目

「景気状況」、「消費者購買意欲」、「周辺の競合状況」、「周辺地域の景気」

■調査方法

2~3カ月前と比較した現状、及び今後2~3カ月の見通し

「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階

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+0.0

※50以上なら改善との見方が多く、50以下なら厳しい見方が多い

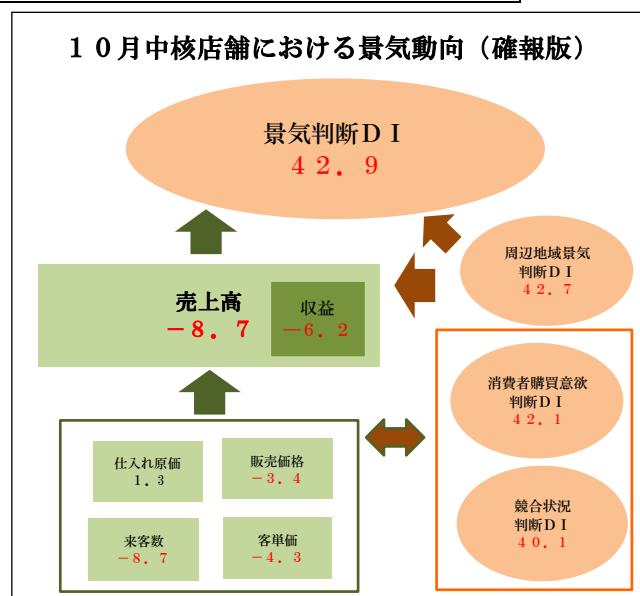
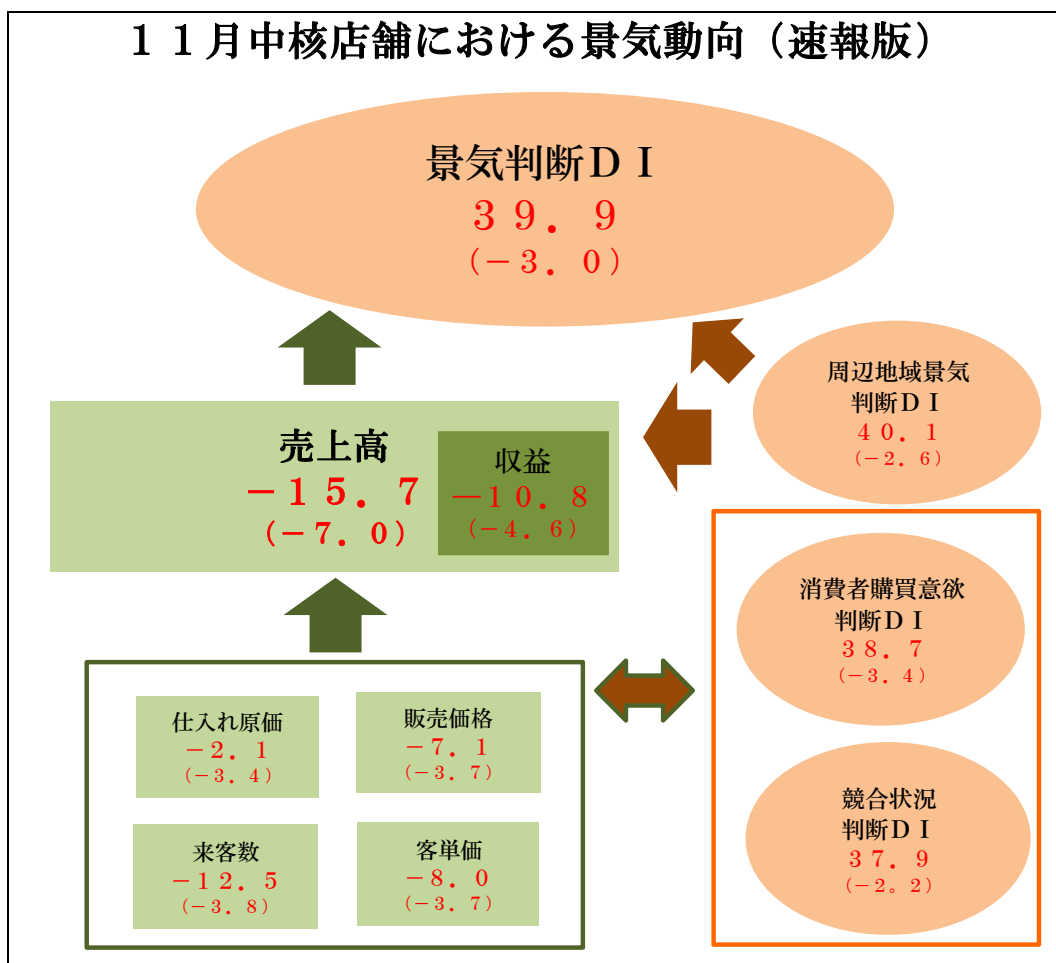
平成23年12月21日

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
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景気動向調査に関するお問い合わせ：tokei@super.or.jp

I. スーパーマーケット景気動向調査概況

11月スーパーマーケット中核店舗における景気判断は、39.9と大きな落ち込みをみせた。売上高DIが-15.7と大きく低下しているが、その要因として消費者購買意欲DIが38.7、来客数、客単価ともに調査開始以来最低の水準まで低下するなど消費行動の減退がみられる。昨年の猛暑による青果相場高からの反動により仕入れ価格DIが初めて-2.1と減少に転じたが、販売価格DIが-7.1とそれ以上の減少をみせており、収益環境を圧迫している。景況感での今後の見通しについては現状判断ほどの悪化をみせていないことから、次月以降回復基調がみられるかを今後の推移に注目したい。



■ 経営動向調査DI
(当月と前年同月との比較)

● 景況感調査DI
(現状と2~3ヶ月前との比較)

() は、前月との増減(赤字はDI減少)

11月調査速報版 集計企業数：278社

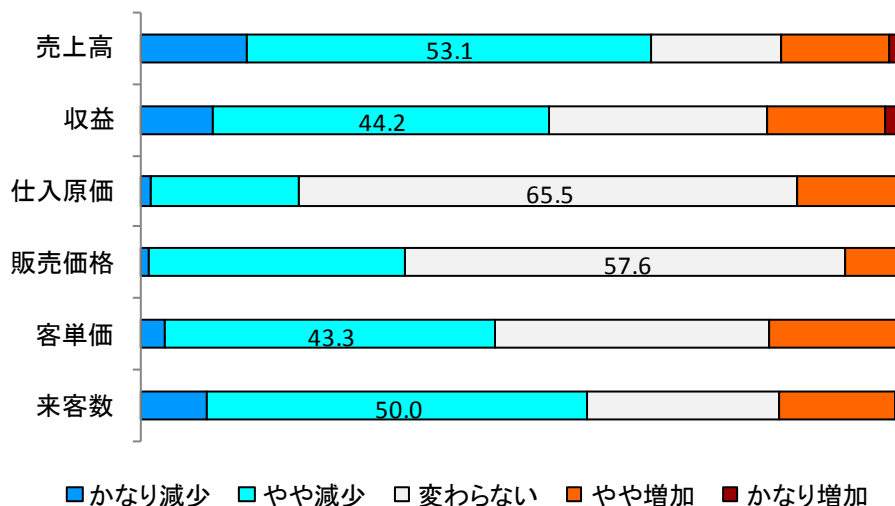
10月調査確報版 集計企業数：296社

II. スーパーマーケット景気動向調査結果

① 11月経営動向調査：回答構成比（％）

経営動向調査DI（前年同月と比較した当月の動向）

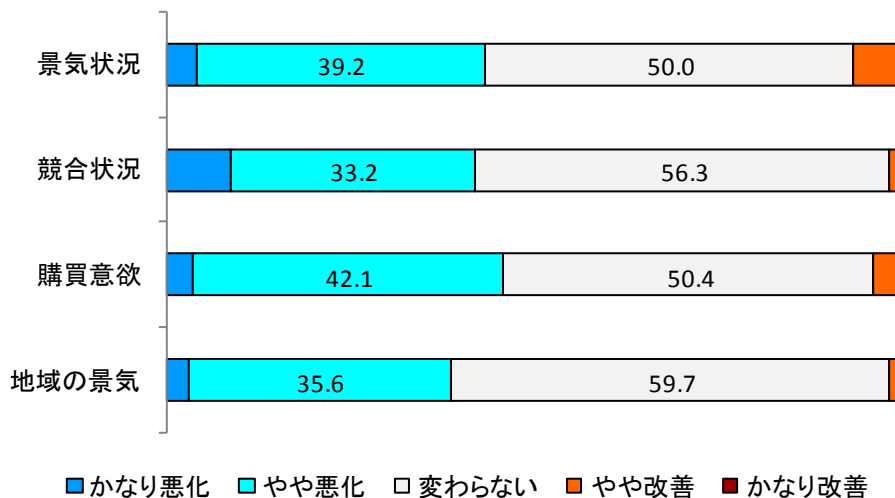
	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高	13.8	53.1	17.1	14.2	1.8	-15.7
収益	9.5	44.2	28.5	15.7	2.2	-10.8
仕入原価	1.5	19.3	65.5	13.8	0.0	-2.1
販売価格	1.1	33.7	57.6	7.6	0.0	-7.1
客単価	3.3	43.3	36.0	17.1	0.4	-8.0
来客数	8.7	50.0	25.0	15.2	1.1	-12.5



① 11月景況感調査：回答構成比（％）

景況感調査DI（現状判断）

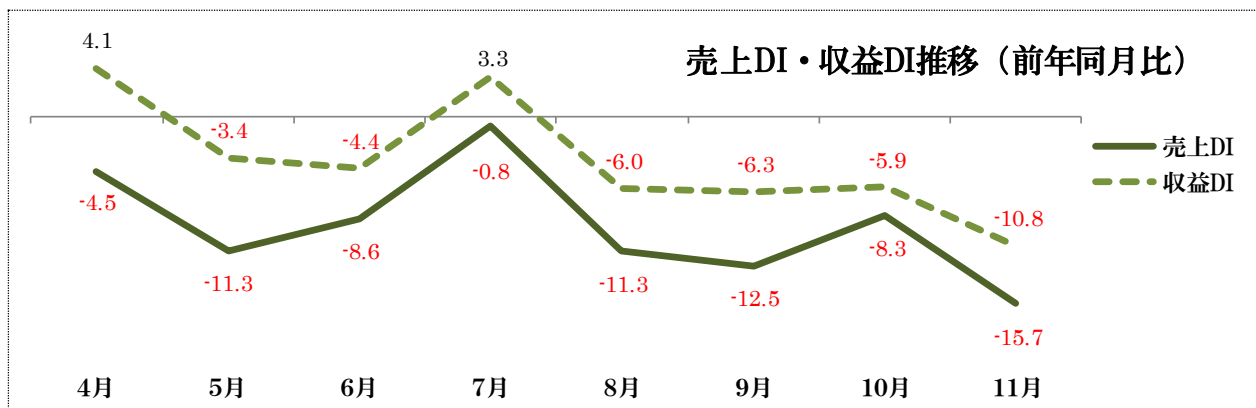
	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	4.0	39.2	50.0	6.8	0.0	39.9
競合状況	8.7	33.2	56.3	1.4	0.4	37.9
購買意欲	3.6	42.1	50.4	4.0	0.0	38.7
地域の景気	2.9	35.6	59.7	1.8	0.0	40.1



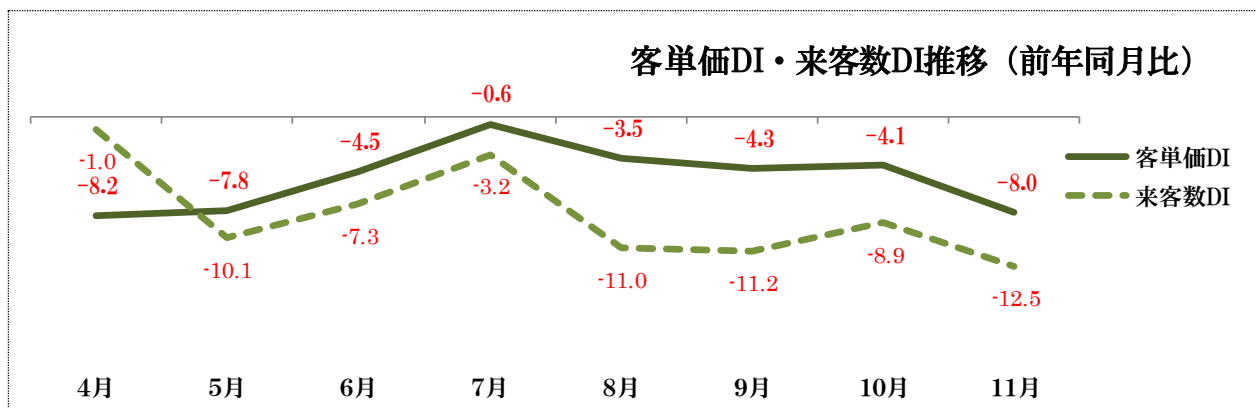
III. 調査結果推移

1. スーパーマーケット経営動向調査

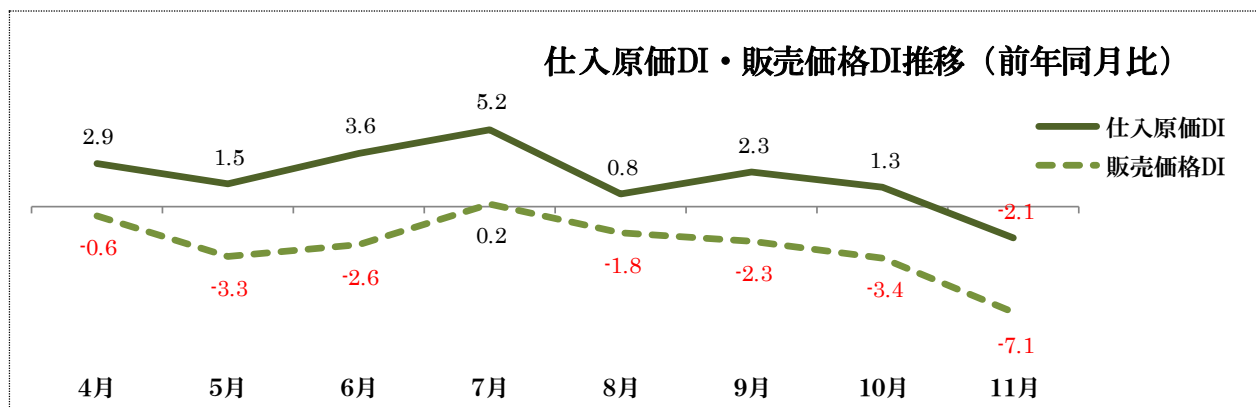
① 経営動向調査推移（売上DI・収益DI）



② 経営動向調査推移（客単価DI・来客数DI）

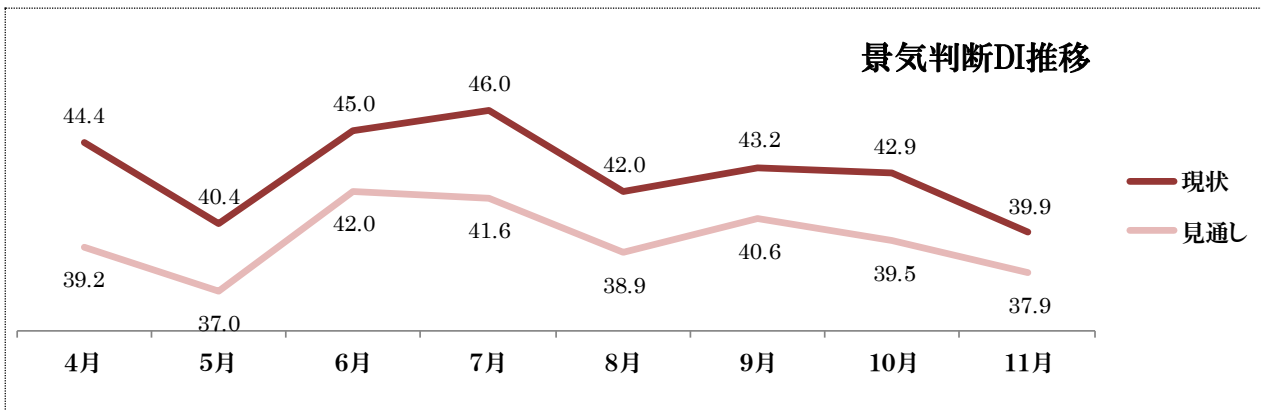


③ 経営動向調査推移（仕入原価DI・販売価格DI）

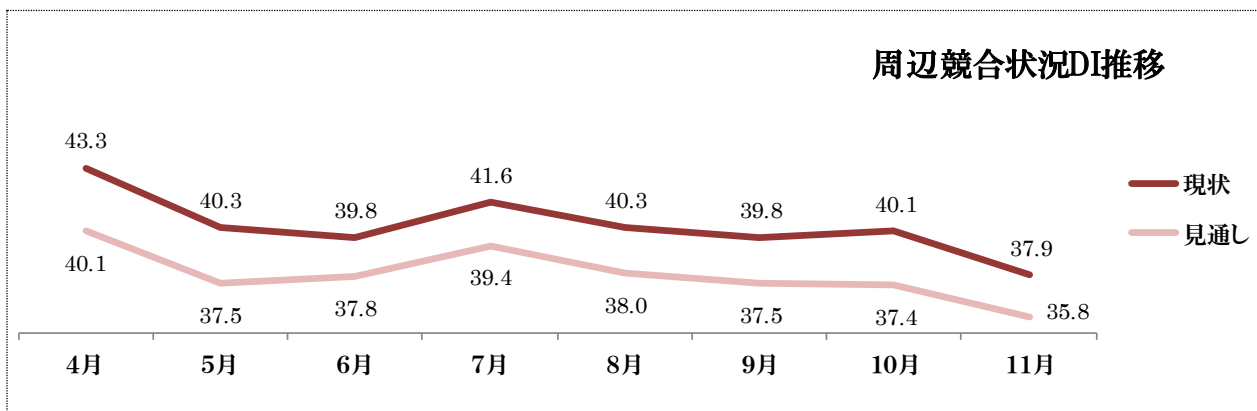


2. スーパーマーケット景況感調査

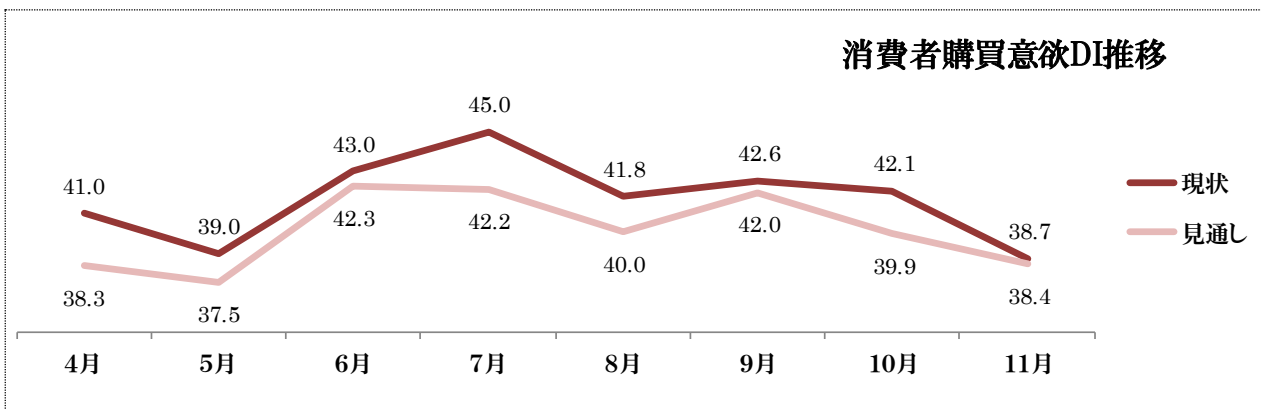
①景況感調査推移（景気状況 DI）



②景況感調査推移（周辺競合状況 DI）



③景況感調査推移（消費者購買意欲 DI）



④景況感調査推移（周辺地域景気 DI）

