

スーパーマーケット販売統計調査 (1月実績速報版・12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)	

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24年2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に関するお問い合わせ

tokei@super.or.jp

平成24年2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（1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	75,387,598	100.0%	100.8%	98.1%
食品合計	65,823,462	87.3%	101.0%	98.2%
生鮮3部門合計	25,423,670	33.7%	100.9%	98.2%
青果	10,046,718	13.3%	102.7%	100.2%
水産	7,322,353	9.7%	99.9%	97.3%
畜産	8,054,599	10.7%	99.6%	96.7%
惣菜	6,761,308	9.0%	104.0%	100.1%
日配	13,825,535	18.3%	101.0%	97.9%
一般食品	19,812,948	26.3%	100.2%	97.7%
非食品	6,895,095	9.1%	98.3%	96.3%
その他	2,669,041	3.5%	100.2%	99.5%

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	12,458,597	44	100.2%	100.3%
首都圏エリア	25,995,338	74	99.9%	98.0%
北信越エリア	4,662,475	27	100.9%	99.1%
東海エリア	4,893,355	34	98.3%	97.4%
関西エリア	17,322,267	35	104.3%	96.7%
中国・四国エリア	4,922,162	40	98.4%	98.0%
九州・沖縄エリア	5,133,403	26	97.9%	97.5%

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	640,835	45	92.6%	99.3%
4～10店舗	4,171,366	81	100.1%	98.9%
11～25店舗	11,252,979	73	98.0%	97.6%
26～50店舗	15,431,967	45	100.9%	99.0%
51店舗以上	43,890,450	36	101.6%	97.9%
集計企業数（社）	280	既存店総売上高（万円）	71,355,831	
総店舗数（店舗）	7,582	店舗平均月商（万円）	9,943	
総売場面積（㎡）	11,582,654	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.5	

※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24年2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（12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	102,733,055	100.0%	101.7%	99.3%
食品合計	86,264,962	84.0%	101.3%	99.1%
生鮮3部門合計	32,795,712	31.9%	100.6%	98.6%
青果	11,984,532	11.7%	99.4%	97.6%
水産	10,304,095	10.0%	101.6%	99.3%
畜産	10,507,085	10.2%	100.9%	99.0%
惣菜	8,736,991	8.5%	103.5%	100.1%
日配	17,423,267	17.0%	100.1%	98.6%
一般食品	27,308,992	26.6%	102.2%	99.7%
非食品	10,414,005	10.1%	101.8%	99.6%
その他	6,054,087	5.9%	106.3%	102.6%

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	16,077,158	46	100.1%	101.9%
首都圏エリア	37,414,004	95	101.1%	99.1%
北信越エリア	6,823,959	31	102.9%	99.8%
東海エリア	5,952,060	37	99.0%	97.3%
関西エリア	18,373,798	36	104.4%	97.7%
中国・四国エリア	11,426,790	43	102.9%	100.5%
九州・沖縄エリア	6,665,287	28	100.9%	99.3%

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	1,012,365	57	96.2%	100.7%
4～10店舗	5,797,244	92	101.5%	99.3%
11～25店舗	14,705,020	78	99.7%	98.4%
26～50店舗	21,178,558	48	102.2%	100.6%
51店舗以上	60,039,867	41	102.1%	99.1%
集計企業数（社）	316	既存店総売上高（万円）	98,264,044	
総店舗数（店舗）	9,390	店舗平均月商（万円）	10,941	
総売場面積（㎡）	13,619,857	売場1㎡あたり売上高（万円）	7.5	

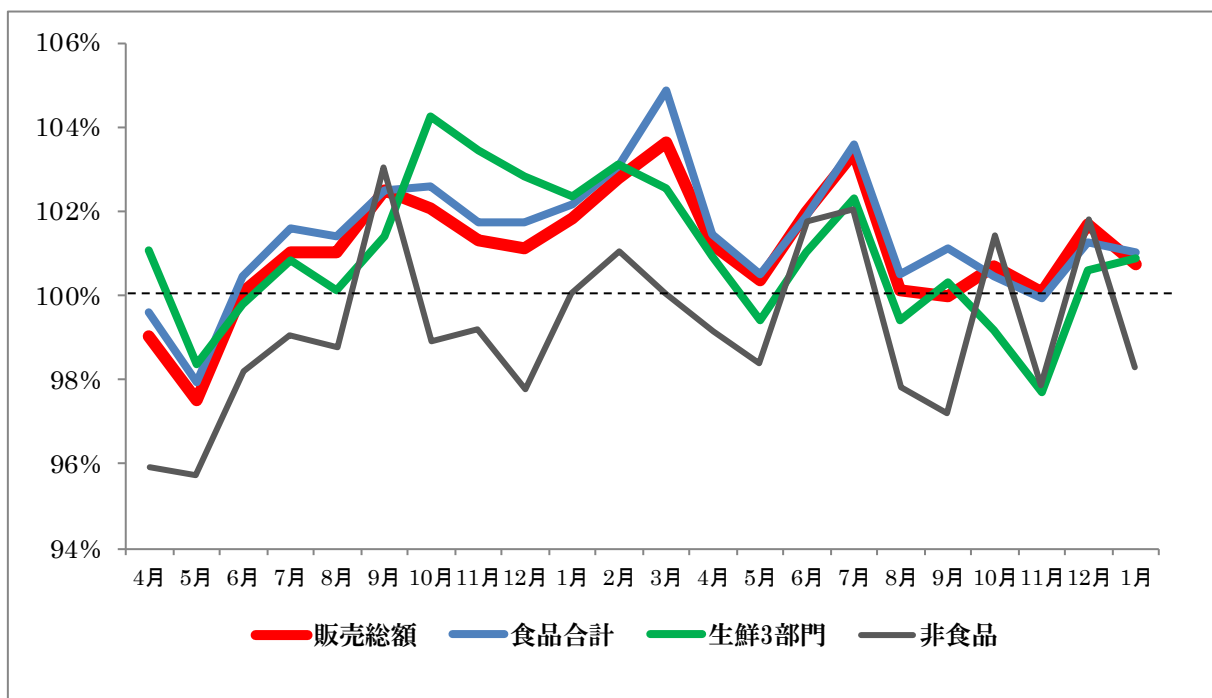
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

※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～2012年1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

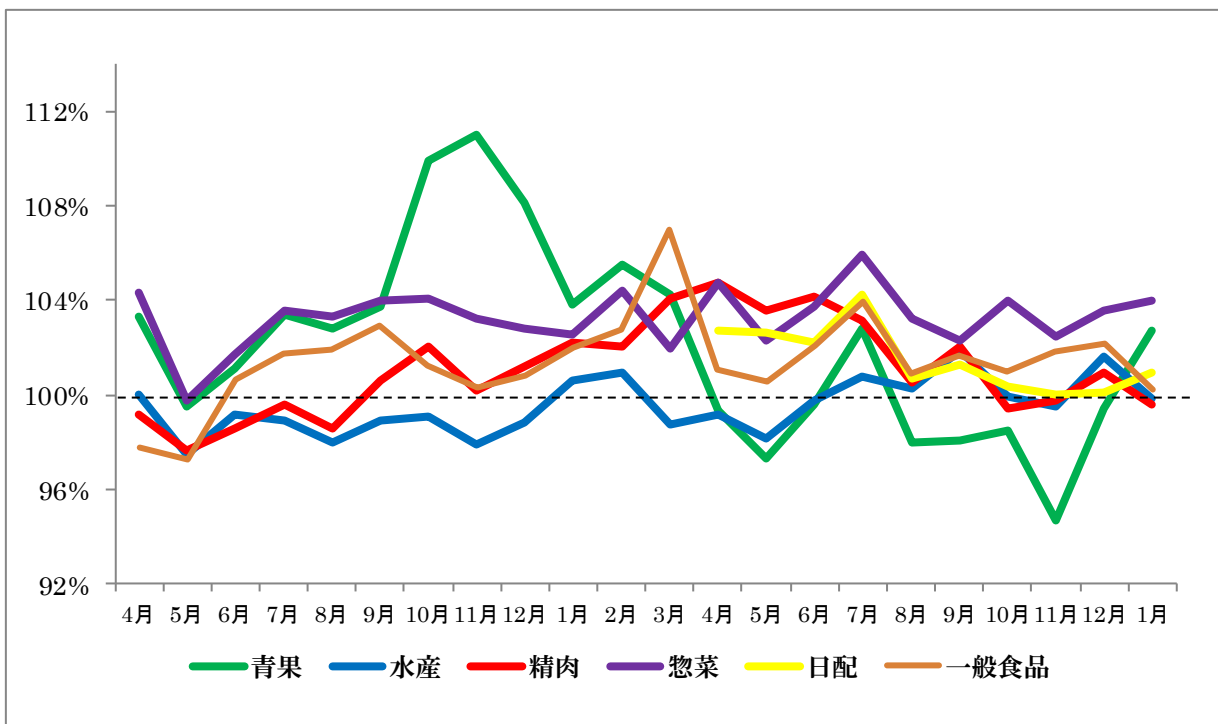


※2010年4月～2011年12月までは確報版による前年同月比、2012年1月は速報版による前年同月比

※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12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12月までは確報版による前年同月比、2012年1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

2月調査結果(1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

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「0」となります。

【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ヵ月前と比較した現状、及び今後2~3ヵ月の見通し

「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

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「50」となります。

平成24年2月21日

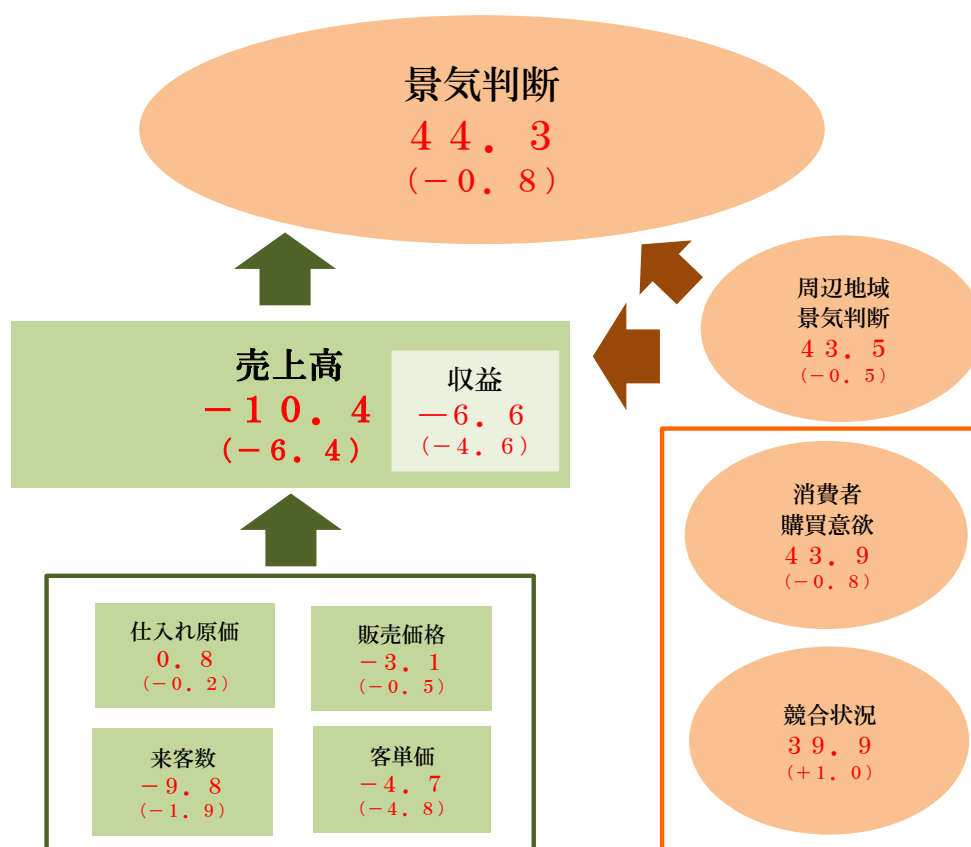
日本スーパーマーケット協会
オール日本スーパーマーケット協会
一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会

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

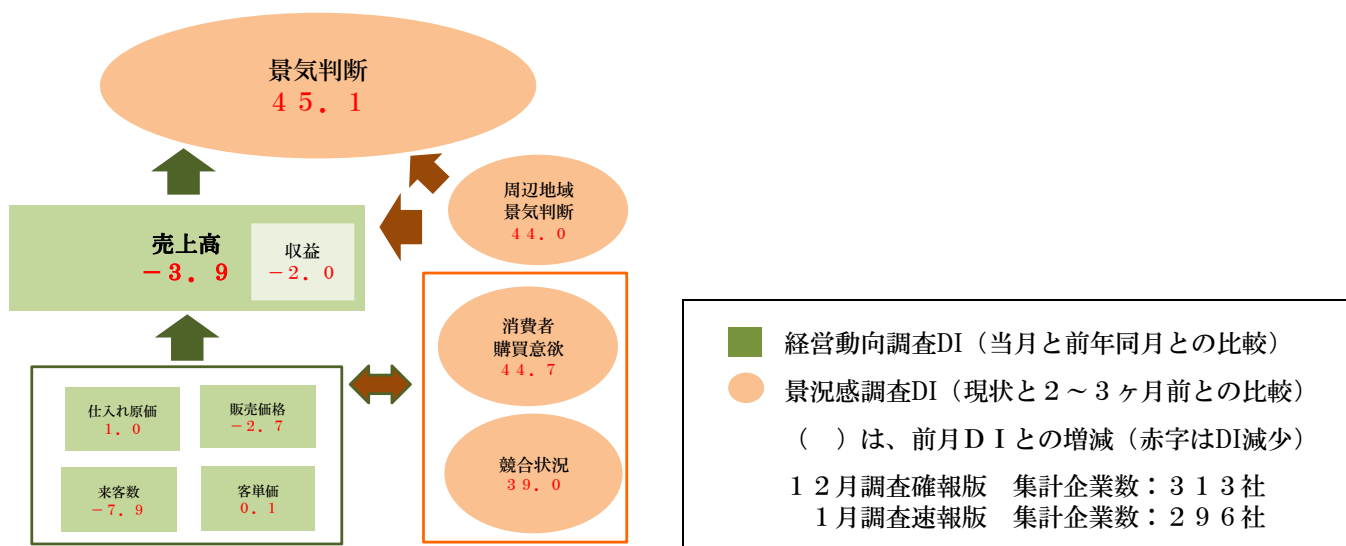
I. スーパーマーケット景気動向調査概況

1月スーパーマーケット中核店舗における景気判断は44.3と前月に比べ小幅な減少となった。
 経営動向調査における「売上高」DIが-10.4、「収益」DIが-6.6となり共に前月に比べ減少した。
 また前月大きく改善を見せた「客単価」DIがやや落ち込み（-4.8）を見せ、「来客数」DIも-1.9と小幅に減少し-9.8となっている。
 一方で景況感調査における現状判断DIはいずれも小幅な減少にとどまっているほか、見通しDIについては3ヵ月連続で改善傾向が続いており、やや先行きに底堅さの兆しが見えてきたと考えられる。

1月中核店舗における景気動向（速報版）



12月中核店舗における景気動向（確報版）



■ 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DIとの増減（赤字はDI減少）

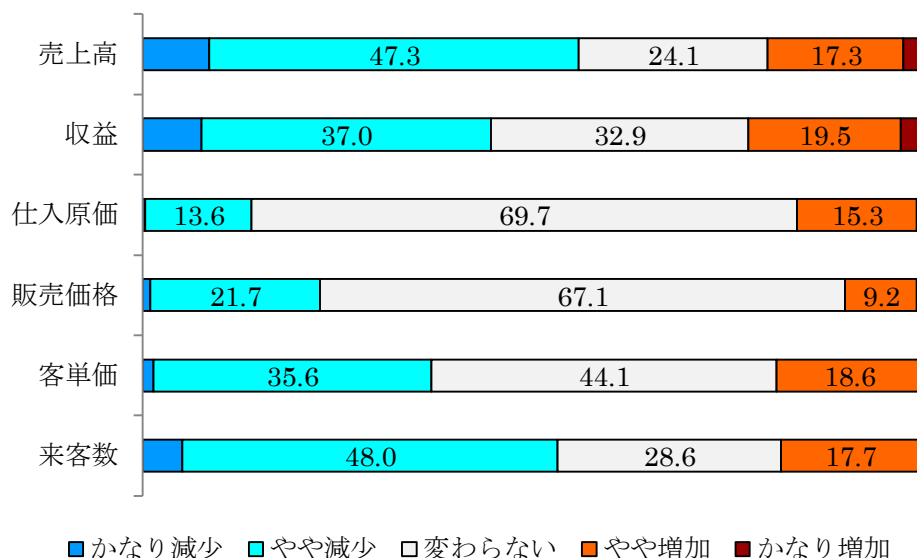
12月調査確報版 集計企業数：313社
 1月調査速報版 集計企業数：296社

II. スーパーマーケット景気動向調査結果

① 1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）

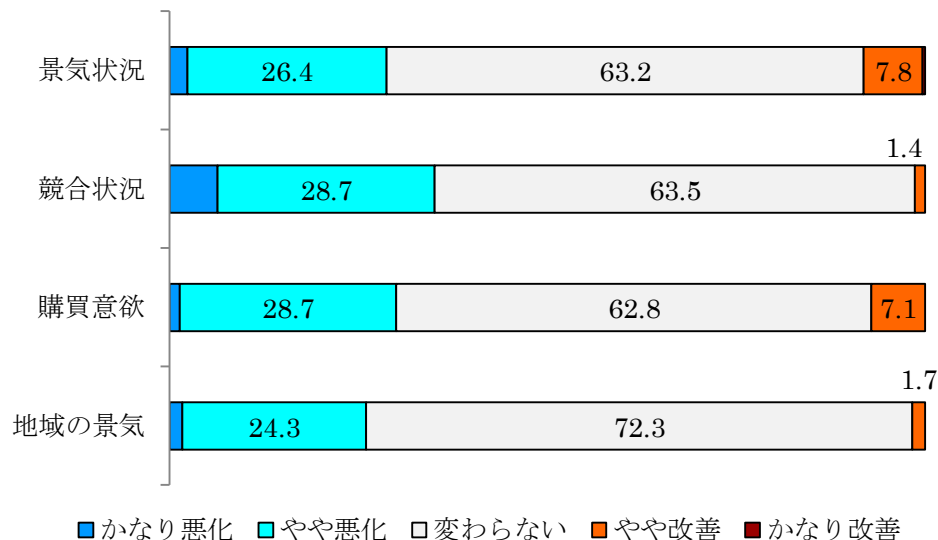
	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高	8.5	47.3	24.1	17.3	2.7	-10.4
収益	7.5	37.0	32.9	19.5	3.1	-6.6
仕入原価	0.3	13.6	69.7	15.3	1.0	0.8
販売価格	1.0	21.7	67.1	9.2	1.0	-3.1
客単価	1.4	35.6	44.1	18.6	0.3	-4.7
来客数	5.1	48.0	28.6	17.7	0.7	-9.8



① 1月景況感調査：回答構成比（％）

景況感調査DI（現状判断）

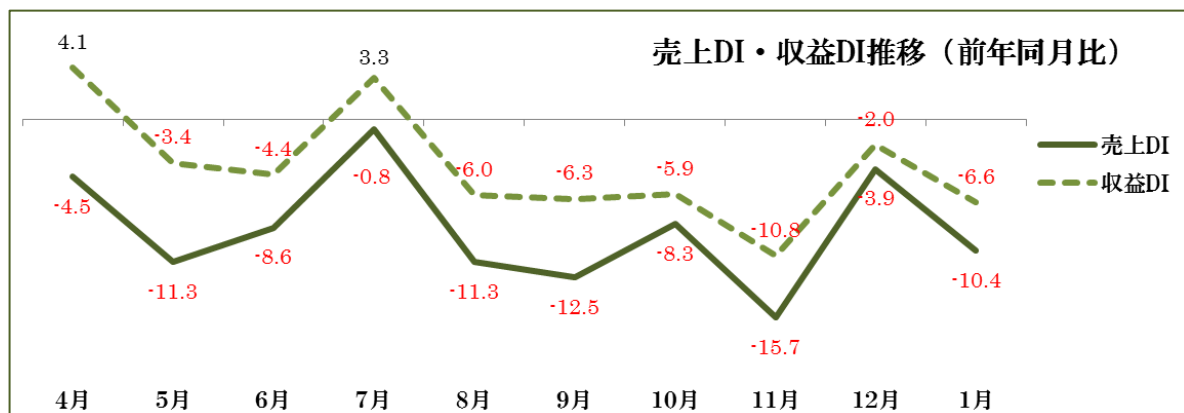
	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	2.4	26.4	63.2	7.8	0.3	44.3
競合状況	6.4	28.7	63.5	1.4	0.0	39.9
購買意欲	1.4	28.7	62.8	7.1	0.0	43.9
地域の景気	1.7	24.3	72.3	1.7	0.0	43.5



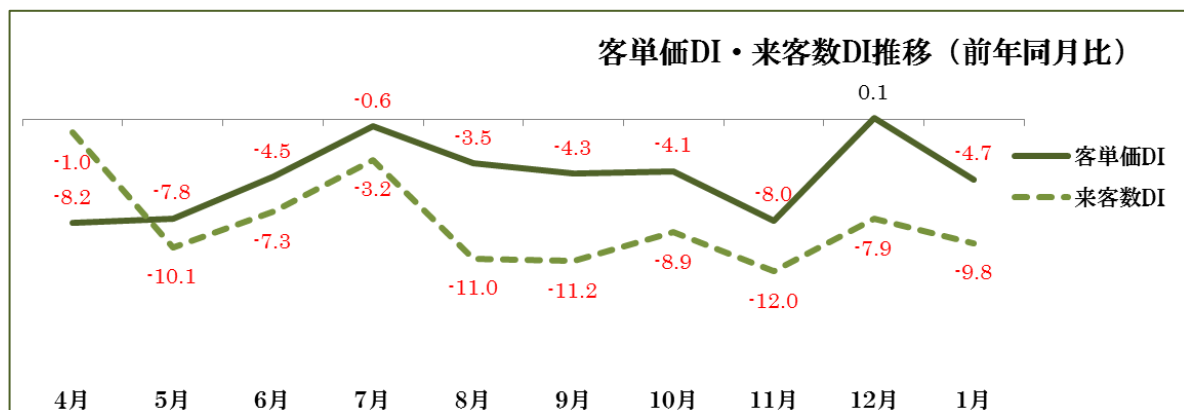
III. 調査結果推移

1. スーパーマーケット経営動向調査推移

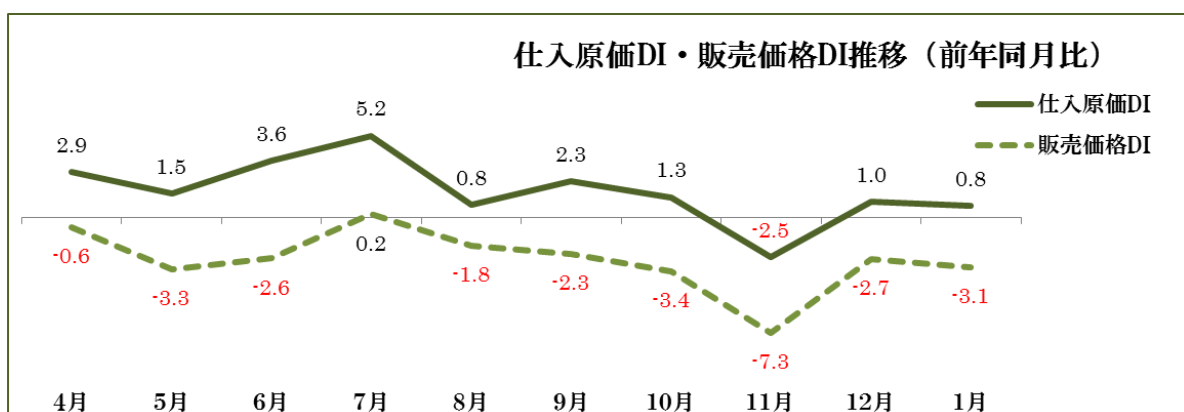
① 売上DI・収益DI



② 客単価DI・来客数DI

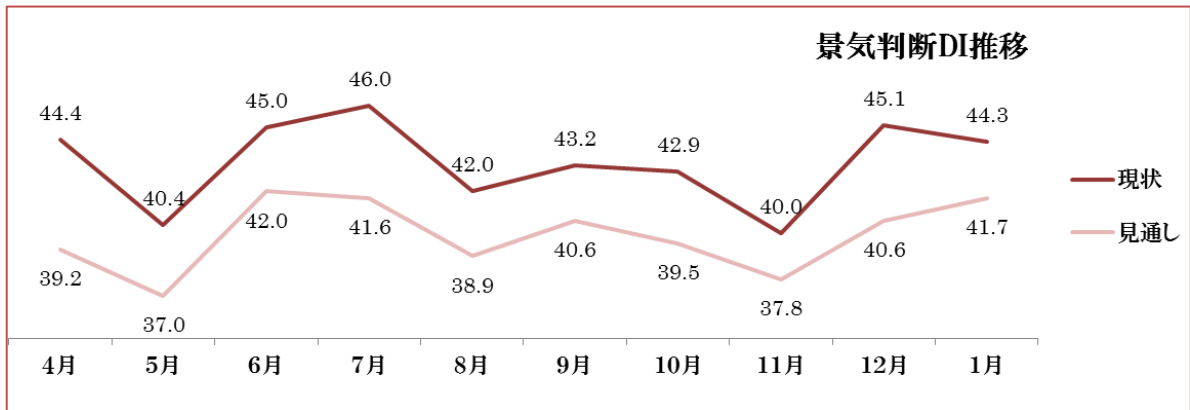


③ 仕入原価DI・販売価格DI

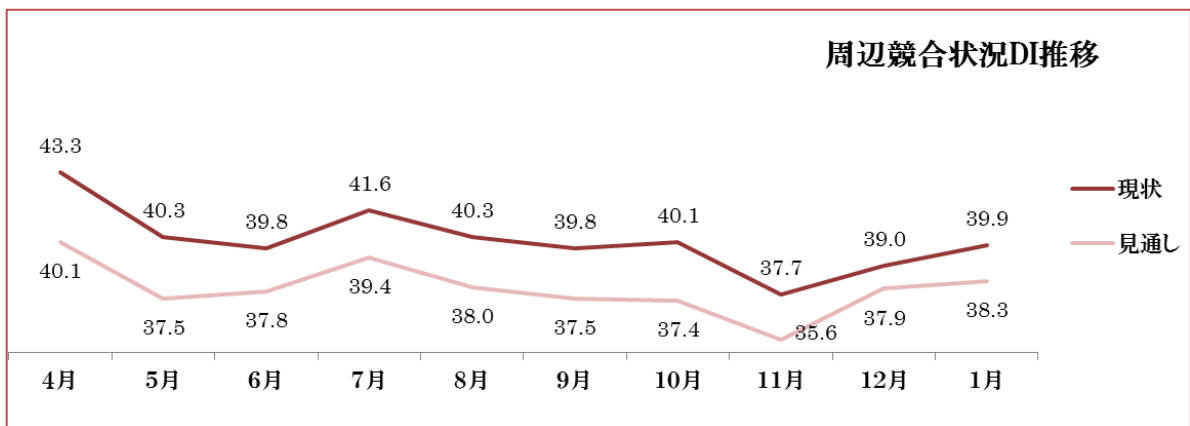


2. スーパーマーケット景況感調査推移

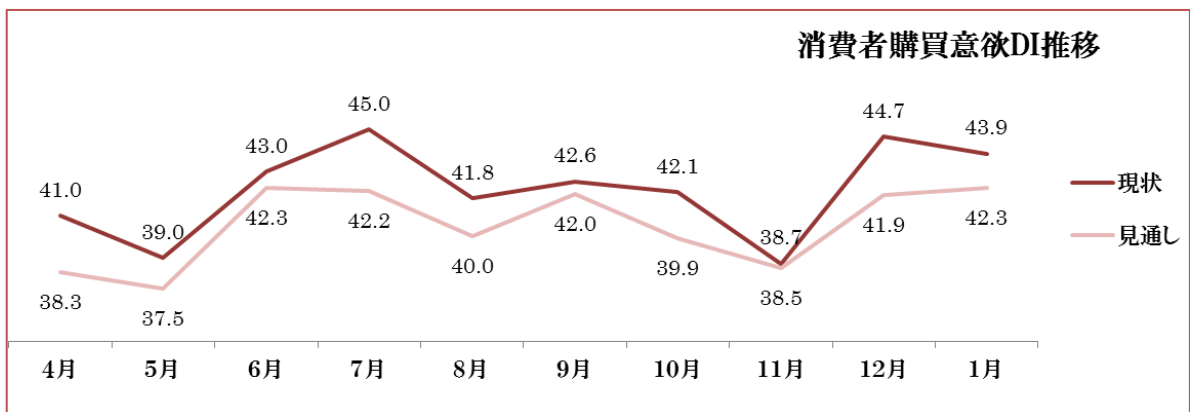
①景気状況 DI (現状判断・見通し)



②周辺競合状況 DI (現状判断・見通し)



③消費者購買意欲 DI (現状判断・見通し)



④周辺地域景気 DI (現状判断・見通し)

