

スーパーマーケット販売統計調査 (3月実績速報版・2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】

- 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
- 既存店総売上高(万円)、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	茨城、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4月24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4月24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（3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	77,386,929	100.0%	99.5%	96.7%
食品合計	68,073,216	88.0%	99.9%	97.0%
生鮮3部門合計	25,897,081	33.5%	102.5%	99.4%
青果	10,904,468	14.1%	106.6%	103.2%
水産	7,224,392	9.3%	102.2%	99.3%
畜産	7,768,221	10.0%	97.5%	94.7%
惣菜	6,937,477	9.0%	106.1%	102.6%
日配	14,263,176	18.4%	100.8%	98.3%
一般食品	20,975,482	27.1%	94.4%	91.7%
非食品	6,352,852	8.2%	93.2%	91.7%
その他	2,960,861	3.8%	103.5%	101.9%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
北海道・東北エリア	12,618,282	44	105.1%	103.1%
首都圏エリア	28,067,612	74	95.3%	93.0%
北信越エリア	5,048,785	27	99.0%	96.1%
東海エリア	4,648,193	34	97.7%	96.7%
関西エリア	16,372,689	35	104.1%	98.2%
中国・四国エリア	5,285,205	40	98.3%	96.3%
九州・沖縄エリア	5,346,163	26	98.6%	97.4%

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	663,314	45	94.7%	96.8%
4～10店舗	4,463,623	81	96.4%	94.9%
11～25店舗	11,621,056	73	98.3%	95.3%
26～50店舗	16,063,457	45	98.9%	97.5%
51店舗以上	44,575,479	36	100.4%	96.9%
集計企業数（社）	280	既存店総売上高（万円）	74,453,075	
総店舗数（店舗）	7,631	店舗平均月商（万円）	10,141	
総売場面積（㎡）	11,606,501	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.7	

※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4月24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（2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	81,906,992	100.0%	103.6%	101.1%
食品合計	70,733,680	86.4%	103.6%	101.1%
生鮮3部門合計	26,786,636	32.7%	103.5%	101.2%
青果	11,042,243	13.5%	105.6%	103.1%
水産	7,405,563	9.0%	101.5%	99.2%
畜産	8,338,830	10.2%	102.8%	100.5%
惣菜	7,101,949	8.7%	105.5%	101.9%
日配	14,987,835	18.3%	103.9%	101.8%
一般食品	21,857,261	26.7%	102.9%	100.2%
非食品	7,058,005	8.6%	100.2%	100.3%
その他	4,115,306	5.0%	104.4%	101.5%

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	12,580,292	46	103.7%	104.3%
首都圏エリア	30,245,285	94	103.2%	101.0%
北信越エリア	4,975,800	30	103.9%	102.0%
東海エリア	4,793,661	36	100.7%	99.4%
関西エリア	16,123,499	37	105.4%	98.8%
中国・四国エリア	8,046,654	42	103.1%	101.8%
九州・沖縄エリア	5,141,800	27	102.3%	100.9%

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	729,970	54	96.7%	101.9%
4～10店舗	4,746,172	95	102.9%	101.8%
11～25店舗	11,438,750	76	101.8%	100.4%
26～50店舗	15,399,567	45	104.1%	103.0%
51店舗以上	49,592,532	42	103.9%	100.6%
集計企業数（社）	312	既存店総売上高（万円）	77,920,279	
総店舗数（店舗）	9,342	店舗平均月商（万円）	8,768	
総売場面積（㎡）	13,457,389	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.1	

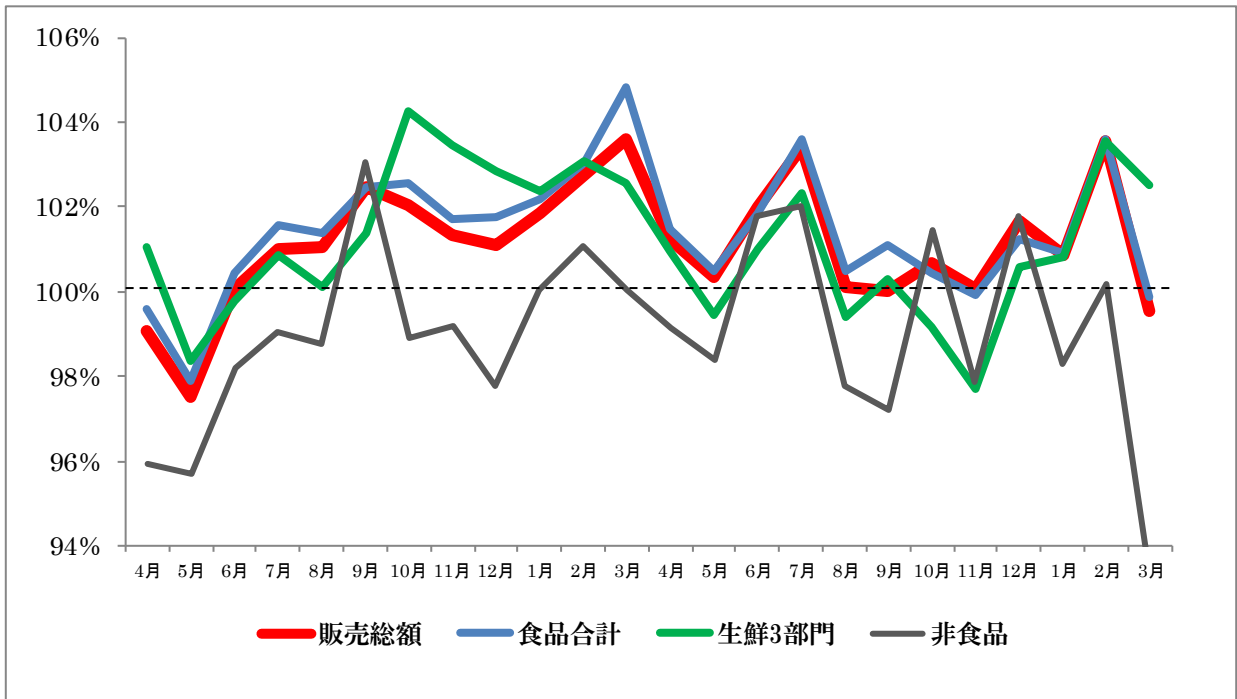
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

※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

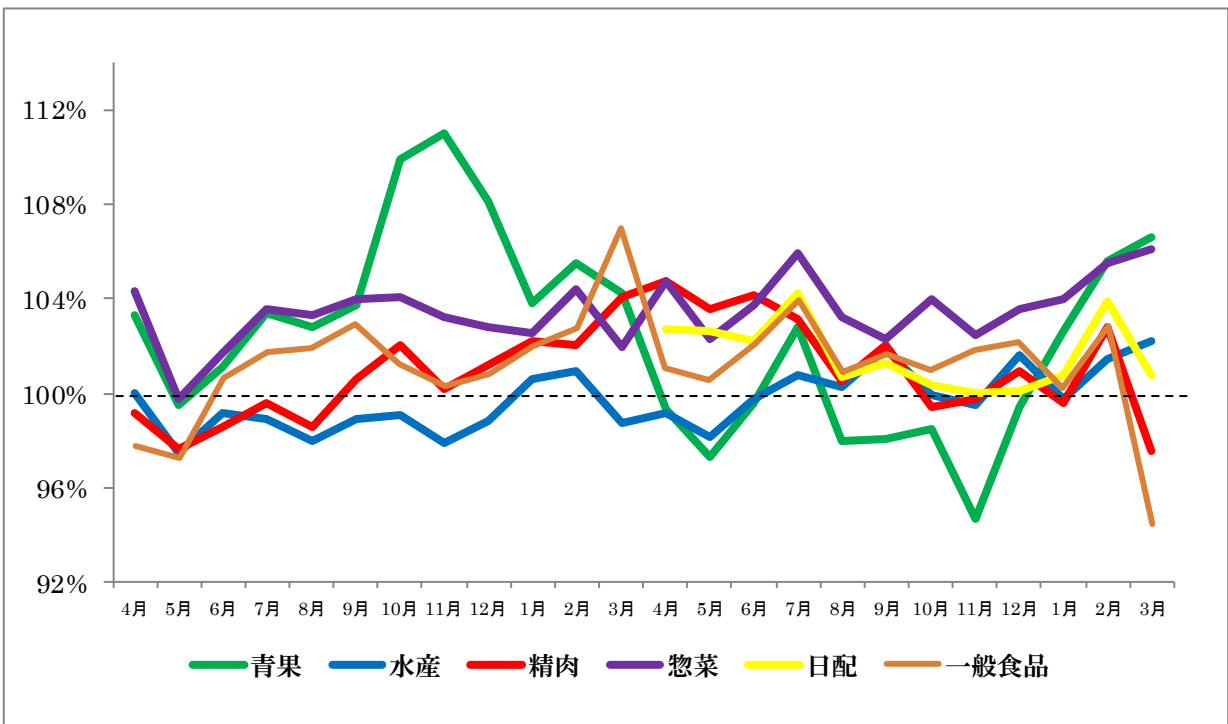


※2010年4月～2012年2月までは確報版による前年同月比、2012年3月は速報版による前年同月比

※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～2012年3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～2012年2月までは確報版による前年同月比、2012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

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)

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」、「来客数」

■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4月24日

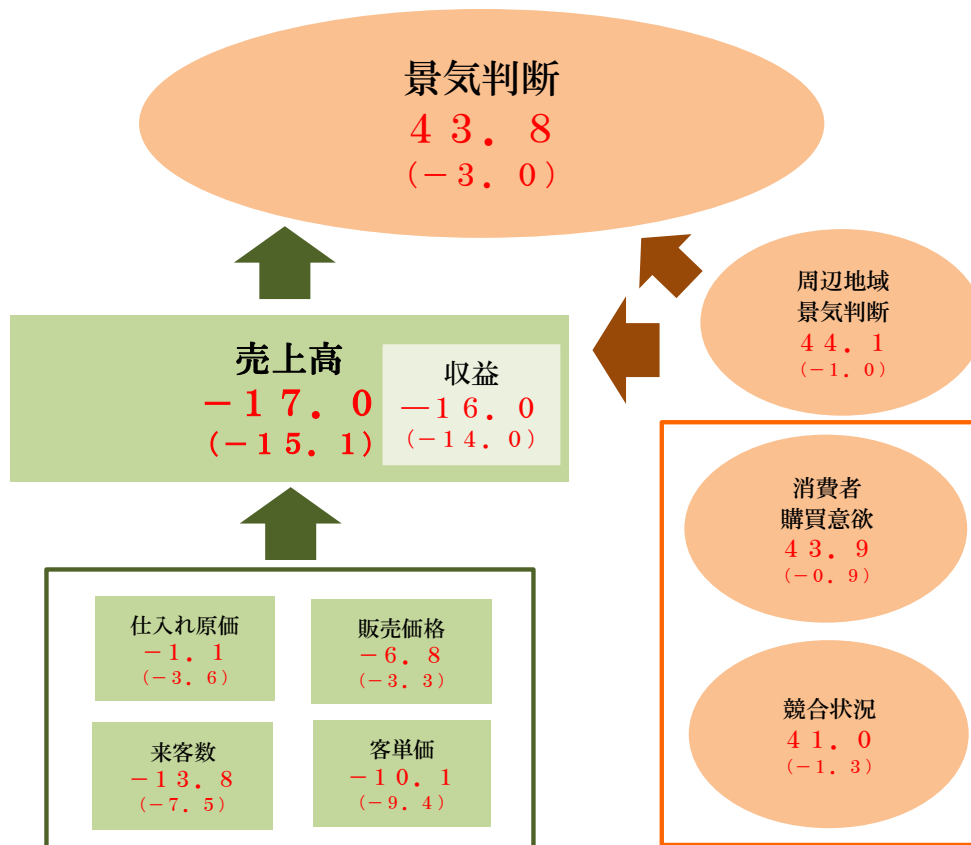
日本スーパーマーケット協会
オール日本スーパーマーケット協会
一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会

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

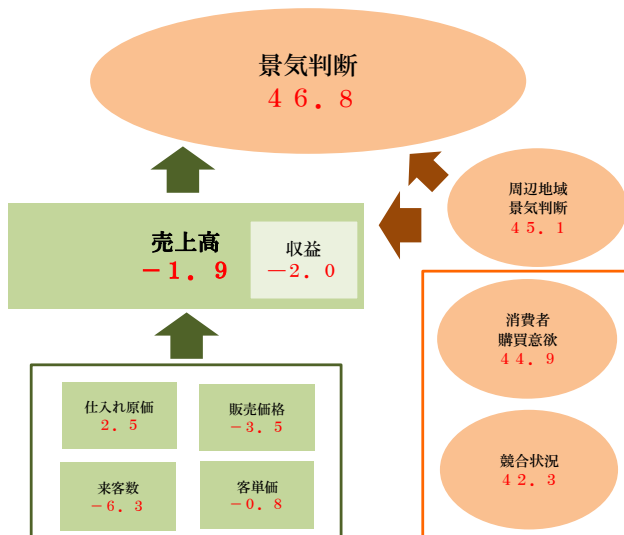
I. スーパーマーケット景気動向調査概況

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は前月に比べ3.0悪化し43.8となった。昨年3月が震災月でありその反動による影響と考えられる。「売上高」DIは-17.0、「収益」DIも-16.0と極端な落ち込みとなっている。「来客数」及び「客単価」DIの落ち込みが厳しい。仕入価格DIは減少に転じているが、販売価格DIの減少幅が大きく厳しい経営環境であったことがわかる。景況感調査については総じて小幅な減少にとどまっている。特に景気判断と相関の高い消費者購買意欲DIは-0.9となっており、景気判断については反動減による心理的な影響が大きかった可能性がある。競合状況は依然厳しい状況で推移している。

3月中核店舗における景気動向（速報版）



2月中核店舗における景気動向（確報版）



景気動向調査コメントのキーワード TOP3

- ①震災の反動
- ②天候不順(週末の雨、気温)
- ③競合

■ 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）

2月調査確報版 集計企業数：302社

3月調査速報版 集計企業数：276社

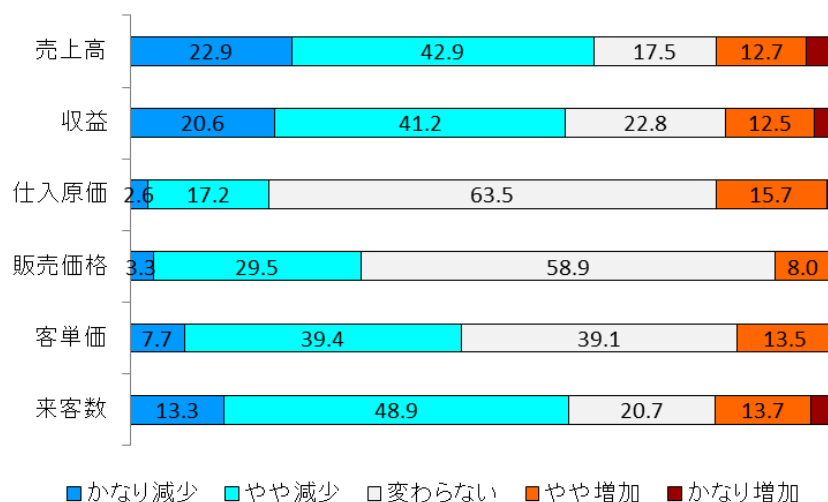
II. スーパーマーケット景気動向調査結果

① 4月経営動向調査：回答構成比（％）

東北大地震発生月の反動により減少が増加しDIは大きく減少。反面一部反動増も見られる。

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	22.9	42.9	17.5	12.7	4.0	-17.0
収益	20.6	41.2	22.8	12.5	2.9	-16.0
仕入原価	2.6	17.2	63.5	15.7	1.1	-1.1
販売価格	3.3	29.5	58.9	8.0	0.4	-6.8
客単価	7.7	39.4	39.1	13.5	0.4	-10.1
来客数	13.3	48.9	20.7	13.7	3.3	-13.8

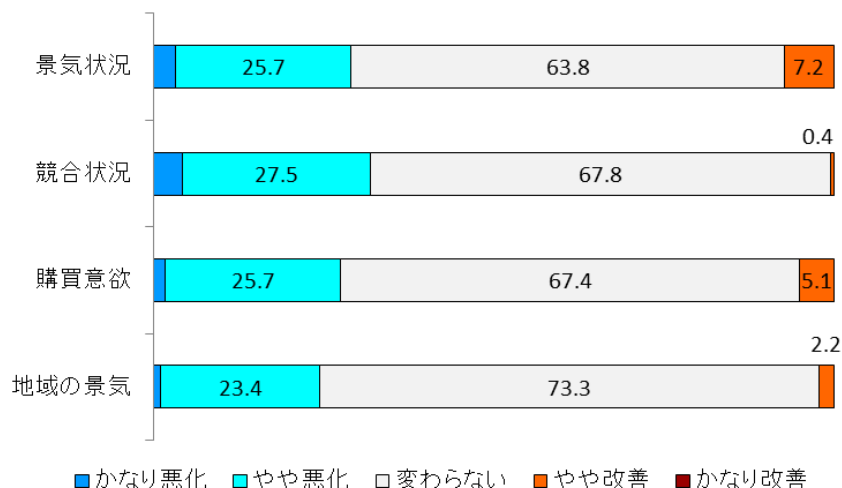


① 4月景況感調査：回答構成比（％）

慎重な見方や悲観的な判断がやや増加している

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	3.3	25.7	63.8	7.2	0.0	43.8
競合状況	4.3	27.5	67.8	0.4	0.0	41.0
購買意欲	1.8	25.7	67.4	5.1	0.0	43.9
地域の景気	1.1	23.4	73.3	2.2	0.0	44.1

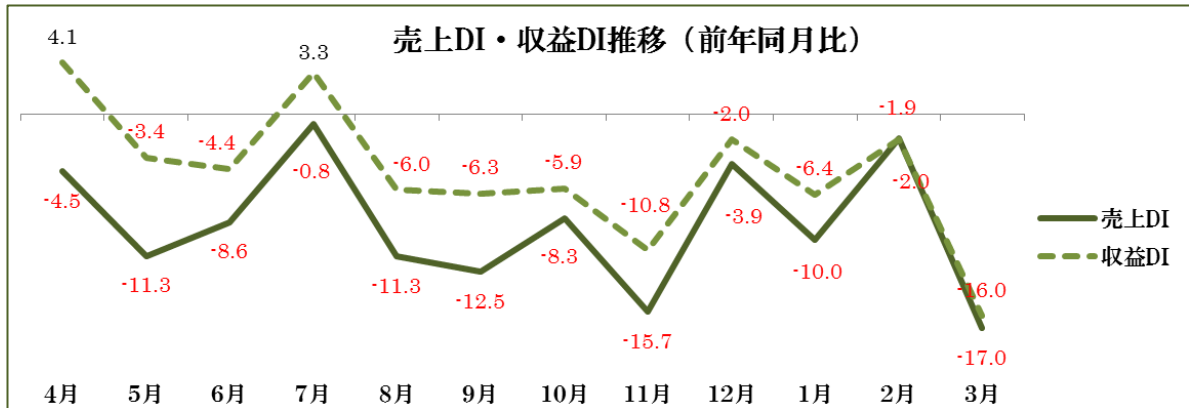


III. 調査結果推移

1. スーパーマーケット経営動向調査結果推移

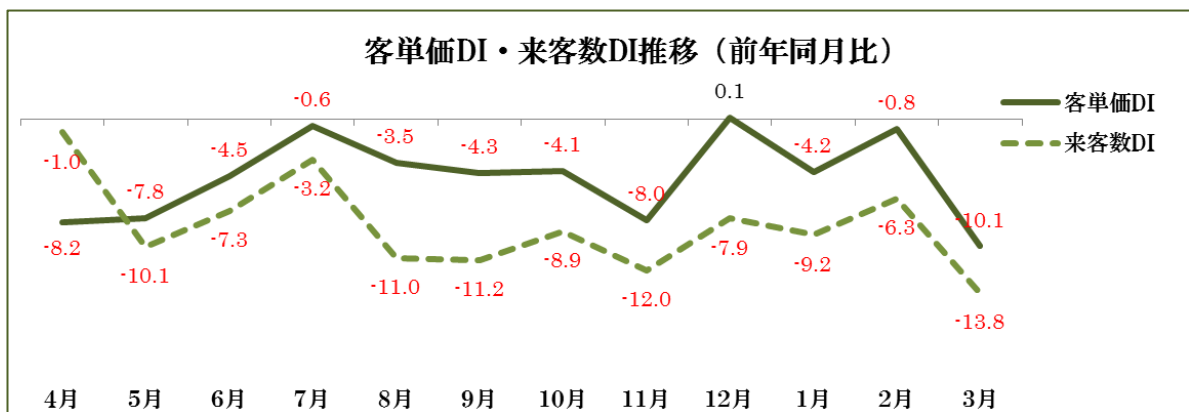
① 売上DI・収益DI

売上DI、収益DI共に震災月の反動で極めて大きく減少



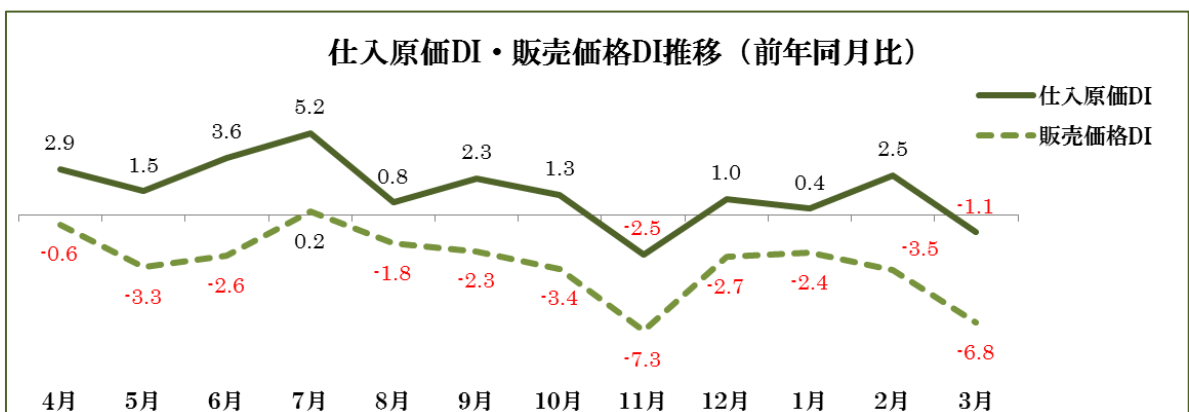
② 客単価DI・来客数DI

客単価DI、来客数DI共に震災月の反動で減少、特に客単価の減少幅が大きい



③ 仕入原価DI・販売価格DI

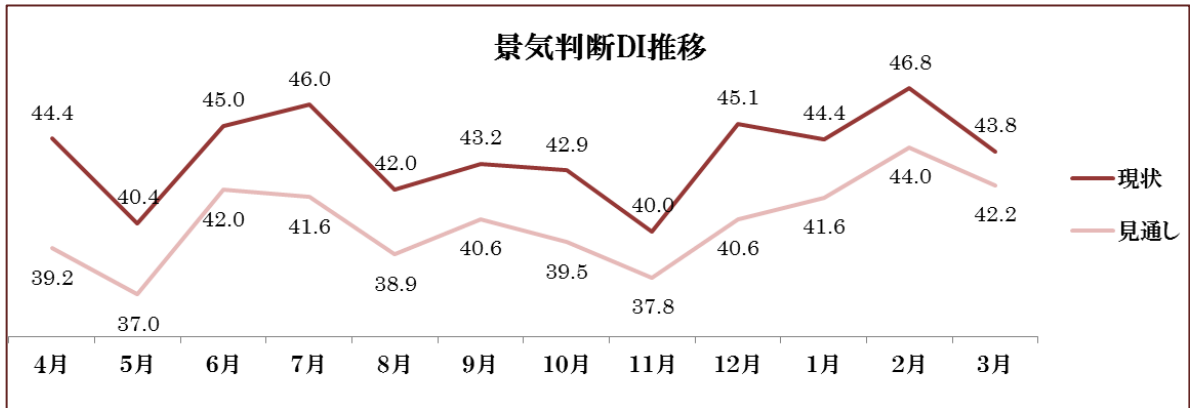
仕入原価DIは青果相場の落ち着きによりやや減少も、販売価格DIはそれ以上の減少



2. スーパーマーケット景況感調査結果推移

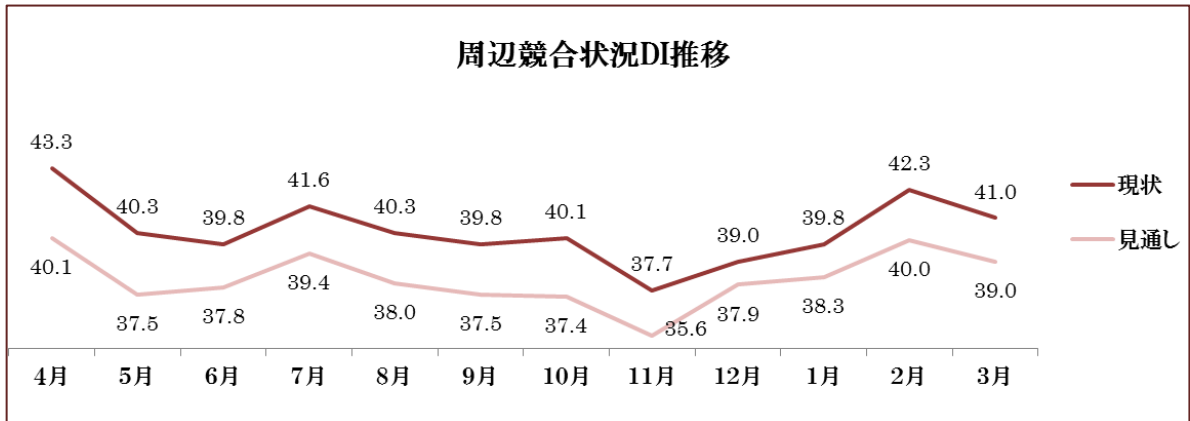
①景気状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断、見通し判断共にやや低下



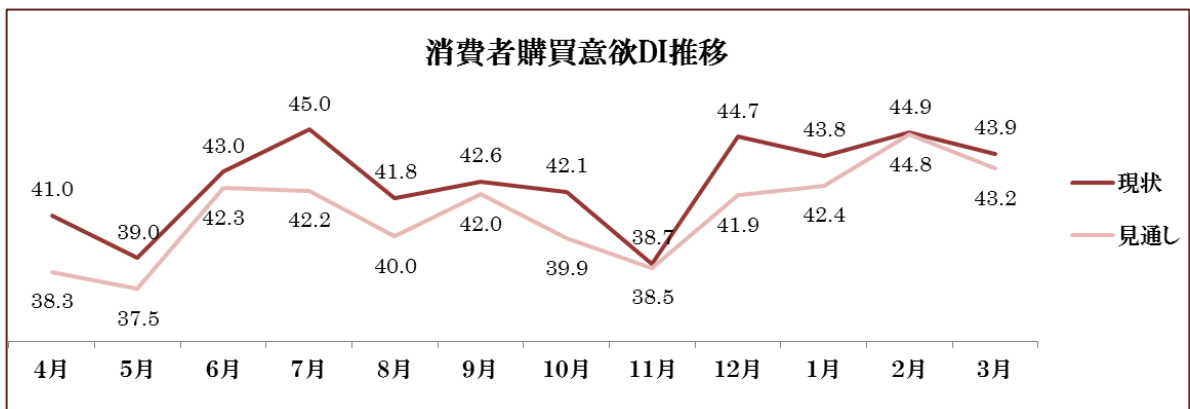
②周辺競合状況 DI（現状判断・見通し）

見通し判断は再び40を割り込み依然として厳しい状況が続いている



③消費者購買意欲 DI（現状判断・見通し）

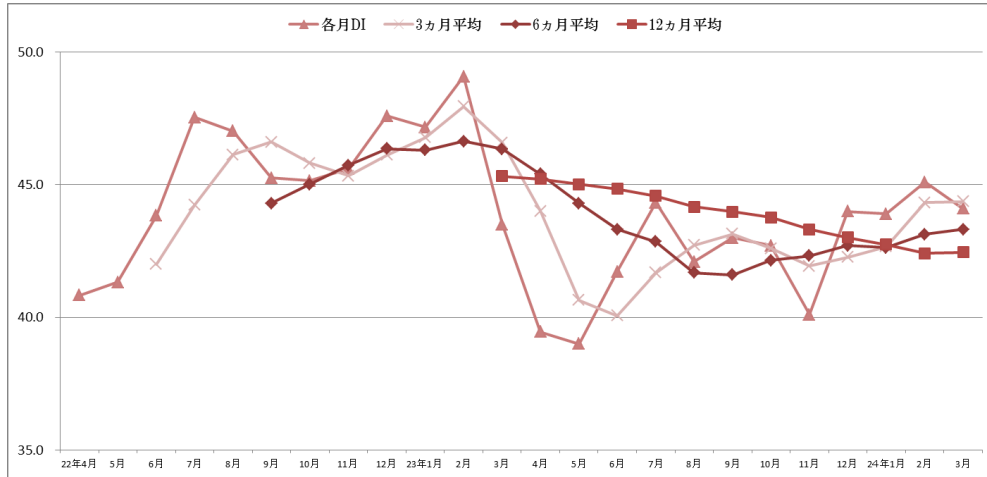
現状判断、見通し判断ともに小幅に低下



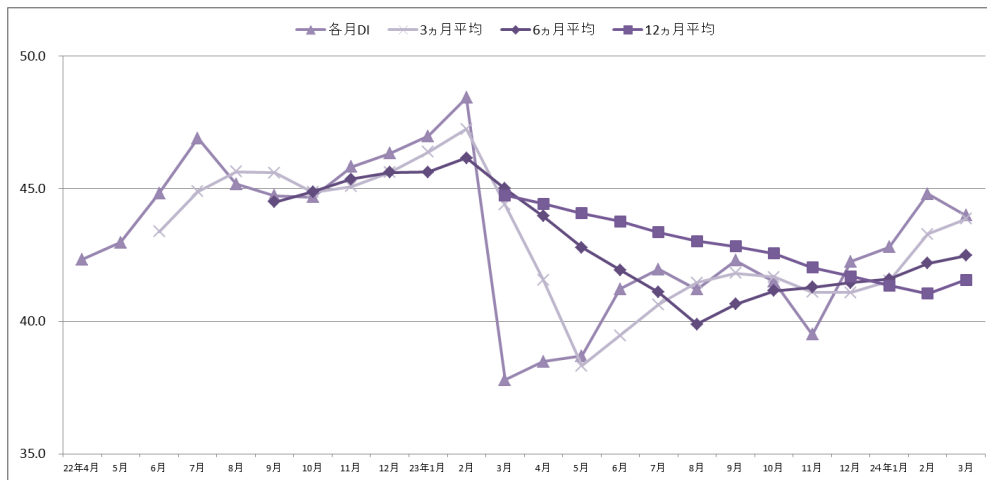
④周辺地域景気DI（現状判断・見通し）

当月DIは44.1と先月に比べ低下しているが、長期的な傾向を示す12ヵ月移動平均線は上向き化した。見通し判断は上向き化がより顕著である。6ヵ月、3ヵ月平均も引き続き上向きが続いている。判断の分かれ目となる50を下回って推移しているものの、周辺地域の景気判断に回復基調と底堅さがみられるようになった。

周辺地域景気DI（現状判断）



周辺地域景気DI（見通し判断）



（参考）3月エリア別各種DIと2月DIとの差（反動の大きさ）

震災月からの「売上」「収益」の反動は首都圏エリア、「客単価」は北海道・東北、首都圏、北信越、「来客数」は四国、首都圏、東海で大きな反動となっている。景況感は、中国・四国、九州で低下している。

			全国	北海道・東北	首都圏	東海	北信越	関西	中国・四国	九州・沖縄
経営動向調査	売上DI	3月DI	-17.0	-4.5	-28.9	-12.0	-22.7	-6.3	-18.9	-12.2
		2月DIとの差	-15.1	-13.6	-25.0	-9.1	-13.4	-3.6	-18.9	-8.0
	収益DI	3月DI	-16.0	-6.3	-30.0	-5.0	-15.9	-9.8	-12.5	-14.3
		2月DIとの差	-14.0	-11.0	-31.4	-3.1	-6.7	-6.4	-8.4	-5.5
客単価DI	3月DI	-10.1	-7.1	-17.4	-5.0	-11.4	-8.0	-7.6	-4.7	
	2月DIとの差	-9.4	-18.8	-14.6	-0.2	-11.4	-2.0	-5.5	-0.6	
来客数DI	3月DI	-13.8	-4.9	-18.1	-11.0	-18.2	-7.7	-15.2	-16.0	
	2月DIとの差	-7.5	-2.8	-8.9	-8.1	-7.4	-4.2	-13.2	-6.2	
景況感調査	景気判断DI (現状判断)	3月DI	43.8	46.0	44.7	45.0	43.9	44.6	42.4	38.5
		2月DIとの差	-3.0	-1.8	-2.7	-0.2	1.8	-2.8	-8.9	-5.9
	景気判断DI (見通し)	3月DI	44.0	44.8	46.4	43.0	44.7	44.6	41.7	39.3
		2月DIとの差	-0.8	-0.9	1.5	-3.2	1.3	-0.2	-2.4	-5.2

※灰色は全国DIを下回るDI、水色は全国平均を下回る差