

# スーパーマーケット販売統計調査 (5月実績速報版・4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パネル集計  
※平成24年4月実績速報版より集計対象企業 280社→311社に拡大
- 確報版:すべての調査参加企業を対象として集計

## 【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6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](mailto:tokei@super.or.jp)

平成24年6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（5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	79,909,595	100.0%	101.5%	98.7%
食品合計	70,259,043	87.9%	101.7%	98.8%
生鮮3部門合計	26,356,402	33.0%	102.0%	99.0%
青果	10,972,959	13.7%	105.9%	102.8%
水産	7,243,349	9.1%	100.4%	97.7%
畜産	8,140,093	10.2%	98.4%	95.3%
惣菜	7,179,484	9.0%	103.2%	99.7%
日配	15,188,398	19.0%	101.0%	98.0%
一般食品	21,534,758	26.9%	101.3%	98.7%
非食品	6,718,750	8.4%	99.1%	97.5%
その他	2,931,802	3.7%	106.5%	102.9%

#### 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	13,442,860	53	101.9%	98.7%
首都圏エリア	29,031,626	90	100.4%	98.5%
北信越エリア	5,693,757	32	101.1%	98.5%
東海エリア	4,731,401	35	100.7%	98.9%
関西エリア	16,557,847	35	104.2%	99.0%
中国・四国エリア	5,386,566	40	101.9%	99.6%
九州・沖縄エリア	5,065,538	26	98.6%	98.4%

#### 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	811,200	55	93.5%	96.4%
4～10店舗	4,720,889	93	99.8%	99.0%
11～25店舗	12,987,979	82	100.3%	98.1%
26～50店舗	15,876,363	44	100.6%	99.2%
51店舗以上	45,513,163	37	102.5%	98.8%

集計企業数（社）	311	既存店総売上高（万円）	76,692,760
総店舗数（店舗）	7,278	店舗平均月商（万円）	10,980
総売場面積（㎡）	11,515,048	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.9

※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6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（4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	88,197,671	100.0%	101.7%	99.1%
食品合計	75,695,437	85.8%	101.5%	98.9%
生鮮3部門合計	29,260,697	33.2%	101.4%	98.8%
青果	12,864,213	14.6%	105.6%	102.9%
水産	7,765,818	8.8%	99.4%	97.0%
畜産	8,630,665	9.8%	97.6%	95.2%
惣菜	7,652,663	8.7%	101.7%	98.6%
日配	15,761,059	17.9%	100.6%	97.9%
一般食品	23,021,018	26.1%	102.2%	99.7%
非食品	7,728,621	8.8%	99.9%	98.4%
その他	4,773,613	5.4%	108.1%	102.8%

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	13,360,959	54	102.3%	100.3%
首都圏エリア	32,664,989	98	101.7%	99.4%
北信越エリア	5,637,490	34	101.1%	99.5%
東海エリア	4,735,001	36	98.6%	97.1%
関西エリア	17,396,109	35	102.7%	97.4%
中国・四国エリア	8,838,980	42	101.7%	99.4%
九州・沖縄エリア	5,564,144	27	99.9%	100.2%

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	860,556	60	94.2%	95.4%
4～10店舗	4,786,371	97	99.6%	99.0%
11～25店舗	12,496,176	81	100.4%	98.3%
26～50店舗	16,347,019	46	100.0%	99.3%
51店舗以上	53,707,549	42	102.8%	99.3%

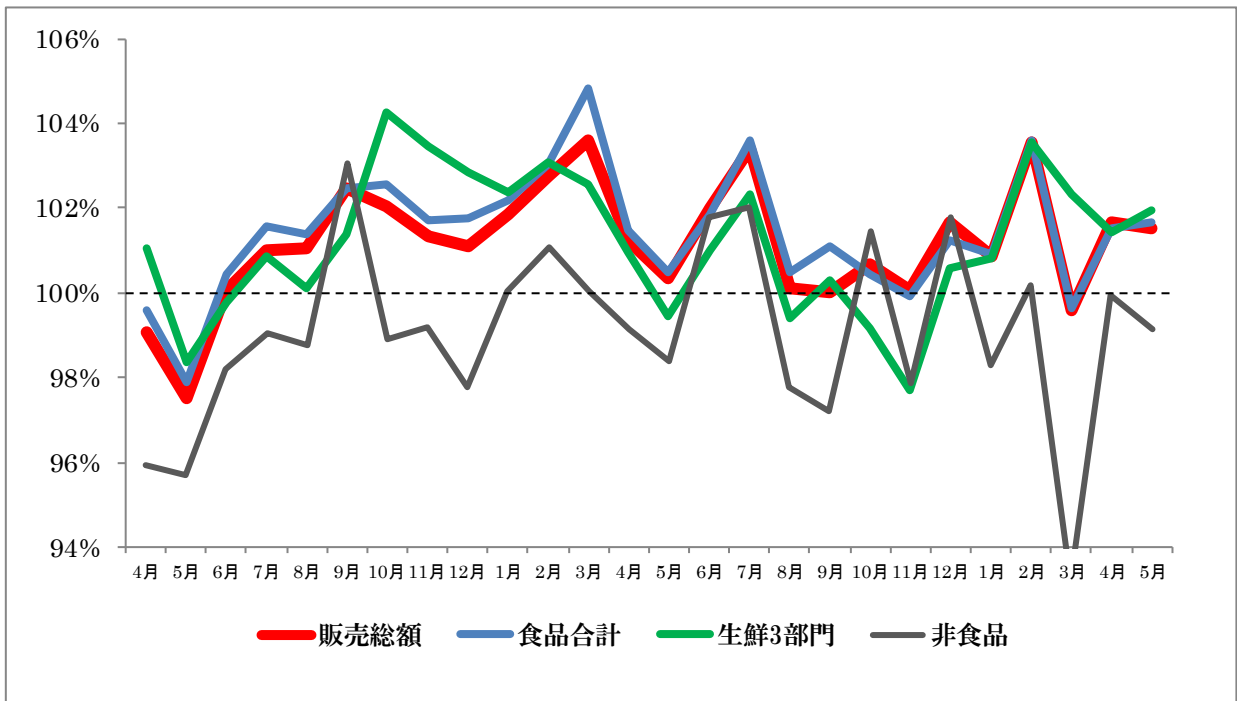
集計企業数（社）	326	既存店総売上高（万円）	83,245,600
総店舗数（店舗）	9,492	店舗平均月商（万円）	9,292
総売場面積（㎡）	13,697,715	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.4

※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

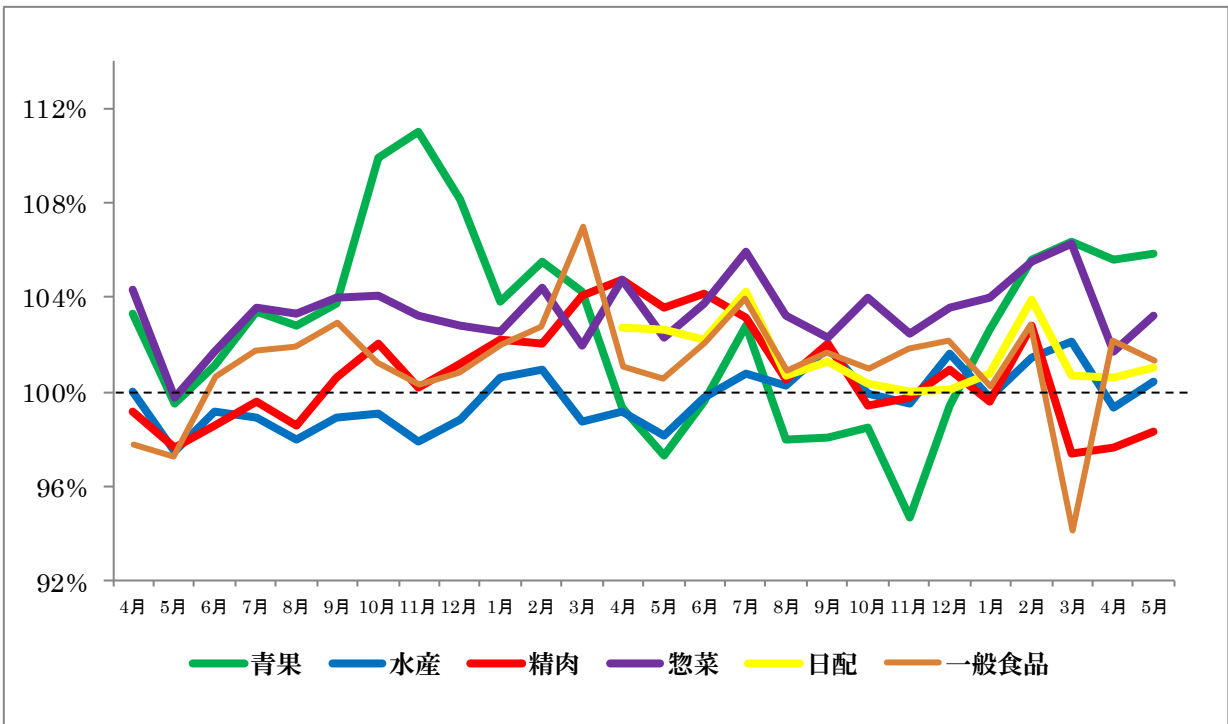
※前年同月比（既存店）：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2012年5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4月までは確報版による前年同月比、2012年5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5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4月までは確報版による前年同月比、2012年5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

## 6月調査結果(5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」、「生鮮品仕入原価」、「食品仕入原価」、「販売価格」、「客単価」、「来客数」

※平成24年5月より「仕入原価」→「生鮮品仕入原価」・「食品仕入原価」

#### ■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

※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6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

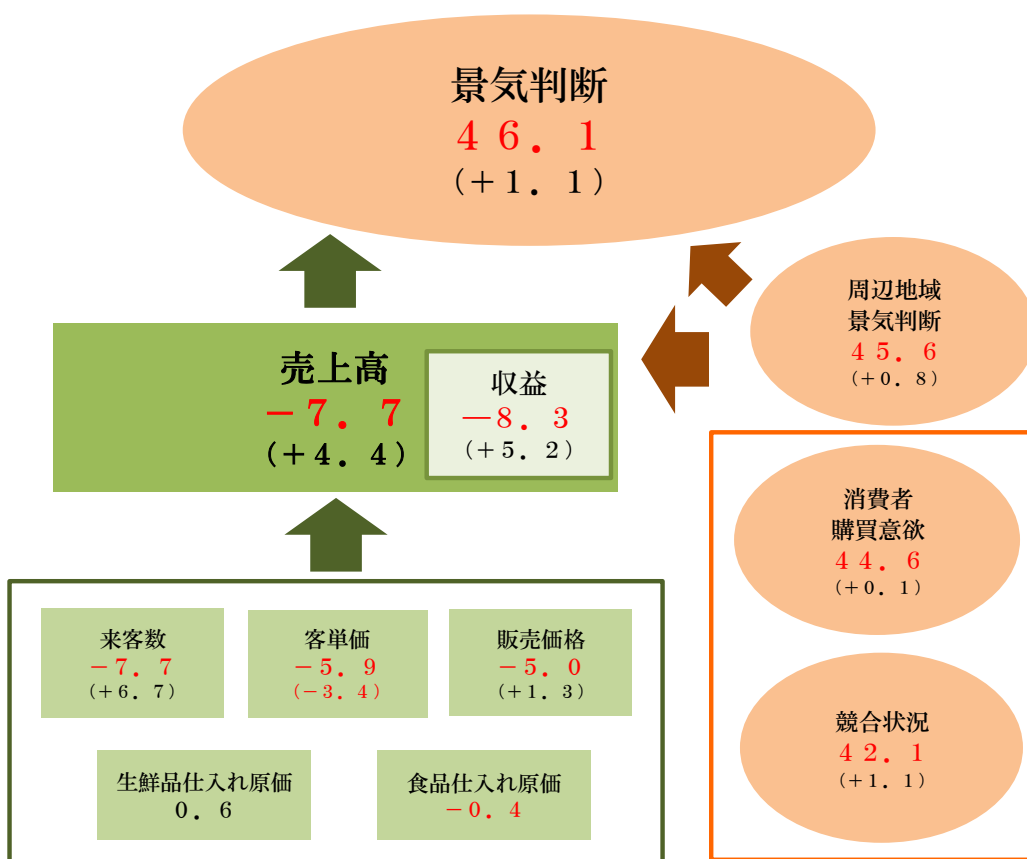
スーパーマーケット景気動向調査に関するお問い合わせ：[tokei@super.or.jp](mailto:tokei@super.or.jp)

# I. 調査結果概況

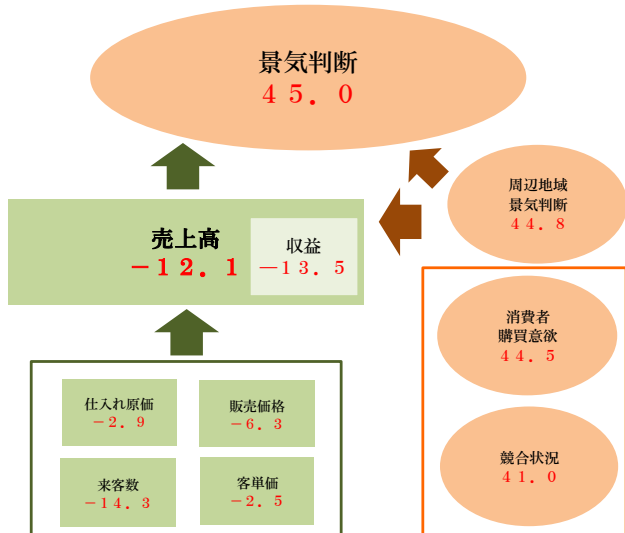
5月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断DIは、前月より1.1ポイント上昇し46.1となった。売上高DI-7.7、収益DI-8.3と前月に比べ上昇したものの依然マイナスで推移しており厳しい経営状況が続いている。来客数DIは前月に比べ回復6.7ポイント上昇し-7.7、また客単価DIが前月に比べ3.4ポイント減少し-5.9となっている。生鮮品、食品共に仕入価格は前年並みで推移しているが販売価格は-5.0と低迷している。

景況感調査については各項目ともほぼ横ばいとなっているが、先行きの景気判断が42.8（p.6）と慎重な見方になっている点に留意する必要がある。中核店舗周辺の景気については、ゆるやかな回復が続いている。

## 5月中核店舗における景気動向（速報版）



## 4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）

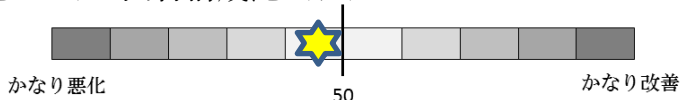
4月調査確報版 集計企業数：307社  
 5月調査速報版 集計企業数：285社

## II. 調査結果

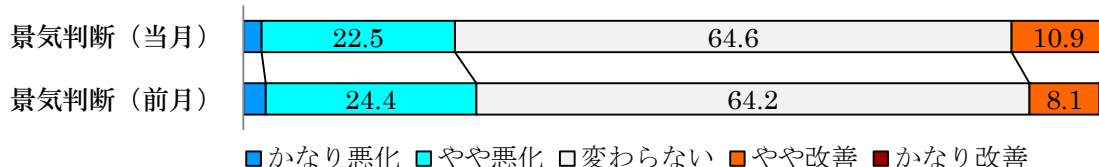
### 1. 景況感調査（現状判断2～3ヵ月前と比べて）：回答構成比（％）

#### ①景気判断

（↑やや改善 ↓やや悪化）

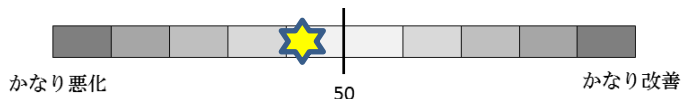


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気判断（当月）	2.1	22.5	64.6	10.9	0.0	46.1
景気判断（前月）	2.6	24.4	64.2	8.1	0.7	45.0

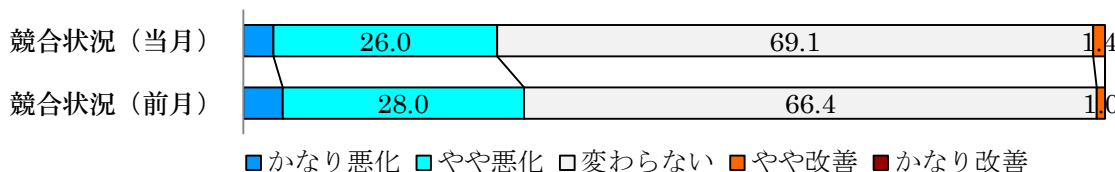


#### ②周辺競合状況

（↑変わらない ↓やや悪化）

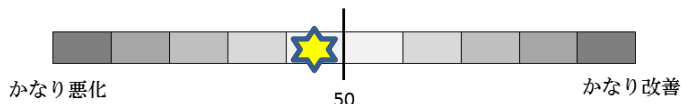


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
競合状況（当月）	3.5	26.0	69.1	1.4	0.0	42.1
競合状況（前月）	4.6	28.0	66.4	1.0	0.0	41.0

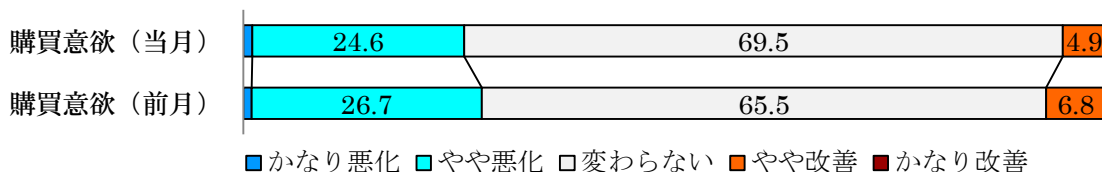


#### ③消費者購買意欲

（↑変わらない ↓やや悪化・やや改善）

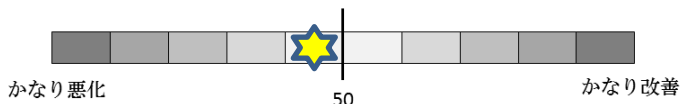


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
購買意欲（当月）	1.1	24.6	69.5	4.9	0.0	44.6
購買意欲（前月）	1.0	26.7	65.5	6.8	0.0	44.5

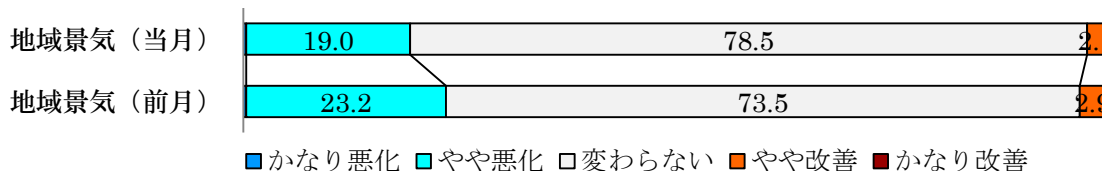


#### ④周辺地域景気状況

（↑変わらない ↓やや悪化）

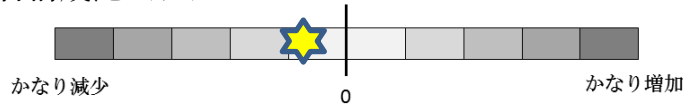


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
地域景気（当月）	0.4	19.0	78.5	2.1	0.0	45.6
地域景気（前月）	0.3	23.2	73.5	2.9	0.0	44.8



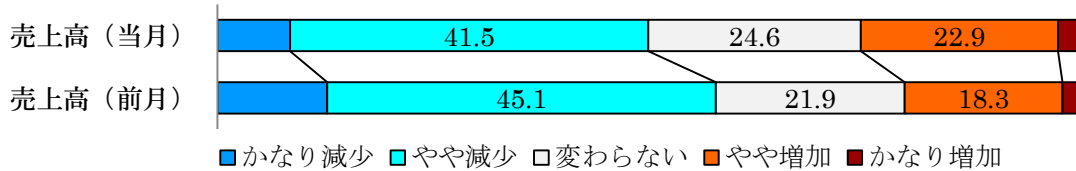
## 2. 経営動向調査（前年同月との比較）：回答構成比（％）

### ①売上高

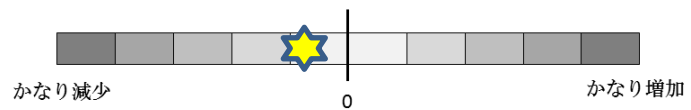


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（当月）	8.5	41.5	24.6	22.9	2.5	-7.7
売上高（前月）	12.7	45.1	21.9	18.3	2.0	-12.1

（↑やや増加・変わらない ↓かなり減少・やや減少）

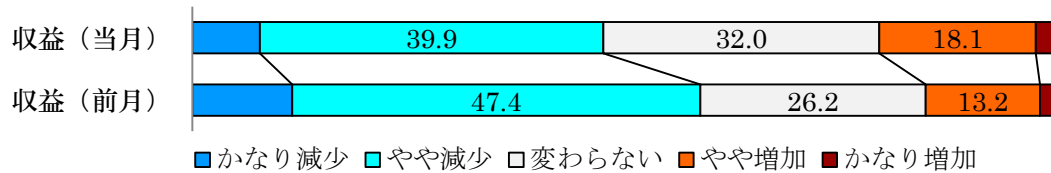


### ②収益

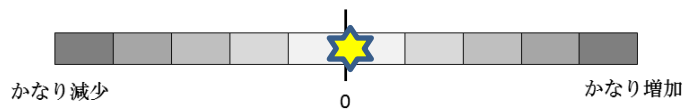


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（当月）	7.8	39.9	32.0	18.1	2.1	-8.3
収益（前月）	11.6	47.4	26.2	13.2	1.7	-13.5

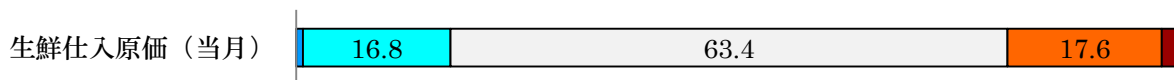
（↑やや増加・変わらない ↓かなり減少・やや減少）



### ③生鮮仕入原価



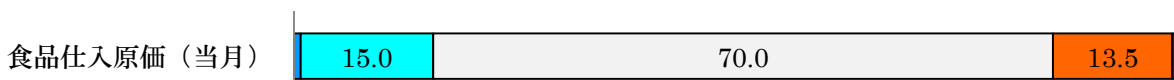
	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価（当月）	0.8	16.8	63.4	17.6	1.5	0.6



### ④食品仕入原価



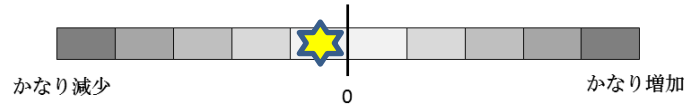
	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
食品仕入原価（当月）	0.7	15.0	70.0	13.5	0.7	-0.4



■かなり減少 ■やや減少 □変わらない ■やや増加 ■かなり増加

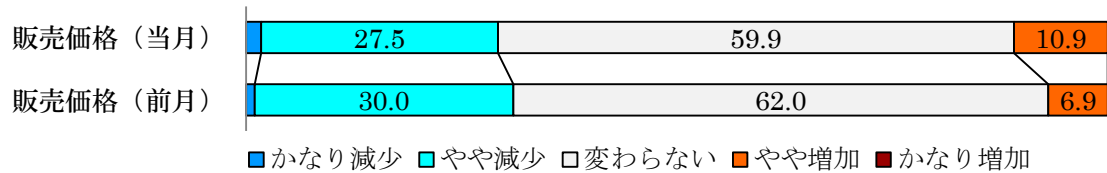


### ⑤販売価格

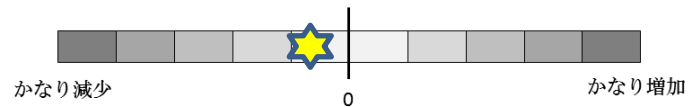


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格（当月）	1.8	27.5	59.9	10.9	0.0	-5.0
販売価格（前月）	1.0	30.0	62.0	6.9	0.0	-6.3

(↑やや増加 ↓やや減少・変わらない)

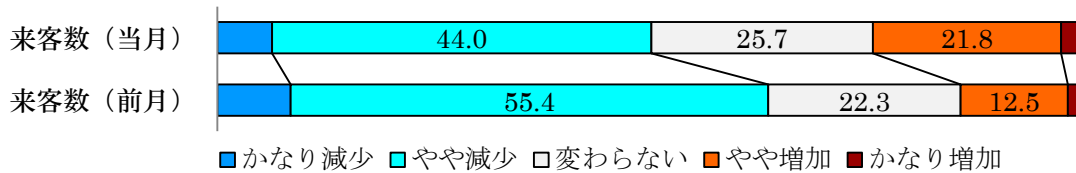


### ⑥来客数



	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（当月）	6.3	44.0	25.7	21.8	2.1	-7.7
来客数（前月）	8.5	55.4	22.3	12.5	1.3	-14.3

(↑やや増加・変わらない ↓やや減少)

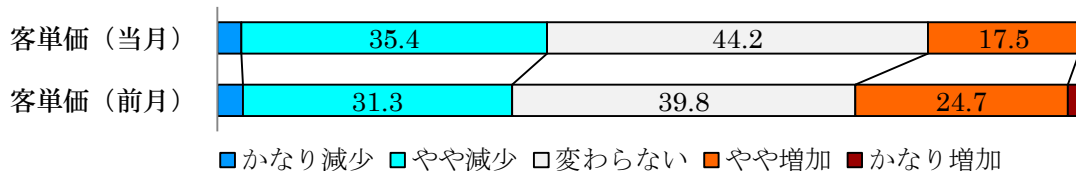


### ⑦客単価



	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（当月）	2.8	35.4	44.2	17.5	0.0	-5.9
客単価（前月）	3.0	31.3	39.8	24.7	1.3	-2.5

(↑やや減少・変わらない ↓やや増加)

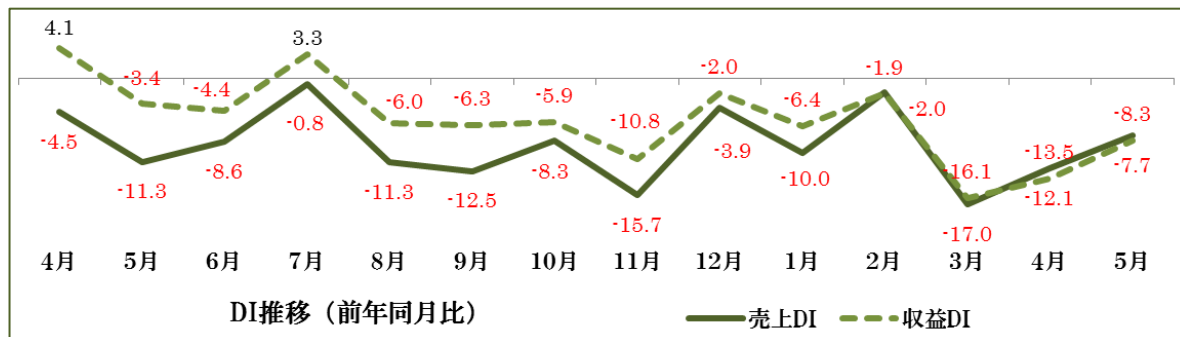


## II. 調査結果推移

### 1. スーパーマーケット経営動向調査

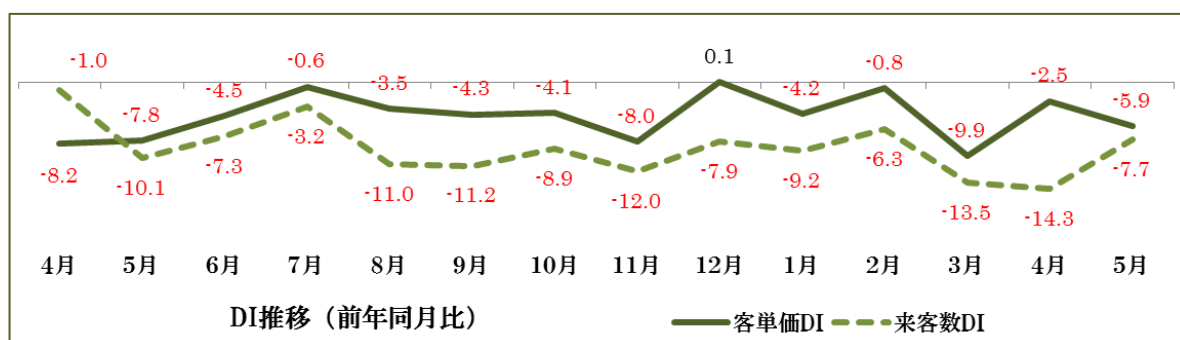
#### ①売上高 DI・収益 DI

前月に比べ「売上高 DI」、「収益 DI」共にやや上昇



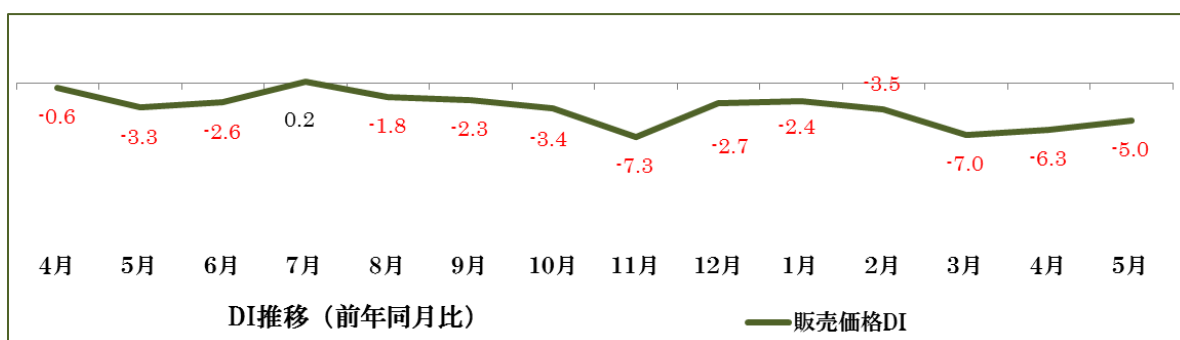
#### ②客単価 DI・来客数 DI

前月に比べ「来客数 DI」は上昇も「客単価 DI」は下落



#### ③販売価格 DI

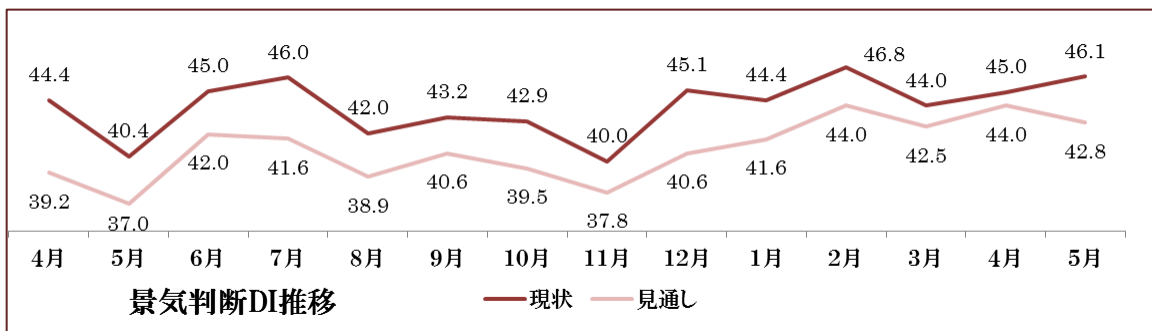
前月に比べ「販売価格 DI」はわずかに上昇



## 2. スーパーマーケット景況感調査

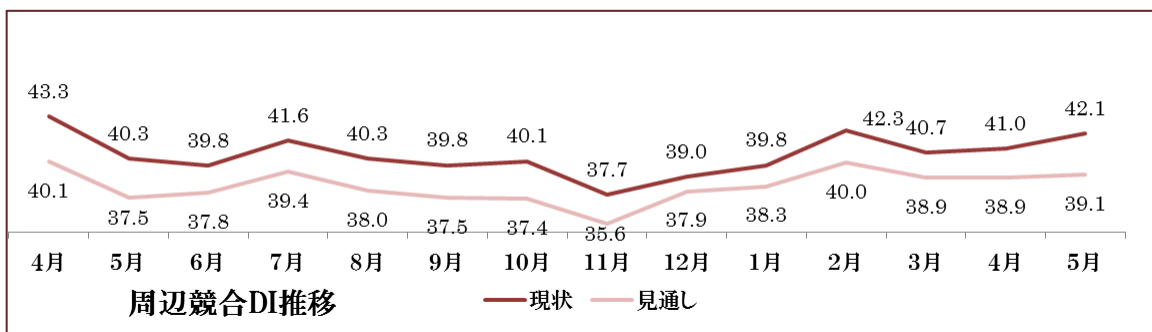
### ①景気状況 DI (現状判断・見通し)

現状判断は改善も見通し判断は悪化



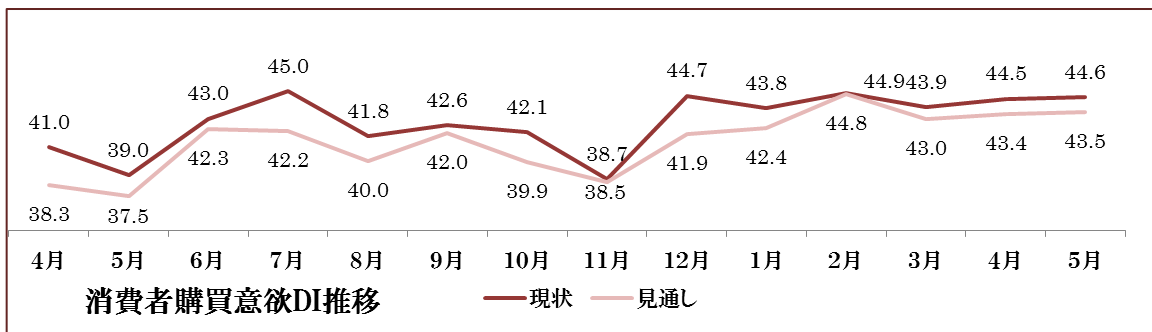
### ②周辺競合状況 DI (現状判断・見通し)

現状判断わずかに改善も見通し判断は横ばい



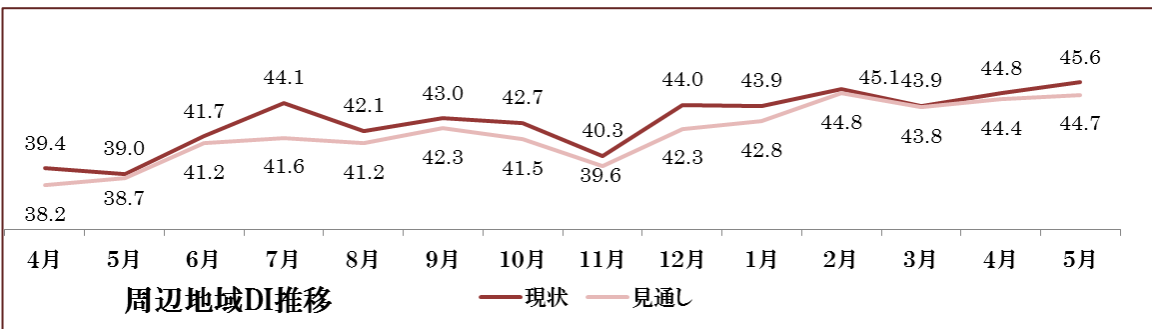
### ③消費者購買意欲 DI (現状判断・見通し)

現状判断、見通し判断ともに横ばい



### ④周辺地域 DI (現状判断・見通し)

現状判断、見通し判断ともにやや改善

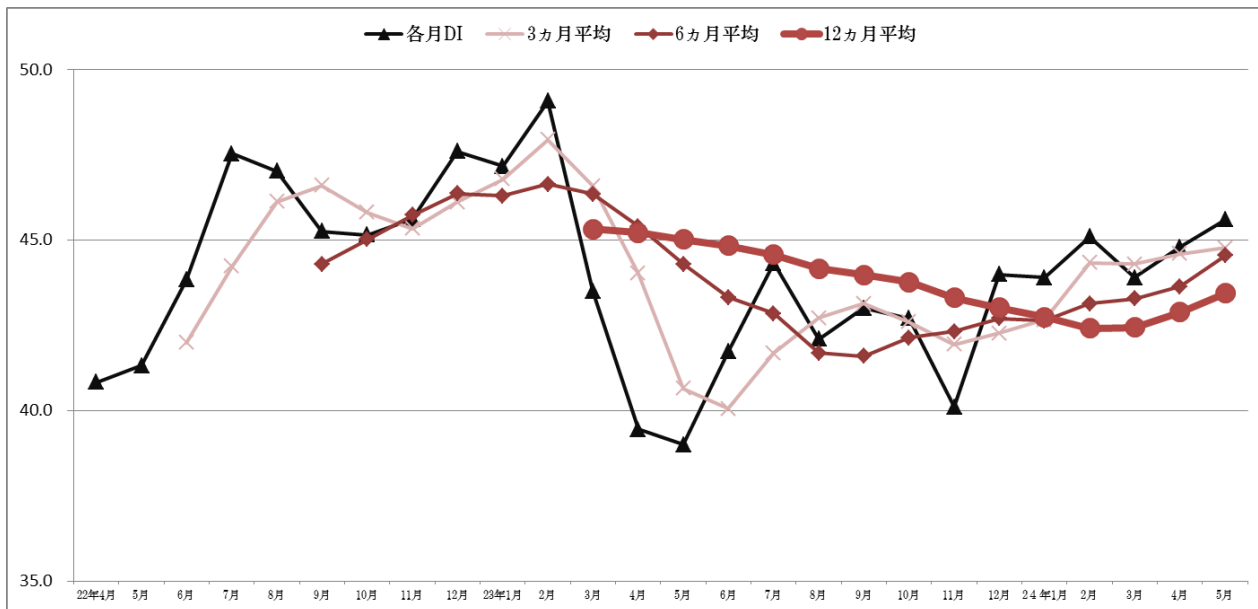


### III. 調査関連資料

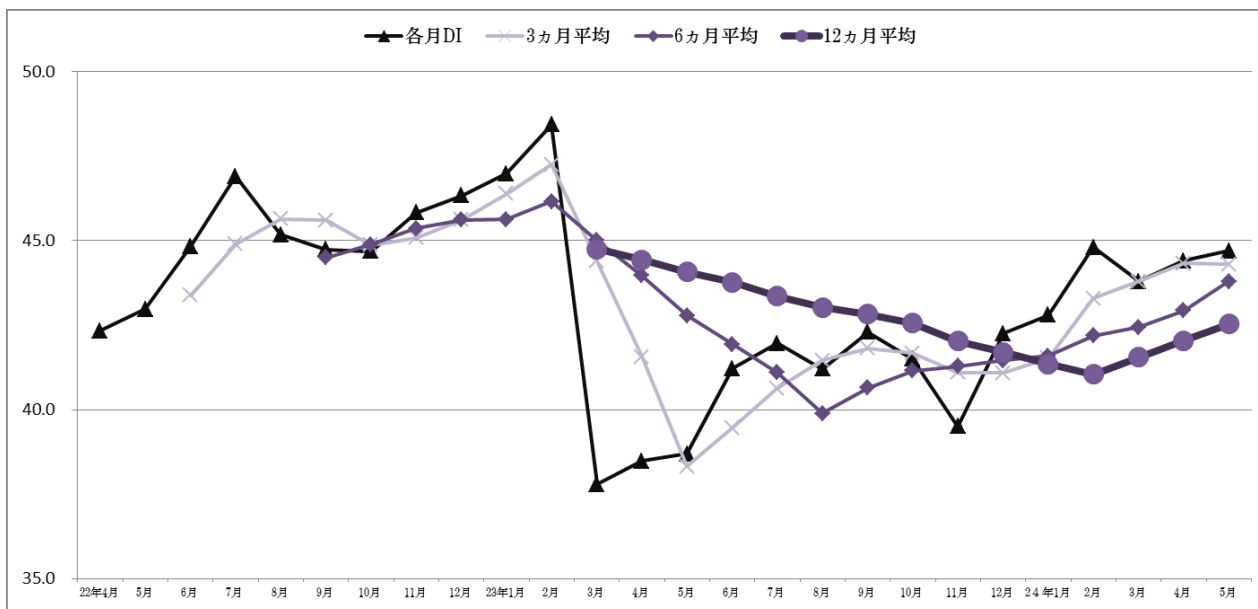
#### 1. 移動平均線（周辺地域景気 DI 現状判断・見通し）

現状判断、見通しともに判断の分かれ目となる 50 を下回っているものの、引き続きゆるやかな回復傾向が続いている

##### ① 周辺地域景気 DI（現状判断）



##### ② 周辺地域景気 DI（見通し判断）



#### 2. 調査に寄せられたコメント

##### 景況感コメントキーワード TOP3

- ① 競合状況(他業態(コンビニ、ディスカウント等)との競合、価格競争)
- ② ゴールデンウィーク(西は晴天、東は悪天候)
- ③ 消費増税等先行きへの不安