

スーパーマーケット販売統計調査 (6月実績速報版・5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7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7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（6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	78,917,849	100.0%	100.7%	98.1%
食品合計	69,576,499	88.2%	101.1%	98.3%
生鮮3部門合計	25,755,686	32.6%	101.1%	98.4%
青果	10,698,985	13.6%	102.8%	100.2%
水産	7,098,497	9.0%	100.0%	97.4%
畜産	7,958,205	10.1%	99.7%	96.9%
惣菜	6,975,394	8.8%	103.1%	99.8%
日配	15,021,391	19.0%	100.1%	97.1%
一般食品	21,824,028	27.7%	101.1%	98.5%
非食品	6,478,463	8.2%	96.1%	94.7%
その他	2,862,886	3.6%	104.8%	101.3%

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	13,271,334	53	101.0%	98.9%
首都圏エリア	28,602,995	90	100.0%	98.0%
北信越エリア	5,509,440	32	101.3%	99.5%
東海エリア	4,661,257	35	98.8%	98.1%
関西エリア	16,602,203	35	102.3%	97.0%
中国・四国エリア	5,236,373	40	101.1%	98.5%
九州・沖縄エリア	5,034,247	26	97.1%	96.8%

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	725,114	53	93.2%	95.4%
4～10店舗	4,665,034	96	99.0%	98.7%
11～25店舗	12,364,156	80	100.5%	98.4%
26～50店舗	15,940,223	45	100.5%	99.5%
51店舗以上	45,223,321	37	101.2%	97.5%

集計企業数（社）	311	既存店総売上高（万円）	76,049,511
総店舗数（店舗）	7,281	店舗平均月商（万円）	10,839
総売場面積（㎡）	11,515,773	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7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（5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	89,384,482	100.0%	101.4%	98.7%
食品合計	76,888,353	86.0%	101.5%	98.8%
生鮮3部門合計	28,926,684	32.4%	101.5%	98.9%
青果	12,034,794	13.5%	105.3%	102.7%
水産	7,905,829	8.8%	100.1%	97.7%
畜産	8,986,061	10.1%	98.1%	95.3%
惣菜	7,840,208	8.8%	102.9%	99.7%
日配	16,540,381	18.5%	100.9%	97.9%
一般食品	23,581,080	26.4%	101.4%	98.8%
非食品	7,825,946	8.8%	99.0%	97.1%
その他	4,670,183	5.2%	107.5%	102.3%

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	13,603,474	54	101.9%	98.9%
首都圏エリア	33,453,632	100	100.6%	98.5%
北信越エリア	5,689,854	32	100.7%	98.5%
東海エリア	4,733,430	36	100.1%	98.6%
関西エリア	16,714,012	36	104.1%	98.9%
中国・四国エリア	9,592,068	43	101.5%	98.8%
九州・沖縄エリア	5,598,011	28	98.8%	99.2%

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	902,600	60	94.9%	97.4%
4～10店舗	4,952,191	98	99.8%	99.0%
11～25店舗	13,132,848	83	100.4%	98.1%
26～50店舗	16,256,033	45	100.0%	98.9%
51店舗以上	54,140,810	43	102.4%	98.8%

集計企業数（社）	329	既存店総売上高（万円）	85,766,061
総店舗数（店舗）	9,583	店舗平均月商（万円）	9,327
総売場面積（㎡）	13,830,299	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.5

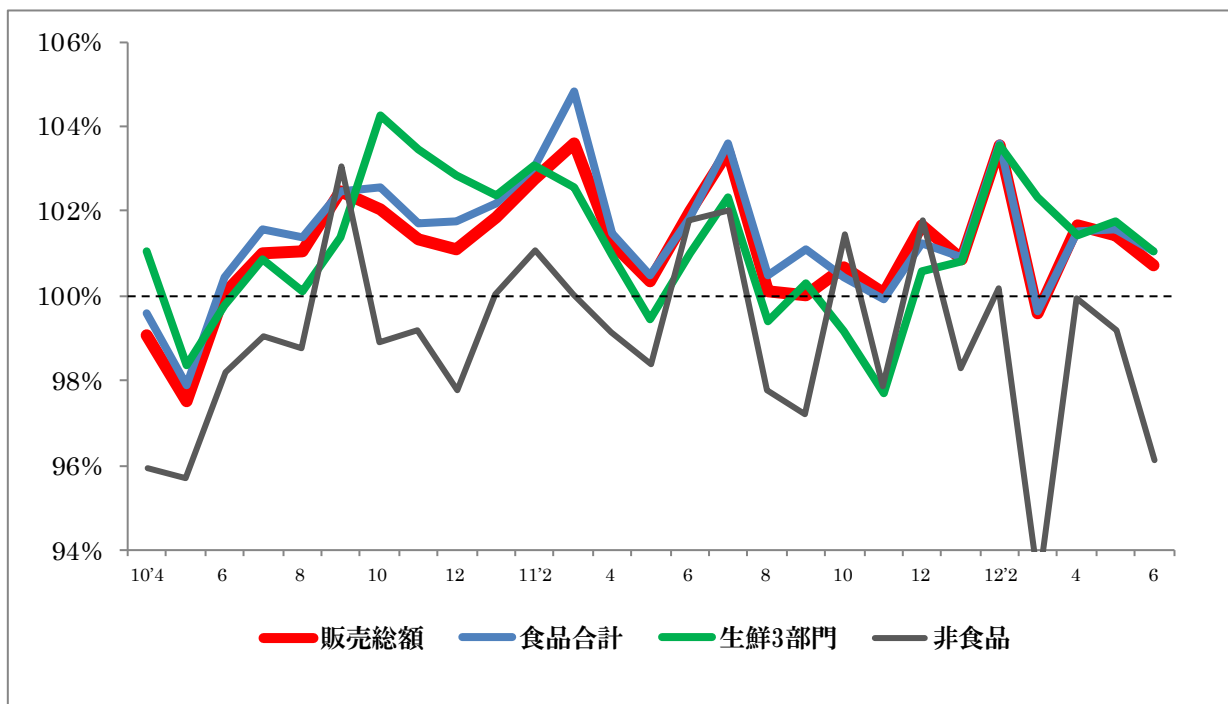
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

※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

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2012年6月(全店ベース対前年同月比)

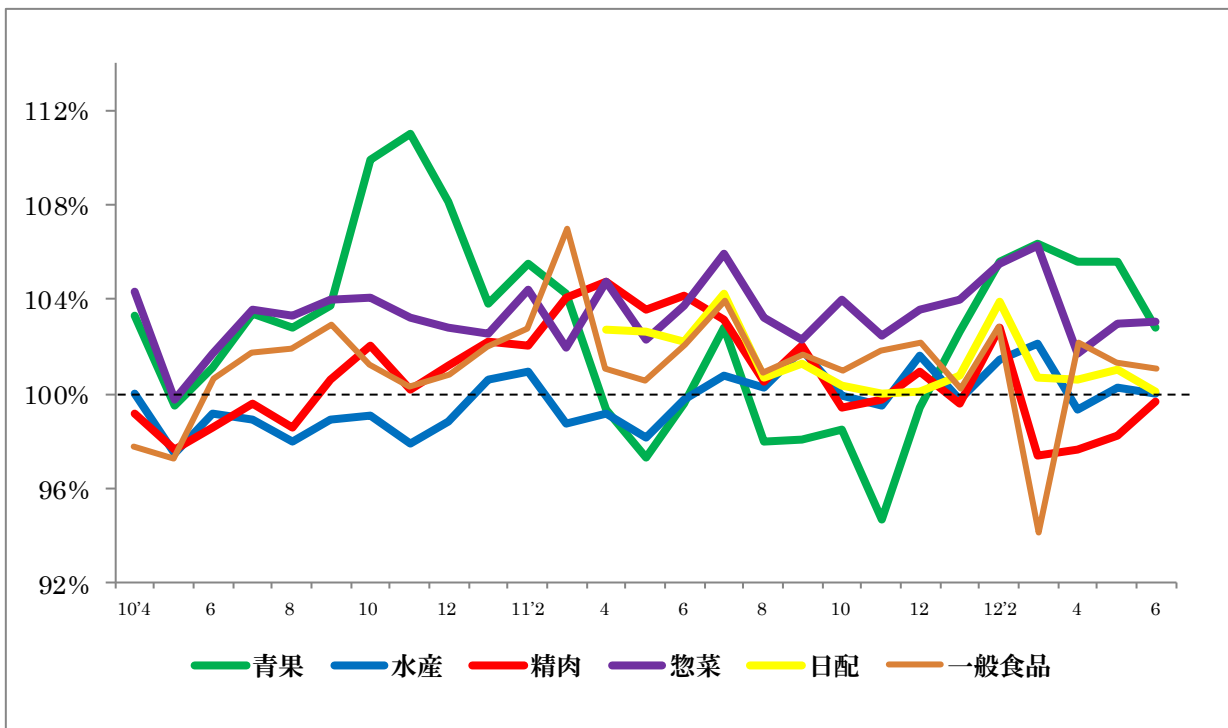
販売総額・食品合計・生鮮3部門・非食品



※2010年4月～2012年5月までは確報版による前年同月比、2012年6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6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5月までは確報版による前年同月比、2012年6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

7月調査結果(6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7月24日

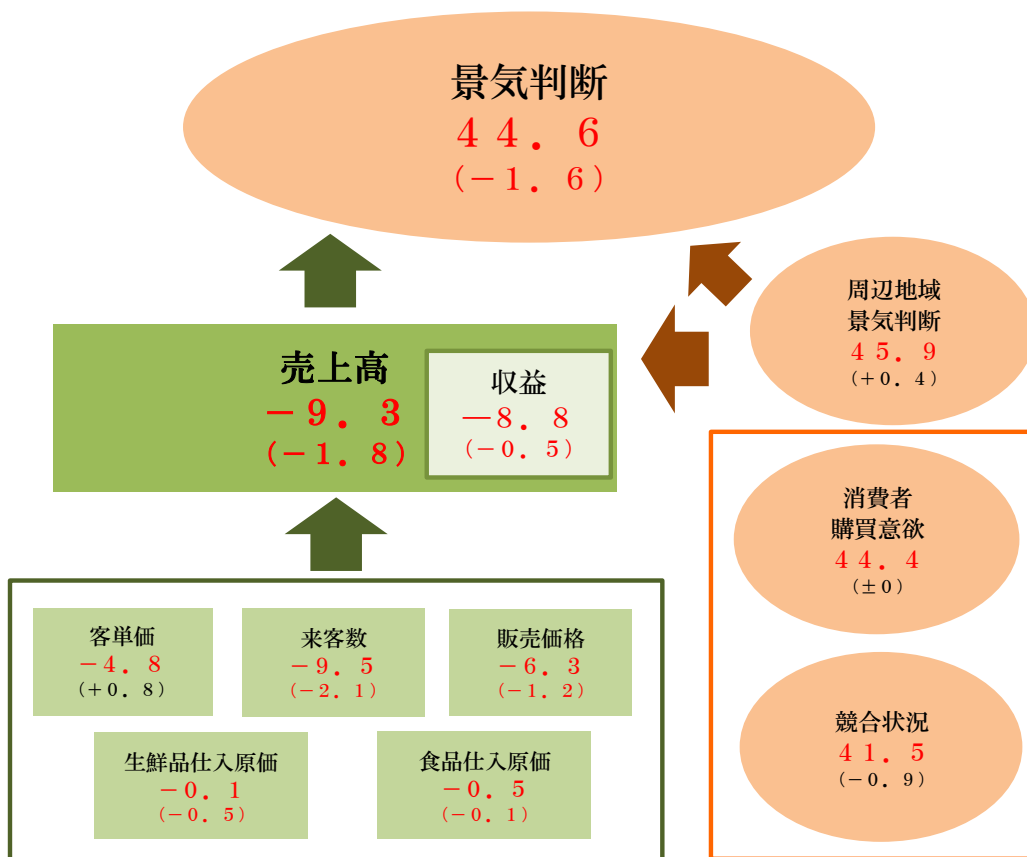
日本スーパーマーケット協会
オール日本スーパーマーケット協会
一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会

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

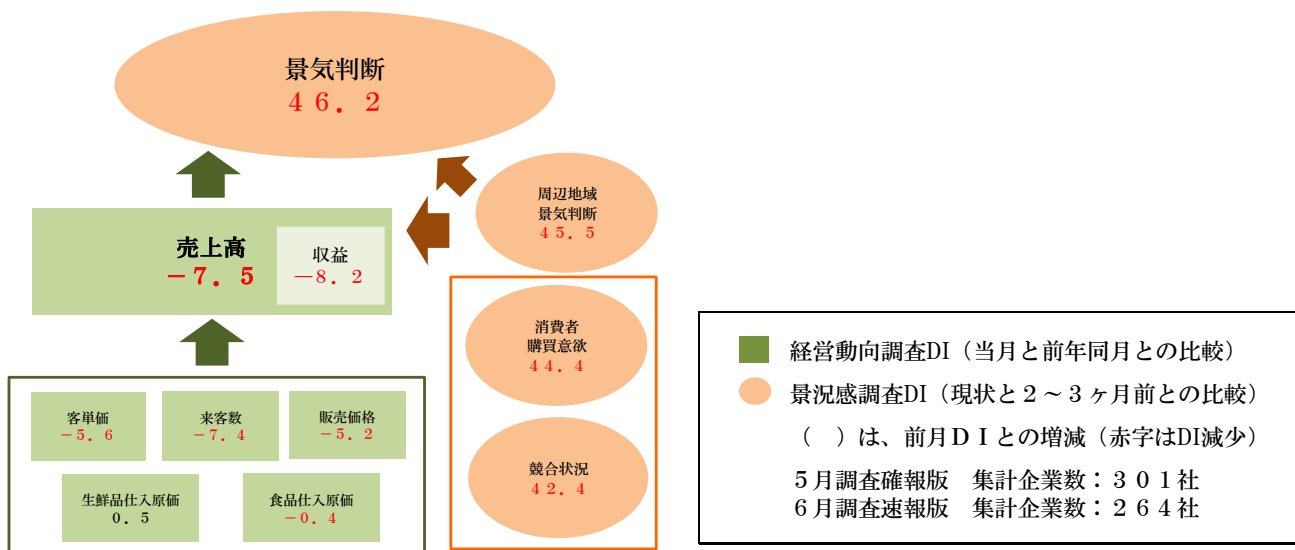
I. 調査結果概況

6月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断は前月に比べ-1.6減少し44.6となった。売上高DI-9.3（前月比-1.8）収益DI-8.8（前月比-0.5）と小幅に減少している。客単価DIが-4.8と小幅に増加したものの、来客数DIは-9.5と減少している。仕入原価については生鮮品、食品共に落ち着いた推移となっているが、販売価格については-6.3（前月比-1.2）と減少傾向が続いている。景況感（現状判断）は、前月からほぼ横ばいでの推移となっているものの、先行判断に慎重な見方が顕著になってきており（P.6,7）、今後の動向を注視する必要がある。

6月中核店舗における景気動向（速報版）



5月中核店舗における景気動向（確報版）

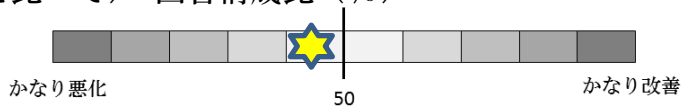


II. 調査結果

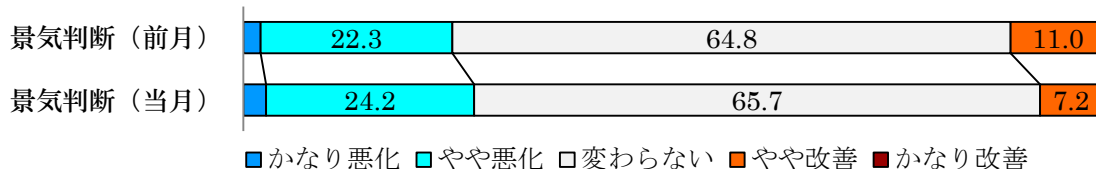
1. 景況感調査（現状判断：2～3カ月前と比べて）：回答構成比（％）

① 景気判断

（↑ やや悪化 ↓ やや改善）

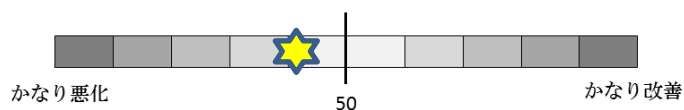


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気判断（前月）	2.0	22.3	64.8	11.0	0.0	46.2
景気判断（当月）	2.6	24.2	65.7	7.2	0.4	44.6

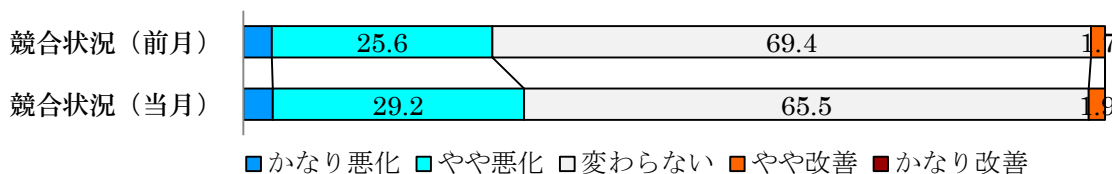


② 周辺競合状況

（↑ やや悪化 ↓ 変わらない）

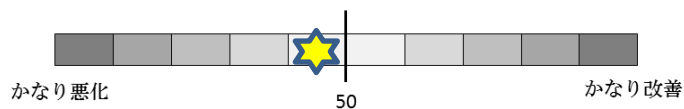


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
競合状況（前月）	3.3	25.6	69.4	1.7	0.0	42.4
競合状況（当月）	3.4	29.2	65.5	1.9	0.0	41.5



③ 消費者購買意欲

（横ばい）

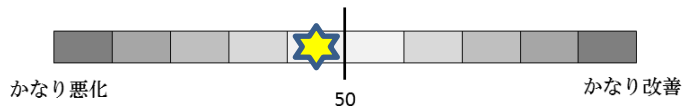


	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
購買意欲（前月）	1.0	25.6	68.1	5.3	0.0	44.4
購買意欲（当月）	1.5	25.3	67.2	6.0	0.0	44.4

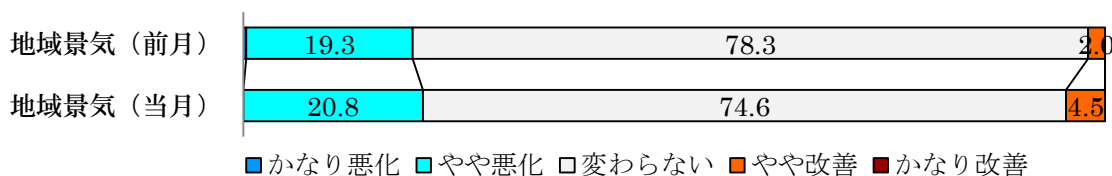


④ 周辺地域景気状況

（↑ やや改善 ↓ 変わらない）



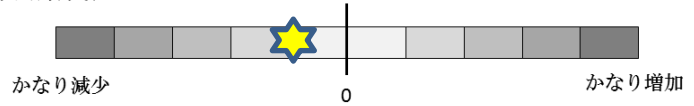
	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
地域景気（前月）	0.3	19.3	78.3	2.0	0.0	45.5
地域景気（当月）	0.0	20.8	74.6	4.5	0.0	45.9



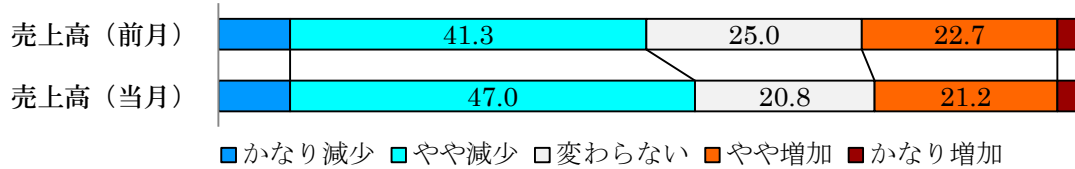
2. 経営動向調査（前年同月との比較）：回答構成比（％）

①売上高

(↑ やや減少 ↓ 変わらない)

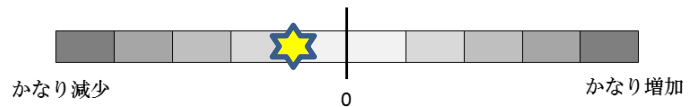


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（前月）	8.3	41.3	25.0	22.7	2.7	-7.5
売上高（当月）	8.3	47.0	20.8	21.2	2.7	-9.3

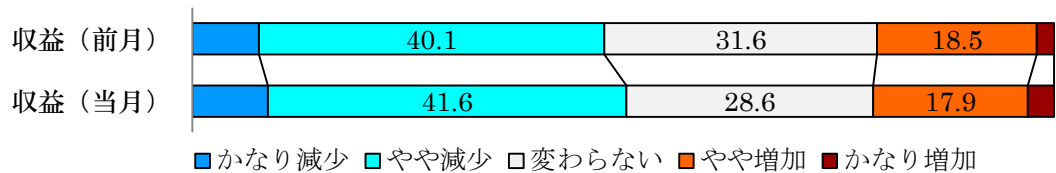


②収益

(↑ やや減少 ↓ 変わらない)

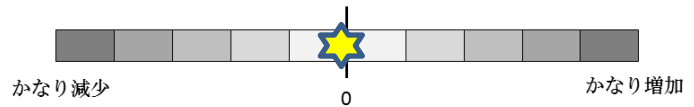


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（前月）	7.7	40.1	31.6	18.5	2.0	-8.2
収益（当月）	8.8	41.6	28.6	17.9	3.1	-8.8

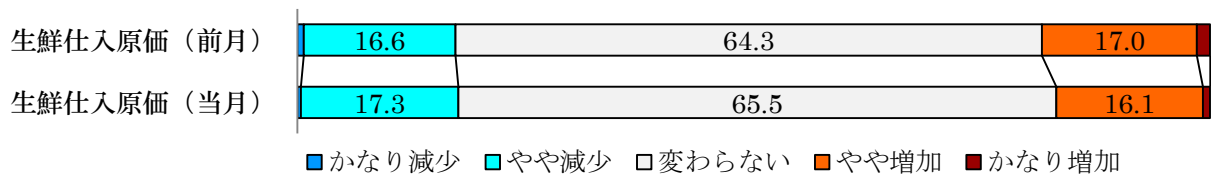


③生鮮仕入原価

(横ばい)



	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）	0.7	16.6	64.3	17.0	1.4	0.5
生鮮仕入原価（当月）	0.4	17.3	65.5	16.1	0.8	-0.1

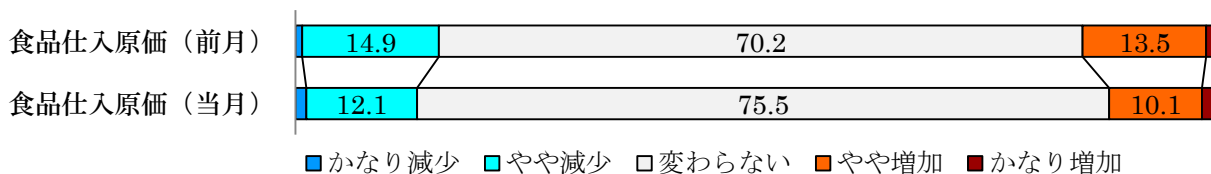


④食品仕入原価

(↑ 変わらない ↓ やや増加)

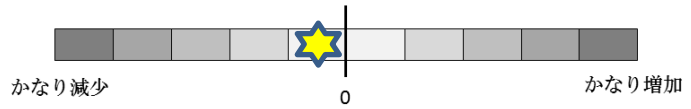


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
食品仕入原価（前月）	0.7	14.9	70.2	13.5	0.7	-0.4
食品仕入原価（当月）	1.2	12.1	75.5	10.1	1.2	-0.5

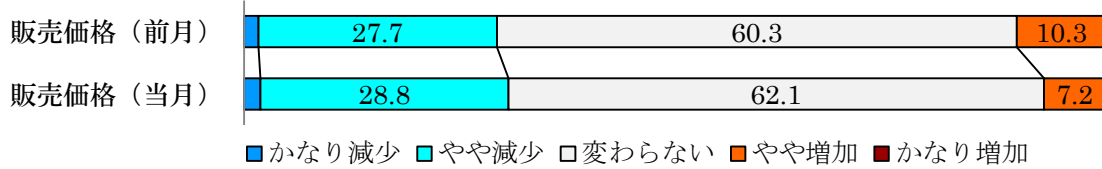


⑤販売価格

(↑変わらない ↓やや増加)

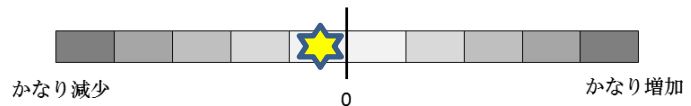


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格（前月）	1.7	27.7	60.3	10.3	0.0	-5.2
販売価格（当月）	1.9	28.8	62.1	7.2	0.0	-6.3

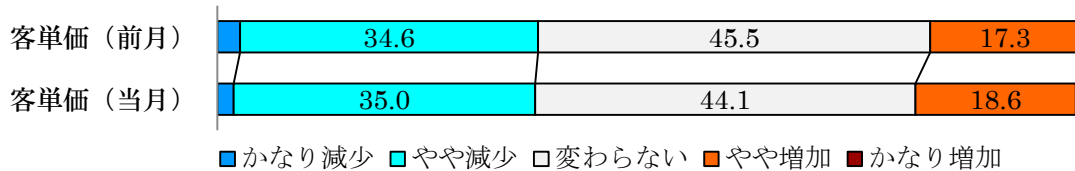


⑥客単価

(横ばい)

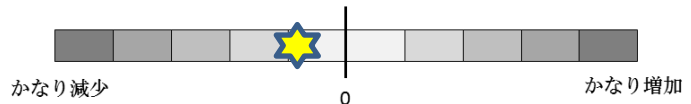


	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価（前月）	2.7	34.6	45.5	17.3	0.0	-5.6
客単価（当月）	1.9	35.0	44.1	18.6	0.4	-4.8

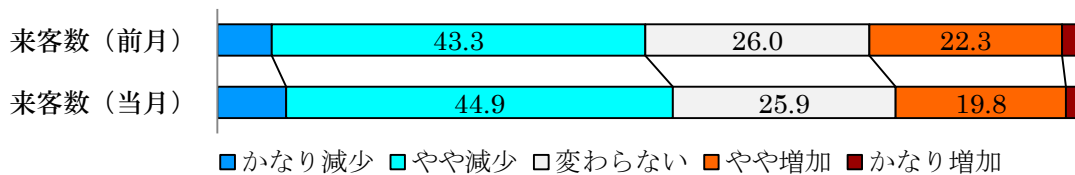


⑦来客数

(↑やや減少 ↓やや増加)



	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）	6.3	43.3	26.0	22.3	2.0	-7.4
来客数（当月）	8.0	44.9	25.9	19.8	1.5	-9.5

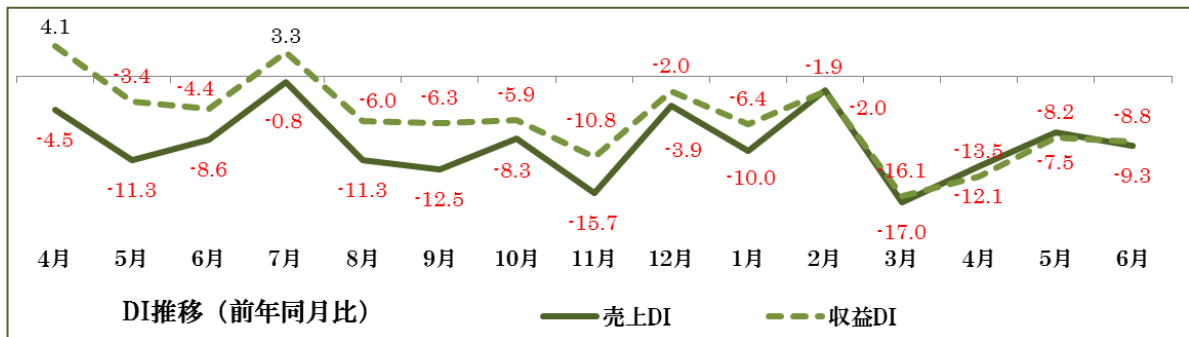


II. 調査結果推移

1. スーパーマーケット経営動向調査

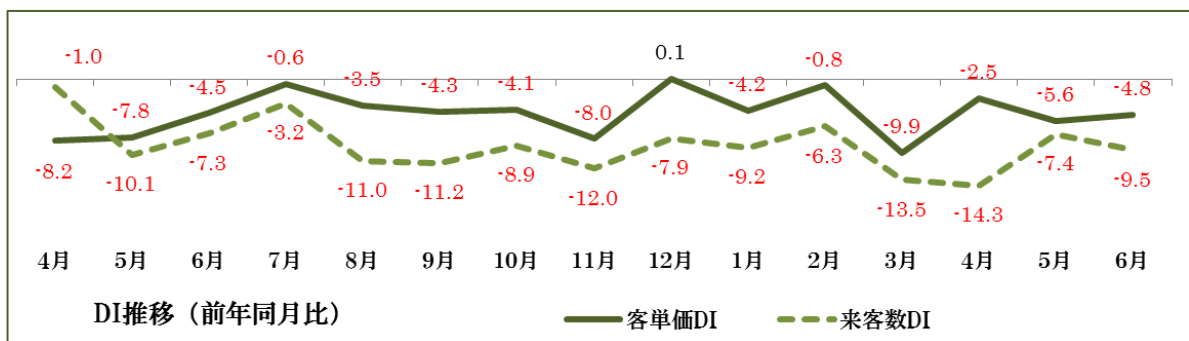
①売上高 DI・収益 DI

前月に比べ「売上高 DI」、「収益 DI」共にやや減少



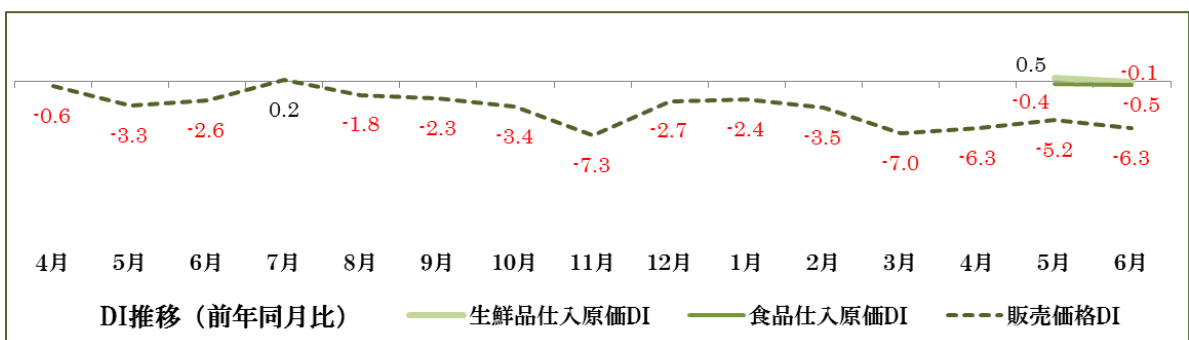
②客単価 DI・来客数 DI

前月に比べ「客単価 DI」は小幅に上昇も「来客数 DI」は減少



③生鮮品仕入原価 DI・食品仕入原価 DI・販売価格 DI

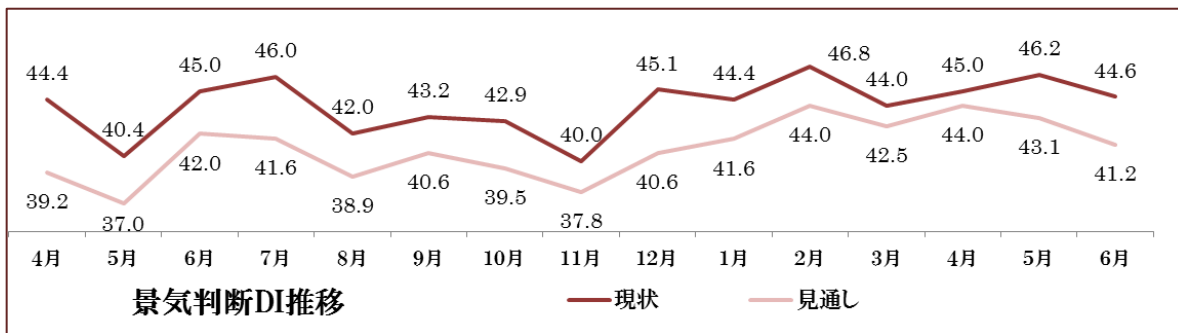
前月に比べ「生鮮品仕入原価」は小幅に減少、「食品仕入価格」は横ばい
「販売価格 DI」やや減少



2. スーパーマーケット景況感調査

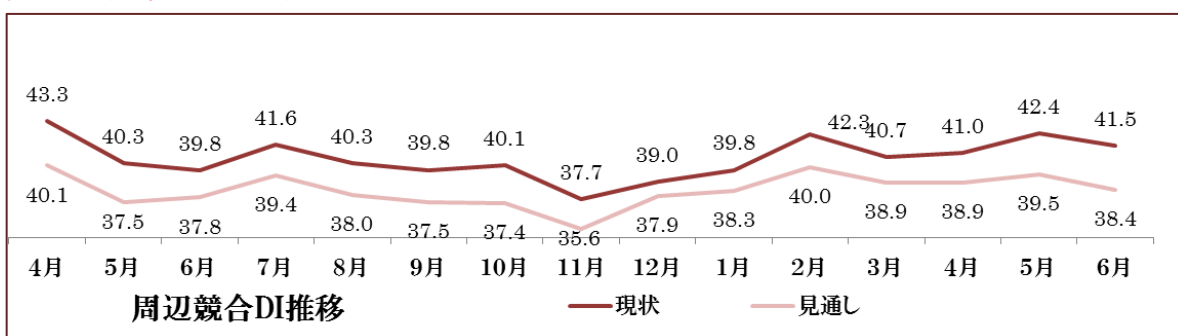
①景気状況 DI (現状判断・見通し)

現状判断、見通し判断はともに悪化



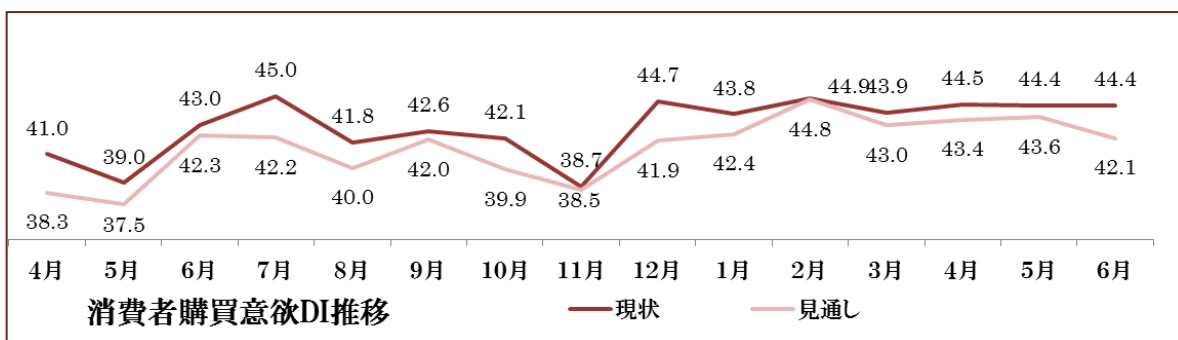
②周辺競合状況 DI (現状判断・見通し)

現状判断、見通し判断はともに悪化



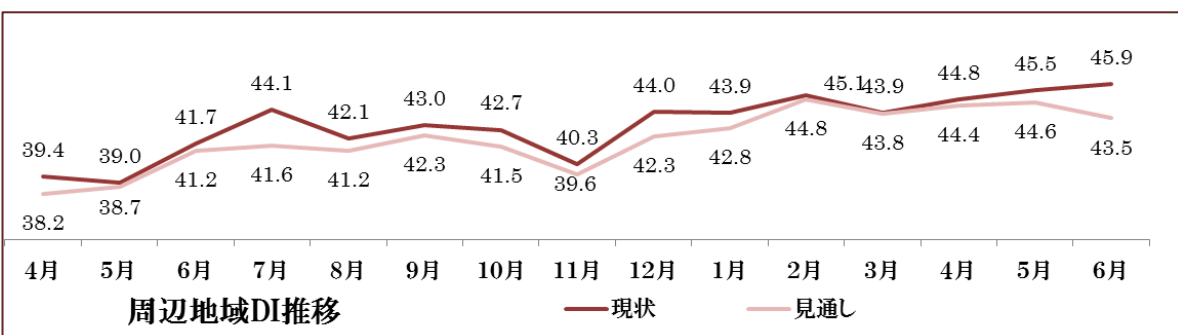
③消費者購買意欲 DI (現状判断・見通し)

現状判断は横ばいも見通し判断は悪化



④周辺地域 DI (現状判断・見通し)

現状判断は小幅に改善も見通し判断は悪化

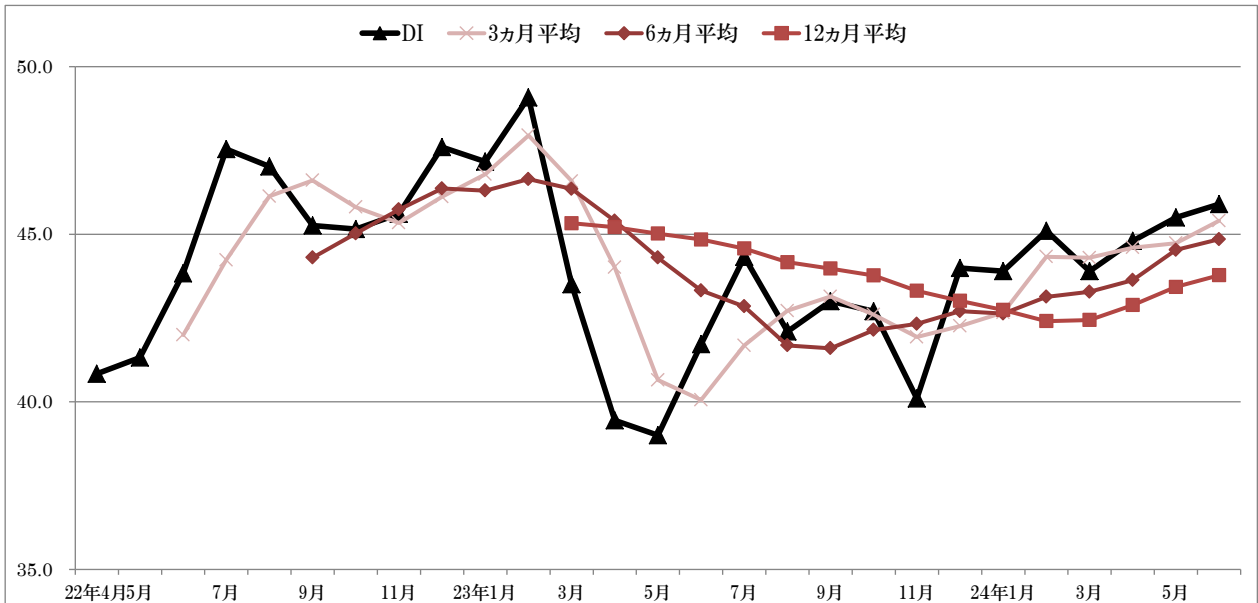


III. 調査関連資料

1. 移動平均線（周辺地域景気 DI 現状判断・見通し）

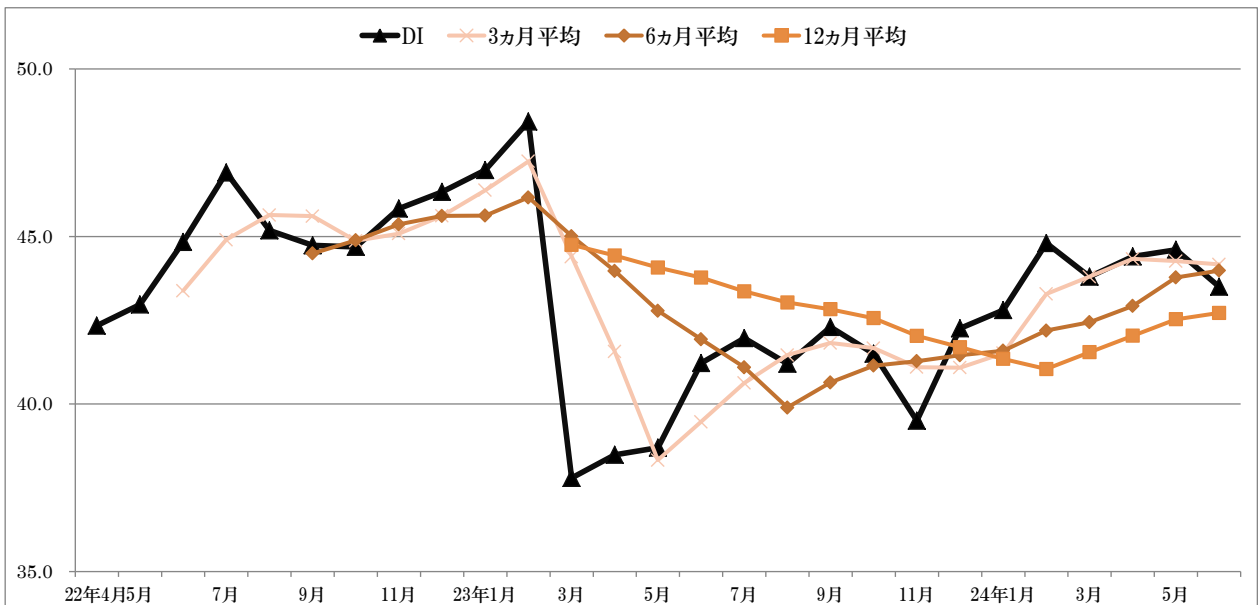
①周辺地域景気 DI（現状判断）

緩やかな回復基調が続いており、DIは各移動平均線の上部を推移している。
各移動平均線とも上向きでの推移となっている。



②周辺地域景気 DI（見通し判断）

やや頭打ちの傾向がみられ、DIは3ヶ月・6ヶ月移動平均線を下回る推移となっている。
3ヶ月移動平均線は横ばいでの推移に変化している。



2. 調査に寄せられたコメント

6月景況感コメントキーワード TOP3

- ①天候不順(中旬以降、雨が多い、気温が低い、台風上陸)
- ②価格志向の高まりと価格戦略の激化
- ③競合状況の変化