

スーパーマーケット販売統計調査

3月実績速報パネル版・2月実績全数確報版・2012年度集計

●速報パネル版について

毎月「同一企業 310 社(パネル)」を対象として集計しています。

パネル集計であるため「販売金額(円)」の時系列推移も参照できます。

●確報全数版について

調査に回答のあった「すべての企業」を対象として集計しています。

集計企業が毎月異なるため「販売金額(円)」の時系列推移は参照できませんが

速報版より多くの企業による「前年同月比(%)」の集計を行っています。

【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
- ※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
- ※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

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、インスタベーカーリー、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

2013年4月23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

2013年4月23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
 2013年3月実績 速報パネル版

	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	80,243,564	100.0%	100.0%	98.5%
食品合計	68,300,707	85.1%	99.9%	98.4%
生鮮3部門合計	25,358,018	31.6%	98.6%	97.0%
青果	10,376,264	12.9%	95.7%	94.3%
水産	7,055,456	8.8%	99.3%	97.7%
畜産	7,926,299	9.9%	101.9%	100.2%
惣菜	7,033,954	8.8%	102.1%	100.3%
日配	14,122,938	17.6%	100.2%	98.4%
一般食品	21,785,797	27.1%	100.8%	99.5%
非食品	8,226,973	10.3%	100.6%	100.2%
その他	3,715,883	4.6%	99.6%	99.7%

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	13,662,260	52	101.7%	99.8%
首都圏エリア	29,250,411	90	100.4%	98.6%
北信越エリア	5,701,642	32	100.1%	98.9%
東海エリア	4,464,224	35	97.5%	97.3%
関西エリア	16,821,918	35	98.0%	97.3%
中国・四国エリア	5,290,859	40	100.3%	98.0%
九州・沖縄エリア	5,052,250	26	101.2%	100.4%

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	778,558	56	95.7%	97.0%
4~10店舗	4,518,916	93	96.2%	97.8%
11~25店舗	11,839,881	77	100.3%	97.8%
26~50店舗	17,303,983	48	100.2%	99.4%
51店舗以上	45,802,225	36	100.3%	98.5%
集計企業数 (社)	310	既存店総売上高 (万円)	80,003,198	
総店舗数 (店舗)	7,345	店舗平均月商 (万円)	10,925	
総売場面積 (㎡)	11,644,851	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

2013年4月23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 2013年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	74,879,893	100.0%	97.2%	95.1%
食品合計	65,710,594	87.8%	97.3%	95.2%
生鮮3部門合計	24,900,374	33.3%	96.5%	94.5%
青果	10,130,208	13.5%	95.9%	93.9%
水産	6,832,581	9.1%	95.5%	93.5%
畜産	7,937,585	10.6%	98.3%	96.2%
惣菜	6,709,077	9.0%	98.9%	96.4%
日配	13,760,950	18.4%	96.5%	94.4%
一般食品	20,340,193	27.2%	98.2%	96.2%
非食品	5,863,672	7.8%	97.1%	95.7%
その他	3,305,627	4.4%	98.0%	96.0%

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	12,234,630	53	98.4%	95.7%
首都圏エリア	27,172,556	98	97.1%	95.2%
北信越エリア	5,161,737	32	96.6%	95.0%
東海エリア	4,536,235	37	93.9%	93.5%
関西エリア	15,807,104	36	98.5%	95.9%
中国・四国エリア	4,833,904	40	97.5%	93.8%
九州・沖縄エリア	5,133,727	33	94.2%	93.6%

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	833,147	63	91.2%	92.4%
4~10店舗	4,406,149	99	92.5%	93.2%
11~25店舗	11,267,375	81	96.8%	94.1%
26~50店舗	15,851,081	48	97.4%	95.7%
51店舗以上	42,522,141	38	98.0%	95.4%
集計企業数 (社)	329	既存店総売上高 (万円)	72,719,887	
総店舗数 (店舗)	7,654	店舗平均月商 (万円)	9,783	
総売場面積 (㎡)	12,080,171	売場1㎡あたり売上高 (万円)	6.2	

※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

2013年4月23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
 年度集計（2012年4月～2013年3月）パネル版

	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	964,706,169	100.0%	100.5%	98.0%
食品合計	847,273,397	87.8%	100.6%	98.0%
生鮮3部門合計	315,620,121	32.7%	100.2%	97.7%
青果	128,167,261	13.3%	101.0%	98.5%
水産	88,620,008	9.2%	99.1%	96.6%
畜産	98,832,852	10.2%	100.3%	97.7%
惣菜	87,518,822	9.1%	101.9%	98.9%
日配	179,968,072	18.7%	100.1%	97.5%
一般食品	264,166,383	27.4%	100.9%	98.5%
非食品	82,451,768	8.5%	98.5%	96.7%
その他	34,981,003	3.6%	102.1%	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	163,420,542	52	101.8%	99.0%
首都圏エリア	348,527,453	90	99.9%	97.9%
北信越エリア	67,849,492	32	100.3%	98.3%
東海エリア	56,054,360	35	97.8%	96.7%
関西エリア	203,488,180	35	101.5%	97.5%
中国・四国エリア	63,863,121	40	100.4%	97.6%
九州・沖縄エリア	61,503,021	26	99.5%	98.5%
集計企業数（社）	310	既存店総売上高（万円）	931,144,669	
		店舗平均月商（万円）	10,993	
		売場1㎡あたり月商（万円）	6.9	

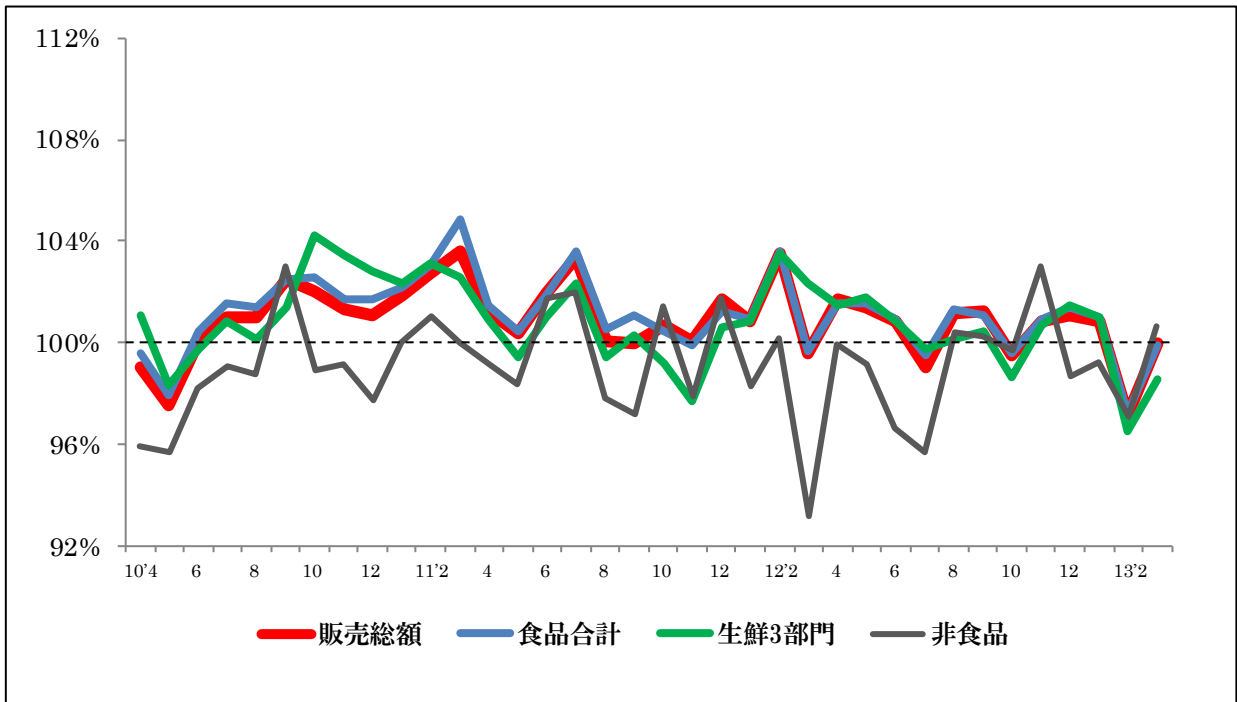
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入

※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

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2013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

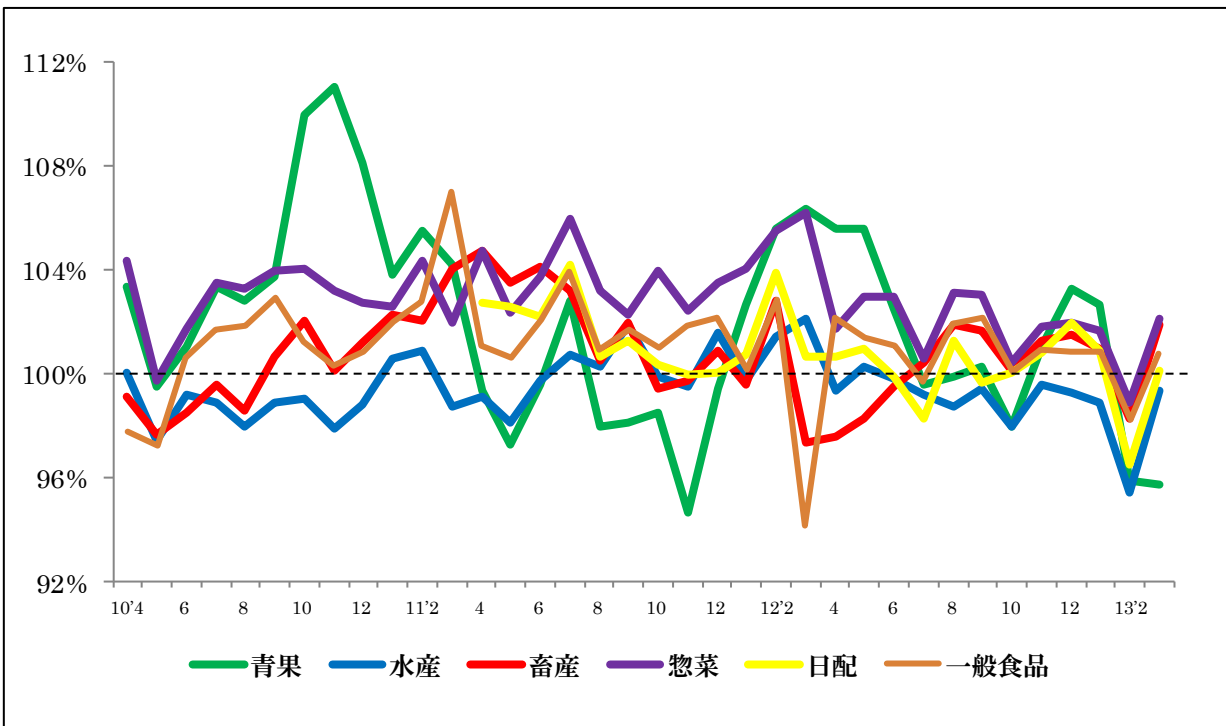


※2010年4月～2013年2月までは確報版による前年同月比、2013年3月は速報版による前年同月比

※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～2013年3月(全店ベース対前年同月比)

青果・水産・畜産・惣菜・日配・一般食品



※2010年4月～2013年2月までは確報版による前年同月比、2013年3月は速報版による前年同月比

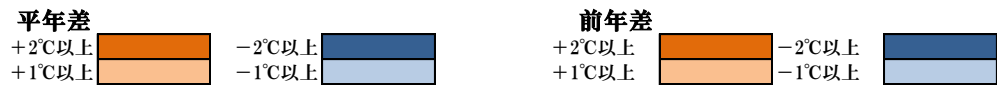
※2011年3月までは、「一般食品」に「日配」を含む

エリア別気候状況(平均気温・日照時間・降水量)

①平均気温

2013年3月(平年との比較) 上・中旬は北海道、東北を除きに平年に比べ気温が非常に高く、下旬はほぼ平年並みであった
前年同月(2012年3月)と比較 中旬で全国的に前年に比べ非常に気温が高くなった

	平年との比較(°C)			平年との比較(°C)			今年と前年との差(°C)		
	2013年3月(今年)			2012年3月(前年)					
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
北海道地方	0.4	0.5	-1.0	0.4	-1.9	-0.4	0.0	2.4	-0.6
東北地方	1.3	0.9	-0.7	0.2	-1.5	-0.3	1.1	2.4	-0.4
関東甲信地方	3.2	3.6	1.4	1.2	-1.5	-0.3	2.0	5.1	1.7
北陸地方	2.3	1.7	-0.6	1.2	-1.6	-0.3	1.1	3.3	-0.3
東海地方	2.1	2.6	1.3	2.2	-1.4	-0.7	-0.1	4.0	2.0
近畿地方	2.3	2.1	0.3	2.0	-1.7	-0.7	0.3	3.8	1.0
中国地方	2.8	1.6	0.3	1.8	-1.8	-0.4	1.0	3.4	0.7
四国地方	2.3	2.0	0.9	2.2	-1.5	-0.3	0.1	3.5	1.2
九州北部	2.7	1.9	0.3	1.8	-1.3	-0.1	0.9	3.2	0.4
九州南部・奄美地方	2.3	2.3	0.7	2.5	-1.0	-0.4	-0.2	3.3	1.1



②日照時間

2013年3月(平年との比較) 上・中旬は北海道、東北を除きに平年に日照時間が長く、下旬はほぼ平年並みであった
前年同月(2012年3月)と比較 上旬で北海道、東北を除き、前年に比べ日照時間が長くなった

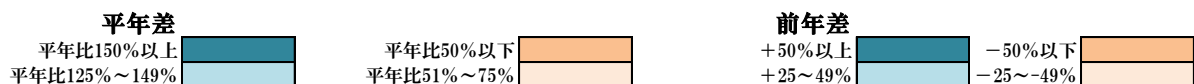
	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(°C)		
	2013年3月(今年)			2012年3月(前年)					
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
北海道地方	67	64	109	94	91	85	-27	-27	24
東北地方	89	107	93	83	88	81	6	19	12
関東甲信地方	127	130	87	35	112	121	92	18	-34
北陸地方	123	133	100	76	95	84	47	38	16
東海地方	126	122	99	39	115	134	87	7	-35
近畿地方	132	136	88	40	101	126	92	35	-38
中国地方	143	126	101	34	80	108	109	46	-7
四国地方	136	120	92	35	99	139	101	21	-47
九州北部	140	111	101	34	101	150	106	10	-49
九州南部・奄美地方	159	139	94	37	104	194	122	35	-100



③降水量

2013年3月(平年との比較) 上旬は北海道で多く、それ以外で少なく、下旬は全国的に降水量が少なくなった
前年同月(2012年3月)と比較 上旬と下旬で、北海道ではやや多く、それ以外で前年に比べ、降水量が少なくなった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(°C)		
	2013年3月(今年)			2012年3月(前年)					
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
北海道地方	225	150	56	116	52	95	109	98	-39
東北地方	57	77	14	208	96	176	-151	-19	-162
関東甲信地方	38	75	19	329	56	82	-291	19	-63
北陸地方	71	127	25	103	142	180	-32	-15	-155
東海地方	52	95	6	274	57	107	-222	38	-101
近畿地方	69	128	8	240	54	145	-171	74	-137
中国地方	62	110	20	177	52	161	-115	58	-141
四国地方	62	77	43	219	52	118	-157	25	-75
九州北部	59	116	18	147	50	166	-88	66	-148
九州南部・奄美地方	17	78	48	191	58	67	-174	20	-19



気象庁ホームページより引用
 平年値は過去30年(1981年~2010年)の平均
 スーパーマーケット統計事務局作成

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)

スーパーマーケット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①

スーパーマーケット中核店舗における「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」について、前年同月及び前月と比較し「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階で調査

経営動向調査 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」

調査項目②

「青果」「水産」「畜産」「惣菜」「日配」「一般食品」「非食品」の各カテゴリーについて、当月における好調カテゴリーと不調カテゴリーとその要因を調査

【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」について、2~3か月前と比較した現状及び今後2~3か月の見通しを「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階で調査

景況感 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」

2013年4月23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

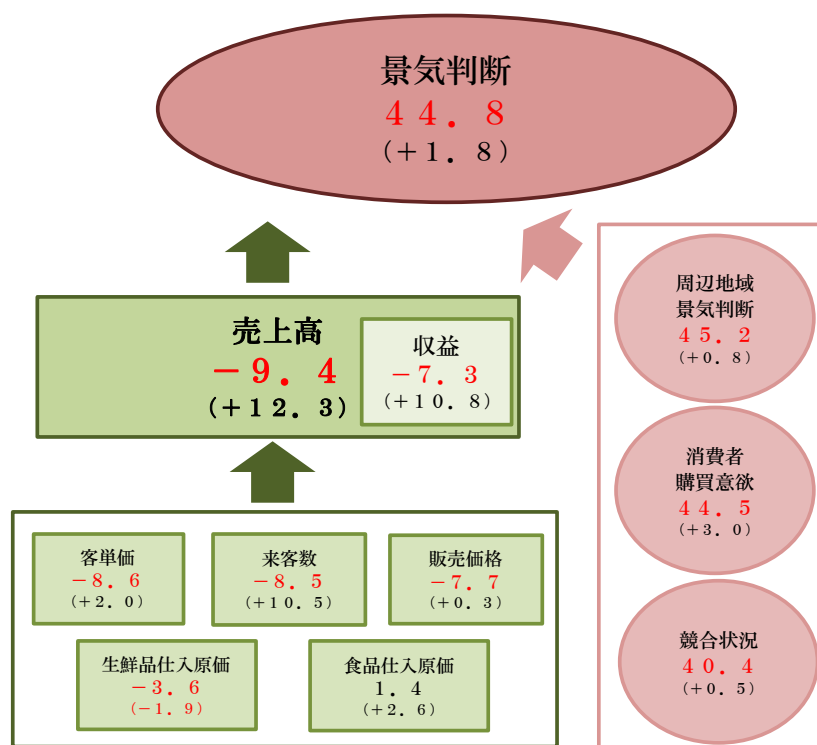
I. 調査結果概況

景況感 DI は改善傾向続き、周辺地域景気 DI は4 ヶ月連続の改善

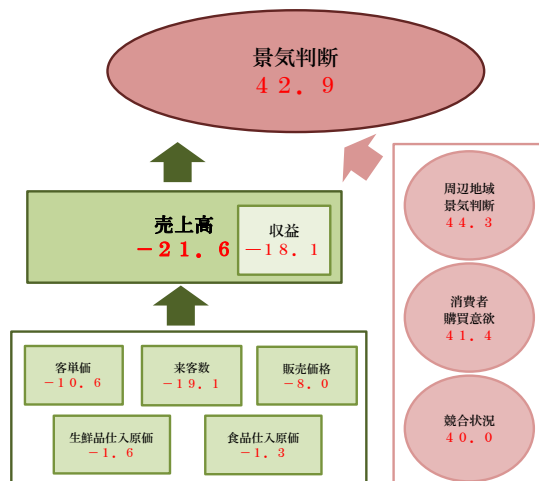
3月スーパーマーケット中核店舗における景気判断は44.8と前月に比べ1.8改善した。経営動向調査は、前月(2月)のうるう年翌年により大きく下降した反動と、気温の上昇も追い風となり売上高DI、収益DI、来客数DIが軒並み2桁の上昇となった。客単価DIも小幅ながら改善している。生鮮品仕入原価DIは、青果相場安で-3.6とやや下落している。

景況感では、競合状況DIを除きゆるやかな改善が続いており、特に周辺地域景気判断DIは、4ヶ月連続で上昇し、これまで改善がゆるやかであった購買意欲DIも44.5まで上昇した。ここ数ヶ月で回復基調が鮮明となっている。加えて、先行き判断DIも堅調に推移していることから、今後も回復傾向が続いていくものと推察される。

2013年3月 中核店舗における景況感・経営動向 (速報版)



2013年2月 中核店舗における景況感・経営動向 (確報版)



()内は、前月DIとの増減(赤字はDI減少)

景気動向調査コメント キーワードTOP3

1. 桜の開花(気温の上昇)
2. ひなまつり
3. 青果の相場安

()内は、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: 269社
3月調査速報版 集計企業数: 253社

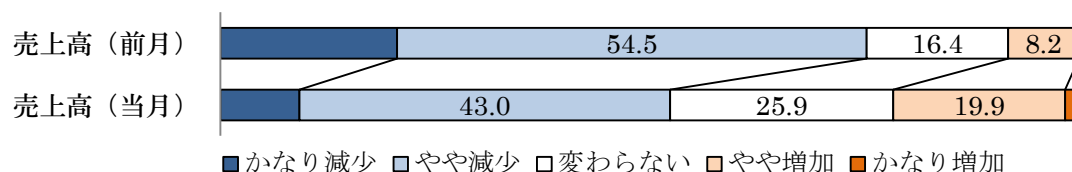
II. 調査結果詳細

1. 経営動向調査（前年同月との比較）

①売上高 DI

「やや増加」「変わらない」の割合が増加し、「かなり減少」「やや減少」が減少したため、DIは上昇

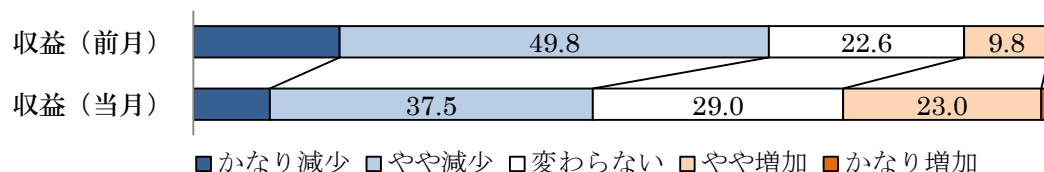
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高 (前月)	20.5	54.5	16.4	8.2	0.4	-21.6
売上高 (当月)	9.2	43.0	25.9	19.9	2.0	-9.4



②収益 DI

「やや増加」「変わらない」の割合が増加し、「かなり減少」「やや減少」が減少したため、DIは上昇

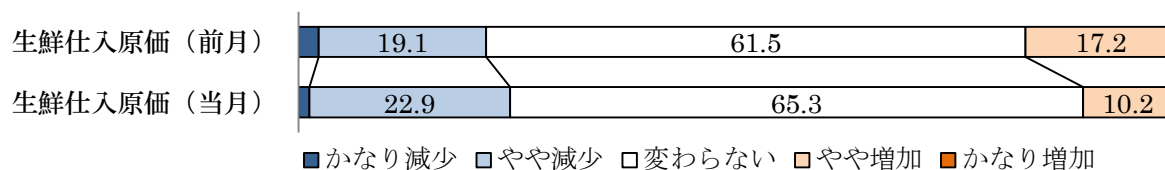
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益 (前月)	17.0	49.8	22.6	9.8	0.8	-18.1
収益 (当月)	8.9	37.5	29.0	23.0	1.6	-7.3



③生鮮仕入原価 DI

「やや増加」の割合が減少し、DIは小幅に下降

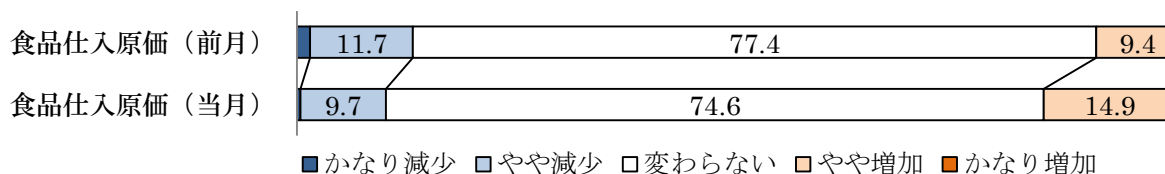
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価 (前月)	2.3	19.1	61.5	17.2	0.0	-1.6
生鮮仕入原価 (当月)	1.2	22.9	65.3	10.2	0.4	-3.6



④食品仕入原価 DI

「やや増加」の割合増加し、DIは小幅に上昇

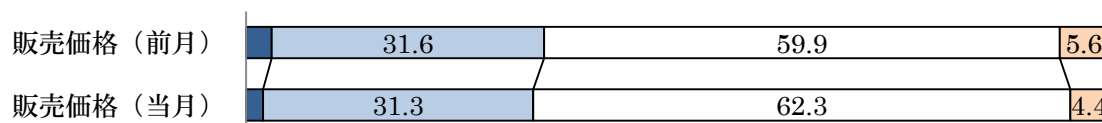
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
食品仕入原価 (前月)	1.5	11.7	77.4	9.4	0.0	-1.3
食品仕入原価 (当月)	0.4	9.7	74.6	14.9	0.4	1.3



⑤販売価格 DI

回答構成比に大きな変化なし

回答構成比 (%)	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)	3.0	31.6	59.9	5.6	0.0	-8.0
販売価格 (当月)	2.0	31.3	62.3	4.4	0.0	-7.7

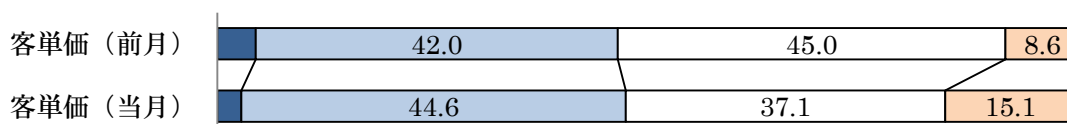


■かなり減少 □やや減少 □変わらない □やや増加 ■かなり増加

⑥客単価 DI

「やや増加」の割合が増加し、「変わらない」が減少したため DI は小幅に上昇

回答構成比 (%)	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)	4.5	42.0	45.0	8.6	0.0	-10.6
客単価 (当月)	2.8	44.6	37.1	15.1	0.4	-8.6

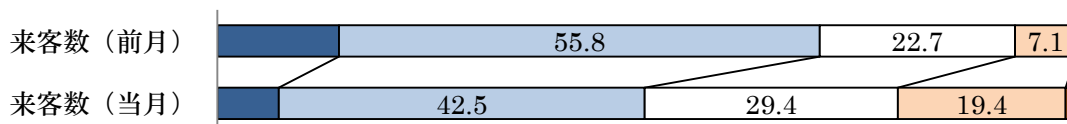


■かなり減少 □やや減少 □変わらない □やや増加 ■かなり増加

⑦来客数 DI

「やや増加」「変わらない」の割合が増加し、「かなり減少」「やや減少」が減少したため、DI は上昇

回答構成比 (%)	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)	14.1	55.8	22.7	7.1	0.4	-19.1
来客数 (当月)	7.1	42.5	29.4	19.4	1.6	-8.5



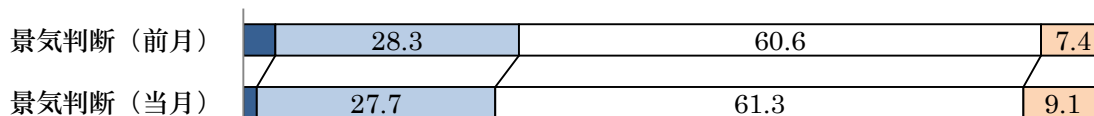
■かなり減少 □やや減少 □変わらない □やや増加 ■かなり増加

2. 景況感調査（現状判断：2～3カ月前との比較）

①景気判断 DI

回答構成比に大きな変化なし

回答構成比 (%)	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)	3.7	28.3	60.6	7.4	0.0	42.9
景気判断 (当月)	1.6	27.7	61.3	9.1	0.4	44.8

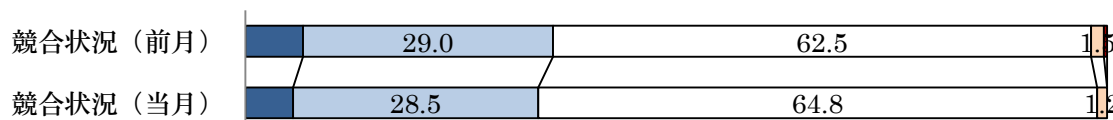


■かなり悪化 □やや悪化 □変わらない □やや改善 ■かなり改善

②周辺競合状況 DI

回答構成比に大きな変化なし

回答構成比 (%)	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)	6.7	29.0	62.5	1.5	0.4	40.0
競合状況 (当月)	5.5	28.5	64.8	1.2	0.0	40.4

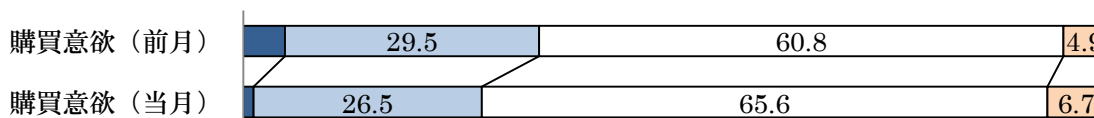


■かなり悪化 □やや悪化 □変わらない □やや改善 ■かなり改善

③消費者購買意欲 DI

「変わらない」の回答割合が増加し、DIは上昇

回答構成比 (%)	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)	4.9	29.5	60.8	4.9	0.0	41.4
購買意欲 (当月)	1.2	26.5	65.6	6.7	0.0	44.5

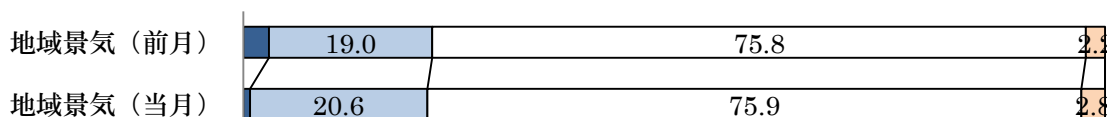


■かなり悪化 □やや悪化 □変わらない □やや改善 ■かなり改善

④周辺地域景気状況 DI

回答構成比に大きな変化なし

回答構成比 (%)	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)	3.0	19.0	75.8	2.2	0.0	44.3
地域景気 (当月)	0.8	20.6	75.9	2.8	0.0	45.2



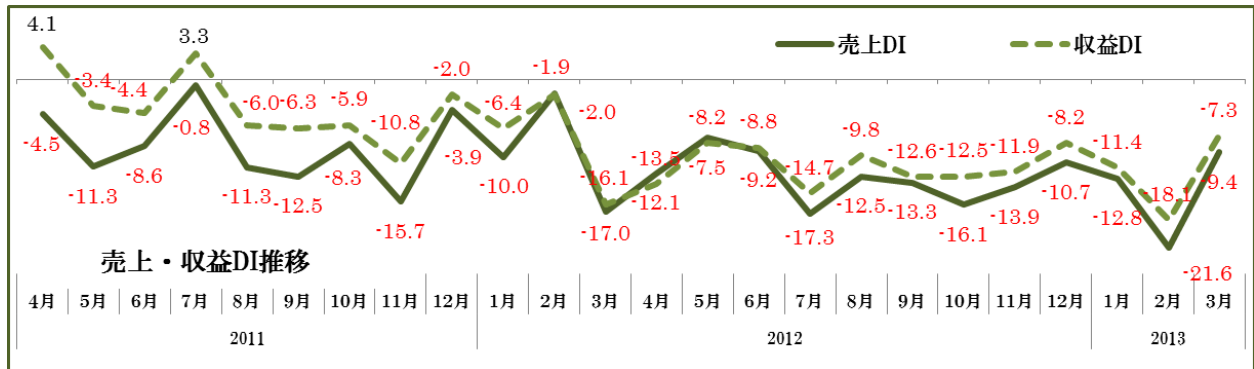
■かなり悪化 □やや悪化 □変わらない □やや改善 ■かなり改善

II. 調査結果推移 (2011年4月～)

1. スーパーマーケット経営動向調査

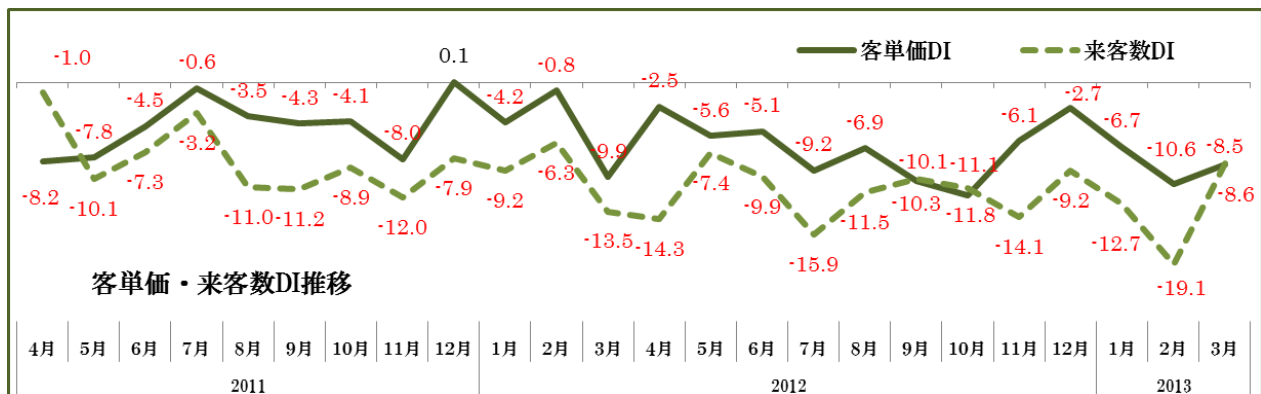
①売上高DI・収益DI

「売上高DI」「収益DI」共に大幅に上昇



②客単価DI・来客数DI

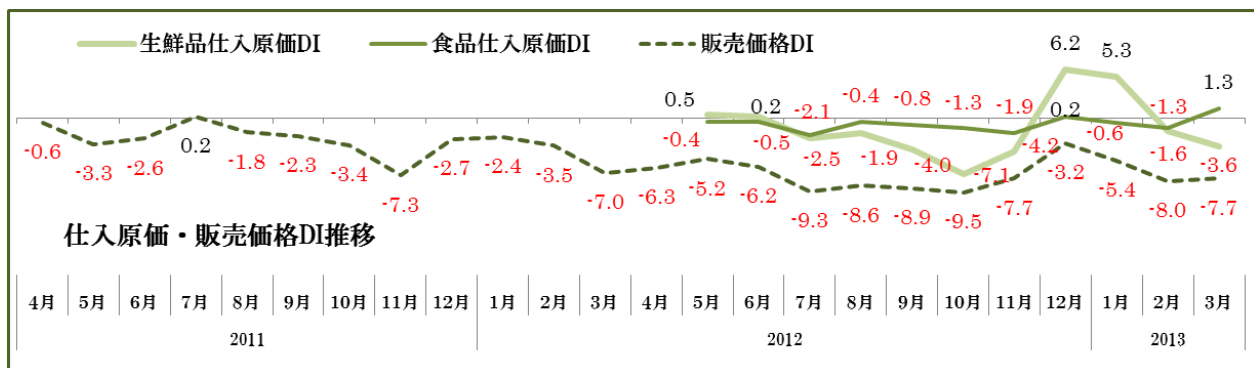
「客単価DI」は小幅に上昇、「来客数DI」共に大幅に上昇



③生鮮品仕入原価DI・食品仕入原価DI・販売価格DI

「生鮮品仕入原価DI」はやや下降傾向。「食品仕入原価DI」小幅に上昇

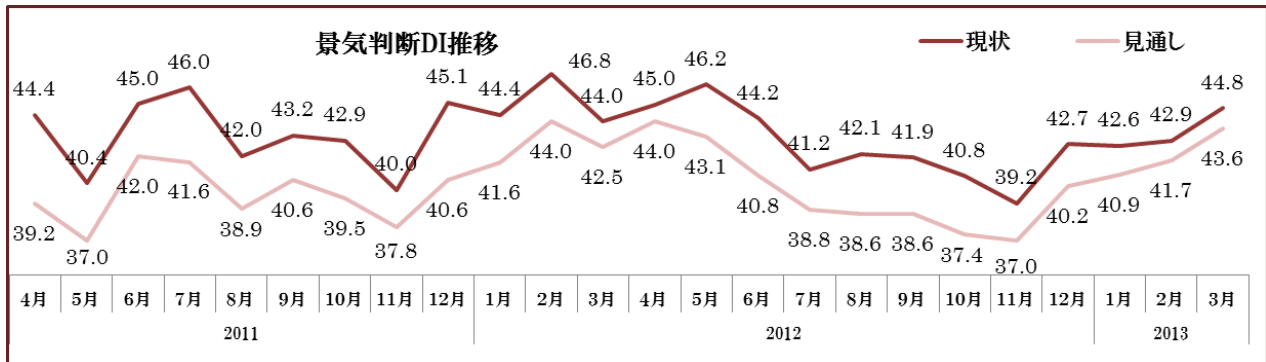
「販売価格DI」は横ばい



2. スーパーマーケット景況感調査

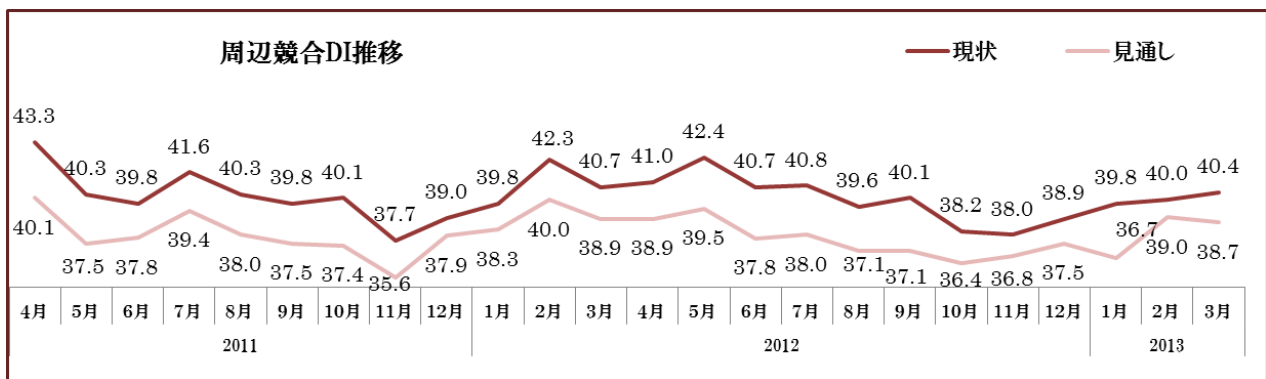
①景気状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断は上昇、見通し判断も引き続き改善傾向続く



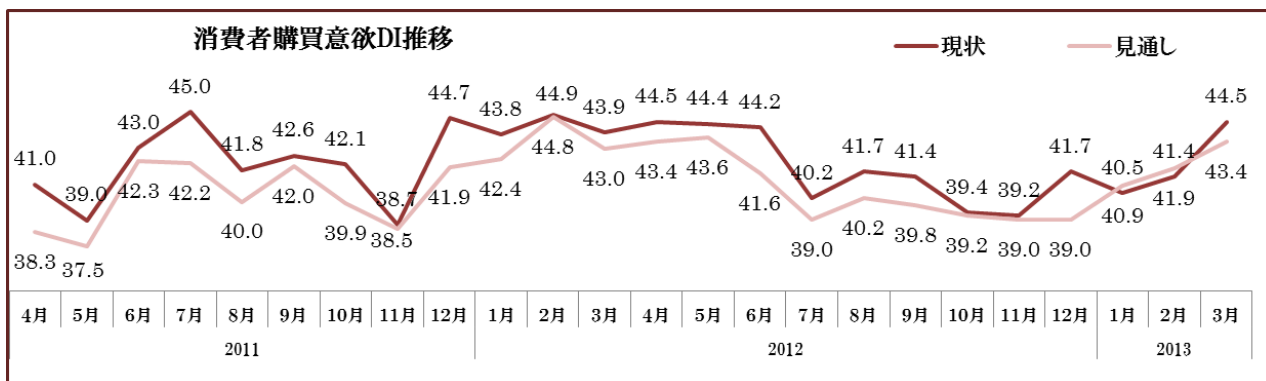
②周辺競合状況 DI（現状判断・見通し）

現状、見通し判断共に低水準での横ばい傾向が続く



③消費者購買意欲 DI（現状判断・見通し）

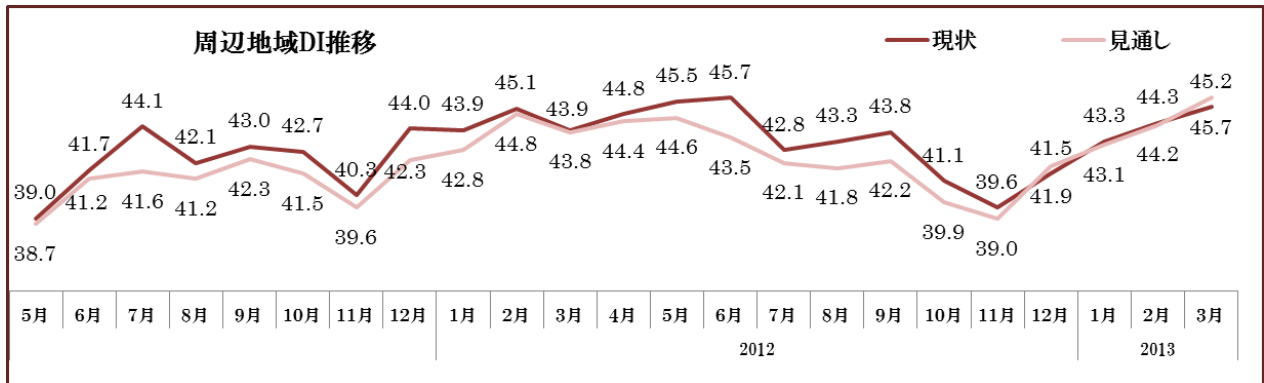
現状判断は大幅に上昇、見通し判断も上昇傾向が続く



III. 調査関連資料

④ 周辺地域 DI (現状判断・見通し)

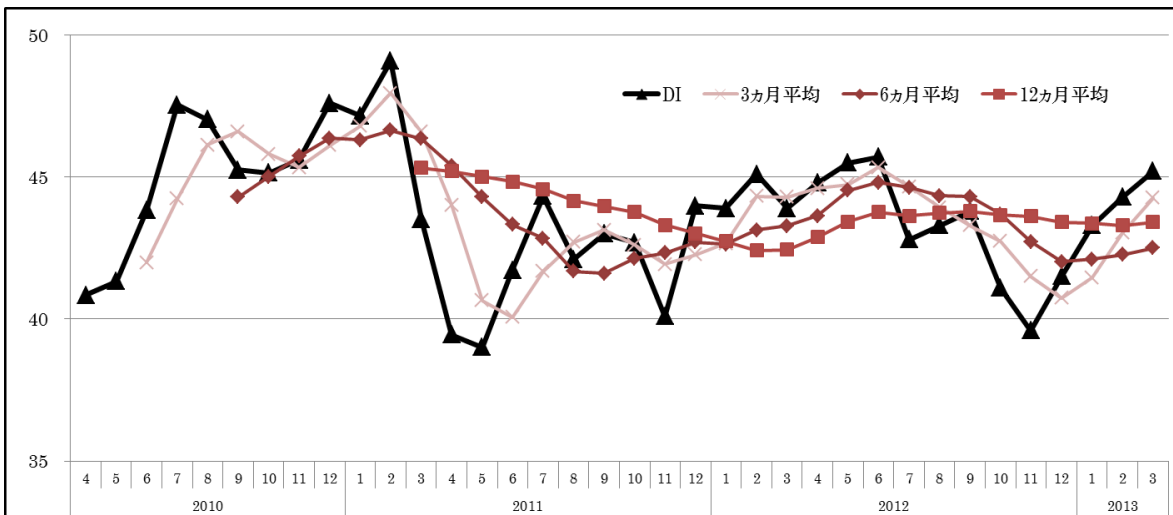
現状判断は、見通し判断とともに4ヵ月連続での改善が続く



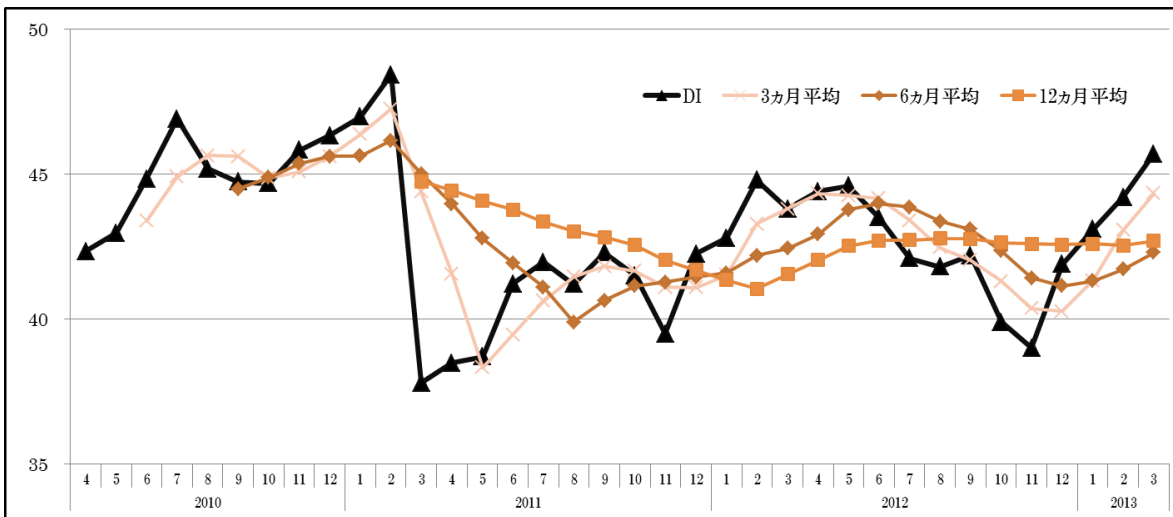
1. 移動平均 (周辺地域景気 DI 現状・見通し判断)

周辺地域の景気判断は現状・見通し判断共に4ヵ月連続で改善し、全ての移動平均が上向きとなり引き続き上昇トレンドが継続しているといえる。見通し判断が現状判断を上回っていることから今後の周辺地域 DI の改善傾向を後押ししている。

① 現状判断 (中長期傾向)



② 見通し判断 (中長期傾向)



2. カテゴリー別動向

①好調カテゴリー・不調カテゴリー

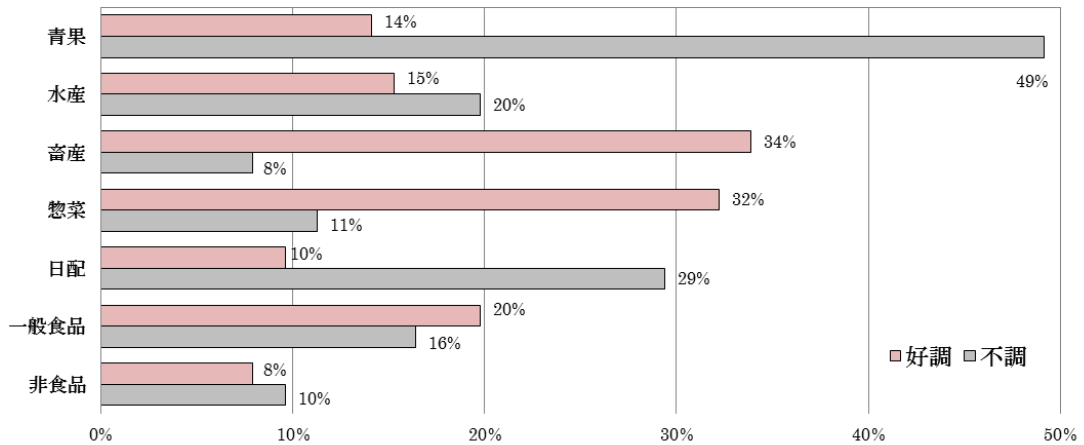
好調割合上位カテゴリー：①「畜産」②「惣菜」③「一般食品」

(好調%>不調%)：①「畜産」②「惣菜」

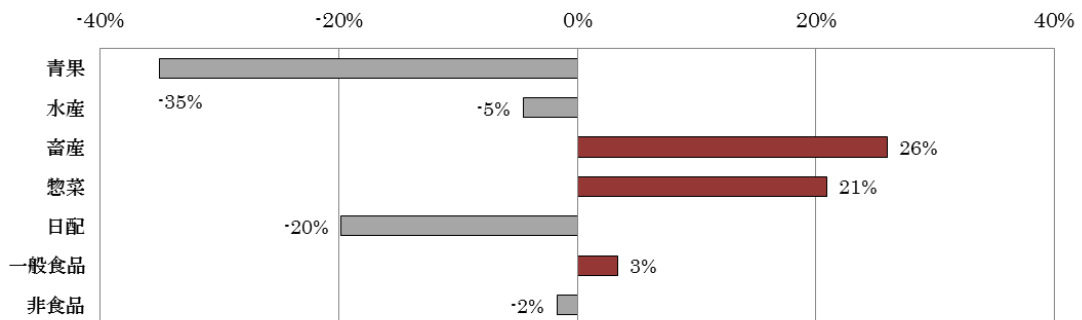
不調割合上位カテゴリー：①「青果」②「日配」③「水産」

(好調%<不調%)：①「青果」②「日配」

2013年3月 カテゴリー別 好不調回答



2013年3月 カテゴリー別動向 (好調% - 不調%)



※N=177

②カテゴリー別主なコメント

	好調コメント	不調コメント
青果	果物類、青果相場安	野菜の相場安
水産	寿司	(入荷不足、魚離れ)
畜産	牛肉(豚肉、鶏肉)	(気温上昇による鍋物材料)
惣菜	花見関連(早い開花)、	
日配	(気温上昇による冷菓)	和日配(気温上昇による鍋物材料)
一般食品	(米、菓子、酒)	菓子、低価格競争
非食品	黄砂、花粉用マスク	他業種との競合

() は少数コメント