

# スーパーマーケット販売統計調査

2014年2月実績 速報版(パネル306)

1月実績 確報版(パネル306)

- 速報版(パネル306)について ※2013年4月実績よりパネル企業変更毎月「同一企業306社(パネル)」を対象として集計します。
- 確報版(パネル306)について ※2013年4月実績より集計定義を変更前月に集計した速報版(パネル306)について、より精度の高い集計を行い、改めて確報版として公表します。

## 【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、インスタペーパー、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

2014年3月20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

2014年3月20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  
 2014年2月実績 速報版 (パネル306)

	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	75,322,590	100.0%	105.2%	102.3%
食品合計	64,800,427	86.0%	105.8%	102.6%
生鮮3部門合計	24,386,841	32.4%	107.6%	104.3%
青果	9,898,767	13.1%	106.9%	103.6%
水産	6,478,721	8.6%	103.9%	101.0%
畜産	8,009,352	10.6%	111.7%	108.2%
惣菜	6,610,962	8.8%	105.5%	101.8%
日配	13,908,508	18.5%	106.4%	103.2%
一般食品	19,894,116	26.4%	103.4%	100.4%
非食品	7,450,269	9.9%	103.2%	101.0%
その他	3,071,894	4.1%	97.9%	98.3%

## 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	12,979,769	50	104.5%	102.1%
首都圏エリア	28,316,125	89	108.6%	103.9%
北信越エリア	4,793,557	28	105.5%	102.9%
東海エリア	3,984,331	33	100.3%	100.1%
関西エリア	15,877,016	38	102.6%	100.2%
中国・四国エリア	5,526,755	39	103.7%	102.3%
九州・沖縄エリア	3,845,038	29	102.6%	102.0%

## 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	890,833	65	98.7%	100.1%
4~10店舗	4,085,418	88	102.6%	102.4%
11~25店舗	9,786,690	70	101.7%	101.5%
26~50店舗	14,154,749	44	103.8%	102.1%
51店舗以上	46,404,900	39	106.6%	102.5%
集計企業数 (社)	306	既存店総売上高 (万円)	70,328,465	
総店舗数 (店舗)	7,287	店舗平均月商 (万円)	10,337	
総売場面積 (㎡)	11,593,318	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

2014年3月20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  
 2014年1月実績 確報版 (パネル306)

	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	77,531,278	100.0%	103.0%	100.1%
食品合計	67,226,734	86.7%	103.6%	100.4%
生鮮3部門合計	26,232,232	33.8%	105.5%	102.3%
青果	10,524,692	13.6%	105.1%	101.8%
水産	7,338,310	9.5%	103.1%	99.9%
畜産	8,369,230	10.8%	108.4%	105.0%
惣菜	7,050,713	9.1%	104.9%	101.2%
日配	14,412,968	18.6%	103.3%	100.1%
一般食品	19,530,821	25.2%	100.8%	97.8%
非食品	6,930,516	8.9%	99.6%	98.5%
その他	3,374,028	4.4%	99.3%	98.9%

## 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	12,547,250	50	101.8%	99.5%
首都圏エリア	28,946,651	89	105.5%	100.5%
北信越エリア	4,863,514	28	103.6%	100.2%
東海エリア	4,242,662	33	98.8%	98.4%
関西エリア	17,243,794	38	101.3%	99.3%
中国・四国エリア	5,633,421	39	102.0%	100.6%
九州・沖縄エリア	4,053,986	29	102.9%	102.4%

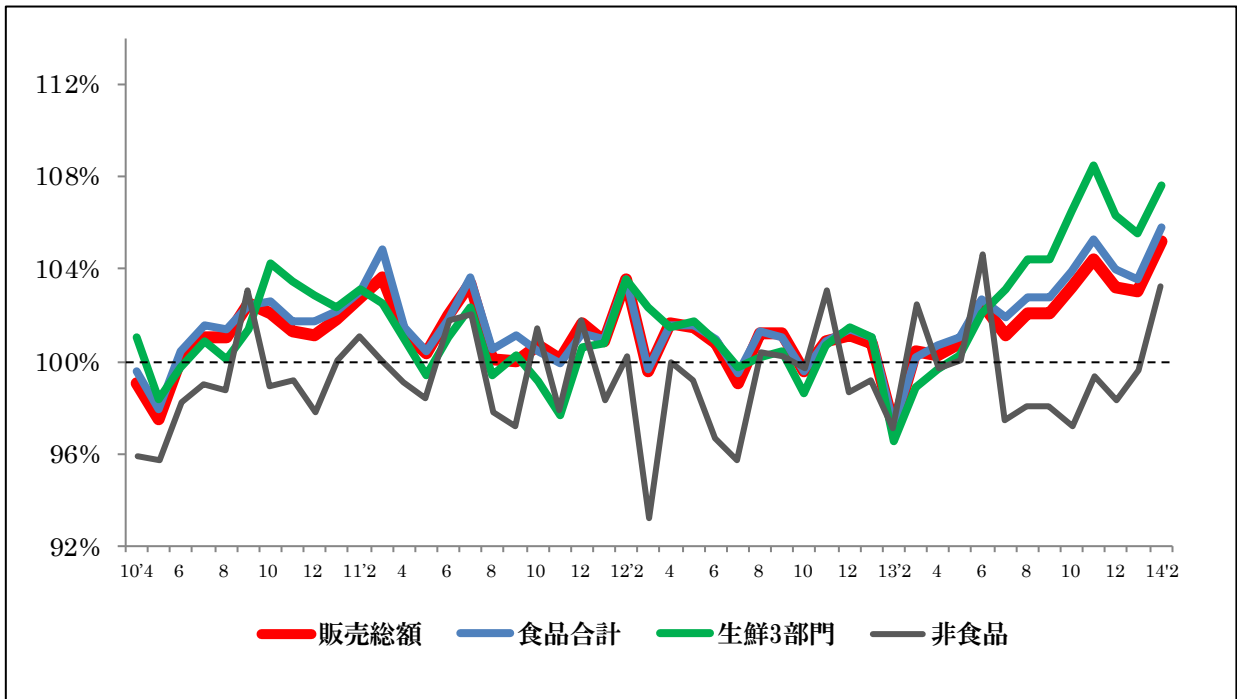
## 保有店舗数別集計

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	926,333	65	97.0%	98.4%
4~10店舗	4,138,234	88	100.6%	101.1%
11~25店舗	10,029,456	70	100.2%	99.5%
26~50店舗	14,295,781	44	102.1%	100.1%
51店舗以上	48,141,474	39	104.1%	100.1%
集計企業数 (社)	306	既存店総売上高 (万円)	74,345,907	
総店舗数 (店舗)	7,296	店舗平均月商 (万円)	10,627	
総売場面積 (㎡)	11,615,696	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

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2014年2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

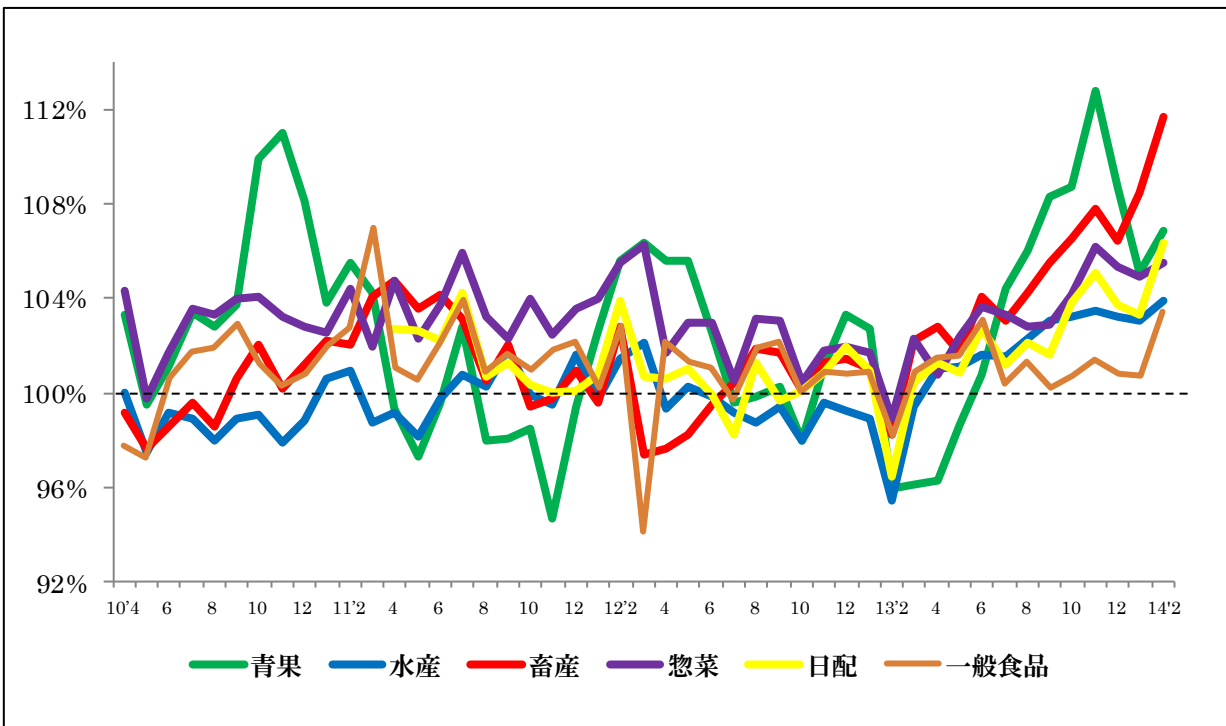


※2010年4月～2014年1月までは確報版による前年同月比、2014年2月は速報版による前年同月比

※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～2014年2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～2014年1月までは確報版による前年同月比、2014年2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 2014年2月気候状況(平均気温・日照時間・降水量)

### ①平均気温

2014年2月(平年との比較)

上旬は北海道と九州を除き平年並み、中旬は北海道を除きやや低く、下旬は全国的にやや高くなった

前年同月(2013年2月)と比較

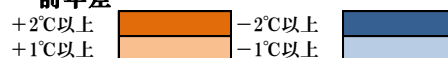
上旬は全国的にやや低く、中旬は北海道でやや高く、九州でやや低く、下旬は全国的に高くなった

	平年との比較(°C)						今年と前年との差(°C)		
	2014年2月			2013年2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	-1.6	0.5	1.2	1.3	-1.3	-2.2	-2.9	1.8	3.4
東北地方	-0.9	-0.9	0.3	0.4	-1.3	-2.6	-1.3	0.4	2.9
関東甲信地方	0.0	-1.8	0.3	1.9	-1.5	-1.9	-1.9	-0.3	2.2
北陸地方	-0.1	-1.2	0.8	0.7	-1.8	-2.1	-0.8	0.6	2.9
東海地方	0.4	-1.1	0.9	1.5	-1.3	-1.6	-1.1	0.2	2.5
近畿地方	0.7	-1.5	0.9	1.7	-1.4	-1.3	-1.0	-0.1	2.2
中国地方	0.5	-1.3	1.1	1.5	-1.2	-0.4	-1.0	-0.1	1.5
四国地方	0.9	-1.9	1.2	1.9	-1.1	-0.5	-1.0	-0.8	1.7
九州北部	1.6	-1.9	1.1	1.6	-1.0	0.0	0.0	-0.9	1.1
九州南部・奄美地方	2.2	-1.8	0.9	2.3	-0.2	-0.1	-0.1	-1.6	1.0

平年差



前年差



### ②日照時間

2014年2月(平年との比較)

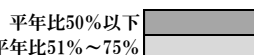
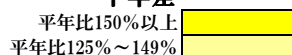
上旬は全国的にやや短く、下旬は全国的にやや長くなった

前年同月(2013年2月)と比較

下旬の北海道地方で長かった他は、月を通して、ほぼ前年と変わらない日照時間であった

	日照時間 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2014年2月			2013年2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	85	100	162	69	104	98	16	-4	64
東北地方	65	102	117	93	72	114	-28	30	3
関東甲信地方	77	93	117	91	88	134	-14	5	-17
北陸地方	62	85	111	106	61	111	-44	24	0
東海地方	72	87	124	80	82	121	-8	5	3
近畿地方	69	79	120	89	79	114	-20	0	6
中国地方	57	64	125	80	80	135	-23	-16	-10
四国地方	65	77	131	91	87	132	-26	-10	-1
九州北部	60	79	128	79	97	164	-19	-18	-36
九州南部・奄美地方	97	72	149	90	104	143	7	-32	6

平年差



前年差



### ③降水量

2014年2月(平年との比較)

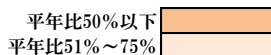
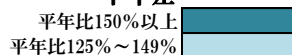
上旬は北陸地方を除き多く、中旬は関東甲信越を中心に北日本で多く、下旬は北日本で少なくなった

前年同月(2013年2月)と比較

上旬は関東甲信と東北で非常に多く、中旬近畿以西で少なく、下旬は北日本で少なく、西日本で多くなった

	降水量 平年比(%)						今年と前年との差(%)		
	2014年2月			2013年2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	137	132	24	151	95	77	-14	37	-53
東北地方	194	239	29	92	83	77	102	156	-48
関東甲信地方	308	425	18	136	112	25	172	313	-7
北陸地方	69	71	27	90	125	68	-21	-54	-41
東海地方	174	195	94	156	143	46	18	52	48
近畿地方	130	81	77	142	199	54	-12	-118	23
中国地方	158	27	54	119	141	23	39	-114	31
四国地方	216	77	145	243	168	61	-27	-91	84
九州北部	267	82	109	297	169	56	-30	-87	53
九州南部・奄美地方	240	161	138	205	113	117	35	48	21

平年差



前年差



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

## 2014年3月調査結果(2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」

2014年3月20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

景気判断 DI（現状判断）は過去最高値を再び更新するも、見通し判断は大きく下降

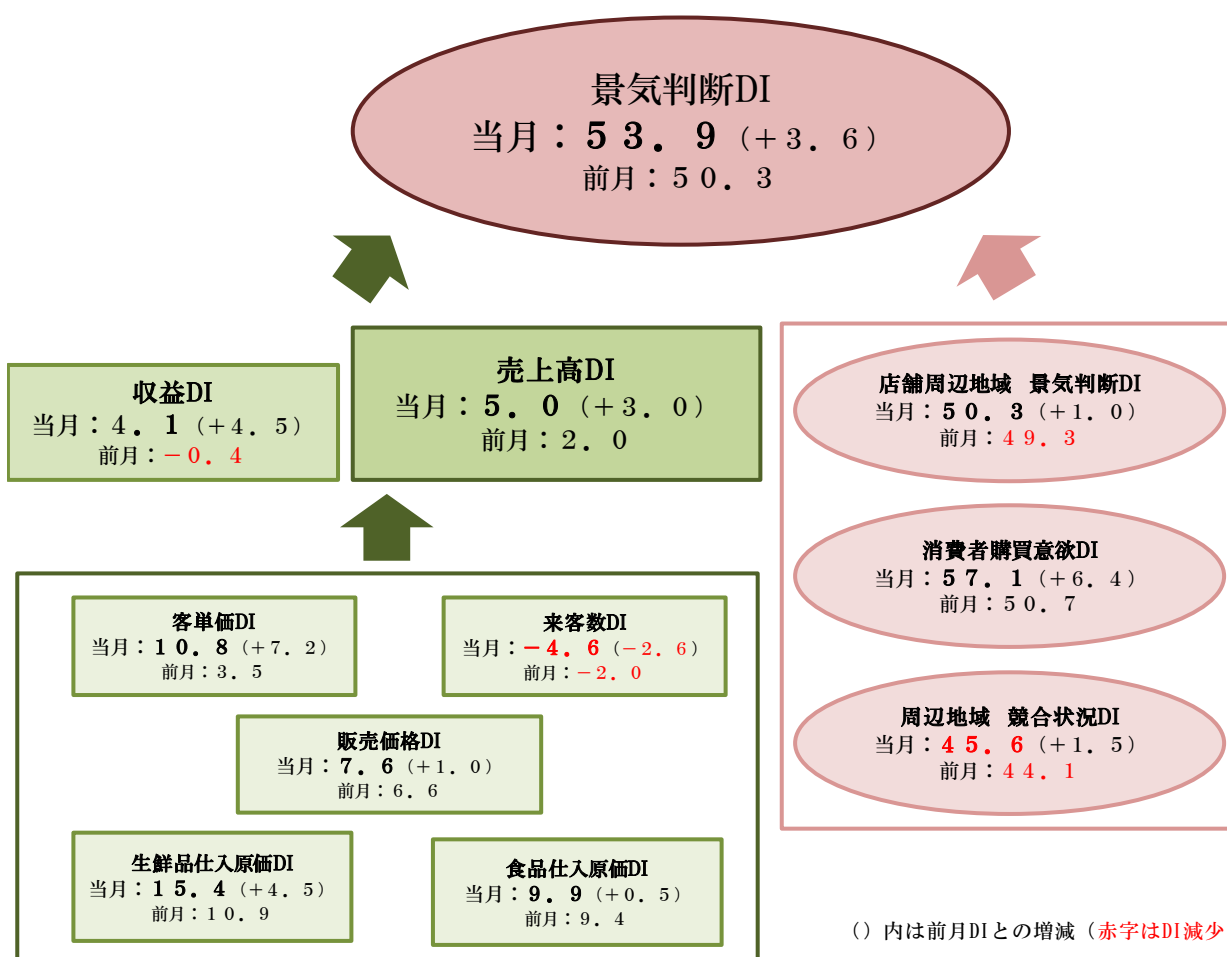
2月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断は、前月より3.6上昇し、53.9と過去最高値を再び更新する結果となった。

経営動向調査によると売上DIが5.0と高い水準であることに加え、収益DIが過去最高値である4.1となった。これは客数DIこそ-4.6と減少しているものの、客単価DIが10.8と前月比+7.2と大幅な増加を示していることが要因と考えられる。生鮮仕入原価DIは悪天候の影響で前月比+4.5で15.4と再び高水準を示している。

景況感調査では、4月の消費税率引き上げに対する警戒感が顕著に表れた結果となった。現状判断すべてのDIが過去最高値を記録し、特に消費者購買意欲DIは前月比+6.4の57.1を記録した。一方で見通し判断は景気判断DI39.6（前月比-5.0）、消費者購買意欲DI37.9（前月比-9.7）と軒並み40を下回る低水準を記録している。この水準は回復傾向がはじまった2012年11月以前の水準であり、消費税率引き上げ後に対する強い不安を示す結果となった。

## 2014年2月

### スーパーマーケット中核店舗における景況感・経営動向



#### 2014年2月キーワード TOP 3

1. 週末大雪の影響
2. 生鮮品相場高
3. 駆け込み需要

#### スーパーマーケット経営動向調査

当月：2月速報版集計 233社  
前月：1月確報版集計 242社

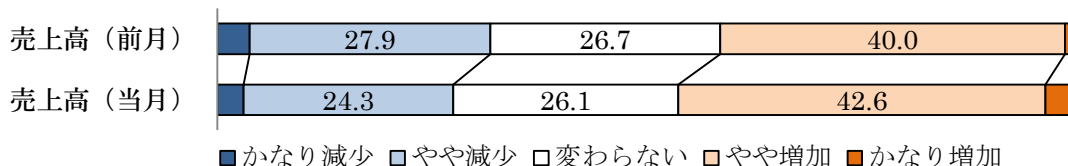


# 1. 経営動向調査（前年同月との比較）

## ①売上高 DI

「やや減少」が小幅に減少（DIは小幅に上昇）

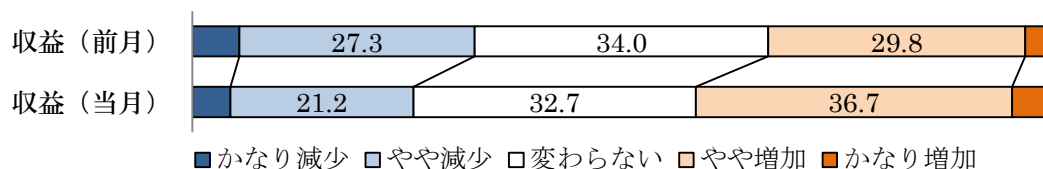
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高（前月）	3.8	27.9	26.7	40.0	1.7	2.0
売上高（当月）	3.0	24.3	26.1	42.6	3.9	5.0



## ②収益 DI

「やや増加」が増加し、「やや減少」が減少（DIは上昇）

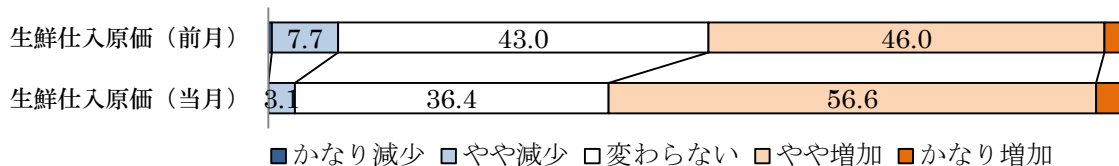
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
収益（前月）	5.5	27.3	34.0	29.8	3.4	-0.4
収益（当月）	4.4	21.2	32.7	36.7	4.9	4.1



## ③生鮮仕入原価 DI

「やや増加」が増加し、「変わらない」が減少（DIは上昇）

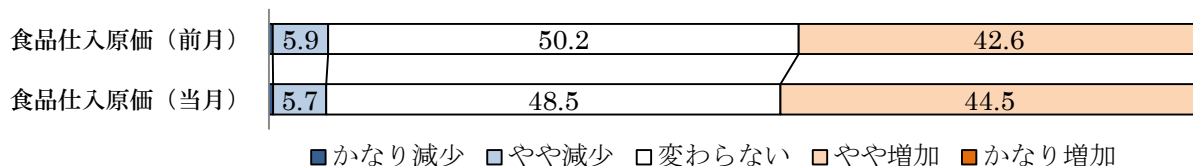
回答構成比（%）	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
生鮮仕入原価（前月）	0.4	7.7	43.0	46.0	3.0	10.9
生鮮仕入原価（当月）	0.0	3.1	36.4	56.6	3.9	15.4



## ④食品仕入原価 DI

回答構成比に大きな変化なし（DIは横ばい）

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）	0.4	5.9	50.2	42.6	0.8	9.4
食品仕入原価（当月）	0.4	5.7	48.5	44.5	0.9	9.9





### ⑤販売価格 DI

「変わらない」が小幅に減少（DIは小幅に上昇）

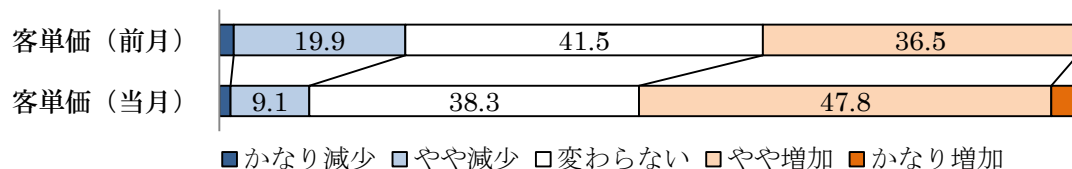
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
販売価格（前月）	0.8	8.3	55.0	35.4	0.4	6.6
販売価格（当月）	0.0	10.0	51.1	37.1	1.7	7.6



### ⑥客単価 DI

「やや増加」が増加し、「やや減少」が減少（DIは上昇）

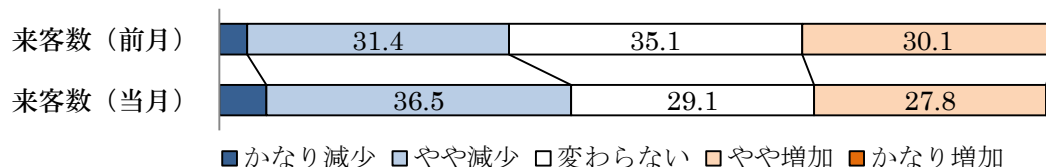
回答構成比 (%)	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
客単価（前月）	1.7	19.9	41.5	36.5	0.4	3.5
客単価（当月）	1.3	9.1	38.3	47.8	3.5	10.8



### ⑦来客数 DI

「変わらない」が減少し、「やや減少」が増加（DIは下降）

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
来客数（前月）	3.3	31.4	35.1	30.1	0.0	-2.0
来客数（当月）	5.7	36.5	29.1	27.8	0.9	-4.6

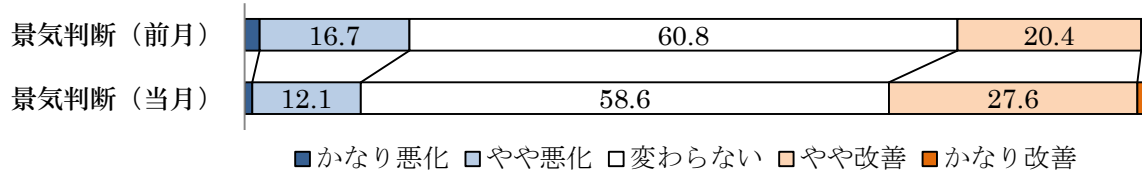


## 2. 景況感調査（現状判断：2～3カ月前との比較）

### ①景気判断 DI

「やや改善」が増加し、「やや悪化」が小幅に減少（DIは上昇）

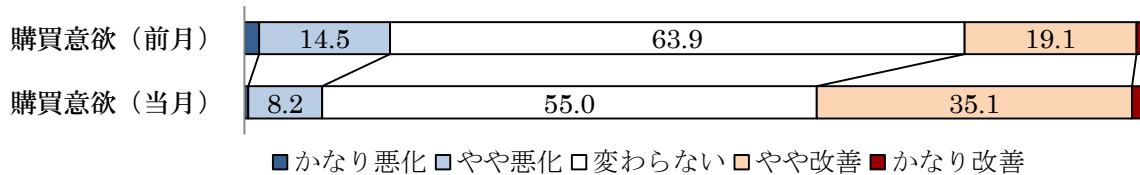
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気判断（前月）	1.7	16.7	60.8	20.4	0.4	50.3
景気判断（当月）	0.9	12.1	58.6	27.6	0.9	53.9



### ②消費者購買意欲 DI

「やや改善」が大幅に増加し、「変わらない」「やや悪化」が減少（DIは大きく上昇）

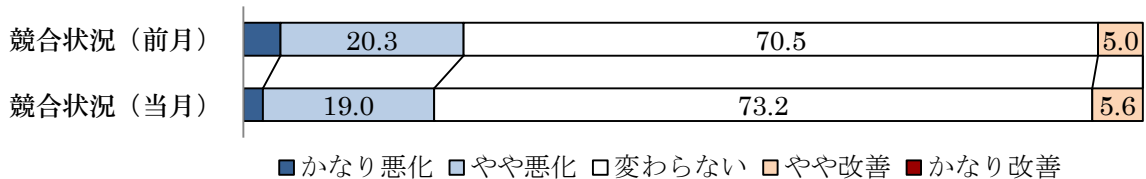
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
購買意欲（前月）	1.7	14.5	63.9	19.1	0.8	50.7
購買意欲（当月）	0.4	8.2	55.0	35.1	1.3	57.1



### ③周辺競合状況 DI

「変わらない」が小幅に増加（DIは小幅に上昇）

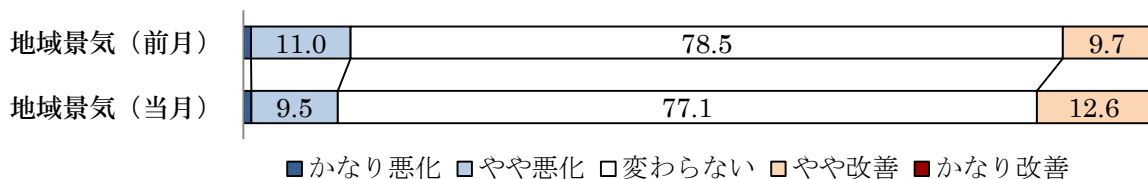
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
競合状況（前月）	4.1	20.3	70.5	5.0	0.0	44.1
競合状況（当月）	2.2	19.0	73.2	5.6	0.0	45.6



### ④周辺地域景気状況 DI

回答構成比に変化なし（DIに大きな変化なし）

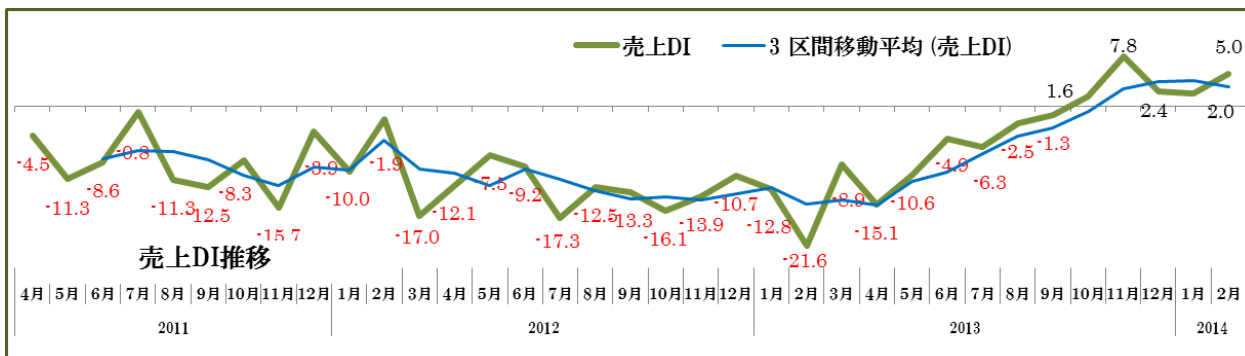
回答構成比（%）	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
地域景気（前月）	0.8	11.0	78.5	9.7	0.0	49.3
地域景気（当月）	0.9	9.5	77.1	12.6	0.0	50.3



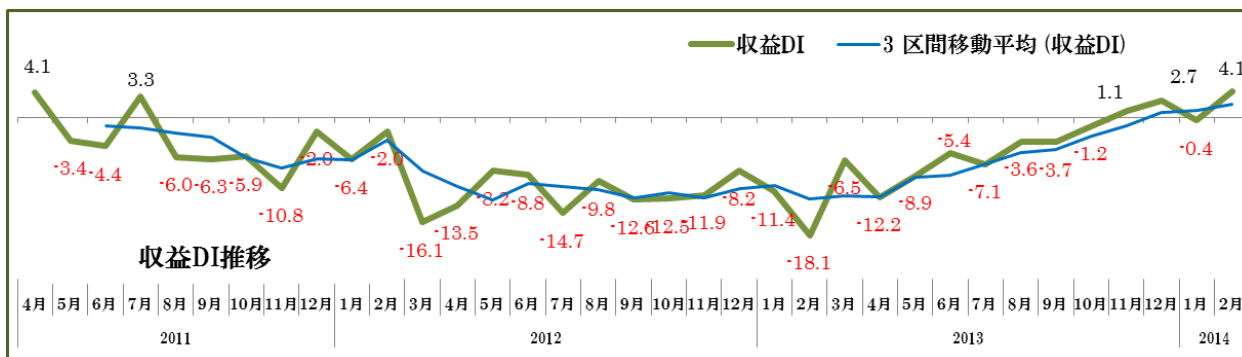
## II. 調査結果推移 (2011年4月～)

### 1. スーパーマーケット経営動向調査

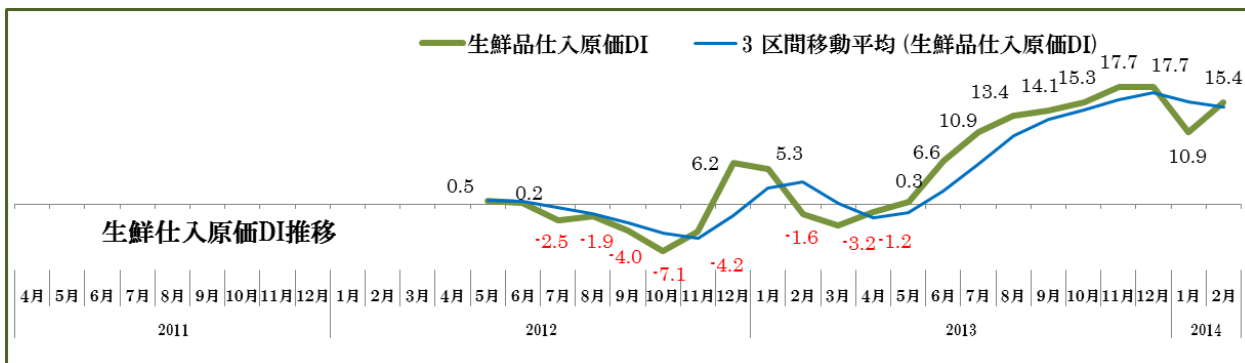
①売上高DI 2月再上昇し、5か月連続でプラスを維持



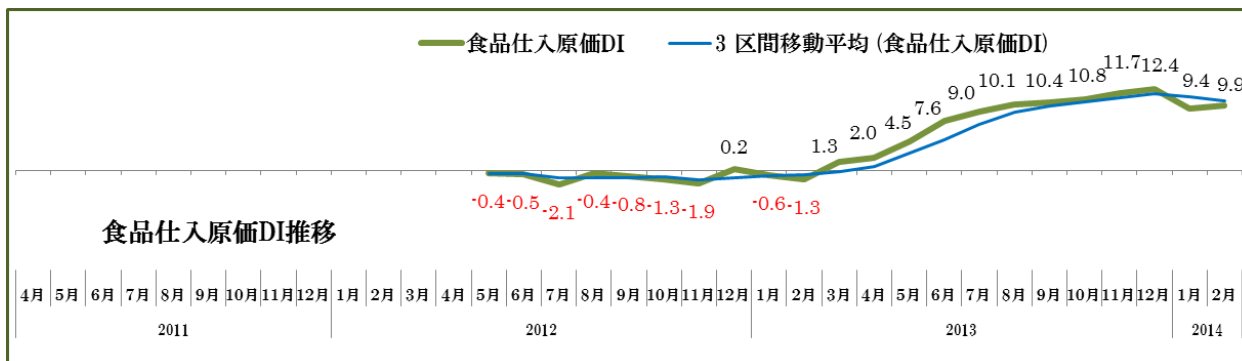
②収益DI ゆるやかな上昇傾向続き最高値タイを記録



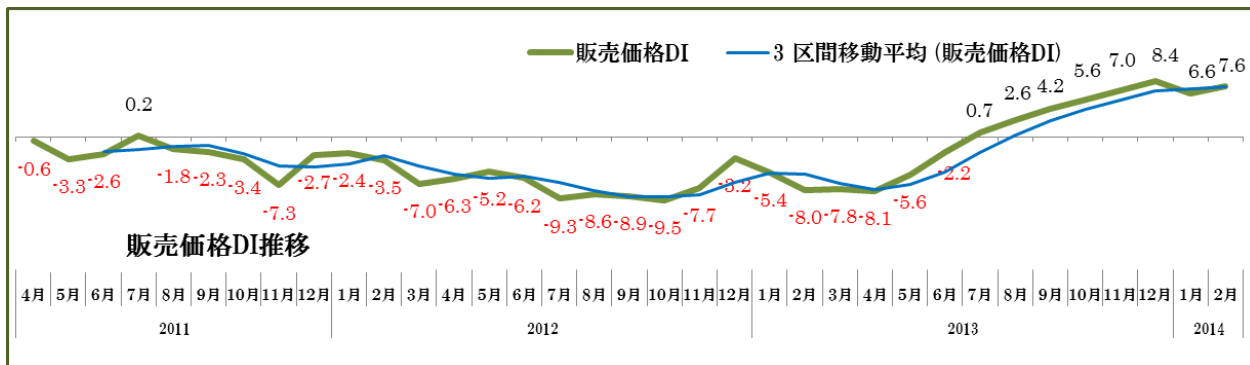
③生鮮仕入原価DI 2月再上昇し再び高水準に



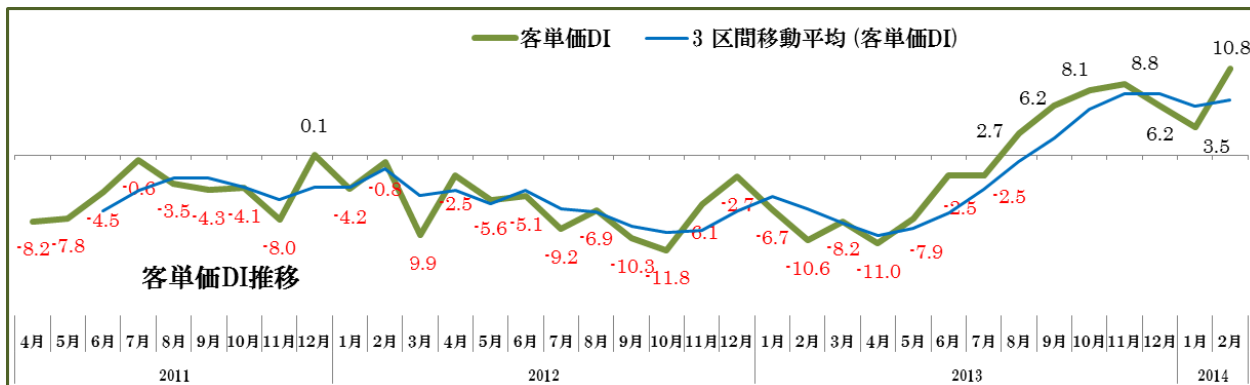
④食品仕入原価DI 上昇傾向一服も高水準



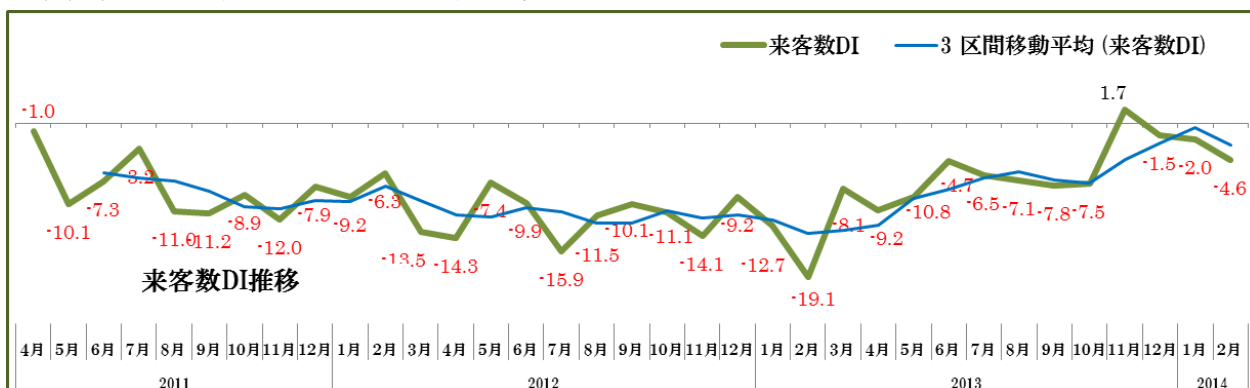
⑤販売価格 DI 上昇傾向一服も高水準



⑥客単価 DI 2月急上昇で最高値を更新



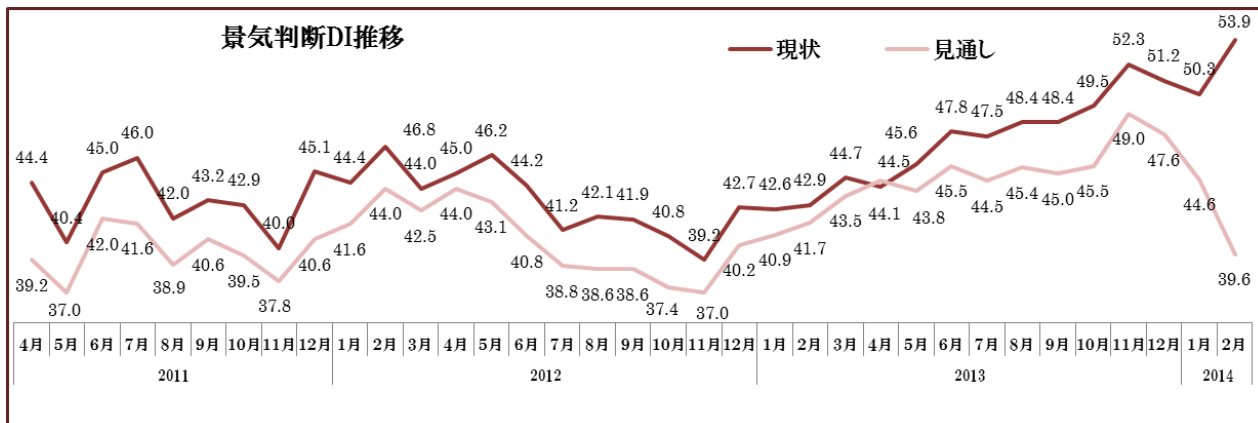
⑦来客数 DI 11月をピークに3か月連続の下降



## 2. スーパーマーケット景況感調査

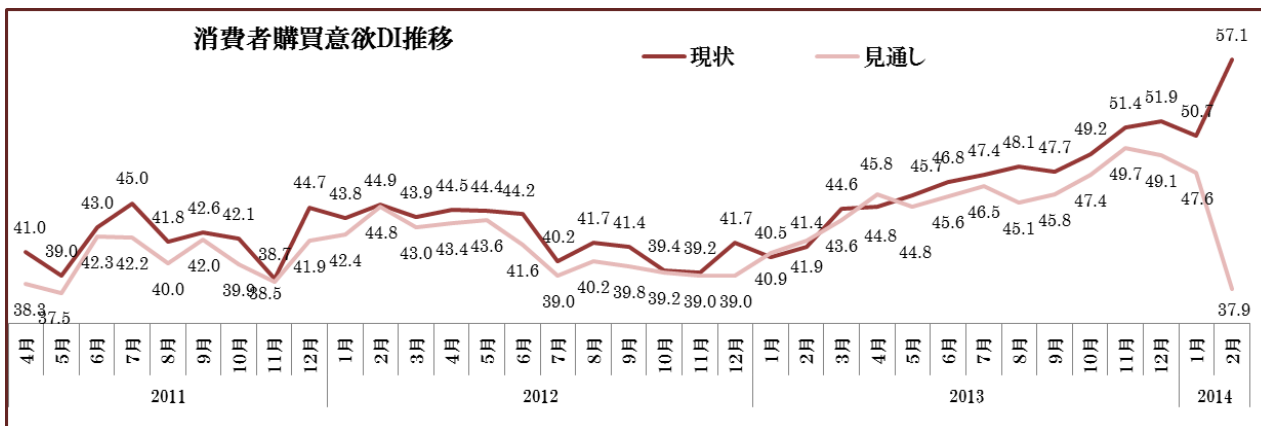
### ①景気状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断は上昇し最高値を更新するも、見通し判断は大きく下降



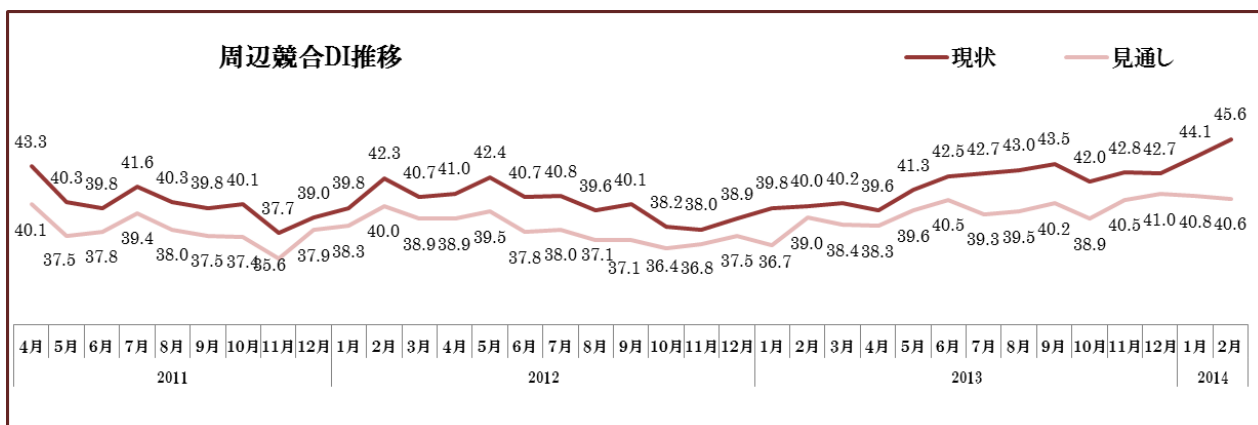
### ②消費者購買意欲 DI（現状判断・見通し）

現状判断は大きく上昇し最高値を更新するも、見通し判断は大きく下降



### ③周辺競合状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断はやや改善し最高値を記録、見通し判断は横ばい傾向が続く



#### ④周辺地域景気DI（現状判断・見通し）

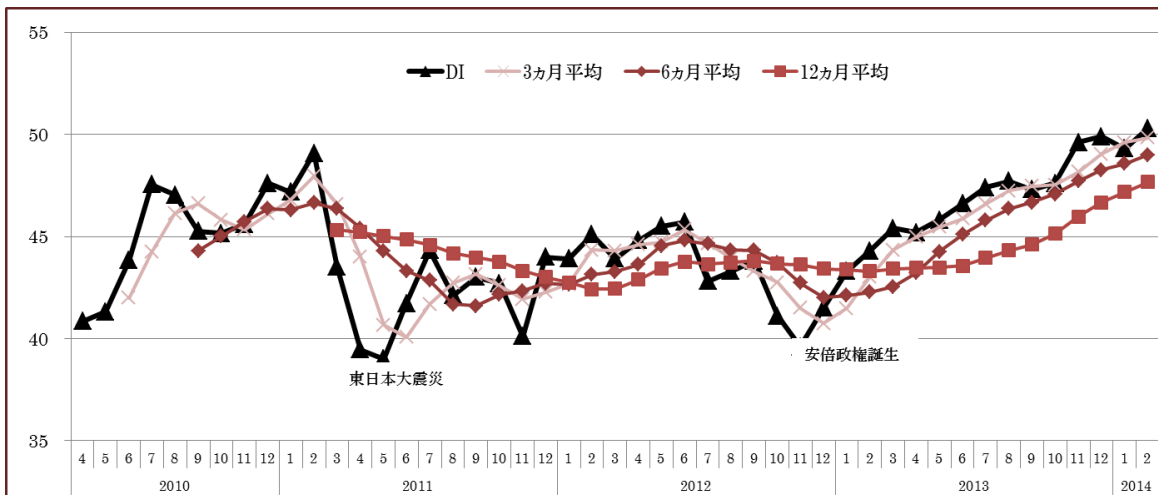
現状判断は小幅に改善し 50 を上回るも見通し判断は大きく下降



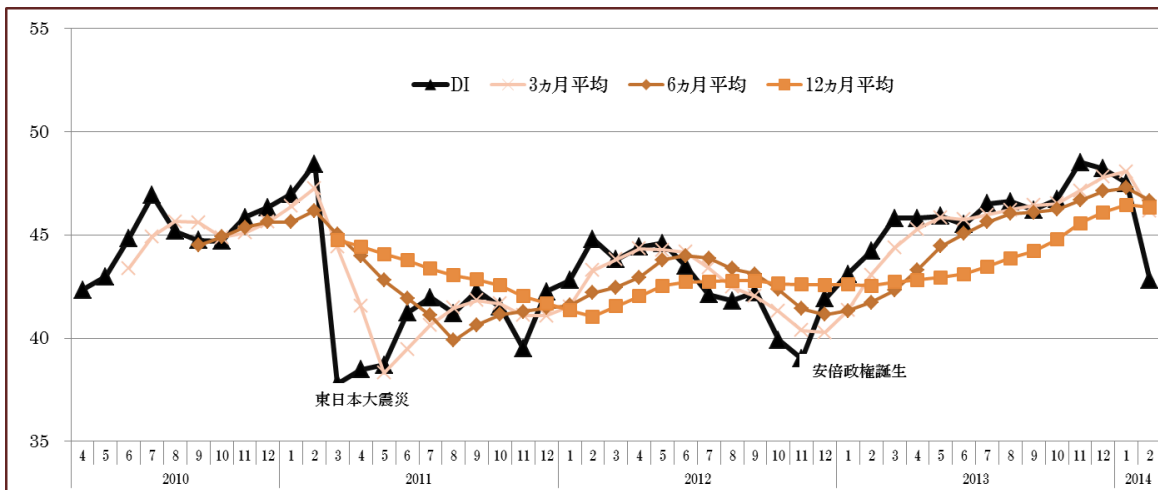
#### ※移動平均（周辺地域景気DI 現状・見通し判断）

当月現状判断 DI では小幅に改善し、各平均線は上向きの推移を維持している。一方で見通し判断は 5 ポイント近い大幅な悪化となり、4 月からの消費税率引き上げに対する警戒感が顕著に表れる結果となった。この状況が一時的か、長期的なトレンドに変化をもたらすのかについては、次月以降の動向を見極める必要がある。

##### ①現状判断（中長期傾向）



##### ②見通し判断（中長期傾向）

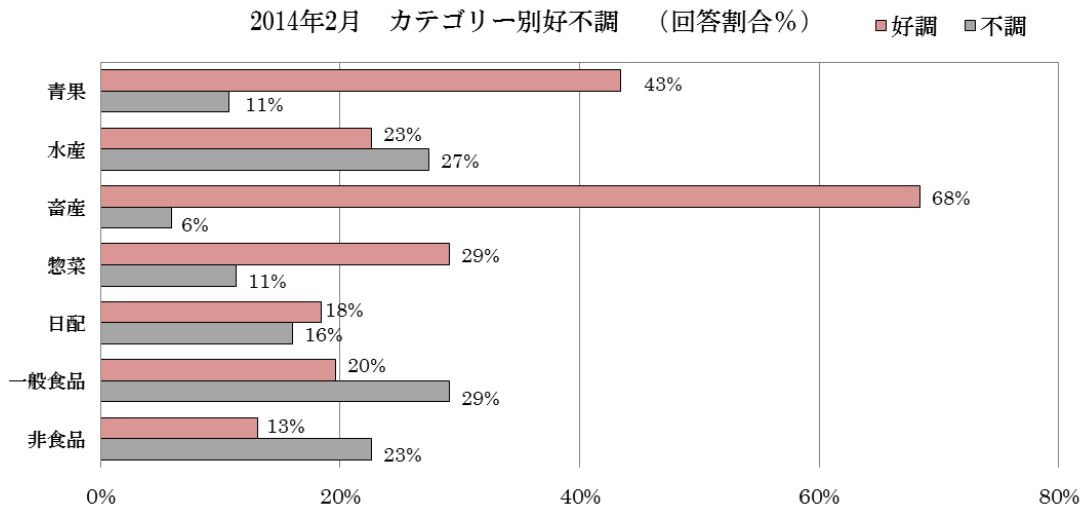


### III. カテゴリー別動向

#### ① 好調・不調カテゴリー（回答割合）

好調：①「畜産」②「青果」③「惣菜」

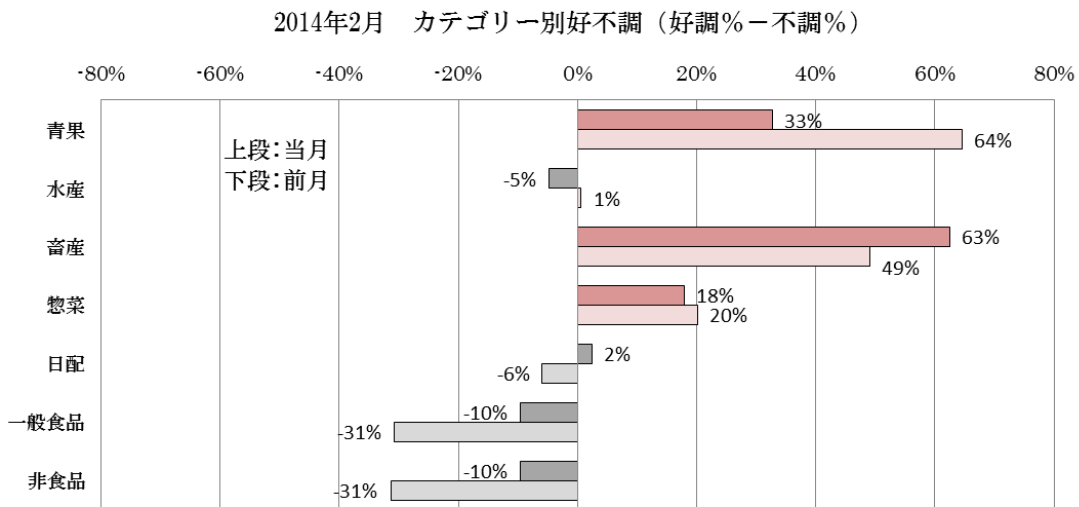
不調：①「一般食品」②「非食品」③「日配」



#### ② 好調・不調カテゴリー（回答差）

好調>不調：①「畜産」②「青果」③「惣菜」

好調<不調：①「一般食品」「非食品」③「日配」



※集計企業数=170社

#### ③ 主な好調・不調コメント

	好調コメント	不調コメント
青果	相場高、カット野菜	果物(いちご)、品不足、薬物野菜
水産	恵方巻き関連、品揃え強化	刺身、入荷不足、不漁
畜産	相場高、大雪買いだめ需要、豚肉、(牛、鶏)	入荷減、相場高
惣菜	寿司(恵方巻き)、品揃え取り組み強化	大雪による客数減少
日配	鍋物関連(おでん)、ヨーグルト	入荷減、欠品、(冷凍食品)
一般食品	駆け込み需要、(大雪による買いだめ)	米相場安、酒、(菓子)
非食品	(駆け込み需要)	ドラッグストアとの競合(価格競争)

( ) は少数コメント