

スーパーマーケット販売統計調査 (4月実績速報版・3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】

※平成23年5月より改定

- ・商品分類を追加(一般食品・その他→一般食品、日配)(非食品→非食品、その他)
- ・既存店前年同月比を追加
- ・エリア分類を変更(東海・北陸→東海、北信越)(関東→首都圏):山梨県(東海・北陸→首都圏)
- ・保有店舗別集計を追加

■ 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、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
		一般食品		調味料、瓶缶詰、乾物、米、豆類、小麦粉、乾麺、嗜好品
		日配		豆腐、こんにゃく、納豆、練製品、佃煮、漬物、パン、卵、乳製品、冷凍食品
		惣菜		惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタアベカリ、ファーストフード
		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、その他衣料、その他商品
		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	茨木、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23年5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
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23年5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
 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	79,244,615	100.0%	101.2%	99.4%
食品合計	68,296,680	86.2%	101.7%	99.8%
生鮮3部門合計	25,780,792	32.5%	100.9%	99.2%
青果	10,306,675	13.0%	99.3%	97.7%
水産	7,276,904	9.2%	99.1%	97.4%
畜産	8,197,213	10.3%	104.7%	102.8%
一般食品	22,318,069	28.2%	101.1%	99.3%
日配	13,430,194	16.9%	102.8%	100.7%
惣菜	6,767,625	8.5%	104.8%	101.4%
非食品	6,870,949	8.7%	99.1%	98.3%
その他	4,076,986	5.1%	99.6%	100.1%

エリア別集計

エリア	全店売上高（万円）	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）	集計対象企業数
北海道・東北エリア	12,537,197	99.8%	99.4%	43
首都圏エリア	27,334,594	100.6%	99.3%	74
北信越エリア	5,411,210	103.0%	101.1%	34
東海エリア	4,764,563	100.2%	97.4%	28
関西エリア	15,487,497	102.8%	98.7%	34
中国・四国エリア	8,372,212	101.8%	101.3%	40
九州・沖縄エリア	5,337,342	101.8%	99.3%	27

保有店舗数別集計

保有店舗数	全店売上高（万円）	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）	集計対象企業数
1～3店舗	657,134	100.0%	98.1%	44
4～10店舗	5,068,422	100.3%	99.6%	83
11～25店舗	12,484,961	101.6%	99.7%	72
26～50店舗	15,308,864	101.9%	99.9%	44
51店舗以上	45,725,234	101.0%	99.1%	37

集計企業数（社）	280		
総店舗数（店舗）	7,622	店舗平均月商（万円）	10,397
総売場面積（㎡）	12,644,873	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.3

※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23年5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
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月実績確報版）

回答企業数 304社

	売上高（万円）	構成比	前年同月比
総売上高	82,625,844	100.0%	103.6%
食品合計	70,701,299	85.6%	104.8%
生鮮3部門合計	26,104,307	31.6%	102.6%
青果	10,559,691	12.8%	104.2%
水産	7,413,655	9.0%	98.7%
畜産	8,130,961	9.8%	104.0%
惣菜	6,703,222	8.1%	102.0%
一般食品・その他	37,893,771	45.9%	107.0%
非食品合計	11,924,545	14.4%	100.1%

エリア別実績

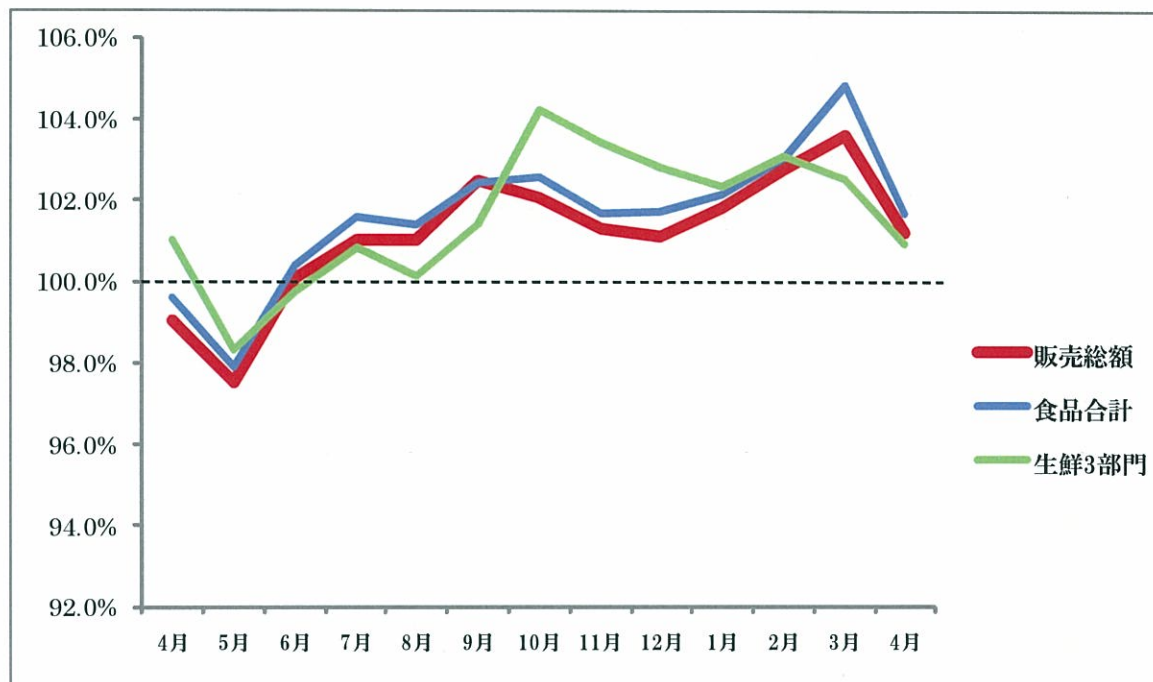
	売上高（万円）	前年同月比	集計企業数
北海道・東北エリア	12,544,952	98.1%	47
関東エリア	28,720,737	105.7%	81
東海・北陸エリア	11,476,932	104.4%	70
関西エリア	15,323,427	104.9%	37
中国・四国エリア	8,741,821	102.0%	41
九州・沖縄エリア	5,817,976	103.6%	28

総店舗数（店舗）	7,885	※被災による営業休止24店舗を含む
総売場面積（㎡）	12,924,432	※被災による営業休止24店舗を含む
店舗平均月商（万円）	10,479	
売場1㎡あたり売上高（万円）	6.4	

※前年同月比は、全店ベースで集計

※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～2011年4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



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

スーパーマーケット景気動向調査

5月調査結果(4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数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」、「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

※0以上なら増加との見方が多く、0以下なら減少との見方が多い

【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

※50以上なら改善との見方が多く、50以下なら厳しい見方が多い

平成23年5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
社団法人新日本スーパーマーケット協会

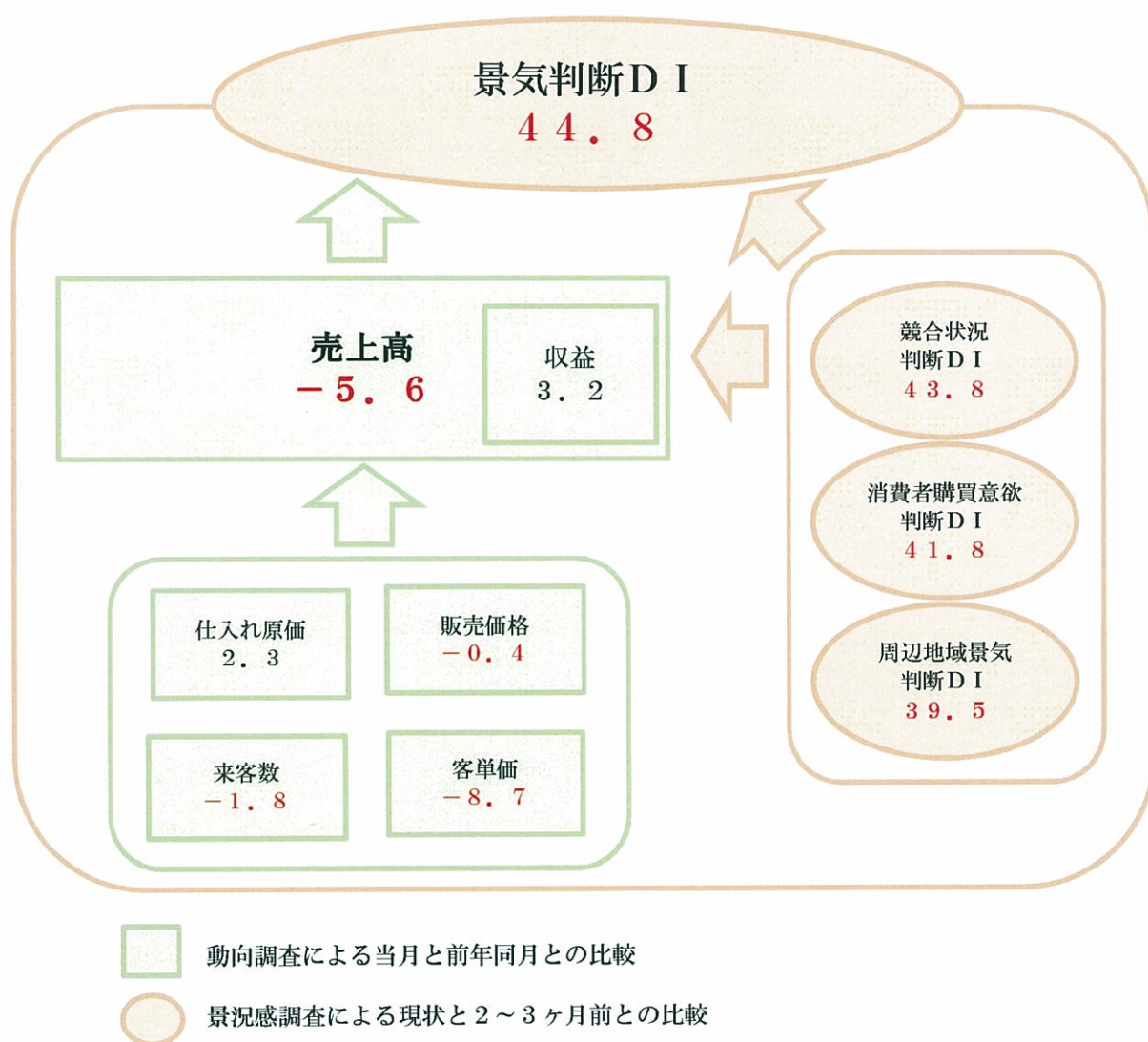
スーパーマーケット景気動向調査に関するお問い合わせ:tokei@super.or.jp

I. 4月中核店舗における景気動向

4月の景気判断DIは、44.8と50をやや下回る結果となった。

経営動向調査によると4月は収益が(3.2)と前年同月に比べて増加を示しているものの、売上高は(-5.6)とやや減少傾向となっている。客単価(-8.7)や客数(-1.8)が減少していることが影響していると考えられる。仕入れ原価については、やや増加(2.2)しているものの、販売価格はほぼ横ばい(-0.4)であり、販売価格の上昇にはつながっていない。

景況感調査によると周辺地域景気を表わす現状判断DIは、39.5と悪化しており、消費者購買意欲についても41.8と50を下回っていることから、買いだめ一巡の影響や震災後の地域景気の悪化などの影響で地域景気や消費マインドの落ち込みを感じていることがわかる。



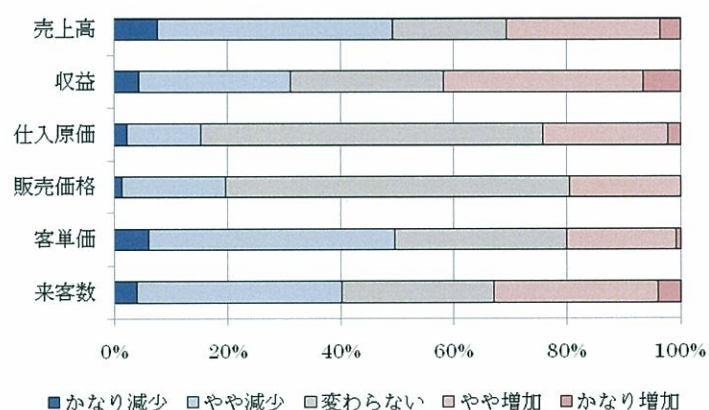
I I. 調査結果

(1) 回答構成比

①経営動向調査：4月実績（前年同月比と比べて）

前年同月比（％）

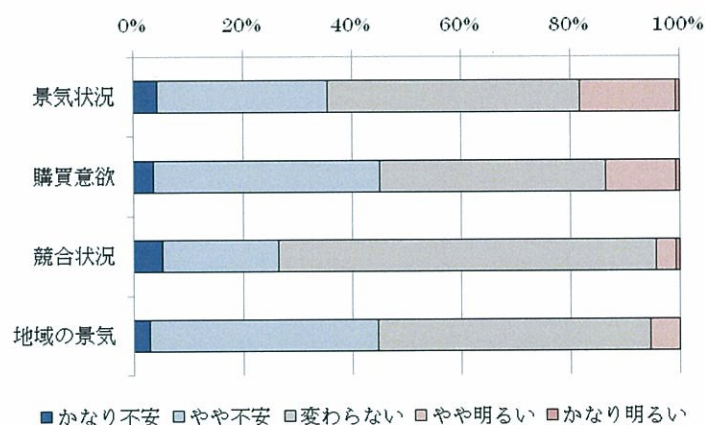
	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高	7.6	41.5	20.2	27.1	3.6	-5.6
収益	4.3	26.7	27.1	35.4	6.5	3.2
仕入原価	2.2	13.0	60.5	22.1	2.2	2.3
販売価格	1.4	18.1	60.9	19.6	0.0	-0.4
客単価	6.1	43.4	30.5	19.4	0.7	-8.7
来客数	3.9	36.2	26.9	29.0	3.9	-1.8



②景況感調査：4月の現状（2～3ヶ月前と比べて）

現状判断（％）

	かなり不安	やや不安	変わらない	やや明るい	かなり明るい	D I
景気状況	4.3	31.2	46.5	17.4	0.7	44.8
購買意欲	3.5	41.5	41.5	12.8	0.7	41.4
競合状況	5.3	21.3	69.1	3.5	0.7	43.3
地域の景気	2.8	41.8	50.0	5.3	0.0	39.5



(2) 景気動向の推移、先行き

①経営動向調査：4月実績（前月と比べて）

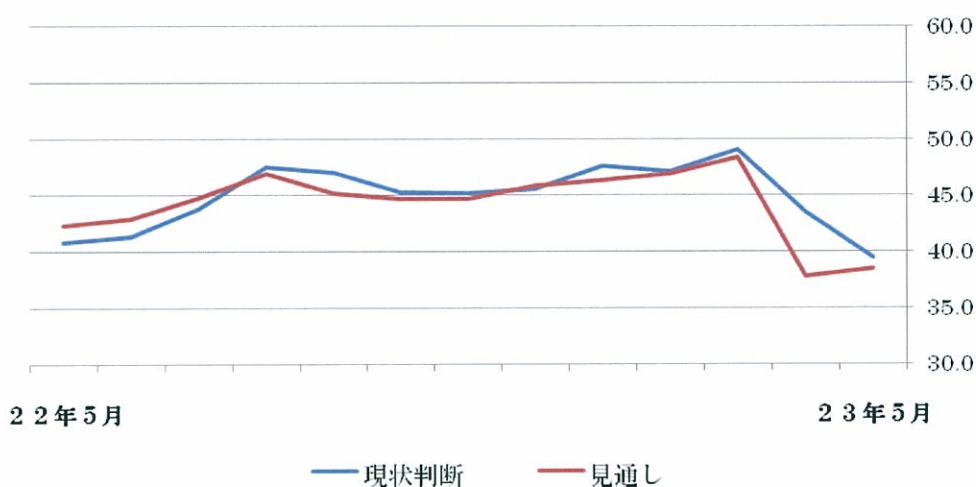
買いだめの反動や震災の影響による消費の落ち込みにより前月から減少傾向にある

	DI	変化	
売上高	-10.4	減少	➡
収益	-5.7	減少	➡
仕入原価	0.4	横ばい	➡
販売価格	-2.5	やや減少	➡
客単価	-11.4	減少	➡
来客数	-5.9	減少	➡

②景況感調査：「周辺地域景気DI」推移

（平成22年5月から平成23年5月）

地域景気については、先行き判断が現状判断を下回っており厳しい見方が多い



③景況感調査：今後2～3ヶ月後の見通し

先行きについていずれも40以下と厳しい見通しがみられる

