

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、小麦粉、乾麺、嗜好品、菓子、酒類
		日配		豆腐、こんにやく、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
		惣菜		惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタペーカリー、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、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

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
 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	80,493,476	100.0%	100.3%	98.0%
食品合計	68,463,788	85.1%	100.5%	98.0%
生鮮3部門合計	25,550,650	31.7%	99.4%	96.9%
青果	10,178,481	12.6%	97.2%	94.8%
水産	7,186,101	8.9%	98.1%	95.7%
畜産	8,186,068	10.2%	103.4%	100.9%
一般食品	22,681,552	28.2%	100.6%	98.2%
日配	13,578,442	16.9%	102.5%	99.5%
惣菜	6,653,143	8.3%	102.4%	99.4%
非食品	7,548,930	9.4%	98.6%	96.8%
その他	4,480,759	5.6%	97.0%	95.5%

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	12,845,255	44	99.6%	99.9%
首都圏エリア	28,163,860	74	99.9%	97.3%
北信越エリア	5,051,459	27	101.4%	99.4%
東海エリア	4,710,442	34	98.2%	96.6%
関西エリア	15,716,879	34	102.0%	97.3%
中国・四国エリア	8,552,515	40	99.8%	99.2%
九州・沖縄エリア	5,453,066	27	100.4%	97.8%

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	719,795	45	101.2%	97.7%
4～10店舗	5,246,855	83	98.8%	97.9%
11～25店舗	12,821,988	73	99.5%	97.8%
26～50店舗	15,550,919	43	100.5%	98.7%
51店舗以上	46,153,920	36	100.6%	97.8%

集計企業数（社）	280		
総店舗数（店舗）	7,565	店舗平均月商（万円）	10,640
総売場面積（㎡）	12,570,226	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

平成23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
 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	79,884,252	100.0%	101.2%	99.4%
食品合計	68,786,421	86.1%	101.5%	99.6%
生鮮3部門合計	25,972,944	32.5%	100.9%	99.1%
青果	10,368,658	13.0%	99.4%	97.6%
水産	7,335,198	9.2%	99.2%	97.3%
畜産	8,269,088	10.4%	104.7%	102.8%
一般食品	22,555,429	28.2%	101.1%	99.3%
日配	13,452,249	16.8%	102.7%	100.6%
惣菜	6,805,799	8.5%	104.7%	101.3%
非食品	6,893,656	8.6%	99.1%	98.3%
その他	4,204,176	5.3%	99.8%	100.1%

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	12,745,303	45	100.1%	99.5%
首都圏エリア	28,051,435	82	100.5%	99.3%
北信越エリア	4,901,754	27	102.8%	100.7%
東海エリア	4,789,036	35	100.2%	97.4%
関西エリア	15,508,001	34	102.9%	98.6%
中国・四国エリア	8,381,077	41	101.8%	101.3%
九州・沖縄エリア	5,507,646	29	101.6%	99.2%

保有店舗数別集計

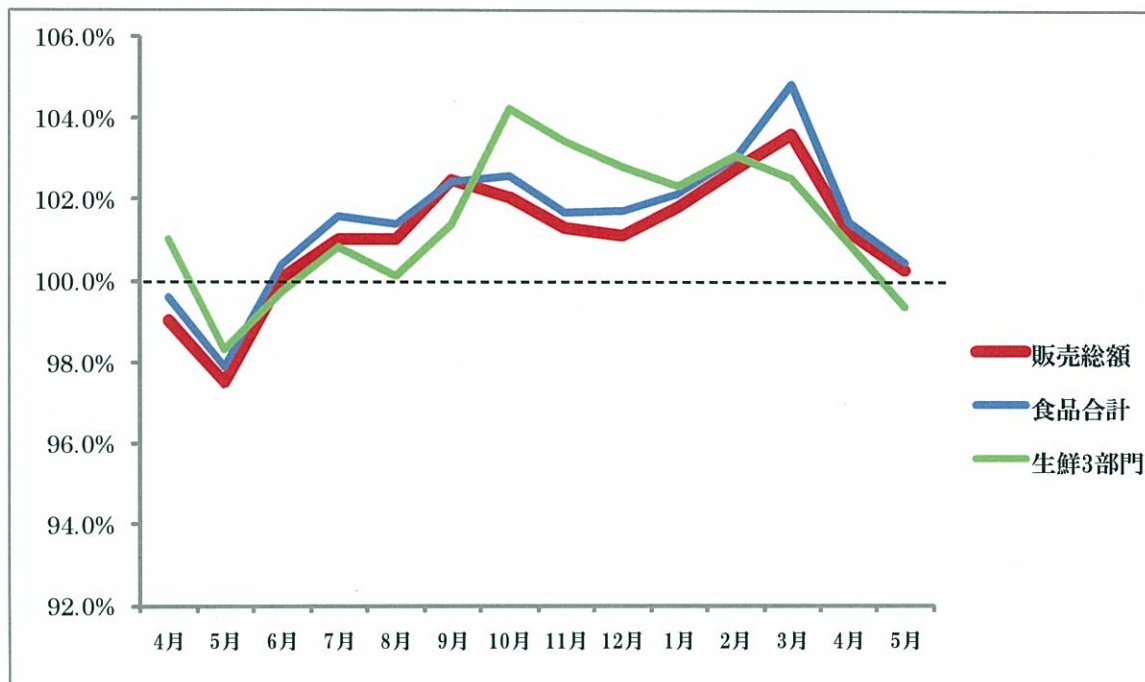
保有店舗数	全店売上高（万円）	集計対象企業数	前年同月比 （全店）	前年同月比 （既存店）
1～3店舗	691,131	48	99.8%	98.3%
4～10店舗	5,751,543	88	100.6%	99.6%
11～25店舗	12,896,432	77	101.5%	99.7%
26～50店舗	14,819,912	43	101.8%	99.7%
51店舗以上	45,725,234	37	101.0%	99.1%

集計企業数（社）	293		
総店舗数（店舗）	7,690	店舗平均月商（万円）	10,388
総売場面積（㎡）	12,758,282	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

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年5月(全店ベース対前年同月比)

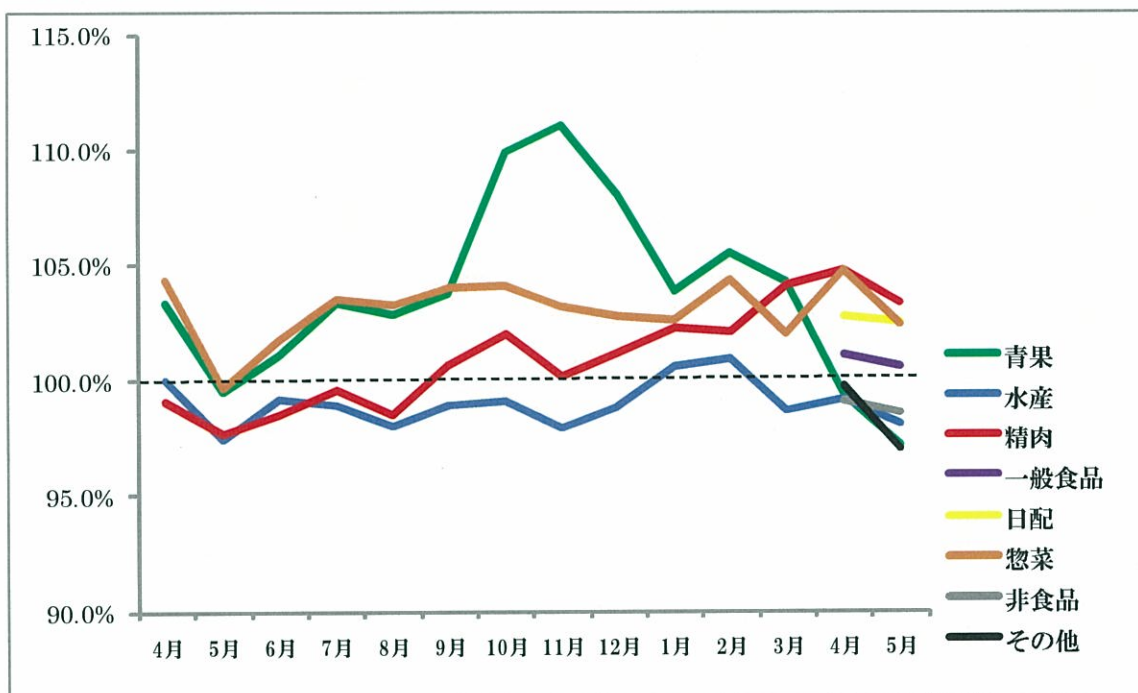
販売総額・食品合計・生鮮3部門



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

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年5月(全店ベース対前年同月比)

青果・水産・精肉・惣菜・その他食品



※2010年4月～4月までは確報版による前年同月比、5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

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

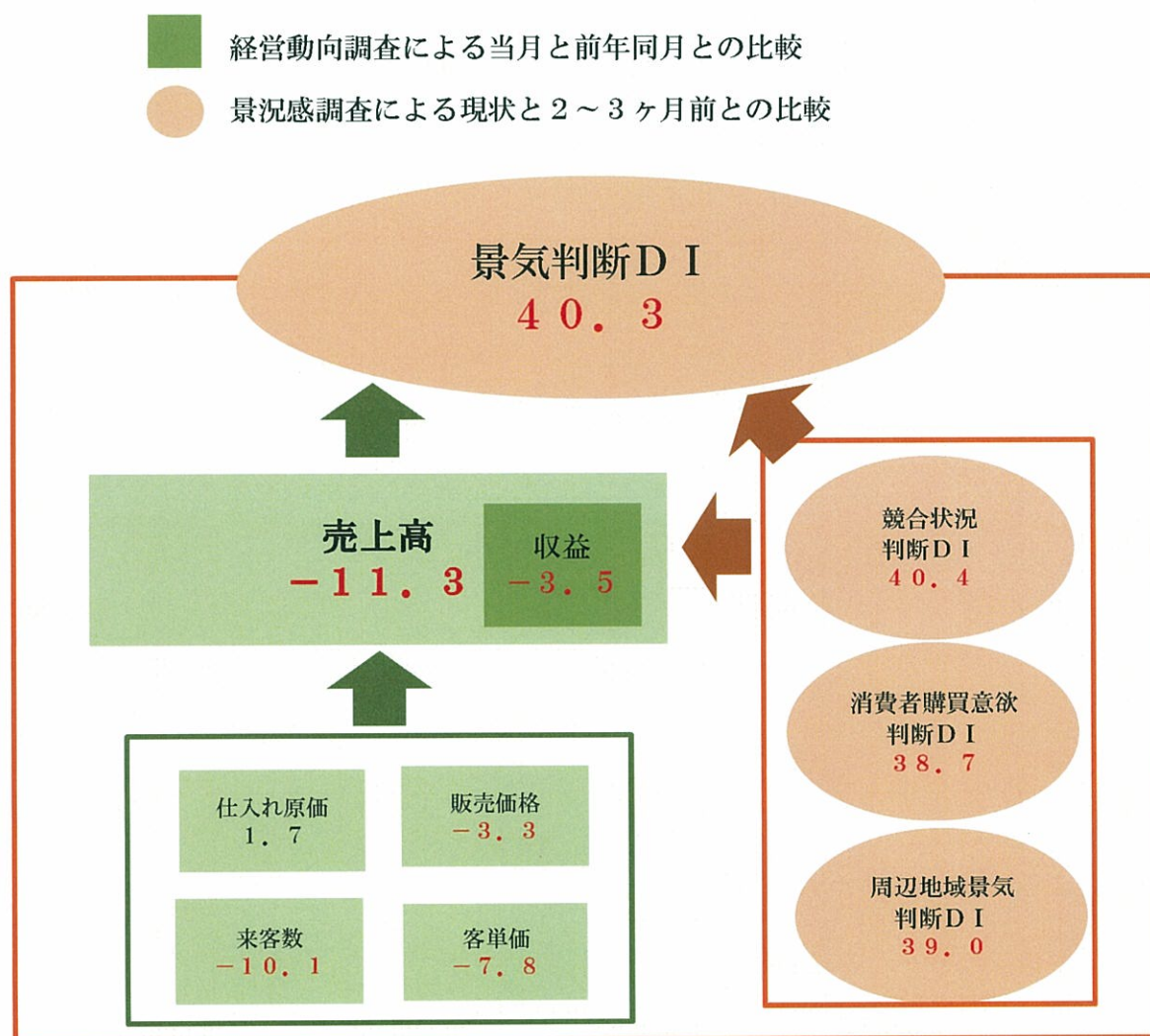
日本スーパーマーケット協会
オール日本スーパーマーケット協会
社団法人新日本スーパーマーケット協会

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. 5月中核店舗における景気動向

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、40.3となり、50を下回る結果となった。売上高DIは、-11.3、収益DIは、-3.5と経営動向は厳しい環境であったことがわかる。特に来客数DIが-10.1、客単価が-7.8となっており、来店頻度と買い上げ単価の落ち込みが経営動向を圧迫した。仕入れ原価DIはやや増加、販売価格DIはやや減少しているものの大きな動きにはなっていない。

外部環境に関する景況感はいずれの項目でも50を下回る結果となった。消費者購買意欲DIが38.7と前回から-2.8ポイント下落し、経営動向調査での客数、客単価の落ち込みを裏付ける結果となっている。競合状況判断DIが2.9ポイントの下落、周辺地域景気判断DIについてはほぼ横ばいで推移した。

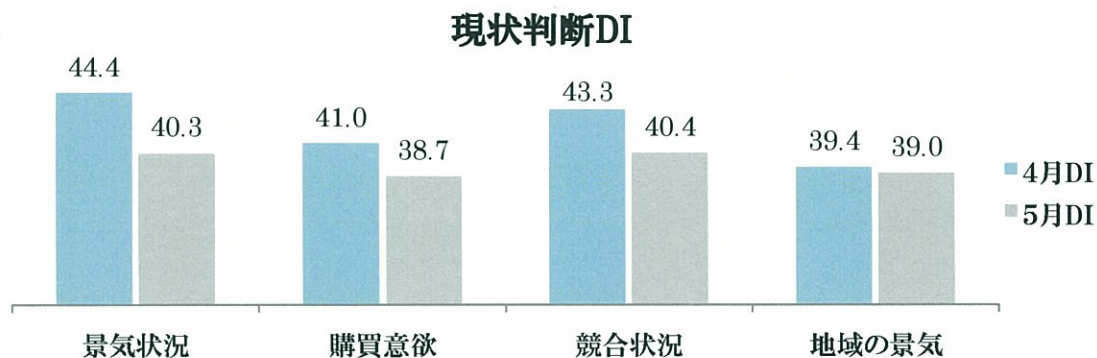


※6月調査結果（5月実績速報版）集計企業数：306社

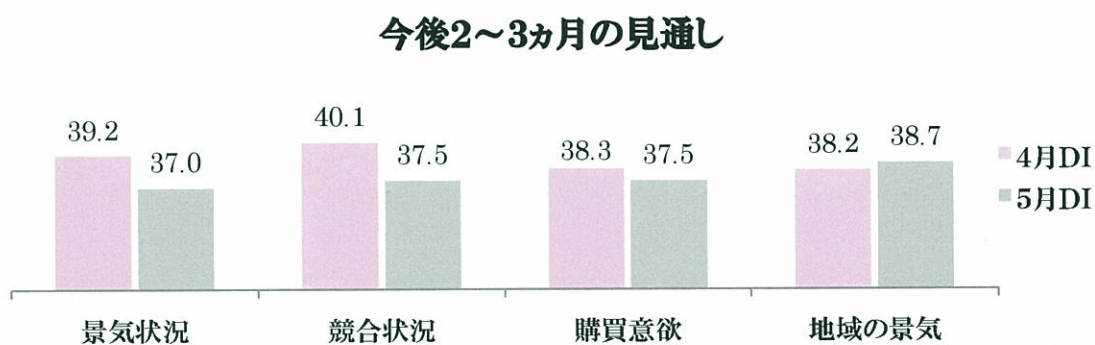
I I. 調査結果

(1) 景気動向調査推移

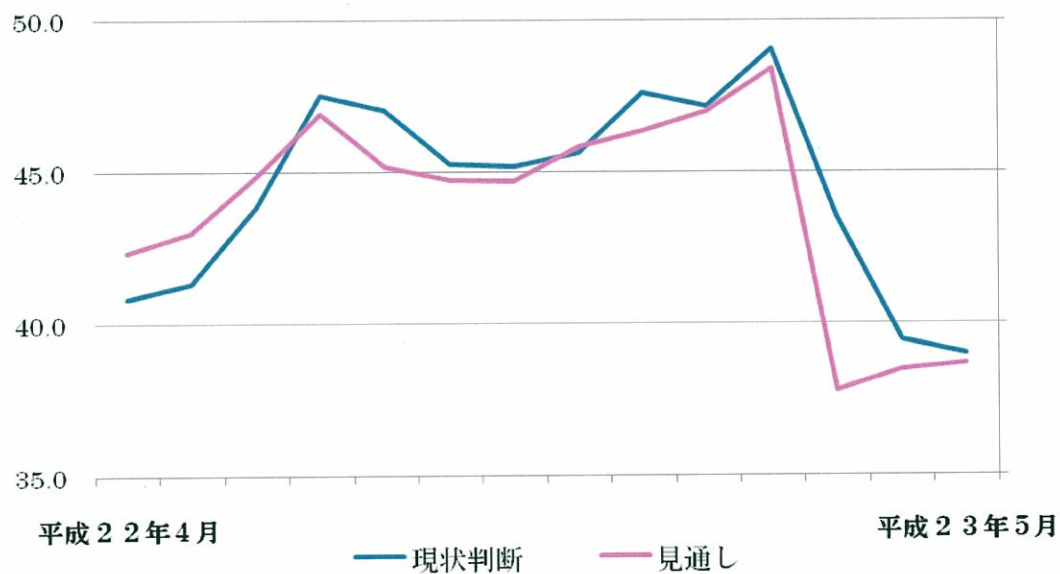
①景況感調査：現状判断 DI の推移



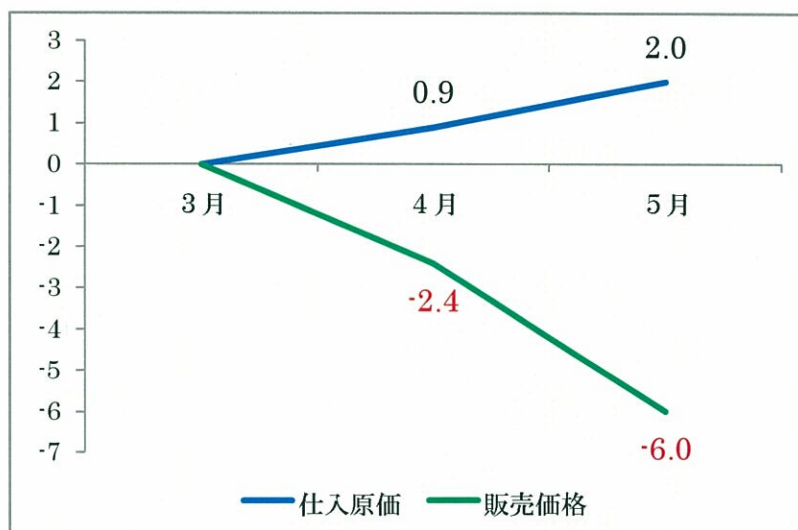
②景況感調査：見通し DI の推移



③景況感調査：「周辺地域景気DI」推移（平成22年4月～）



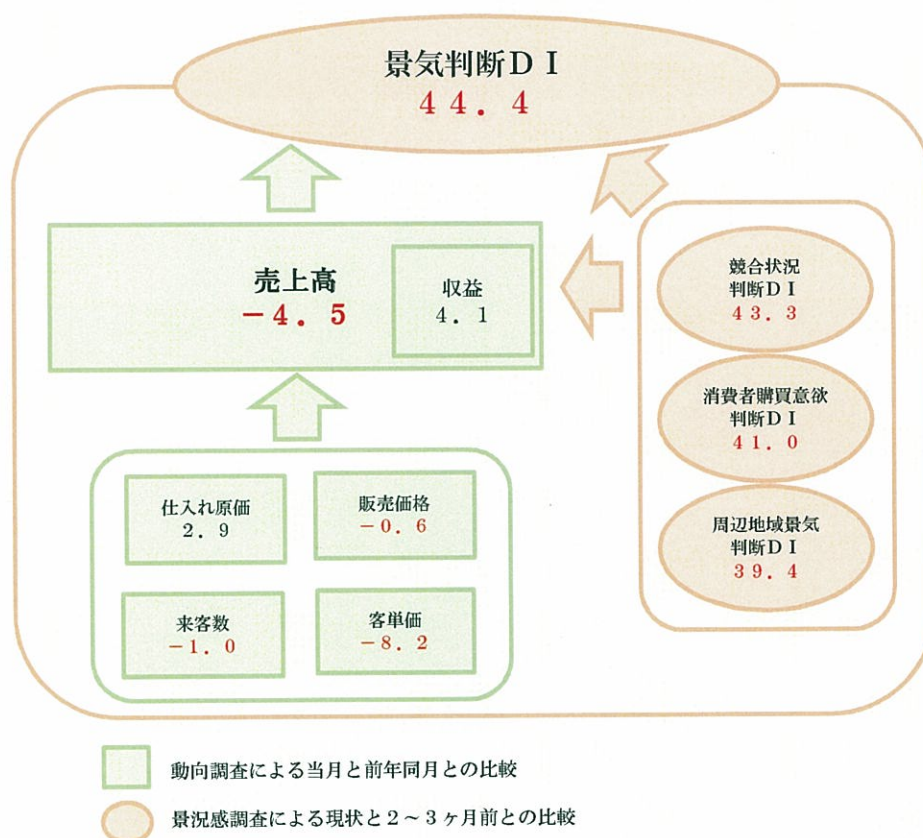
③経営動向調査：「仕入価格 DI」と「販売価格 DI」累積による推移（前月比ベース）



前月比 DI

	4月DI	5月DI	現在値
仕入原価	0.9	1.1	2.0
販売価格	-2.4	-3.6	-6.0

④経営動向調査：5月調査結果（4月実績確報版）



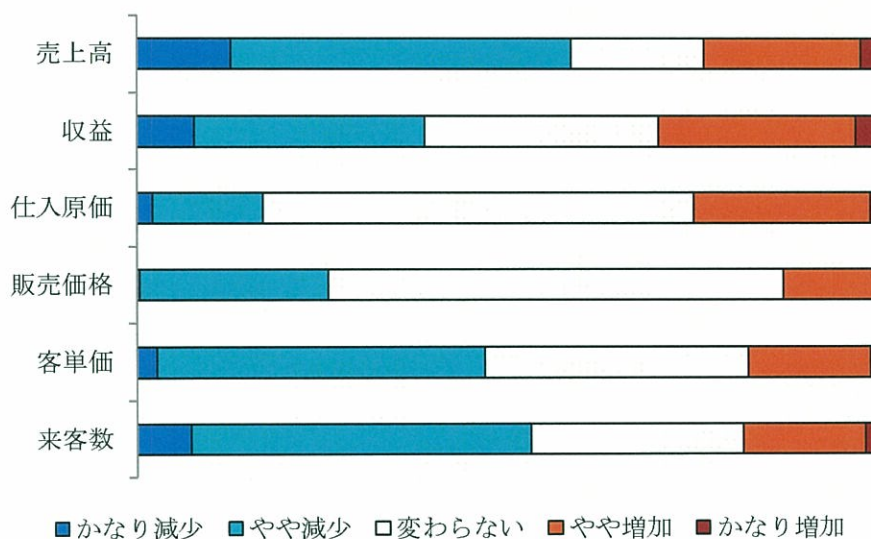
※5月調査結果（4月実績確報版）集計企業数：313社

(2) 回答構成比

①経営動向調査：5月の現状（前年同月比と比べて）

前年同月に比べて（％）

	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	12.6	46.0	17.9	21.2	2.3	-11.3
収益	7.6	31.2	31.6	26.6	3.0	-3.5
仕入原価	2.0	14.9	58.3	23.8	1.0	1.7
販売価格	0.3	25.4	61.5	12.4	0.3	-3.3
客単価	2.6	44.4	35.4	16.6	1.0	-7.8
来客数	7.3	45.9	28.7	16.5	1.7	-10.1



②景況感調査：5月の現状（2～3ヶ月前と比べて）

現状判断（％）

	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	4.2	41.8	43.1	10.1	0.7	40.3
購買意欲	4.6	44.8	42.5	7.5	0.7	38.7
競合状況	5.9	31.0	59.8	2.3	1.0	40.4
地域の景気	3.6	40.5	52.6	2.9	0.3	39.0

