

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	
		惣菜	惣菜、折詰料理、揚げ物、弁当、おにぎり、寿司、インスタアペーカリー、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、瓶缶詰、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7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7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（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	80,280,677	100.0%	101.8%	99.3%
食品合計	68,416,869	85.2%	102.0%	99.5%
生鮮3部門合計	25,275,771	31.5%	101.0%	98.8%
青果	10,282,849	12.8%	99.6%	97.4%
水産	7,023,829	8.7%	99.7%	97.5%
畜産	7,969,093	9.9%	104.2%	101.8%
惣菜	6,749,462	8.4%	103.6%	100.8%
日配	13,944,298	17.4%	102.2%	99.6%
一般食品	22,447,338	28.0%	102.6%	99.6%
非食品	7,702,812	9.6%	101.6%	100.4%
その他	4,160,996	5.2%	99.8%	99.3%

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	12,787,041	44	103.1%	100.6%
首都圏エリア	27,340,549	74	101.3%	99.1%
北信越エリア	5,172,315	27	102.4%	99.7%
東海エリア	4,742,063	34	99.5%	97.4%
関西エリア	16,521,393	34	102.6%	98.7%
中国・四国エリア	8,285,516	40	100.3%	99.3%
九州・沖縄エリア	5,431,799	27	102.9%	100.0%

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	702,662	45	101.2%	98.8%
4～10店舗	5,065,819	83	102.7%	98.9%
11～25店舗	11,953,807	72	100.7%	98.0%
26～50店舗	15,507,626	44	101.5%	98.5%
51店舗以上	47,050,763	36	102.1%	100.0%

集計企業数（社）	280		
総店舗数（店舗）	7,567	店舗平均月商（万円）	10,609
総売場面積（㎡）	12,459,065	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7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	87,436,052	100.0%	100.4%	98.0%
食品合計	74,922,602	85.7%	100.5%	98.0%
生鮮3部門合計	28,151,516	32.2%	99.4%	96.9%
青果	11,225,304	12.8%	97.3%	94.8%
水産	7,956,214	9.1%	98.1%	95.6%
畜産	8,969,999	10.3%	103.5%	101.0%
惣菜	7,179,723	8.2%	102.3%	99.3%
日配	14,958,560	17.1%	102.6%	99.6%
一般食品	24,632,803	28.2%	100.6%	98.2%
非食品	7,856,709	9.0%	98.4%	96.8%
その他	4,656,741	5.3%	97.1%	95.6%

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	14,498,577	49	99.8%	99.9%
首都圏エリア	30,247,055	92	99.9%	97.4%
北信越エリア	6,702,767	31	102.1%	99.3%
東海エリア	4,852,910	37	98.1%	96.3%
関西エリア	15,716,879	34	102.0%	97.3%
中国・四国エリア	9,157,451	44	99.7%	99.0%
九州・沖縄エリア	6,260,414	32	100.3%	97.5%

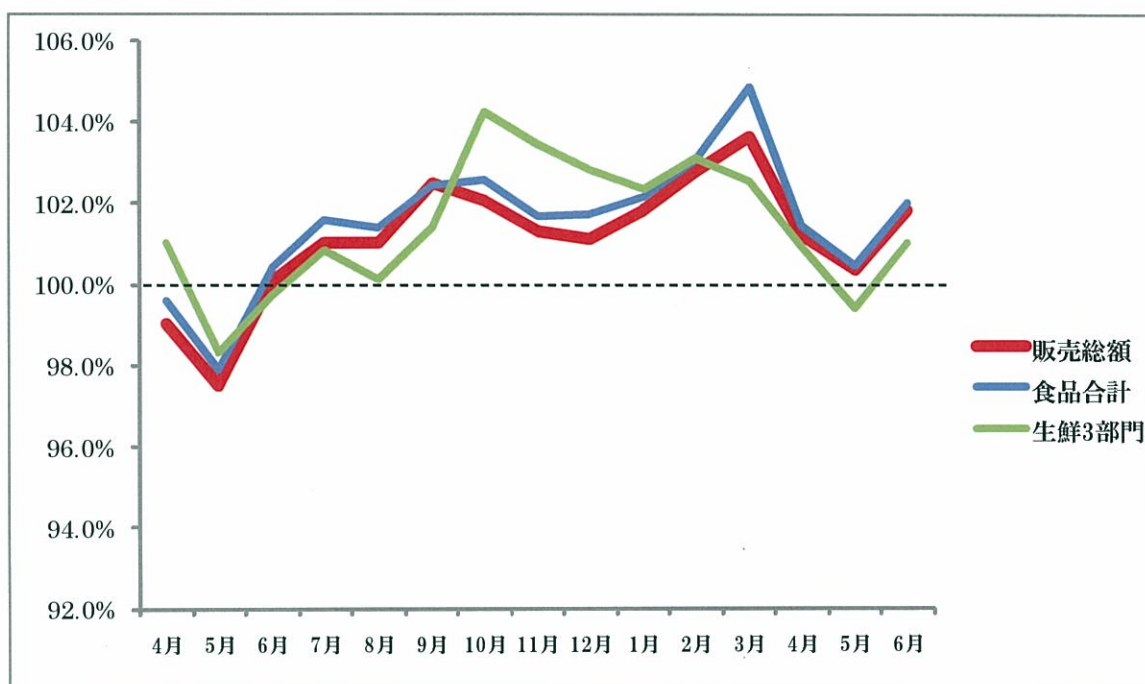
保有店舗数別集計

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	803,723	51	100.8%	97.6%
4～10店舗	6,192,903	93	99.1%	98.3%
11～25店舗	14,631,219	89	99.4%	97.7%
26～50店舗	17,656,265	47	101.0%	98.7%
51店舗以上	48,151,943	39	100.6%	97.8%

集計企業数（社）	319		
総店舗数（店舗）	8,172	店舗平均月商（万円）	10,699
総売場面積（㎡）	13,431,120	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.5

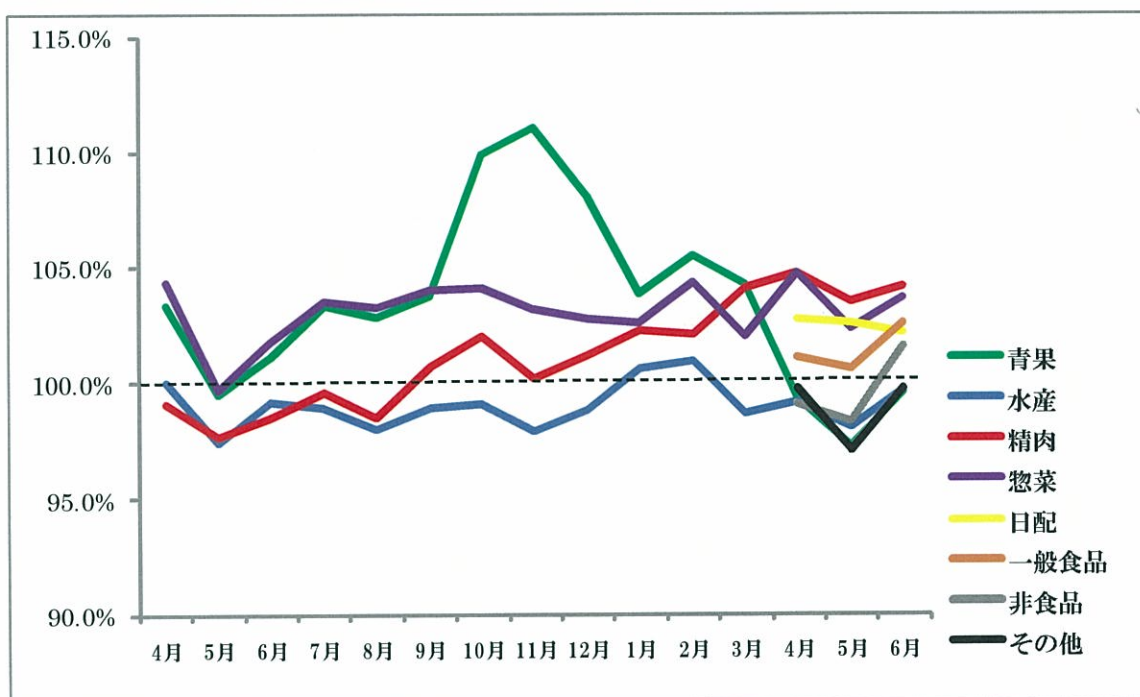
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入
 ※前年同月比（全店）：前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較による
 ※前年同月比（既存店）：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011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



※2010年4月～2011年5月までは確報版による前年同月比、6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・非食品・その他



※2010年4月～2011年5月までは確報版による前年同月比、6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

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か月前と比較した現状、及び今後2～3か月の見通し

「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7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

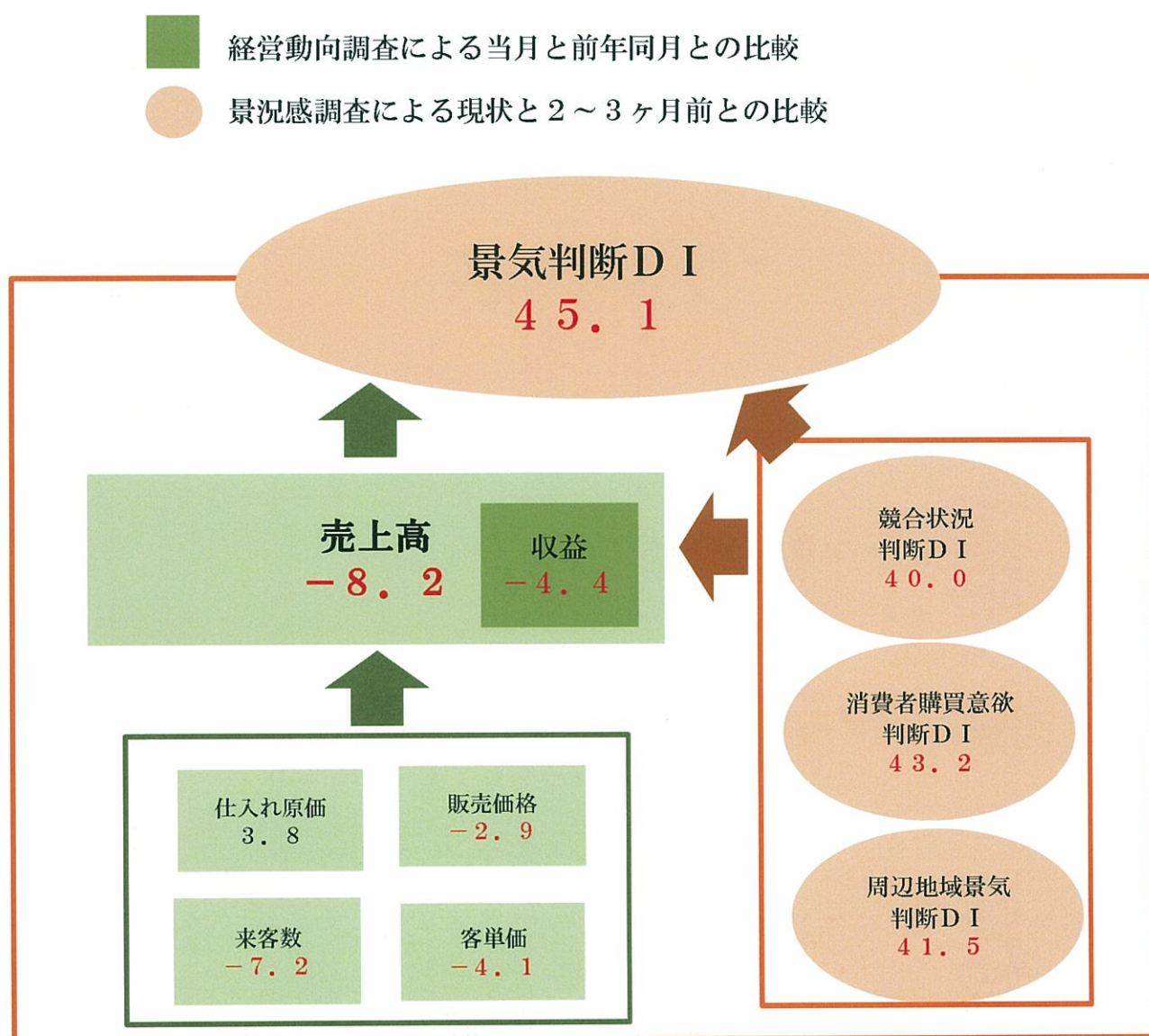
I. 6月中核店舗における景気動向

6月のスーパーマーケット中核店舗における景況感は45.1となり、依然として50を下回っているものの先月の40.4から改善した。消費者購買意欲DIが43.2と先月の38.7から持ち直しており、来客数DIが-10.1から-7.2に客単価DIも-7.8から-4.1にそれぞれ改善している。

競合状況DIは、40.0とほぼ横ばいで推移しており厳しい競争環境がつづいており、仕入れ原価DIは3.8と上昇しているにも関わらず、販売価格DIは-2.9と横ばい傾向が続いている。

売上DIは-8.2と前月の-11.3からマイナス幅が縮小しているが、収益判断DIは-4.4と改善には至っていない。

周辺地域景気DIは41.5と先月から上昇しているが、依然として慎重な判断が続いている。

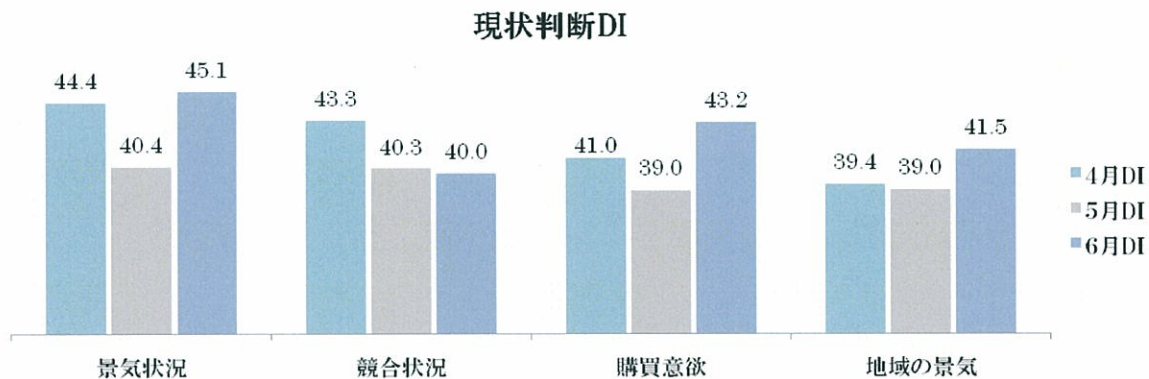


※ 6月実績速報版 集計企業数：281社

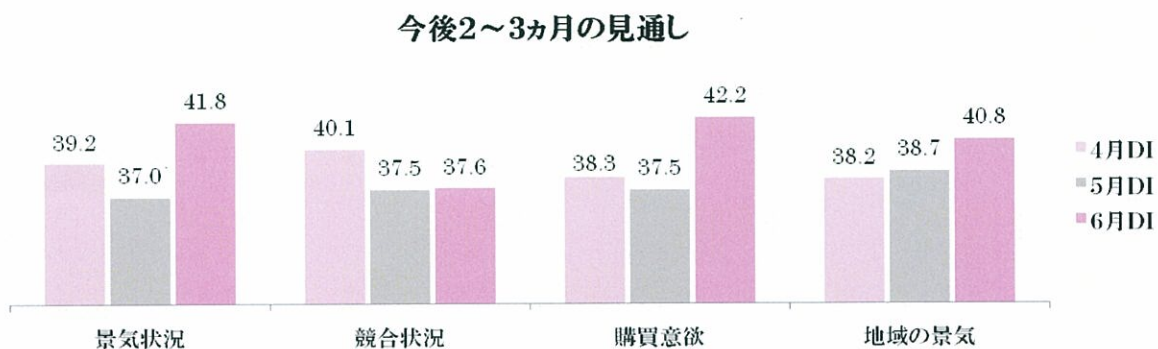
I I. 調査結果

(1) 景気動向調査推移

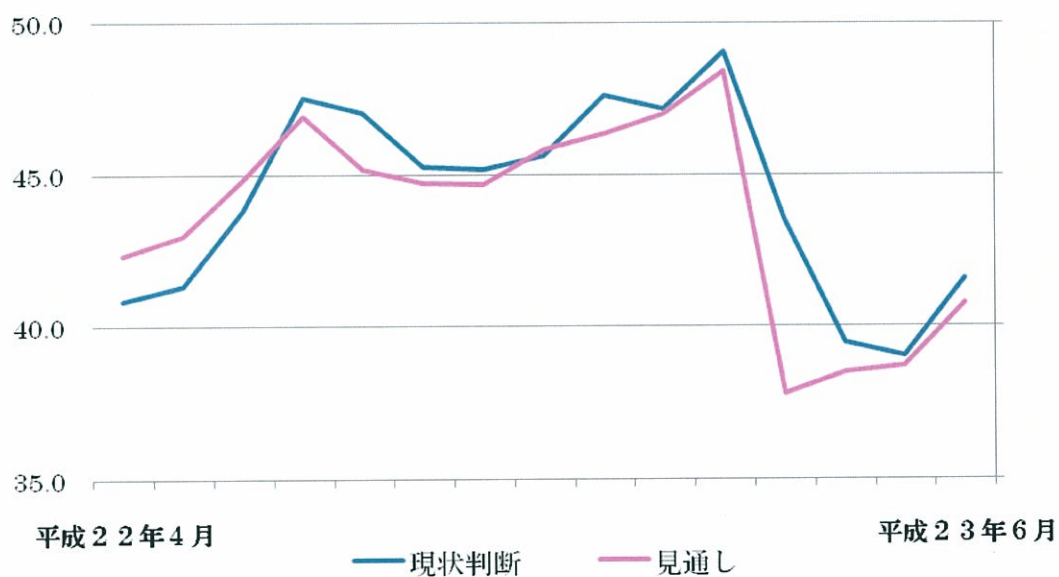
①景況感調査：現状判断 DI の推移



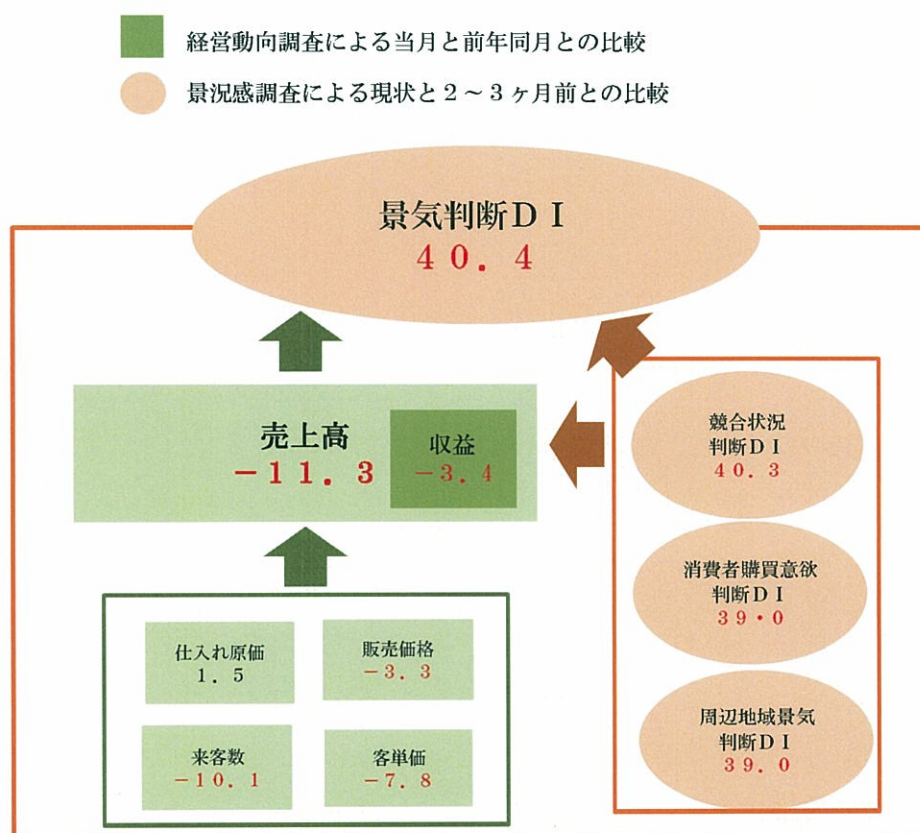
②景況感調査：見通し DI の推移



③景況感調査：「周辺地域景気DI」推移（平成22年4月～）

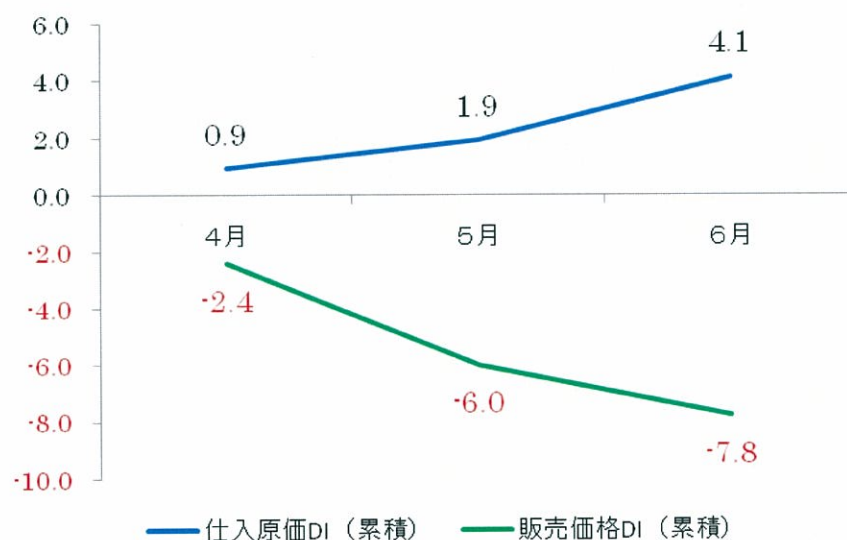


④経営動向調査：5月実績確報版



※5月実績確報版 集計企業数：317社

⑤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

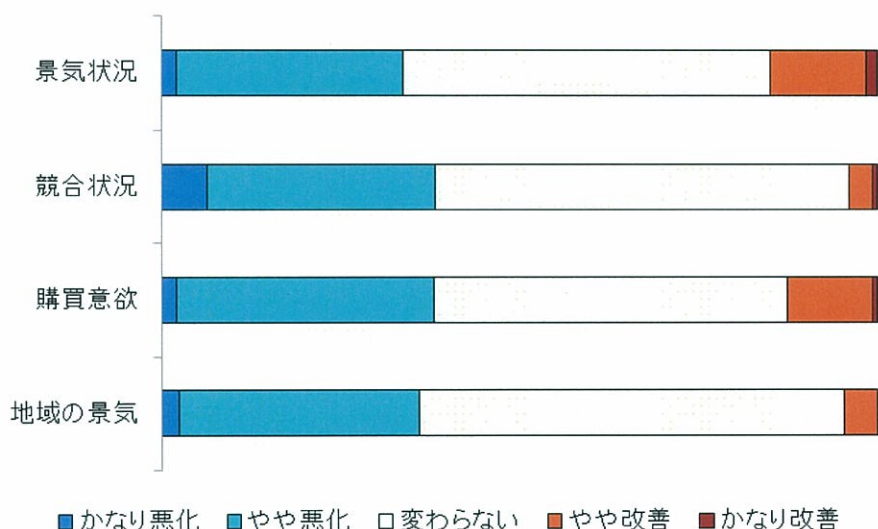
	4月	5月	6月
仕入原価	0.9	1.0	2.2
販売価格	-2.4	-3.6	-1.8
仕入原価DI（累積）	0.9	1.9	4.1
販売価格DI（累積）	-2.4	-6.0	-7.8

(2) 回答構成比

①景況感調査：6月の現状（2～3ヶ月前と比べて）

現状判断（％）

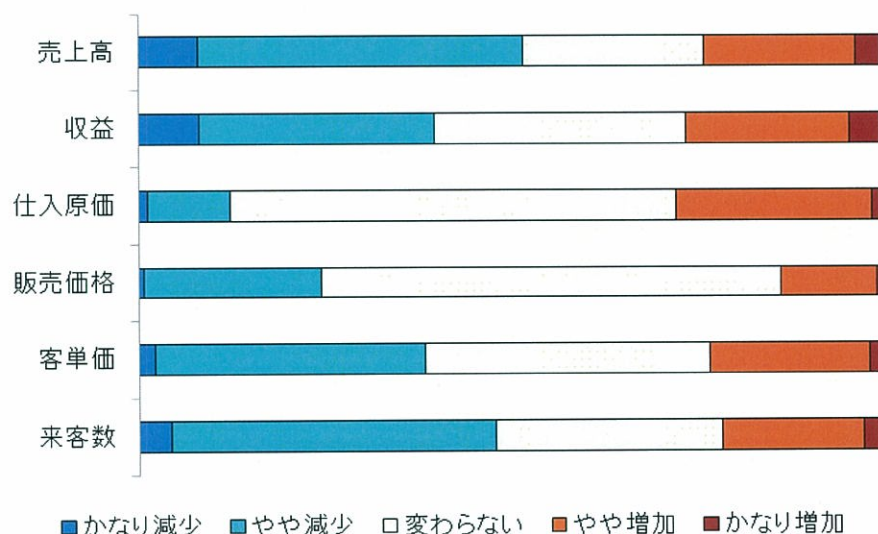
	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	2.1	31.7	51.2	13.5	1.4	45.1
競合状況	6.4	31.8	57.9	3.2	0.7	40.0
購買意欲	2.1	35.9	49.5	11.7	0.7	43.2
地域の景気	2.5	33.5	59.4	4.6	0.0	41.5



②経営動向調査：6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	8.0	43.8	24.5	20.4	3.3	-8.2
収益	8.1	31.7	33.9	22.1	4.1	-4.4
仕入原価	1.1	11.2	60.3	26.4	1.1	3.8
販売価格	0.7	23.8	62.1	13.0	0.4	-2.9
客単価	2.2	36.5	38.3	21.7	1.4	-4.1
来客数	4.3	43.7	30.7	19.1	2.2	-7.2

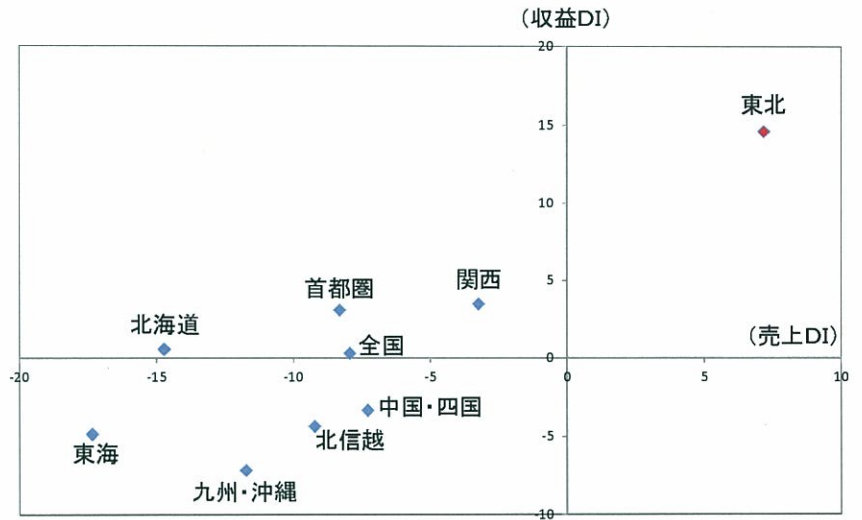


スーパーマーケット景気動向調査

地域別にみた特徴 ～東北地方を中心に

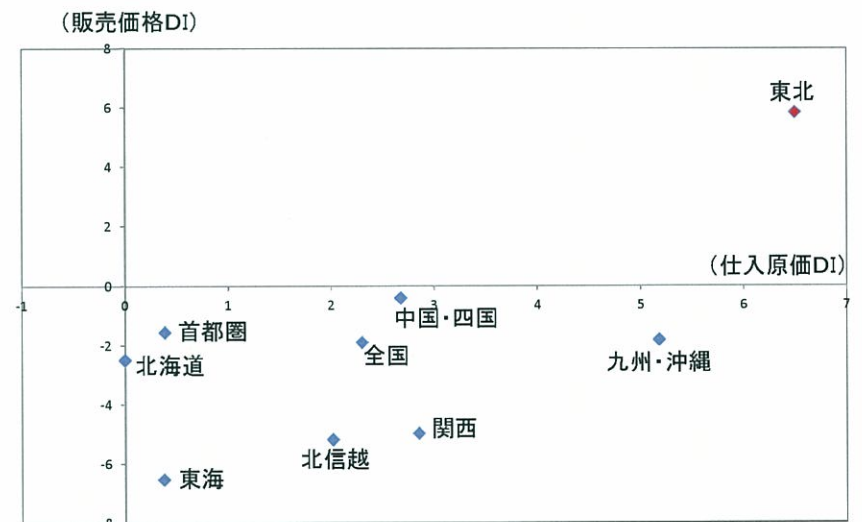
図表1：売上D I と収益D I

復興需要により売上増となった
東北地方



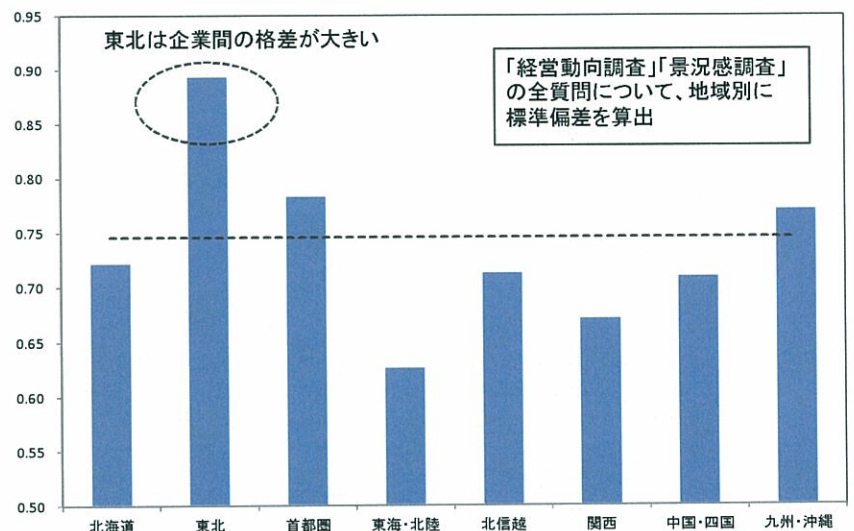
図表2：販売価格D I と仕入価格D I

復興需要増と供給体制問題から
価格上昇となった東北地方



図表3：企業間格差（標準偏差）

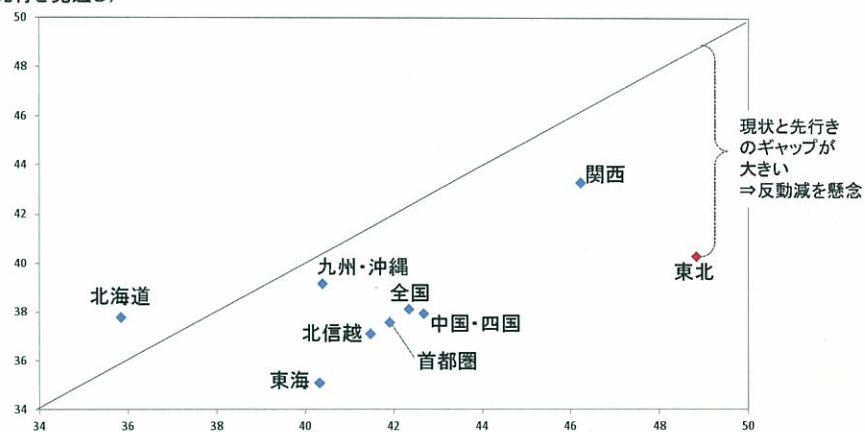
企業間の回答差が目立つ
東北地方



景気状況D I

現状と先行きのギャップが大きい
東北地方

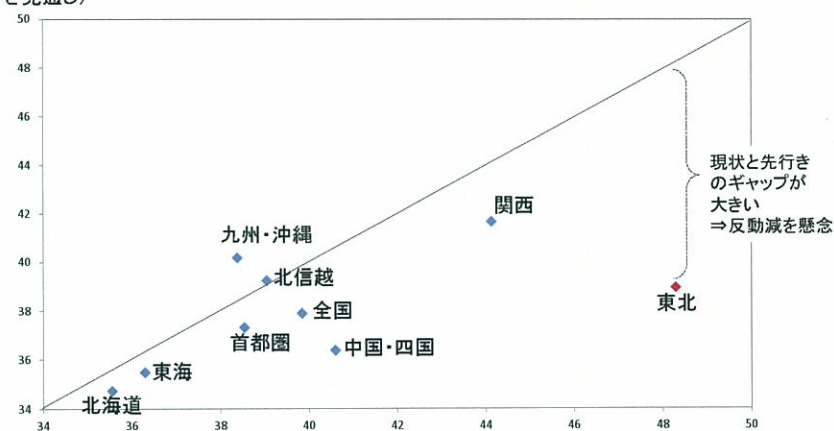
(先行き見通し)



購買意欲DI

現状と先行きのギャップが大きい
東北地方

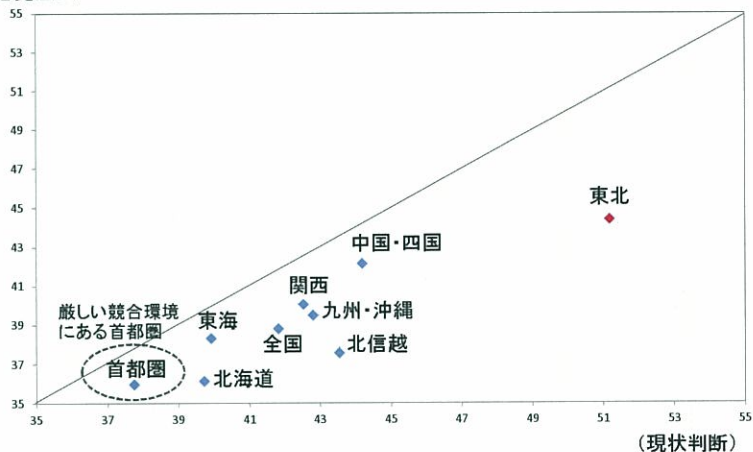
(先行き見通し)



競合状況DI

競合環境が厳しい首都圏

(先行き見通し)



地域景気DI

地域景気の厳しさが見込まれる
東海地方、首都圏、東北地方

(先行き見通し)

