

スーパーマーケット販売統計調査 (7月実績速報版・6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、インスタペーカーリー、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8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

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8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
 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（7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	87,322,391	100.0%	103.5%	101.7%
食品合計	73,245,247	83.9%	103.8%	101.4%
生鮮3部門合計	26,316,287	30.1%	102.4%	100.3%
青果	10,637,582	12.2%	103.1%	101.1%
水産	7,576,634	8.7%	100.8%	98.7%
畜産	8,102,070	9.3%	103.2%	100.6%
惣菜	7,638,607	8.7%	105.8%	103.1%
日配	16,006,684	18.3%	104.6%	102.0%
一般食品	23,283,670	26.7%	104.2%	101.7%
非食品	9,308,941	10.7%	101.8%	101.9%
その他	4,768,202	5.5%	100.9%	101.3%

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	13,520,073	44	103.9%	104.8%
首都圏エリア	28,938,778	74	102.9%	101.1%
北信越エリア	5,172,065	27	102.7%	101.2%
東海エリア	4,870,102	34	103.6%	100.8%
関西エリア	19,896,120	34	104.4%	100.3%
中国・四国エリア	9,159,344	40	102.6%	101.6%
九州・沖縄エリア	5,765,910	27	104.5%	102.1%

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	739,313	45	103.7%	99.8%
4～10店舗	5,410,588	83	102.5%	102.3%
11～25店舗	12,655,964	72	102.6%	101.3%
26～50店舗	16,140,954	44	103.0%	101.3%
51店舗以上	52,375,572	36	104.0%	101.8%

集計企業数（社）	280		
総店舗数（店舗）	7,595	店舗平均月商（万円）	11,497
総売場面積（㎡）	12,692,526	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

※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8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
 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	83,359,834	100.0%	102.0%	99.8%
食品合計	70,531,504	84.6%	101.9%	99.4%
生鮮3部門合計	26,027,290	31.2%	101.0%	98.8%
青果	10,611,113	12.7%	99.6%	97.5%
水産	7,201,093	8.6%	99.7%	97.5%
畜産	8,215,085	9.9%	104.2%	101.8%
惣菜	6,991,168	8.4%	103.7%	100.9%
日配	15,304,564	18.4%	102.2%	99.6%
一般食品	22,208,483	26.6%	102.1%	99.6%
非食品	8,265,155	9.9%	101.8%	100.5%
その他	4,563,175	5.5%	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	13,510,957	48	103.3%	102.5%
首都圏エリア	28,341,802	91	101.2%	99.1%
北信越エリア	5,424,119	29	102.3%	99.9%
東海エリア	4,814,973	37	99.9%	98.1%
関西エリア	17,129,712	35	103.4%	99.1%
中国・四国エリア	8,594,902	42	100.2%	99.8%
九州・沖縄エリア	5,543,368	29	103.0%	100.6%

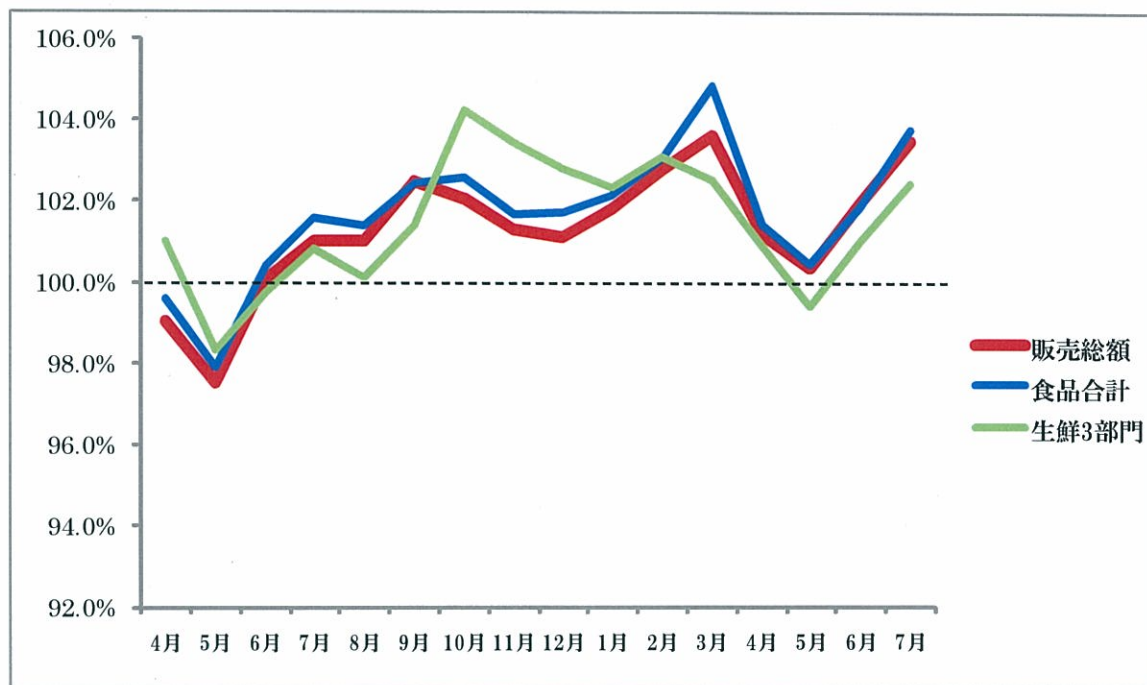
保有店舗数別集計

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	806,684	54	101.7%	98.8%
4～10店舗	5,930,371	94	102.3%	100.7%
11～25店舗	12,732,980	80	100.7%	98.5%
26～50店舗	16,685,016	47	101.3%	99.4%
51店舗以上	47,204,782	36	102.6%	100.2%

集計企業数（社）	311		
総店舗数（店舗）	7,852	店舗平均月商（万円）	10,616
総売場面積（㎡）	12,983,193	売場1㎡あたり売上高（万円）	6.4

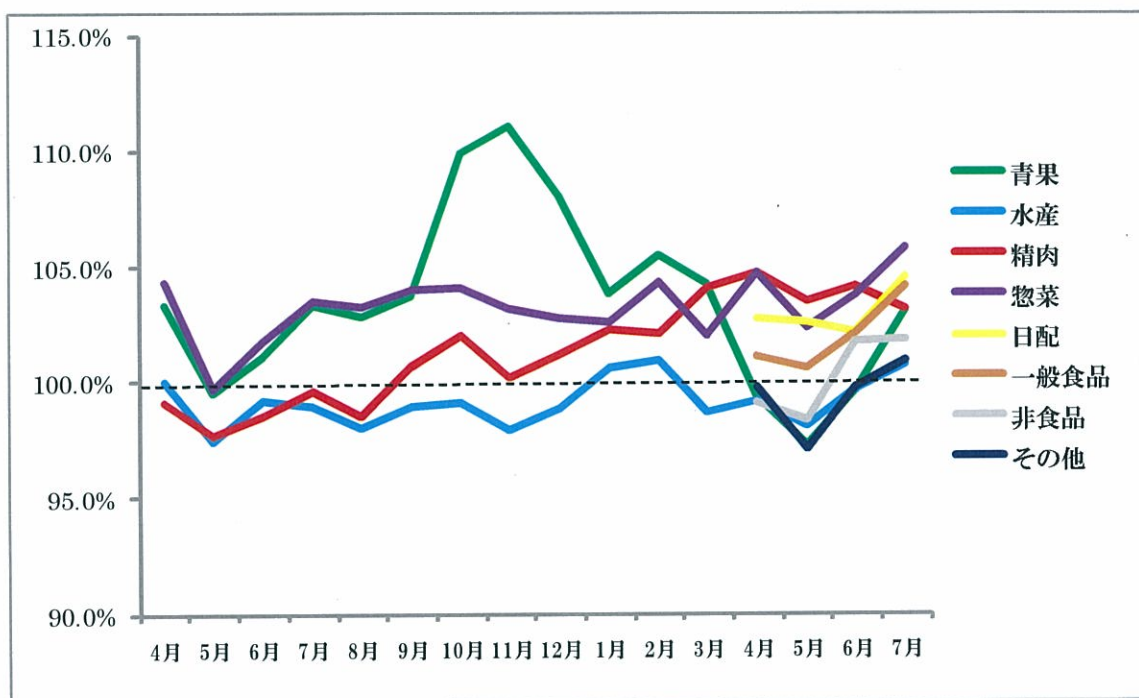
※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入
 ※前年同月比（全店）：前年同月営業の全店舗と当月営業の全店舗における比較による
 ※前年同月比（既存店）：前年同月と当月共に営業の店舗における比較による

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年7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6月までは確報版による前年同月比、7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7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6月までは確報版による前年同月比、7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

8月調査結果(7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8月23日

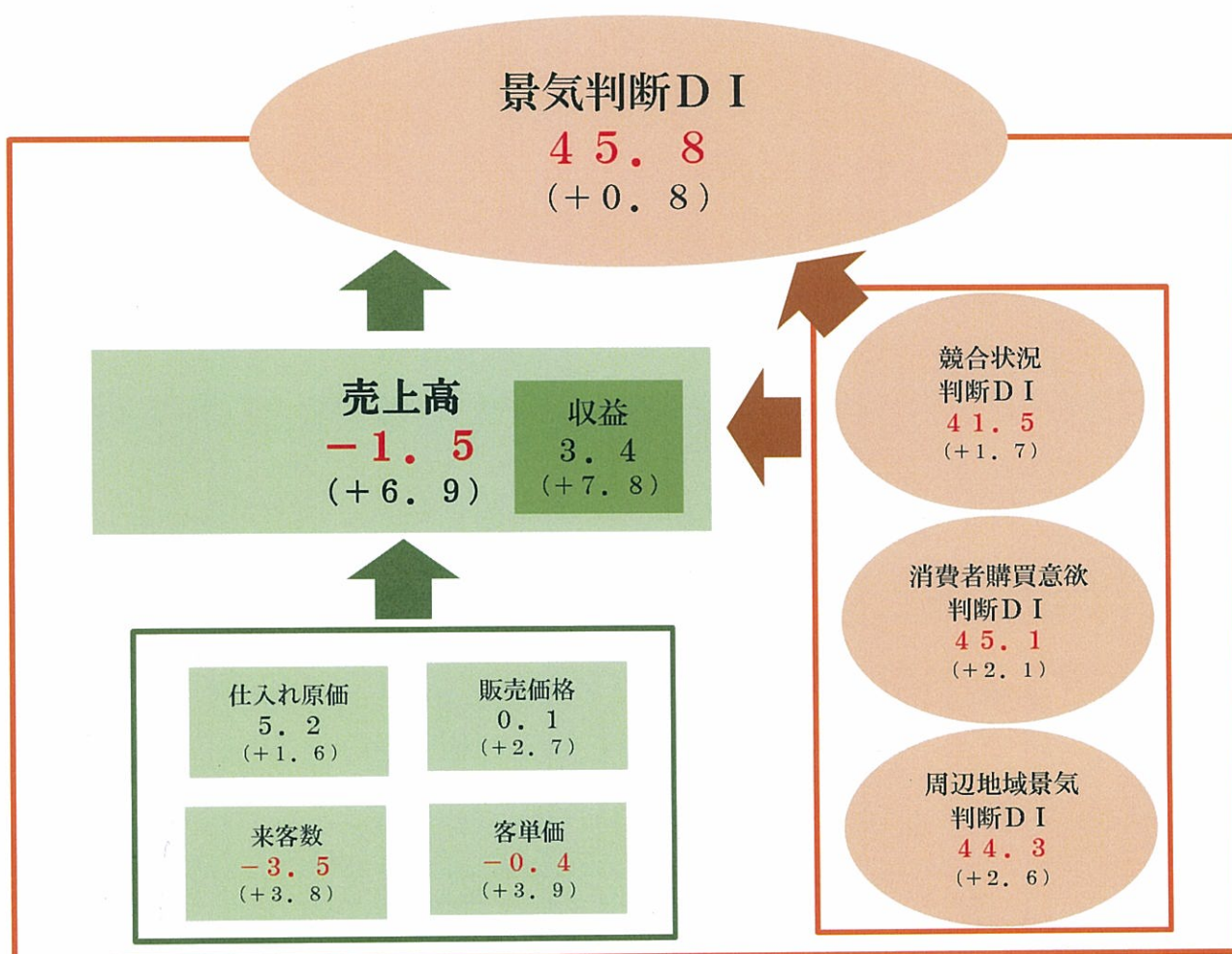
日本スーパーマーケット協会
オール日本スーパーマーケット協会
社団法人新日本スーパーマーケット協会

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. 7月中核店舗における景気動向

7月のスーパーマーケット中核店舗における景況感は、45.8となり先月に引き続いて緩やかに改善傾向が続いている。売上高DIが+6.9と大きく回復しているが、消費者購買意欲判断DIが2ヶ月連続で改善して45.1(+2.6ポイント)、経営動向調査における来客数DIが3.8ポイント改善、客単価が3.9ポイント改善と消費環境の好転が売上増につながったと考えられる。さらに収益DIが7.8ポイント改善の3.4となり、4月以来のプラス転換となった。これは引き続き仕入れ原価DIの上昇が続いているが、販売価格DIのプラス0.1とはじめて上昇に転じたことが収益環境を改善させたと思われる。競合状況判断はやや改善したものの41.5と厳しい環境が続いている。

- 経営動向調査による当月と前年同月との比較
- 景況感調査による現状と2～3ヶ月前との比較



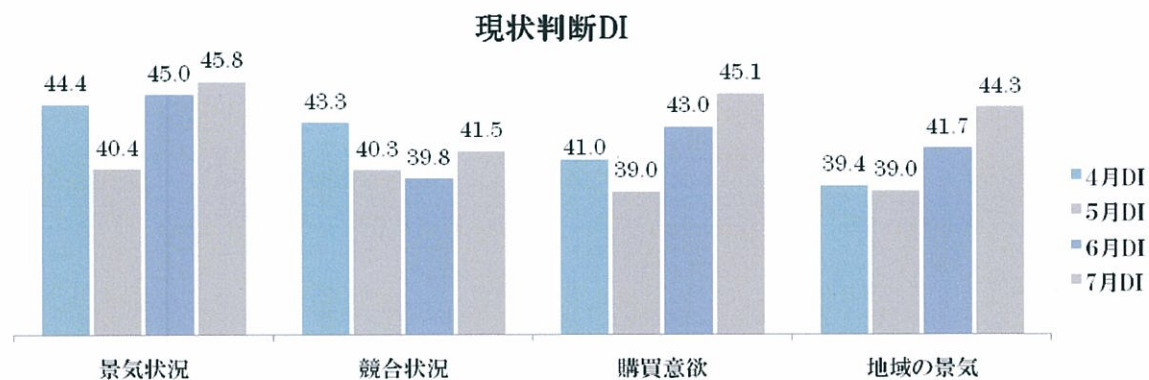
() 内は、6月調査確報版との増減

※7月調査速報版 集計企業数：282社

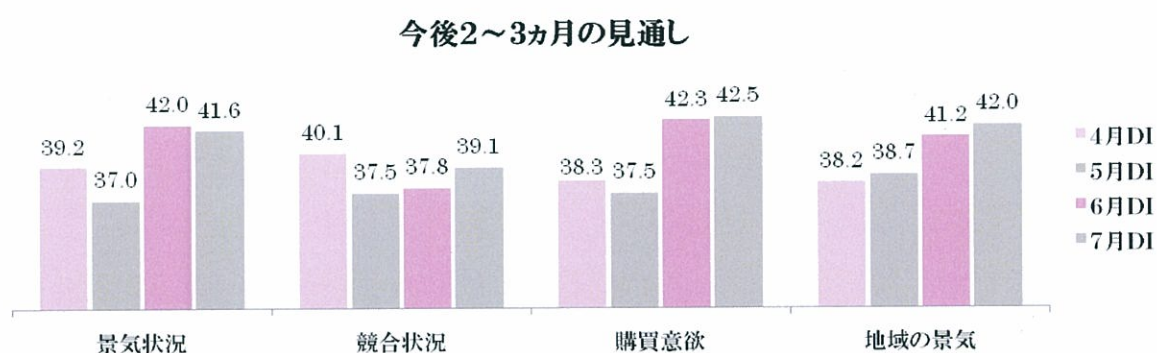
I I. 調査結果

(1) 景気動向調査推移（平成23年4月～）

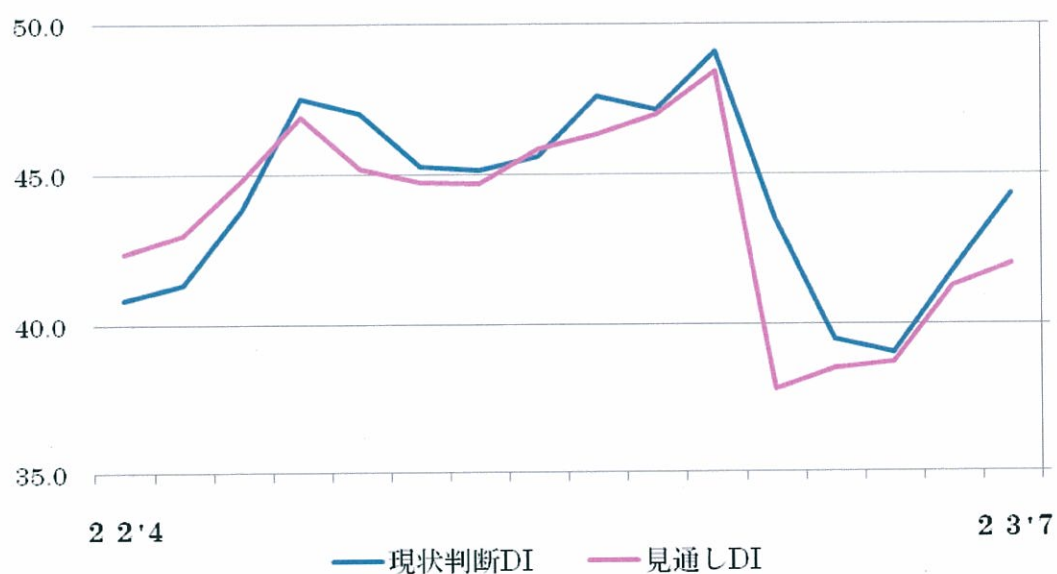
①景況感調査：現状判断DIの推移



②景況感調査：見通しDIの推移

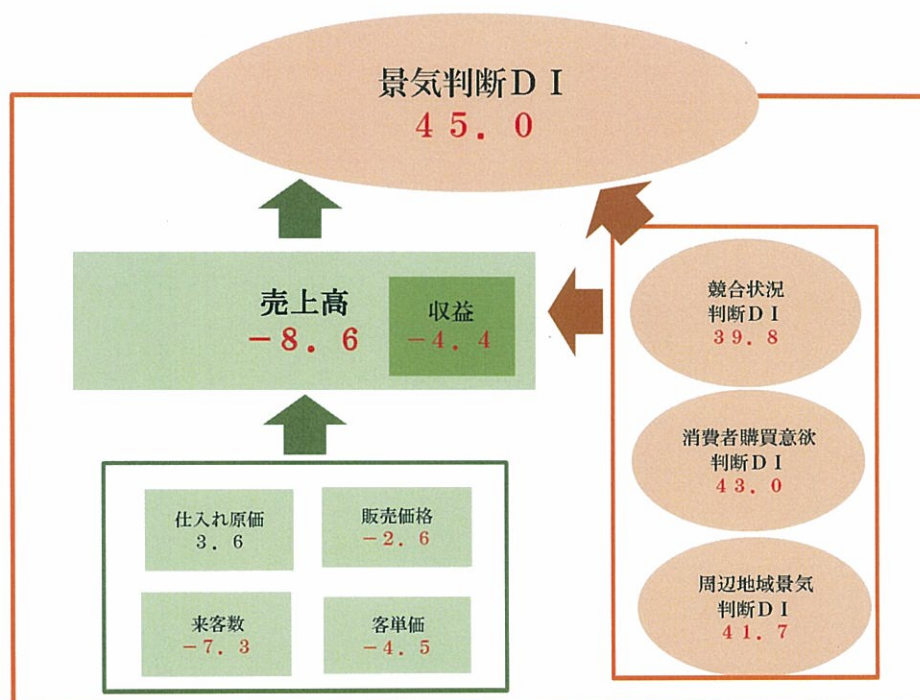


③景況感調査：「周辺地域景気DI」推移（平成22年4月～）



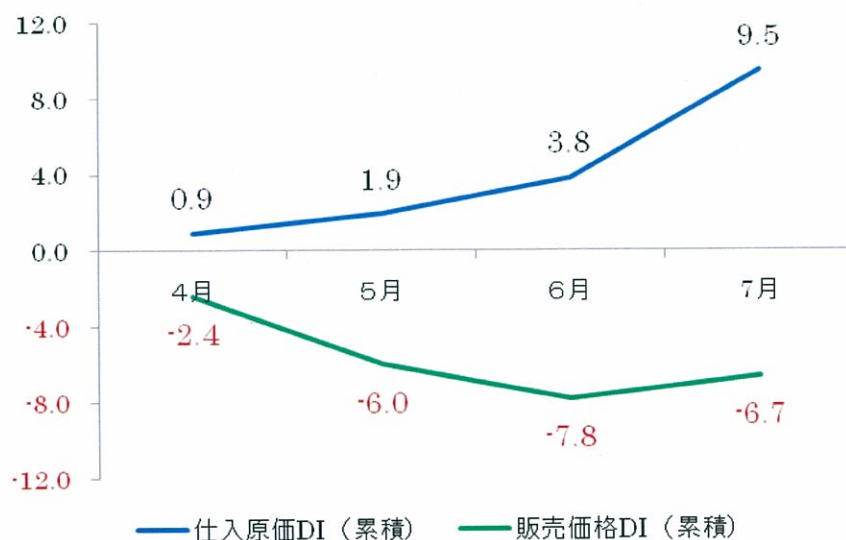
④経営動向調査：6月実績確報版

- 経営動向調査による当月と前年同月との比較
- 景況感調査による現状と2～3ヶ月前との比較



※6月実績確報版 集計企業数：302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

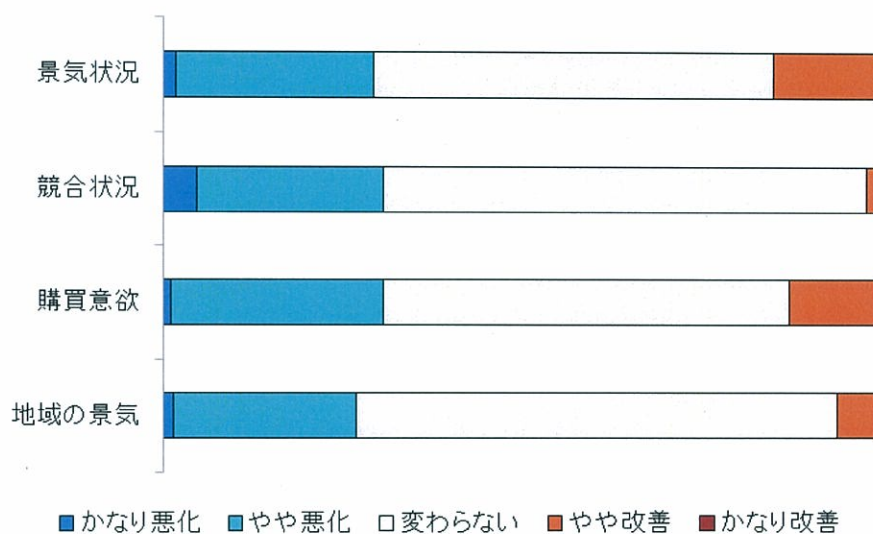
	4月	5月	6月	7月
仕入原価	0.9	1.0	1.9	5.7
販売価格	-2.4	-3.6	-1.8	1.2
仕入原価DI（累積）	0.9	1.9	3.8	9.5
販売価格DI（累積）	-2.4	-6.0	-7.8	-6.7

(2) 回答構成比

①景況感調査：7月の現状（2～3ヶ月前と比べて）

現状判断（％）

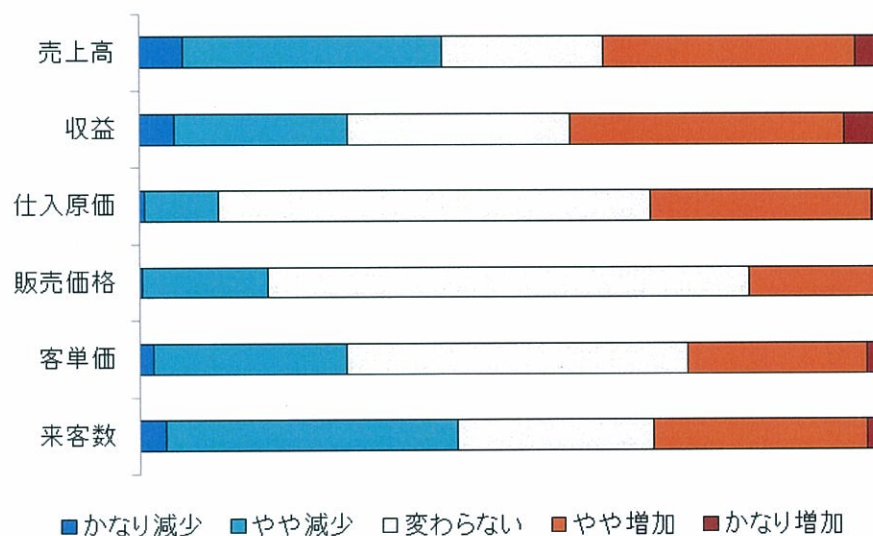
	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	1.8	27.7	56.0	14.5	0.0	45.8
競合状況	4.6	26.2	67.7	1.4	0.0	41.5
購買意欲	1.1	29.8	56.7	12.4	0.0	45.1
地域の景気	1.4	25.5	67.4	5.7	0.0	44.3



②経営動向調査：7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	5.7	35.1	21.9	34.1	3.2	-1.5
収益	4.7	23.5	30.0	37.2	4.7	3.4
仕入原価	0.7	10.0	58.2	30.0	1.1	5.2
販売価格	0.4	16.9	65.1	17.3	0.4	0.1
客単価	1.8	26.1	46.1	24.3	1.8	-0.4
来客数	3.6	39.3	26.4	28.9	1.8	-3.5



スーパーマーケット景気動向調査～震災後の中小企業の動向～

- ・左図は、中小企業とそれ以外の DI 推移を表わしています。
これにより、DI の「動き」に違いがあるかを観察することができます。
- ・右図は、中小企業とそれ以外との DI の差を表わしています。
これにより、DI の「差」がどのくらいあるか、拡大・縮小傾向にあるのかを観察することができます。

※中小企業の定義は以下のとおりです。

(中小企業基本法第2条による):小売業:50 人以下又は 5,000 万円以下の企業

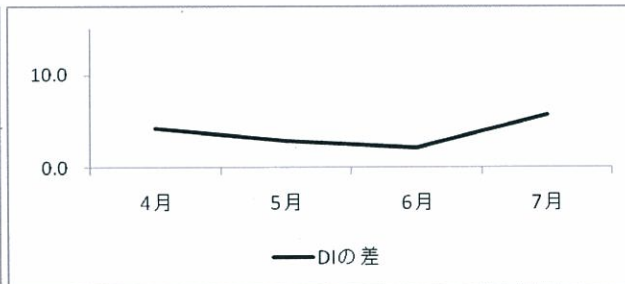
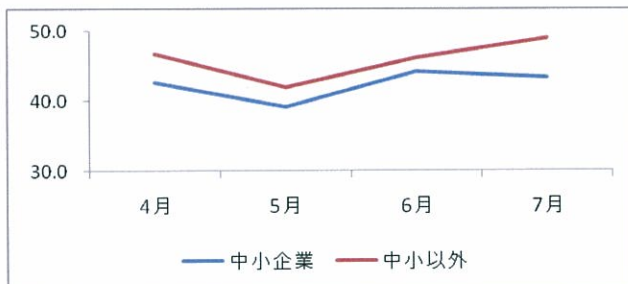
(1) スーパーマーケット景況感調査結果

景気判断DI

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	42.6	46.8	4.2
5月	39.1	42.0	2.8
6月	44.2	46.2	2.0
7月	43.3	49.0	5.7

景気判断 DI

5 月以降改善傾向が続いているが、中小企業は 7 月がやや悪化となり、DI の差が 5.7 とやや拡大している

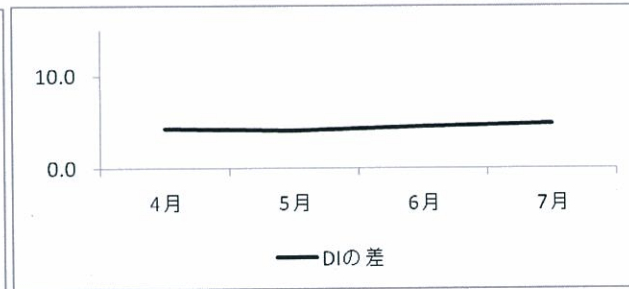
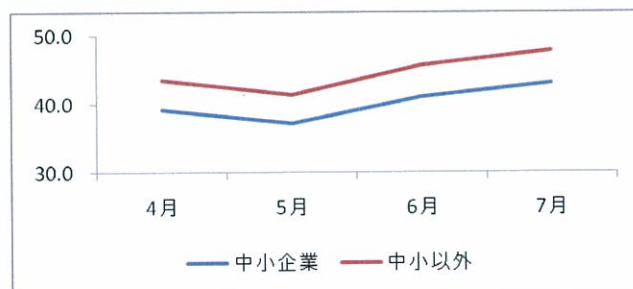


消費者購買意欲DI

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	39.2	43.4	4.3
5月	37.1	41.3	4.1
6月	41.1	45.6	4.5
7月	43.0	47.8	4.8

消費者購買意欲 DI

共に緩やかな改善傾向を見せており、DI の差は 4 ポイント台で推移している。

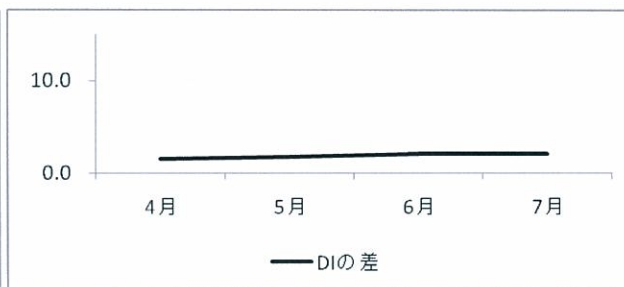
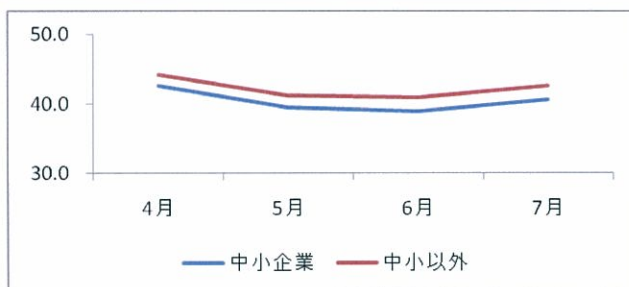


周辺競合状況DI

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	42.6	44.2	1.5
5月	39.5	41.3	1.7
6月	38.9	41.0	2.1
7月	40.6	42.6	2.0

周辺競合状況 DI

共に横ばいで推移しており、DIの差は2ポイント前後と他のDIに比べ比較的小さい。

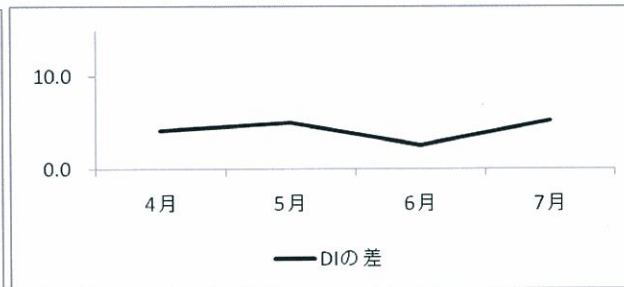
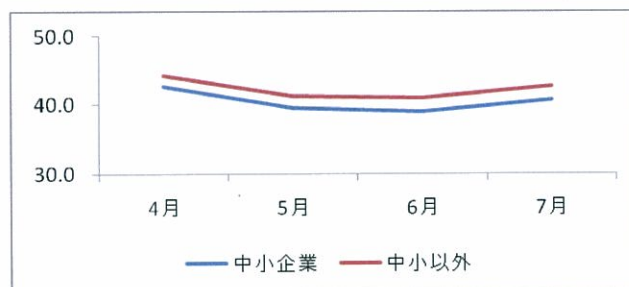


周辺地域景気DI

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	37.6	41.7	4.1
5月	36.9	41.8	4.9
6月	40.6	43.1	2.5
7月	42.0	47.2	5.2

周辺地域景気 DI

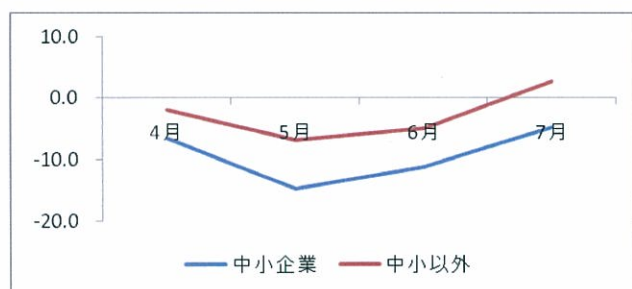
共に緩やかに改善傾向が見られるが、7月にかけてDIの差は5ポイントとやや差が広がっている。



(2) スーパーマーケット経営動向調査

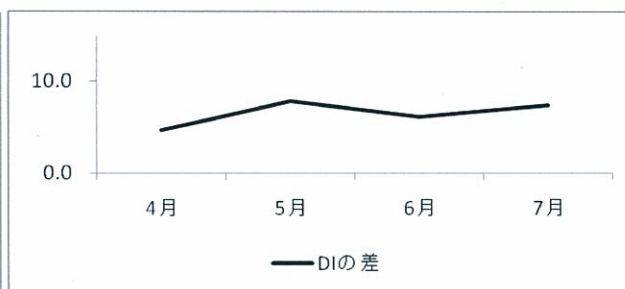
売上高DI_前年同月比

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	-6.5	-1.9	4.6
5月	-14.7	-6.9	7.8
6月	-11.2	-5.1	6.1
7月	-4.8	2.6	7.4



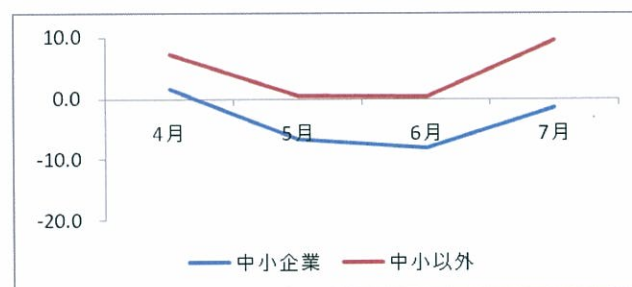
売上高 DI

共に 5 月から改善傾向が見られるが、DI の差が 7 ポイント前後と比較的大きくなっている。



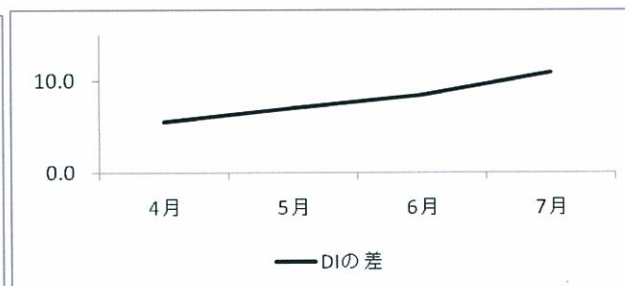
収益DI_前年同月比

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	1.7	7.3	5.6
5月	-6.6	0.5	7.1
6月	-8.1	0.4	8.5
7月	-1.5	9.5	10.9



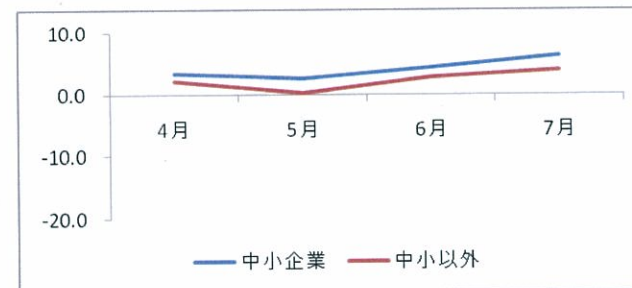
収益 DI

共に 7 月は大きく改善しているが、月を追うごとに DI の差は拡大しており、7 月は 10 ポイント以上の差となっている。



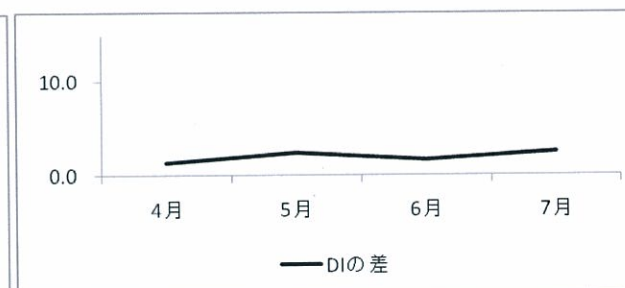
仕入原価DI_前年同月比

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	3.4	2.1	1.3
5月	2.6	0.2	2.4
6月	4.3	2.7	1.6
7月	6.3	3.8	2.5



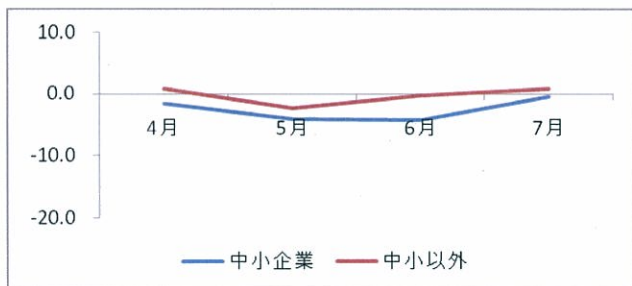
仕入原価 DI

共に上昇傾向がみられるが、上昇幅に大きな差はなく 2 ポイント前後の差で推移している。



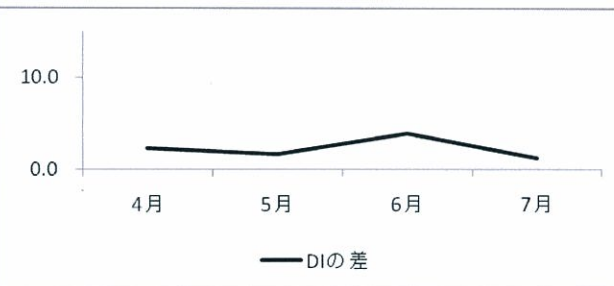
販売価格DI 前年同月比

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	-1.6	0.8	2.3
5月	-4.1	-2.4	1.7
6月	-4.3	-0.4	3.9
7月	-0.5	0.8	1.3



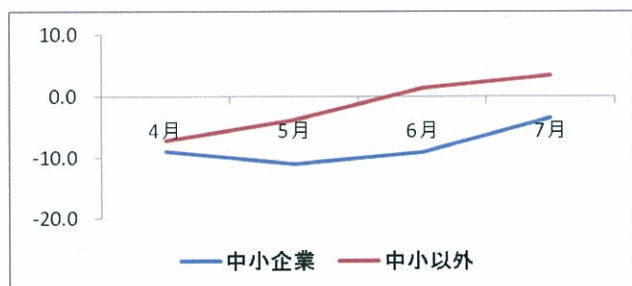
販売価格 DI

中小以外は5月から改善傾向にあるが、中小企業は7月に改善をみせ、直近ではDI差は縮小している。



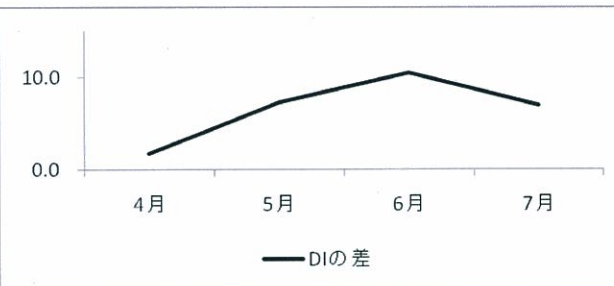
客単価DI 前年同月比

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	-9.0	-7.2	1.8
5月	-11.1	-3.8	7.3
6月	-9.1	1.3	10.5
7月	-3.5	3.4	6.9



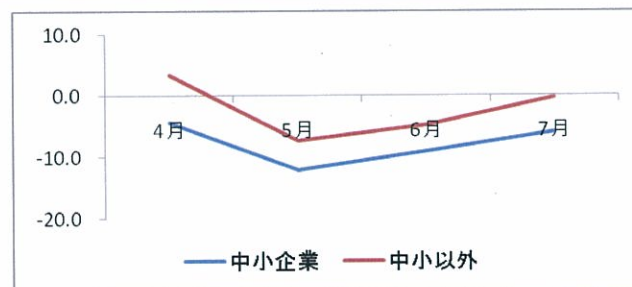
客単価 DI

共に改善傾向が見られるが、5月からややDIの差が10ポイント以上に拡大したが、7月は6.9ポイントに縮小した。



来客数DI 前年同月比

	中小企業	中小以外	DIの差
4月	-4.3	3.4	7.8
5月	-12.3	-7.4	4.9
6月	-9.2	-4.8	4.4
7月	-6.0	-0.4	5.6



来客数 DI

5月より共に改善傾向がみられる。平均してDIの差は5ポイント前後で推移している。

