

# スーパーマーケット販売統計調査

## (8月実績速報版・7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9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](mailto:tokei@super.or.jp)

平成23年9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（8月実績速報版）

|         | 全店売上高（万円）  | 構成比    | 前年同月比<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|---------|------------|--------|---------------|----------------|
| 総売上高    | 84,447,509 | 100.0% | 99.8%         | 97.5%          |
| 食品合計    | 71,583,958 | 84.8%  | 100.2%        | 97.7%          |
| 生鮮3部門合計 | 25,847,641 | 30.6%  | 99.1%         | 96.8%          |
| 青果      | 10,771,866 | 12.8%  | 98.0%         | 95.8%          |
| 水産      | 7,274,870  | 8.6%   | 100.0%        | 97.7%          |
| 畜産      | 7,800,905  | 9.2%   | 99.9%         | 97.5%          |
| 惣菜      | 7,625,578  | 9.0%   | 102.6%        | 99.7%          |
| 日配      | 15,050,143 | 17.8%  | 100.5%        | 97.7%          |
| 一般食品    | 23,060,596 | 27.3%  | 100.6%        | 98.0%          |
| 非食品     | 7,847,148  | 9.3%   | 97.4%         | 96.4%          |
| その他     | 5,016,403  | 5.9%   | 98.1%         | 98.7%          |

### 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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|-----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北エリア | 13,863,083 | 44      | 100.1%        | 99.6%          |
| 首都圏エリア    | 27,978,721 | 74      | 99.0%         | 96.9%          |
| 北信越エリア    | 5,512,806  | 27      | 101.4%        | 99.2%          |
| 東海エリア     | 4,931,761  | 34      | 97.1%         | 96.5%          |
| 関西エリア     | 17,080,877 | 35      | 101.5%        | 97.3%          |
| 中国・四国エリア  | 8,997,776  | 40      | 98.8%         | 97.4%          |
| 九州・沖縄エリア  | 6,082,486  | 27      | 100.0%        | 97.3%          |

### 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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|---------|------------|---------|---------------|----------------|
| 1～3店舗   | 734,546    | 44      | 100.0%        | 99.3%          |
| 4～10店舗  | 5,221,689  | 83      | 99.2%         | 98.3%          |
| 11～25店舗 | 13,199,870 | 75      | 99.0%         | 96.6%          |
| 26～50店舗 | 16,584,901 | 43      | 99.4%         | 97.7%          |
| 51店舗以上  | 48,706,503 | 36      | 100.3%        | 97.5%          |

|          |            |                |        |
|----------|------------|----------------|--------|
| 集計企業数（社） | 281        |                |        |
| 総店舗数（店舗） | 7,552      | 店舗平均月商（万円）     | 11,182 |
| 総売場面積（㎡） | 12,467,859 | 売場1㎡あたり売上高（万円） | 6.8    |

※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9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（7月実績確報版）

|         | 全店売上高（万円）  | 構成比    | 前年同月比<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|---------|------------|--------|---------------|----------------|
| 総売上高    | 92,026,483 | 100.0% | 103.4%        | 101.5%         |
| 食品合計    | 77,471,521 | 84.2%  | 103.6%        | 101.2%         |
| 生鮮3部門合計 | 27,770,781 | 30.2%  | 102.3%        | 100.1%         |
| 青果      | 11,232,403 | 12.2%  | 102.8%        | 100.7%         |
| 水産      | 8,020,069  | 8.7%   | 100.8%        | 98.7%          |
| 畜産      | 8,518,310  | 9.3%   | 103.2%        | 100.6%         |
| 惣菜      | 7,991,415  | 8.7%   | 105.9%        | 103.2%         |
| 日配      | 16,979,004 | 18.5%  | 104.2%        | 101.6%         |
| 一般食品    | 24,730,320 | 26.9%  | 103.9%        | 101.5%         |
| 非食品     | 9,529,235  | 10.4%  | 102.0%        | 101.9%         |
| その他     | 5,025,727  | 5.5%   | 100.8%        | 102.4%         |

### 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<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|-----------|------------|---------|---------------|----------------|
| 北海道・東北エリア | 14,226,511 | 47      | 104.0%        | 104.2%         |
| 首都圏エリア    | 31,314,675 | 91      | 102.6%        | 100.9%         |
| 北信越エリア    | 5,876,993  | 32      | 103.8%        | 101.3%         |
| 東海エリア     | 4,966,194  | 37      | 103.4%        | 100.9%         |
| 関西エリア     | 20,381,695 | 36      | 104.3%        | 100.5%         |
| 中国・四国エリア  | 9,381,639  | 41      | 102.5%        | 101.6%         |
| 九州・沖縄エリア  | 5,878,776  | 29      | 104.4%        | 102.2%         |

### 保有店舗数別集計

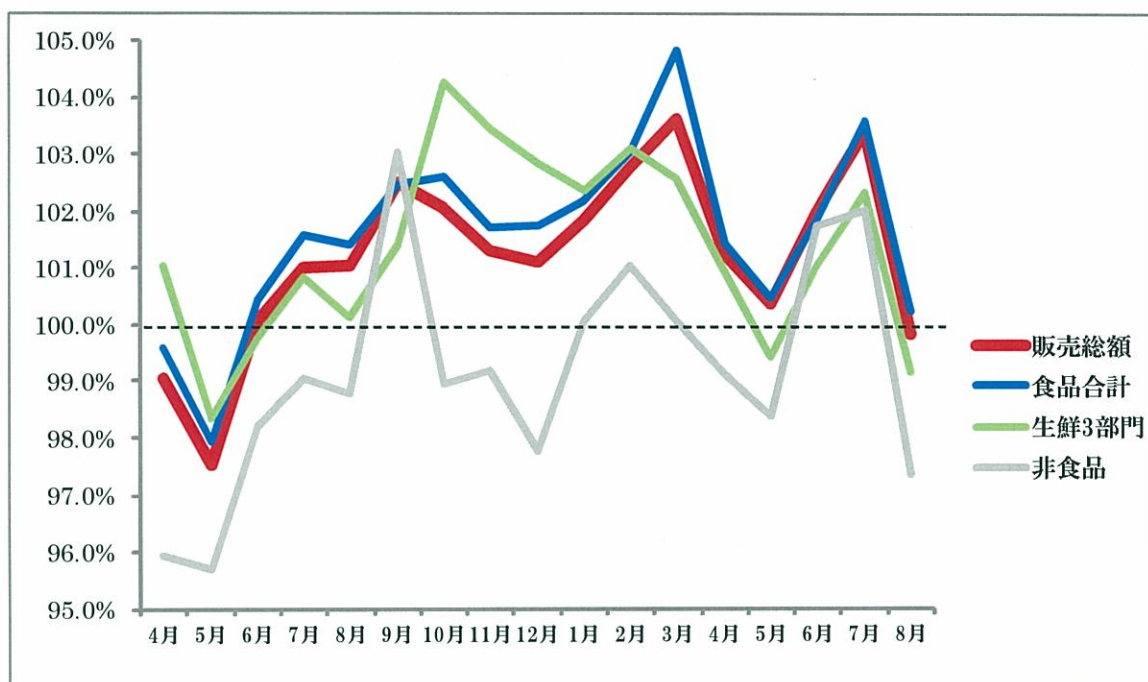
| 保有店舗数   | 全店売上高（万円）  | 集計対象企業数 | 前年同月比<br>（全店） | 前年同月比<br>（既存店） |
|---------|------------|---------|---------------|----------------|
| 1～3店舗   | 858,920    | 52      | 105.4%        | 102.2%         |
| 4～10店舗  | 6,753,063  | 96      | 102.3%        | 101.1%         |
| 11～25店舗 | 13,487,570 | 80      | 103.0%        | 101.2%         |
| 26～50店舗 | 17,373,531 | 47      | 103.0%        | 101.5%         |
| 51店舗以上  | 53,553,400 | 38      | 103.7%        | 101.7%         |

|          |            |                |        |
|----------|------------|----------------|--------|
| 集計企業数（社） | 313        |                |        |
| 総店舗数（店舗） | 8,072      | 店舗平均月商（万円）     | 11,401 |
| 総売場面積（㎡） | 13,264,069 | 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

スーパーマーケット販売統計推移 2010年4月～2011年8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

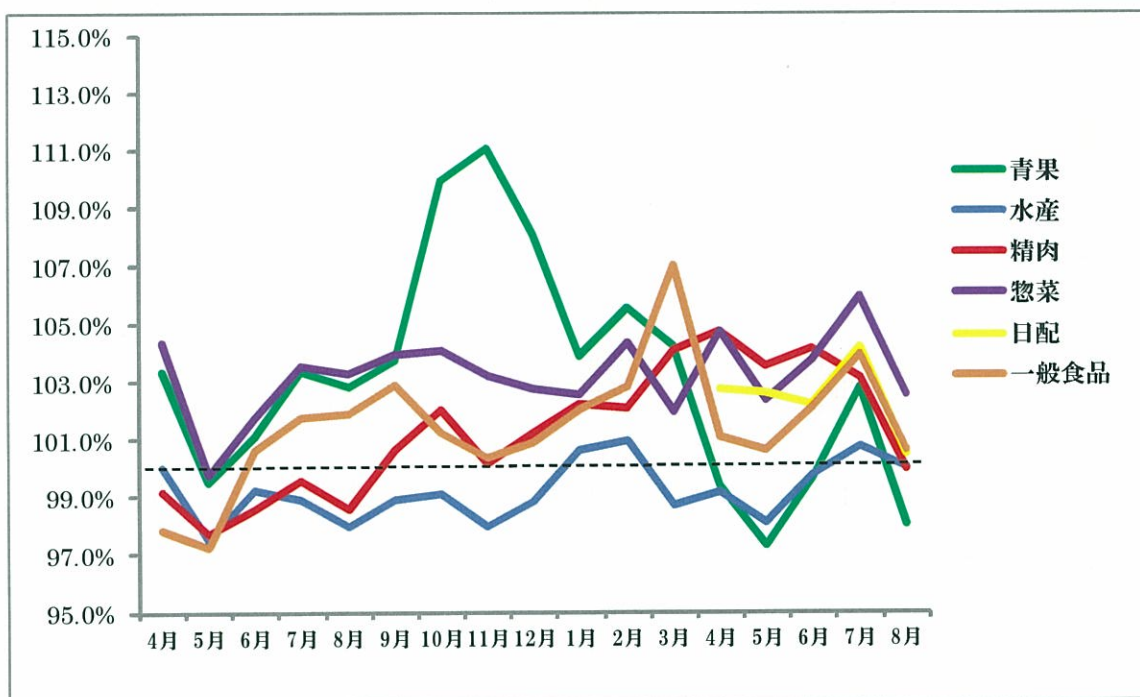


※2010年4月～2011年7月までは確報版による前年同月比、8月は速報版による前年同月比

※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～2011年8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7月までは確報版による前年同月比、8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

# スーパーマーケット景気動向調査

## 9月調査結果(8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(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

※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カ月前と比較した現状、及び今後2～3カ月の見通し

「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階

#### 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

※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9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

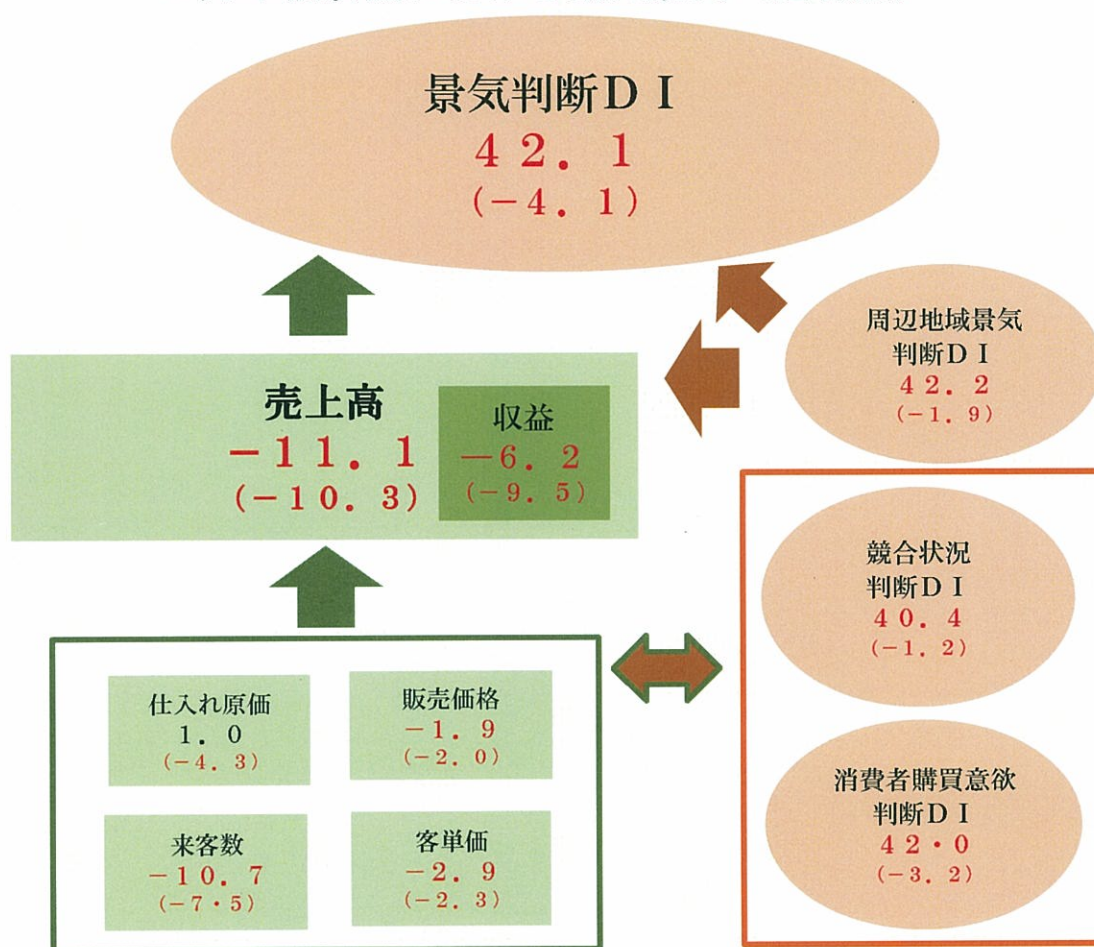
スーパーマーケット景気動向調査に関するお問い合わせ:[tokei@super.or.jp](mailto:tokei@super.or.jp)

## I. スーパーマーケット景気動向調査概況

8月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断は、前月に比べ4.1ポイント減少し42.1となった。特に来客数DIが前年同月に比べ、-10.7と大きく落ち込んだことで売上高DIが-11.1、収益DI-6.2と先月に比べ大きく減少する結果となった。

しかしながら、外部環境（周辺地域景気、競合状況、購買意欲）は、それほど大きく落ち込みを見せていないことを見ると、前年同月が空前の猛暑で特に好調であったこともDIが悪化している原因と考えられる。仕入原価DIや販売価格DIに大きな変化は見られない。

### 8月中核店舗における景気動向（速報版）

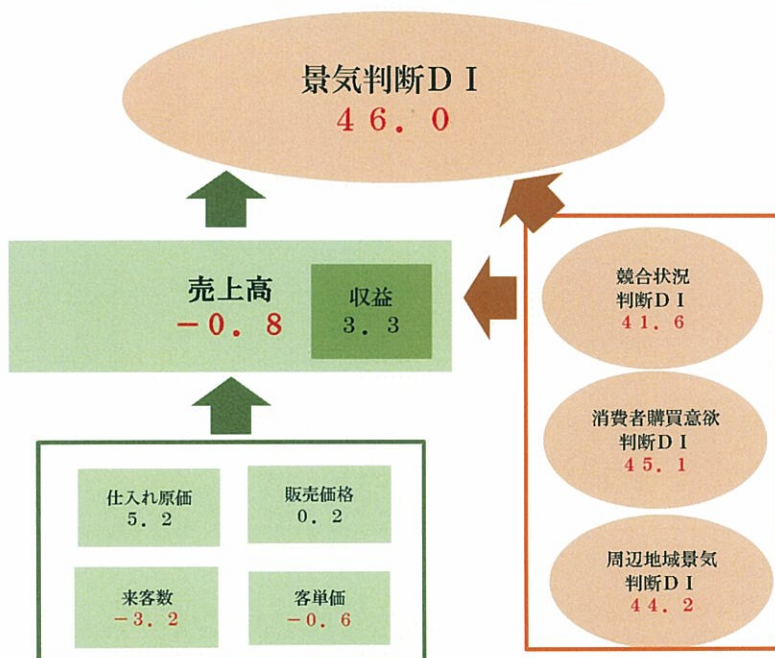


- 経営動向調査DI（当月と前年同月との比較）
  - 景況感調査DI（現状と2～3ヶ月前との比較）
- （ ）は、前月との増減（赤字はDI減少）
- 8月調査速報版 集計企業数：293社

## II. スーパーマーケット景気動向調査結果

### ① 7月調査結果概要（確報版）

7月中核店舗における景気動向（確報版）

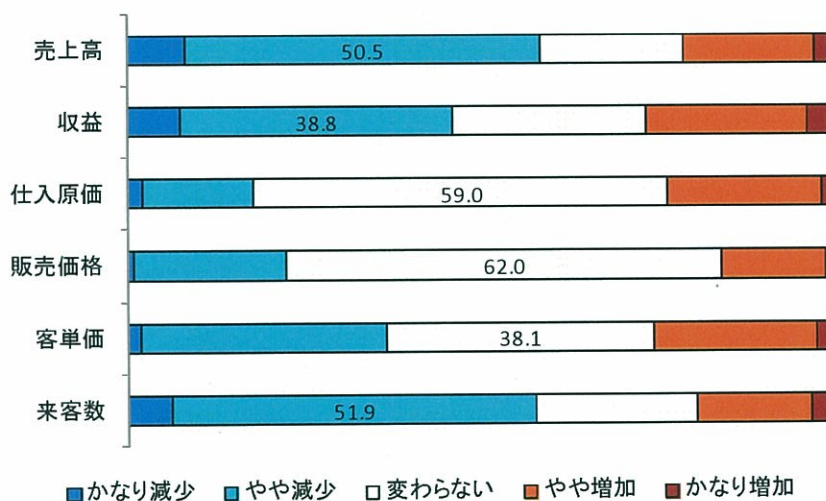


7月調査確報版 集計企業数：308社

### ② 8月調査結果（回答構成比）

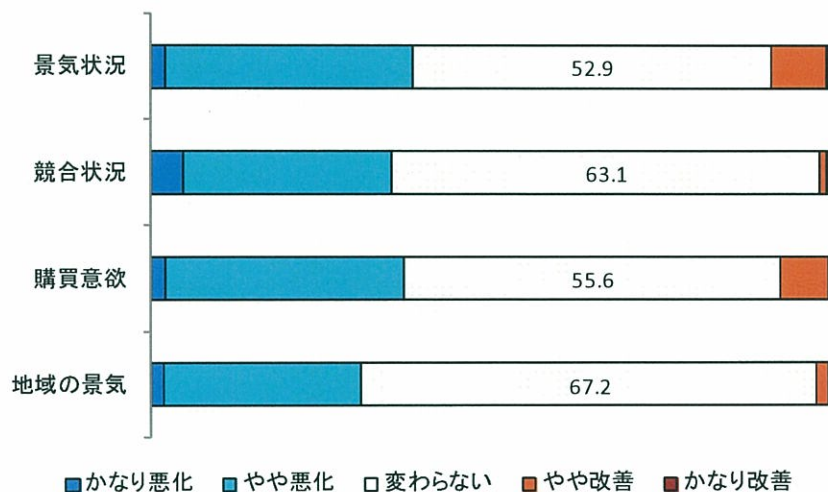
経営動向調査DI（前年同月と比較した当月の動向）

|      | 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  | 8.2   | 50.5 | 20.6  | 18.6 | 2.1   | -11.1 |
| 収益   | 7.6   | 38.8 | 27.5  | 23.0 | 3.1   | -6.2  |
| 仕入原価 | 2.1   | 16.0 | 59.0  | 21.9 | 1.0   | 1.0   |
| 販売価格 | 0.7   | 21.9 | 62.0  | 15.1 | 0.3   | -1.9  |
| 客単価  | 1.7   | 35.1 | 38.1  | 23.4 | 1.7   | -2.9  |
| 来客数  | 6.2   | 51.9 | 23.0  | 16.5 | 2.4   | -10.7 |



景況感調査DI（現状判断）

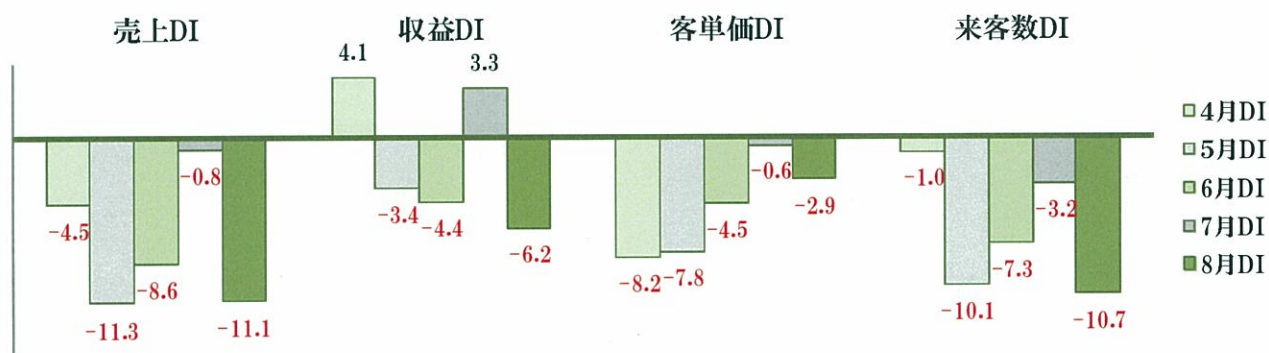
|       | かなり悪化 | やや悪化 | 変わらない | やや改善 | かなり改善 | DI   |
|-------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 景気状況  | 2.0   | 36.5 | 52.9  | 8.2  | 0.3   | 42.1 |
| 競合状況  | 4.8   | 30.7 | 63.1  | 1.0  | 0.3   | 40.4 |
| 購買意欲  | 2.0   | 35.2 | 55.6  | 7.2  | 0.0   | 42.0 |
| 地域の景気 | 1.7   | 29.4 | 67.2  | 1.7  | 0.0   | 42.2 |



### III. スーパーマーケット景気動向調査推移

#### ①経営動向調査 DI 結果推移（売上 DI・収益 DI・客単価 DI・来客数 DI）

経営動向調査DI(前年同月との比較)

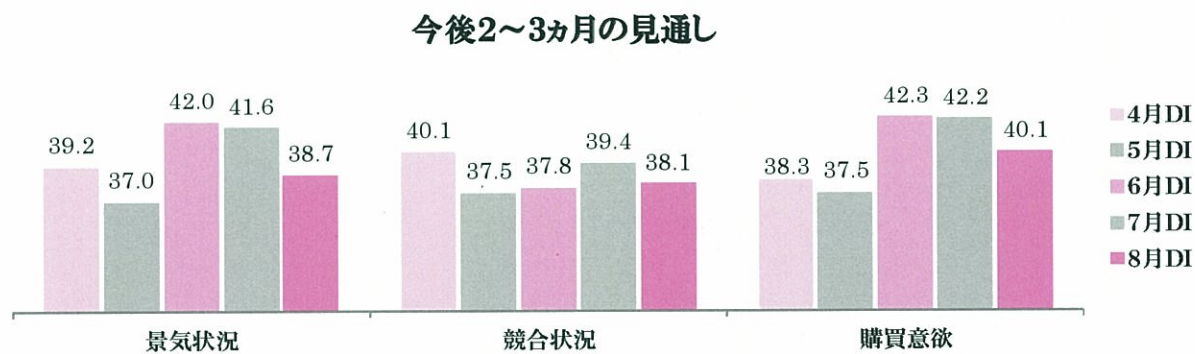
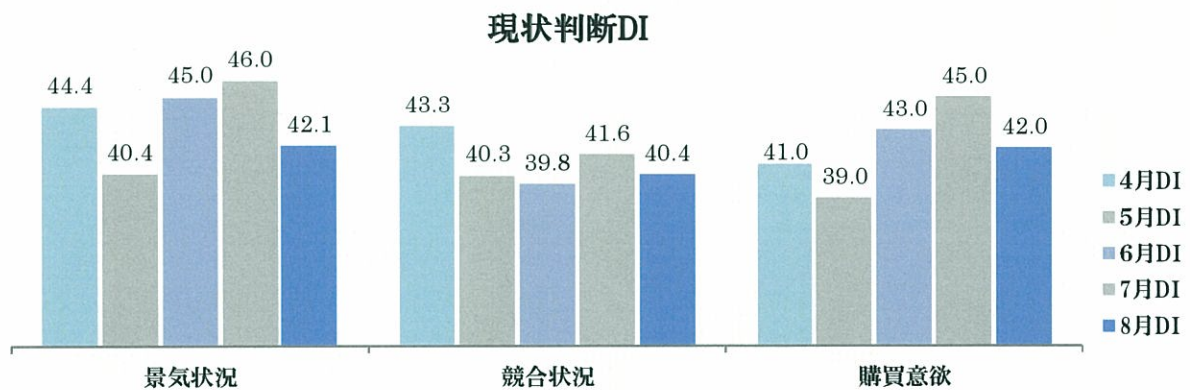


#### ②経営動向調査 DI 結果推移（仕入原価 DI・販売価格 DI）

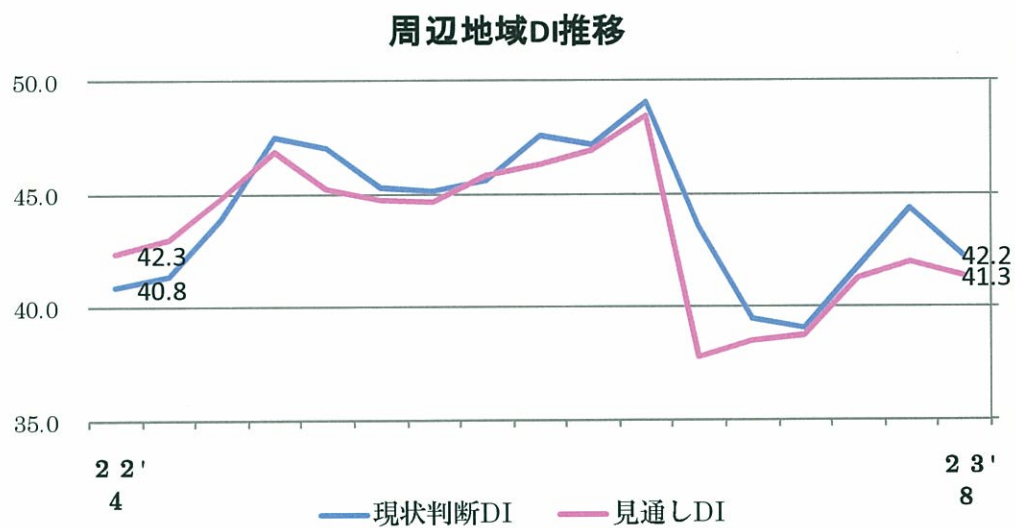
仕入原価DI・販売価格DI推移(前月との比較)



### ③景況感調査 DI 結果推移（景気状況 DI・競合状況 DI・購買意欲 DI）



### ④景況感調査 DI 結果推移（周辺地域 DI）



# スーパーマーケット景気動向調査

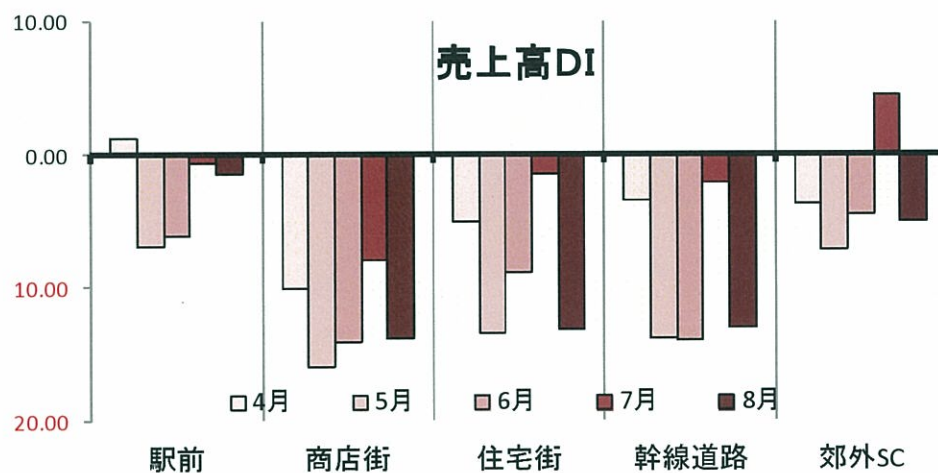
## ～震災後の店舗立地環境による動向の違い～

### ①売上高 DI

駅前と郊外の好調さが目立つ。駅前は今月も引き続き好調に推移しているが、特に被災地における郊外店に好調が見られる。

売上高DI 前年同月との比較

|    | 駅前   | 商店街   | 住宅街   | 幹線道路  | 郊外SC |
|----|------|-------|-------|-------|------|
| 4月 | 1.3  | -10.2 | -5.0  | -3.5  | -3.6 |
| 5月 | -6.9 | -16.0 | -13.6 | -13.9 | -7.1 |
| 6月 | -6.1 | -14.1 | -8.9  | -14.0 | -4.5 |
| 7月 | -0.7 | -8.0  | -1.4  | -2.1  | 4.4  |
| 8月 | -1.5 | -13.9 | -13.2 | -13.0 | -5.0 |

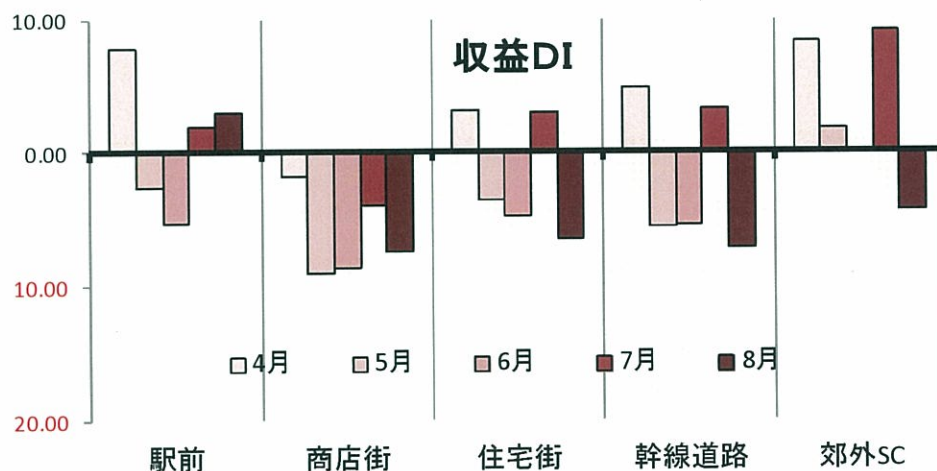


### ②収益 DI

収益 DI は、売上同様に駅前と郊外が好調で、住宅街や幹線道路沿いも収益を確保している月も見られる。8月は駅前がプラスで推移。商店街は厳しい状況が続く。

収益DI 前年同月との比較

|    | 駅前   | 商店街  | 住宅街  | 幹線道路 | 郊外SC |
|----|------|------|------|------|------|
| 4月 | 7.9  | -1.8 | 3.1  | 4.9  | 8.3  |
| 5月 | -2.6 | -9.0 | -3.5 | -5.6 | 1.8  |
| 6月 | -5.3 | -8.7 | -4.8 | -5.5 | 0.0  |
| 7月 | 2.0  | -4.0 | 3.0  | 3.3  | 9.2  |
| 8月 | 2.9  | -7.4 | -6.5 | -7.2 | -4.4 |

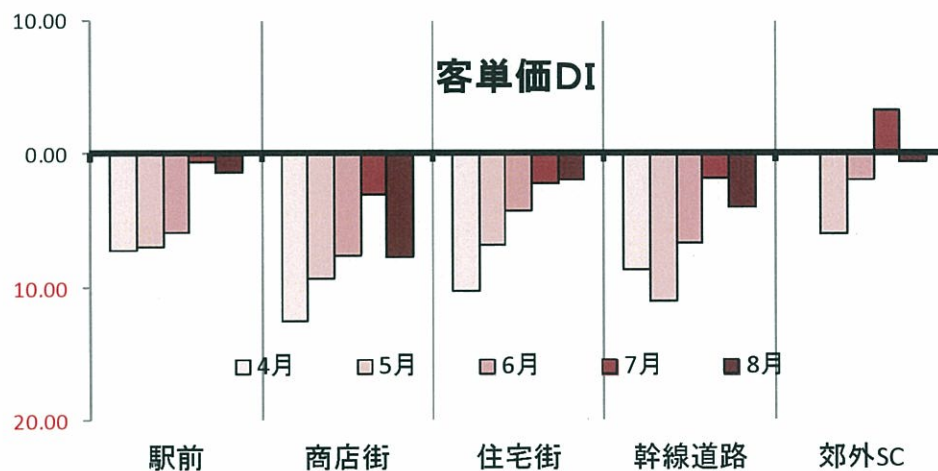


### ③客単価 DI

客単価 DI は、4月より総じて上昇傾向がみられる。客単価に立地格差が見られる。

客単価DI 前年同月との比較

|    | 駅前   | 商店街   | 住宅街   | 幹線道路  | 郊外SC |
|----|------|-------|-------|-------|------|
| 4月 | -7.2 | -12.5 | -10.2 | -8.7  | -0.0 |
| 5月 | -6.9 | -9.4  | -6.8  | -11.1 | -6.0 |
| 6月 | -5.9 | -7.6  | -4.2  | -6.7  | -2.0 |
| 7月 | -0.7 | -3.0  | -2.2  | -1.8  | 3.3  |
| 8月 | -1.5 | -7.7  | -1.9  | -3.9  | -0.6 |



### ④来客数 DI

来客数 DI は、売上 DI や収益 DI 同様に駅前と郊外で堅調に推移している。特に駅前は、当月も大きな減少には至っていない。

来客数DI 前年同月との比較

|    | 駅前   | 商店街   | 住宅街   | 幹線道路  | 郊外SC  |
|----|------|-------|-------|-------|-------|
| 4月 | 5.4  | -7.8  | -2.1  | 0.7   | 1.6   |
| 5月 | -7.1 | -12.0 | -10.7 | -10.9 | -10.1 |
| 6月 | -6.6 | -12.0 | -7.6  | -10.0 | -5.0  |
| 7月 | 0.0  | -11.0 | -4.9  | -1.4  | 2.7   |
| 8月 | -1.5 | -18.3 | -13.0 | -11.2 | -5.6  |

