

スーパーマーケット景況感調査(6月調査)

6月調査回答企業数306社(速報)

5月調査回答企業数311社(確報)

平成22年6月25日

オール日本スーパーマーケット協会
日本スーパーマーケット協会
(社) 日本セルフ・サービス協会

スーパーマーケット景況感調査について

三協会会員企業の中核店を対象に売上動向、収益率動向、客単価動向、地域経済情勢の4項目について、3ヶ月前と比較した現状、及び今後2~3ヶ月の見通しについて、「良い」から「悪い」までの判断を5段階で調査します。

景況感指数(DI: Diffusion Index)が50以上なら景気の現状や見通しが改善したとみる企業が多く、50以下なら厳しい見方が多いということになります。

※DIの算出方法は、以下のとおりです。

現状または見通しに対する各回答構成比(%)に、以下の点数を乗じてDIを算出しています。

かなり増加(改善、上昇)+1.0・やや増加(改善、上昇)+0.75・変わらない+0.5

やや減少(悪化、低下)+0.25・かなり減少(悪化、低下)+0.0

スーパーマーケット統計調査に関するお問い合わせ
tokei@jssa.or.jp

スーパーマーケットDIの動向

1. 全体の動向

売上DI

売上に対する現状判断DIは、前月より1.6ポイント低下し、45.6となった。

見通しDIは、0.4ポイント低下し、46.6であった。

収益率DI

収益率に対する現状判断DIは、43.5となり、前月より1.0ポイント低下した。

見通しDIは、1.1ポイント低下し、45.9であった。

客単価DI

客単価に対する現状判断DIは、40.6となり、前月より1.8ポイント低下した。

引き続き客単価の落ち込みが収益の圧迫要因となっている。見通しDIは、0.7ポイント低下し、43.1であった。

地域の景気DI

地域の景気に対する現状判断DIは、41.5となり、前月より0.6ポイントの増加(改善)となった。

見通しDIは、0.8ポイント増加(改善)し、43.1であった。

1. 地域別の動向

売上DI

現状判断DIは、6地域中4地域で悪化した。最も悪化したのは北海道・東北(-7.0)、次いで九州・沖縄(-3.5)であり、最も増加したのは関西(+1.5)であった。

見通しDIも、4地域で減少した。

収益率DI

現状判断DIは、5地域で悪化した。最も悪化したのは関西(-4.0)、増加は関東(+1.8)のみであった。

見通しDIも、5地域で減少となった。

客単価DI

現状判断DIは、4地域で低下した。最も低下したのは関東(-3.2)及び北海道・東北(-3.2)であった。

見通しDIは、5地域で低下となった。

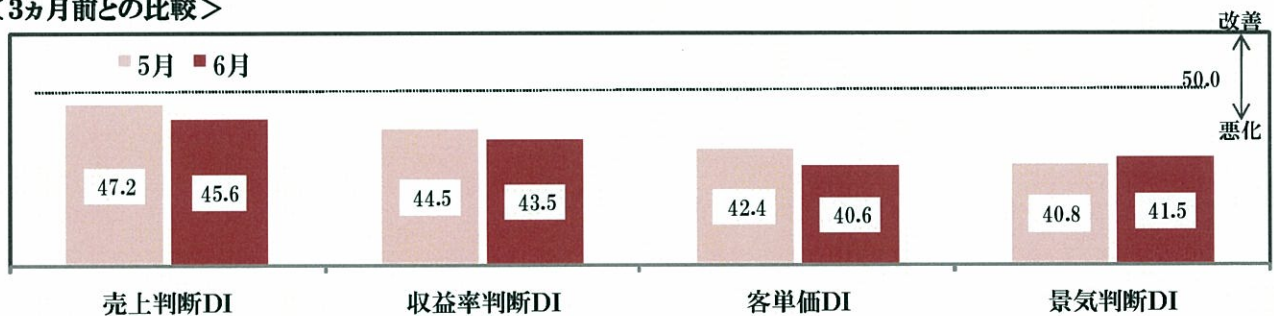
地域の景気DI

現状判断DIは、改善と悪化が半々となった。最も改善したのは東海・北陸(+4.1)、最も悪化したのは中国・四国(-1.9)であった。

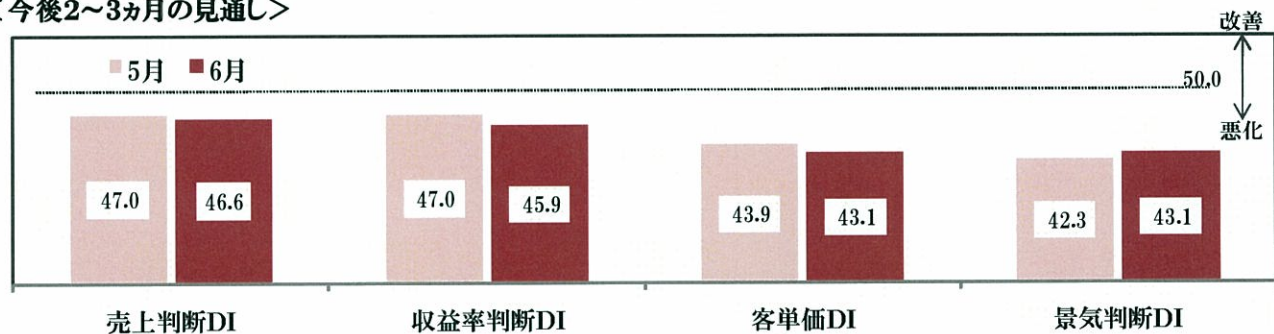
見通しDIは、4地域で改善、2地域で悪化となった。

1. 全体動向

<3ヵ月前との比較>

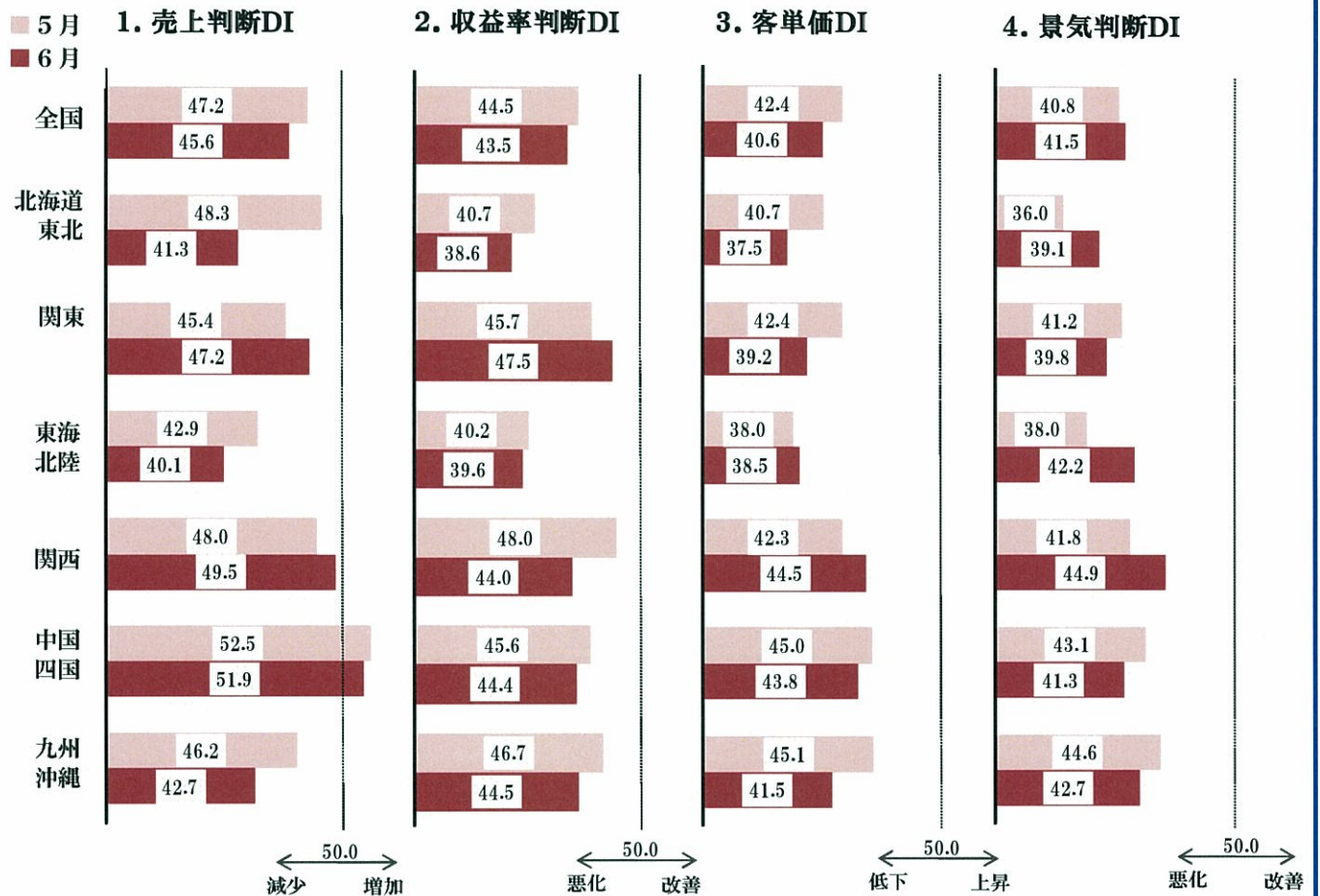


<今後2~3ヵ月の見通し>

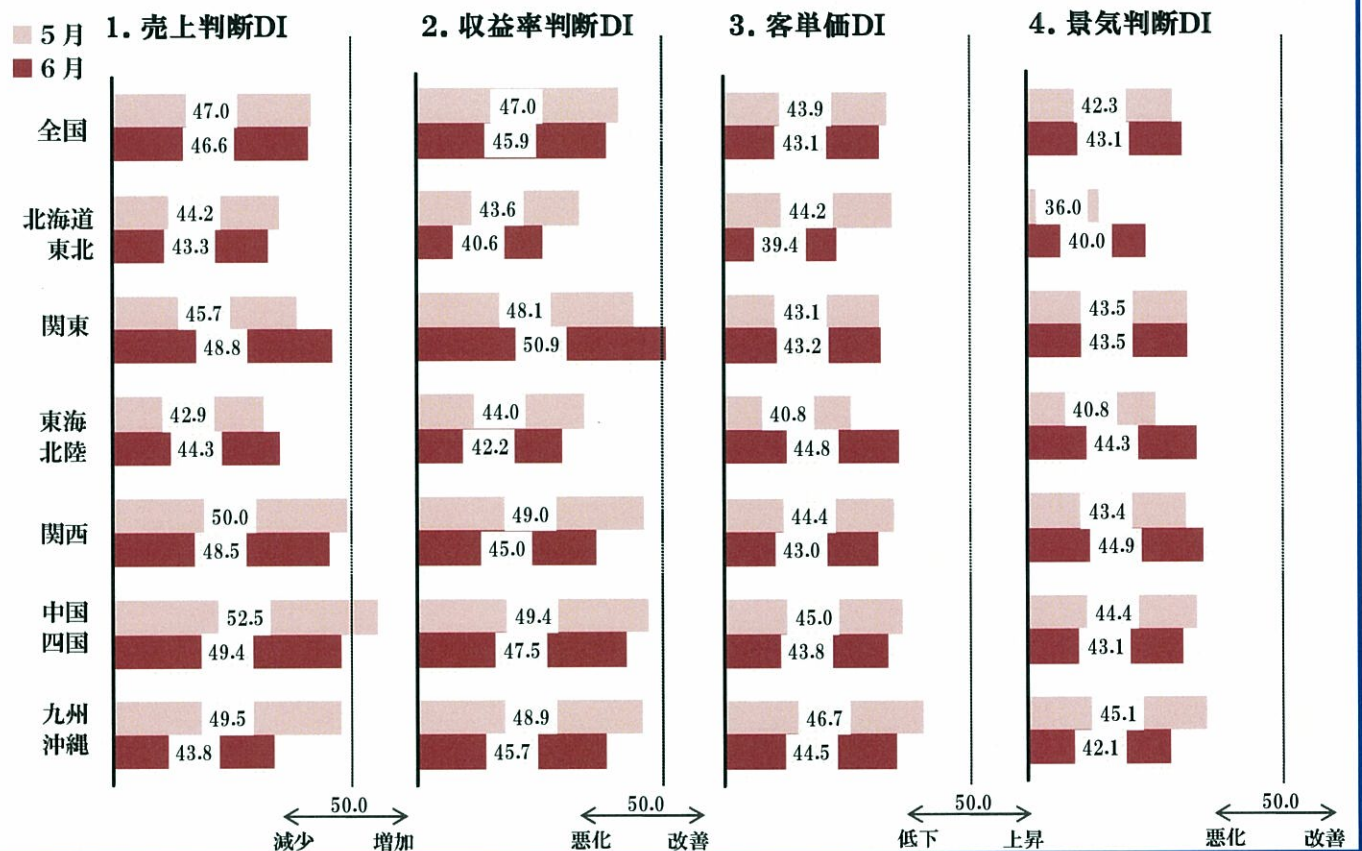


2. 地域別動向

<3ヵ月前との比較>



<今後2~3ヵ月の見通し>

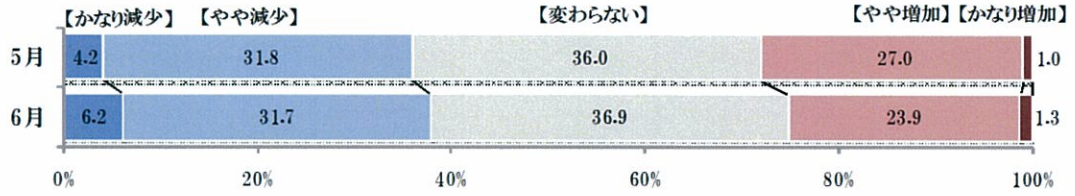


回答構成比

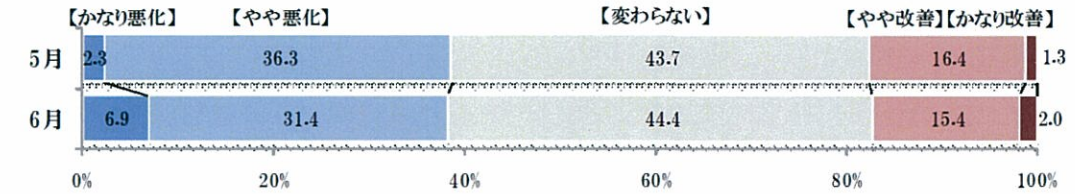
- ・売上 「減少」が37.9%(前月比+1.9%)、「増加」が25.2%(前月比-2.8%)となった。
- ・収益率 「悪化」が38.3%(前月比-0.3%)、「改善」が17.4%(前月比-0.3%)となった。
- ・客単価 「低下」が46.4%(前月比+2.4%)、「上昇」が12.1%(前月比-4.6%)となった。
- ・地域の景気 「悪化」が36.1%(前月比-4.4%)、「改善」が6.2%(前月比-2.5%)となった。

<3か月前との比較>

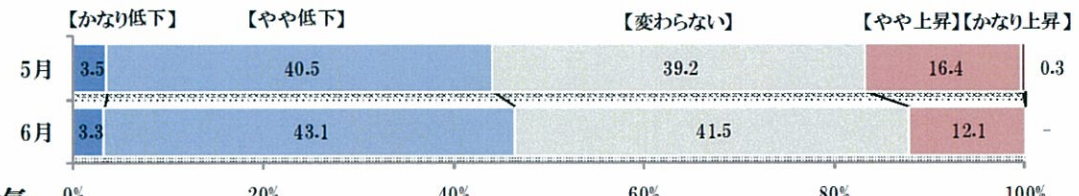
売上



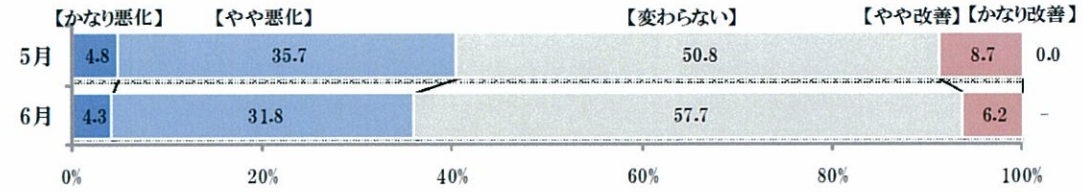
収益率



客単価

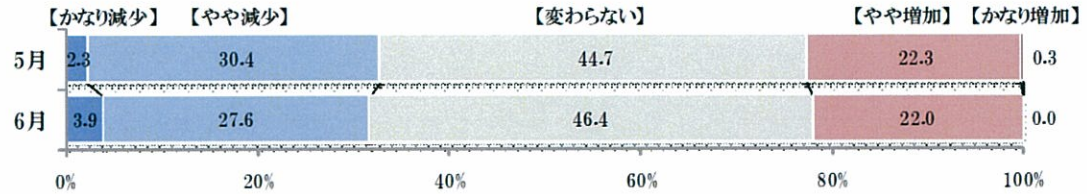


地域の景気



<今後2~3か月の見通し>

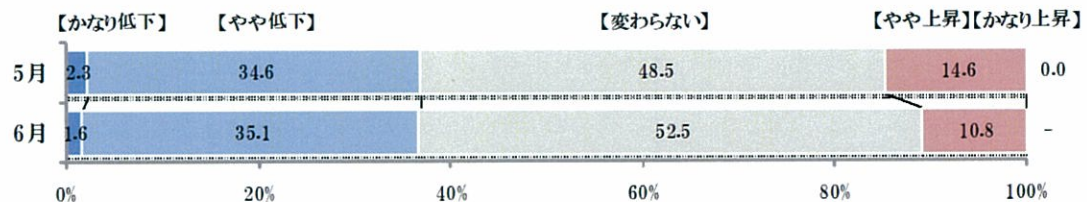
売上



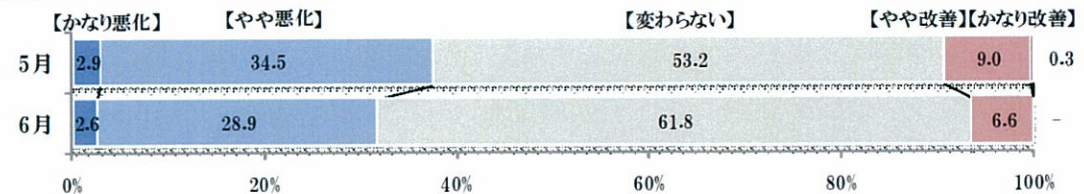
収益率



客単価



地域の景気



スーパーマーケット販売統計調査(5月実績速報版)

発表項目

商品分類別売上高【売上高(万円)・構成比(%)・前年同月比(%)】

エリア別実績【売上高(万円)・前年同月比(%)】

総店舗数、総売場面積、店舗平均月商、売場1㎡あたり売上高

※前年同月比は、全店ベースで集計

5月実績速報回答企業数:268社

AJS 58社、JSA 60社、JSSA 165社(うち重複企業15社)

平成21年度年間売上高実績:9兆2961億円

※平成21年度年間売上高は、(株)帝国データバンクのCOSMOSデータベースによる

北海道・東北エリア 44社

関東エリア 69社

東海・北陸エリア 63社

関西エリア 37社

九州・沖縄エリア 16社

エリアの該当都道府県

エリア	該当都道府県
北海道・東北	北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島
関東	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川
東海・北陸	山梨、長野、岐阜、静岡、愛知、三重、新潟、富山、石川、福井
関西	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国・四国	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州・沖縄	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

「速報版」

当月発表日までに販売動向が集計可能な企業を対象に発表

「確報版」

調査参加企業すべてを対象に翌月発表日に発表

平成22年6月25日

オール日本スーパーマーケット協会

日本スーパーマーケット協会

社団法人 日本セルフ・サービス協会

スーパーマーケット統計調査に関するお問い合わせ

tokei@jssa.or.jp

平成22年6月25日

オール日本スーパーマーケット協会
日本スーパーマーケット協会
社団法人日本セルフ・サービス協会

スーパーマーケット販売統計調査（5月実績速報版）

回答企業数 268社

	売上高（万円）	構成比(%)	前年同月比
総売上高	75,534,263	100.0	98.0%
食品合計	64,408,633	85.3	98.4%
生鮮3部門合計	24,175,268	32.0	98.7%
青果	9,875,961	13.1	100.4%
水産	6,899,239	9.1	97.8%
畜産	7,400,068	9.8	97.4%
惣菜	6,544,198	8.7	100.1%
一般食品・その他	33,689,167	44.6	97.8%
非食品合計	11,125,630	14.7	95.9%

※前年同月比は、全店ベースでの集計

エリア別実績

	売上高（万円）	前年同月比(%)
北海道・東北エリア	12,119,410	99.7%
関東エリア	23,635,966	96.4%
東海・北陸エリア	10,111,819	99.1%
関西エリア	16,858,407	98.0%
中国・四国エリア	8,227,998	98.5%
九州・沖縄エリア	4,580,663	99.4%

※前年同月比は、全店ベースでの集計

総店舗数	7,056店舗
総売場面積	11,772,236m ²
店舗平均月商	10,705万円
売場1m ² あたり売上高	6.4万円

平成22年6月25日

オール日本スーパーマーケット協会
日本スーパーマーケット協会
社団法人日本セルフ・サービス協会

スーパーマーケット販売統計調査（4月実績改定）

回答企業数 268社

	売上高（万円）	構成比(%)	前年同月比(%)
総売上高	74,380,830	100.0	98.7
食品合計	63,431,209	85.3	99.2
生鮮3部門合計	23,831,917	32.0	99.8
青果	9,705,105	13.0	101.9
水産	6,818,760	9.2	98.8
畜産	7,308,052	9.8	97.9
惣菜	6,460,766	8.7	100.2
一般食品・その他	33,138,526	44.6	98.6
非食品合計	10,949,621	14.7	95.9

※前年同月比は、全店ベースでの集計

エリア別実績

	売上高（万円）	前年同月比(%)
北海道・東北エリア	11,941,861	100.5
関東エリア	22,906,797	97.7
東海・北陸エリア	10,018,380	99.4
関西エリア	17,001,205	98.4
中国・四国エリア	8,035,794	98.5
九州・沖縄エリア	4,476,793	99.7

※前年同月比は、全店ベースでの集計

総店舗数	7,044 店舗
総売場面積	11,752,350㎡
店舗平均月商	10,559万円
売場1㎡あたり売上高	6.3万円