

## 2014年版スーパーマーケット白書正誤表

ページ	訂正箇所	誤	正
12	出典	出典:(株)インテージ「SRI」	出典:(株)インテージ「 <b>SCI</b> 」
40	本文8行目	2007年の2.9%に対して2008年は5.5%と1.6%増加している。	2007年の2.9%に対して2008年は5.5%と <b>2.6%</b> 増加している。
41	出典	出典:(株)インテージSCI	出典:(株)インテージ「 <b>SCI-personal</b> 」
77	清涼飲料、酒類本文1行目	酒類は、今回カテゴリー分類で最も構成比が小さく	<b>清涼飲料</b> は、今回カテゴリー分類で最も構成比が小さく
77	清涼飲料、酒類本文2行目	清涼飲料	<b>酒類</b>
77	出典		(株)インテージ「 <b>SCI-personal</b> 」(2012/11~2013/10)
78	本文1行目	前年と比較したスーパーマーケットでの	<b>2013年と前年を</b> 比較したスーパーマーケットでの
80	出典		(株)インテージ「 <b>SCI-personal</b> 」(2012/11~2013/10)
89	図表タイトル	図14	左図表
89	図表タイトル	図15	右図表
104	本文	241,316,912	<b>916,616,772</b>
117	出典		出典:日本百貨店協会
118	出典		出典:インテージ「Voice1000」、(一社)新日本スーパーマーケット協会「消費者調査2013」
119	出典		出典:(一社)新日本スーパーマーケット協会「消費者調査2013」
120	出典		出典:総務省「家計調査」
121	本文1行目	2012年10月から3か月単位で、食品(個数)、飲料(容量)の好不調カテゴリーの	2012年10月から3か月単位で、食品(個数)、飲料(容量)の <b>前年比で見た</b> 好不調カテゴリーの
121	本文6行目	伸長している。年代別に見ると	伸長している。 <b>SCI-personal</b> で年代別に見ると
121	本文6行目	キャラメルは、ロングセラー	キャラメルは、 <b>2013年7-9月</b> はロングセラー
121	本文9行目	キャラメルは、生キャラメル・塩キャラメル	キャラメルは、 <b>2012年10月~2013年3月</b> は生キャラメル・塩キャラメル
121	出典		(株)インテージ「 <b>SRI</b> 」(2012/10~2013/9)
126	タイトル	(株)インテージSCI-Personal概要	(株)インテージ <b>SCI-personal</b> 概要
130	本文	社団法人日本リサーチ総合研究所	<b>一般</b> 社団法人日本リサーチ総合研究所