

2020 年

スーパーマーケット年次統計調査
報告書

2020年10月

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会

一般社団法人 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

目次

調査実施概要

I. 2020年 調査結果	1
1. 保有店舗と売場、設備	
(1) 保有店舗	
1 他業態店舗の保有状況	1
2 保有店舗の展開都道府県数	2
3 保有店舗の売場規模	3
4 保有店舗数の増減	4
(2) セルフ・セルフ精算レジ・セルフバーコードスキャン	
1 セルフレジの設置状況	5
2 今後のセルフレジの設置意向	6
3 セルフ精算レジ（セミセルフレジ）の設置状況	7
4 今後のセルフ精算レジ（セミセルフレジ）の設置意向	8
5 セルフバーコードスキャンの採用状況	9
6 今後のセルフバーコードスキャンの採用意向	10
(3) 売場・商品カテゴリー	
1 各種売場・コーナーの設置状況	11
2 今後の各種売場・コーナーの設置意向	13
3 商品カテゴリー別目標とする利益率	14
4 商品カテゴリー別SKU数の増減	15
5 今後の商品カテゴリー別SKU数の増減意向	17
(4) センター	
1 在庫型センター活用状況	18
2 通過型センター活用状況	20
3 プロセスセンター活用状況	22
2. 人事関連	
(1) 労働者数	
1 正社員数、管理職人数（1店舗あたり）	24
2 正社員、管理職に占める女性割合	25
3 パート・アルバイト比率	26
(2) 給与	
1 大卒初任給・高卒初任給	27
2 正社員平均賃金増減率	29
3 パート・アルバイト募集時の時間給	30
(3) 高齢者雇用	
1 正社員の定年年齢	31
2 60歳以上のパート・アルバイト上限年齢・雇用比率	32
(4) 外国人雇用	
1 外国人雇用の割合	33
2 雇用外国人労働者の在留資格	34
3 雇用している外国人技能実習生の配属先	35
4 外国人労働者の雇用意向	37
(5) 採用	
1 直近1年間の新卒正社員求人に対する応募状況	38
2 直近1年間の中途正社員求人に対する応募状況	39
3 直近1年間のパート・アルバイト求人に対する応募状況	40
4 1店舗あたりの正社員採用人数	41
5 想定に対する正社員・パート・アルバイト充足率	43
6 人手不足対策（採用活動）の取組み実施率	44
7 人手不足対策（外注化）の取組み実施率	46
8 人手不足対策（システム化・機械化）の取組み実施率	48
9 人手不足対策（労働生産性向上）の取組み実施率	50
(6) 人手不足	
1 正社員が不足している部門	52
2 パート・アルバイトが不足している部門	53
3. ポイントカード・決済手段	
(1) ポイントカード	
1 ポイントカード導入率	54
2 導入済みのポイントカード種類	55
3 今後導入予定のポイントカード種類	56
4 ポイント還元率	57
5 イベント時の最大ポイント還元率	58
6 ポイント関連企画の実施	59
(2) 決済手段	
1 現金以外の決済手段導入率	60
2 導入済みの決済手段	61
3 各決済手段利用金額の割合	62
4 今後導入予定の決済手段	64
5 今後の現金以外の決済手段利用額の割合について	65
6 昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」参加状況	66
7 昨年10月以前と比べたキャッシュレス決済比率の変化	67

4. 販売促進・サービス	
(1) チラシ・販促手段	
1 新聞折り込みチラシ発行率	68
2 新聞折り込みチラシ発行回数	69
3 今後の新聞折り込みチラシ発行意向	70
4 チラシ以外の販促手段実施率	71
(2) 店舗外販売・配送	
1 店舗外販売・配送サービスの実施率	73
2 今後の店舗外販売・配送サービスの実施意向	75
5. PB商品	
1 PB商品の取扱い状況	76
2 PB商品の取扱い効果	77
3 PB商品の売上高比率	78
4 PB商品の開発形態	79
5 PB商品のカテゴリーごとの取扱いの有無	80
6 前年と比べたPB商品の売上高	82
7 今後のPB商品売上高意向	84
8 各カテゴリーPB商品売上高構成比	86
9 取扱いPB商品の位置付け	87
6. 環境対策	
1 資源リサイクルの取組み（店頭回収）	88
2 廃棄物リサイクルの取組み	89
3 食料リサイクルの取組み	90
4 商品カテゴリー別ロス率	91
5 食品ロス削減の取組み	93
6 今年7月1日時点のレジ袋の配布状況	94
7 有料化前のレジ袋辞退率	95
7. トピックス/その他	
1 新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たに導入した働き方	96
2 新型コロナウイルス感染拡大を契機に今後導入を検討している働き方	97
3 防災・危機対策への取組み実施状況	98
4 外国人利用者への対応実施状況	99
5 万引きの防止策実施状況	101
6 HACCPに沿った衛生管理の対応状況	103
7 SDGs 取組み状況	104
8 重視する経営課題	105
9 今後の差別化戦略	107
8. 店舗状況	
調査店舗概要	108
1 営業時間・開店時間・閉店時間	110
2 年始開店日	112
3 来店手段	113
4 専用駐車場台数	114
5 バックヤード比率	115
6 売場1,000㎡あたりレジ台数	116
7 売場1,000㎡あたりセルフレジ・セミセルフレジ台数・レジ台数に占める設置割合	117
8 売場1,000㎡あたり正社員数	118
9 売場1,000㎡あたりパート・アルバイト人数	119
10 売場1㎡あたり年間売上高	120
11 従業員1人あたり年間売上高	121
12 1日平均客数（平日／土日祝）	122
13 平均客単価（平日／土日祝）	124
14 1人あたり平均買上点数	126
15 商品カテゴリー別売上高構成比	127
II. 調査結果の要約	128
III. スーパーマーケット経営指標レポート	132
IV. 調査票	141

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は年に1回、国内にスーパーマーケットを保有する企業を対象として、スーパーマーケットの実態や課題について調査を実施し、その結果を集計・分析してスーパーマーケット経営に役立つデータや指標を提供することを目的としている。

2. 調査対象

国内にスーパーマーケットを保有する企業 980社（協会未所属企業を含む）

3. 調査方法

郵送およびWEB調査

4. 調査項目

- (1) 保有店舗と売場、設備
- (2) 人事関連
- (3) ポイントカード・決済手段
- (4) 販売促進・サービス
- (5) PB商品
- (6) 環境対策
- (7) トピックス/その他
- (8) 店舗状況

調査項目(1)～(7)は企業全体についての調査であり、調査項目(8)は各企業における標準的な店舗1店舗についての調査である。調査内容は多岐にわたっているが、平成22年より経営実態を把握する調査から活動状況を把握する調査に変更した。

5. 調査実施期間

2020年7月～2020年8月

6. 有効回答数

回答企業：284社（回収率29.0%）

3協会所属企業：197社

3協会未所属企業：87社

7. クロス集計軸

調査結果の集計にあたっては、企業規模や保有店舗の売場面積の大小による違いを考慮し、以下の分析軸でクロス集計を行っている。

① 保有店舗数別区分

企業規模による回答の違いを明らかにするために、企業が保有するスーパーマーケット店舗数で区分した集計を行っている。

② 売場規模タイプ区分

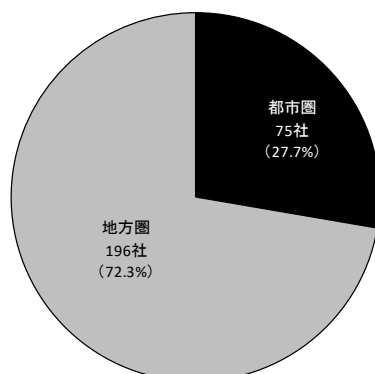
保有する店舗の売場面積(売場規模タイプ)による回答の違いを明らかにするために、企業の保有する店舗売場面積により、下記の4区分を行った。

- a) 小規模店舗中心型：「売場面積800㎡未満」の店舗数が総店舗数の半数を超える、あるいは「売場面積800㎡未満」および「売場面積800㎡～1,200㎡未満」の合計店舗数が総店舗数の半数を超える企業
- b) 中規模店舗中心型：「売場面積800㎡～1,200㎡未満」または「売場面積1,200～1,600㎡未満」の店舗数が総店舗数の半数を超える、あるいは「売場面積800㎡～1,200㎡未満」および「売場面積1,200～1,600㎡未満」の合計店舗数が総店舗数の半数を超える企業
- c) 大規模店舗中心型：「売場面積1,600㎡以上」の店舗数が総店舗数の半数を超える、あるいは「売場面積1,200～1,600㎡未満」および「売場面積1,600㎡以上」の合計店舗数が総店舗数の半数を超える企業
- d) 複合型：上記a～cのうち複数の区分に当てはまる企業、あるいは上記a～cすべてに当てはまらない企業

③ 都市区分

都市部・地方部などの地域差が回答に与える影響を明らかにするために、企業の本社所在地を都道府県別に分類し、「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかに本社がある」企業を「都市圏」、本社所在地がその他道府県にある企業を「地方圏」と区分した。

都市区分
(回答企業全体) (n=271)



8. 商品カテゴリー分類

本調査における商品カテゴリー分類は以下のようになっている。

分類	商品例
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
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
日記	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
惣菜	惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタアベーカー、ファーストフード
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)

9. 集計についての注意

①平均値と中央値

数値に関する集計結果に対しては、「平均値」と「中央値」を掲載している。

2つの統計値を採用した理由は、通常「平均」として用いられる算術平均は、同一回答内に非常に小さな値や大きな値がある場合には、その影響を大きく受ける。

平均値の算出にあたっては、回答値を順番に並べ、その両端から上下5%の値（データ件数が100件の場合、最大値から5件、最小値から5件）を除外し、残りの値で平均を求める「刈り込み平均」を掲載している。

また、回答値を順番に並べた時に50%（真ん中）に位置する「中央値」も掲載した。回答分布が対称な場合は、両値は等しくなることが知られている。なお、「平均値」と「中央値」の差が大きく異なる場合は、「中央値」を参考にしていきたい。

②有効回答数

図表中のn数は有効回答数であり図表中%の母数である。

ただし、択一式回答方式の質問に対し、2つ以上の回答があった場合無効回答とはせず、その両回答を有効回答として集計している。そのため、集計結果のなかに有効回答数が総回答数の284を上回っている場合がある。

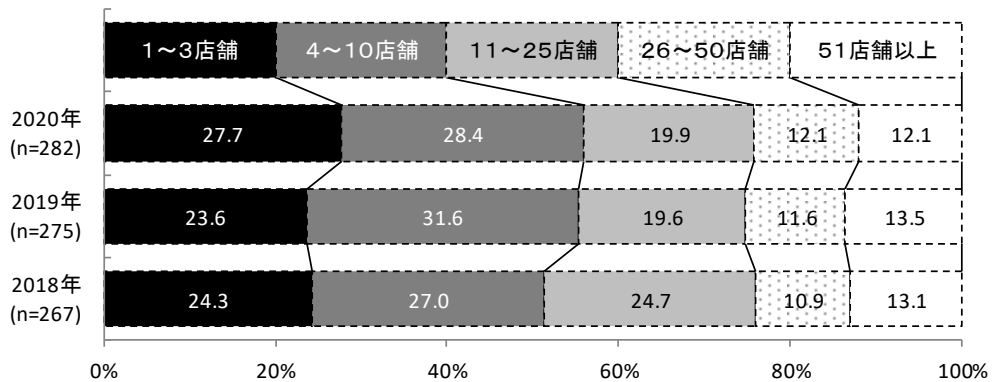
③業界推計値

前回調査に引き続き、調査結果の経年比較を行う際、回答企業の保有店舗数の変化による影響を排除することを目的として、全体集計について「業界推計値」を合わせて掲載している。

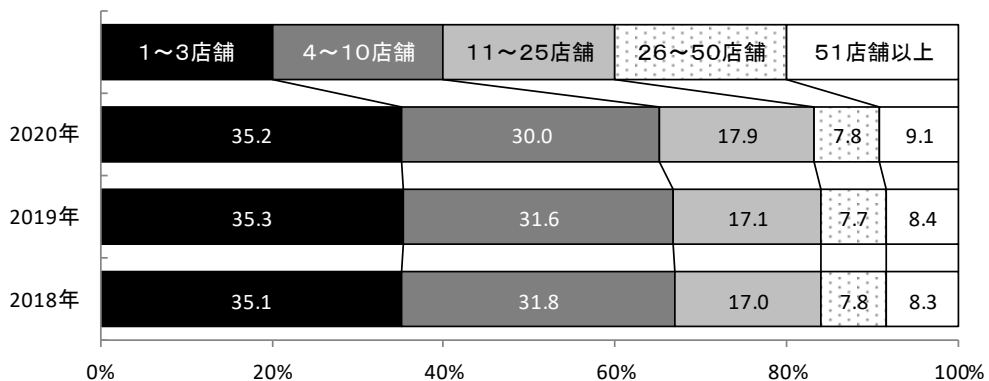
業界推計値の算出方法は、回答企業の保有店舗構成比を国内スーパーマーケット企業の保有店舗構成比にウエイトバックを行っている。なお、国内スーパーマーケット業の保有店舗構成比は、株式会社流通企画発行の「食品スーパーマーケット年鑑」に収録されている企業リストにより算出した。

業界推計は全体集計のみを対象としており、クロス集計については従来どおり回答結果を集計している。時系列集計については「業界推計値」を参照いただきたい。

回答企業の保有店舗数区分の構成比率



業界推計値の保有店舗数別分類の構成比率



10. 調査結果の要約

調査結果の要約として、調査項目別に数値回答全体平均値を基にした業界推計を一覧表にまとめ掲載している。

11. スーパーマーケット経営指標レポートについて

スーパーマーケット年次統計調査では、経営数値に関する調査は実施せず、平成23年より、株式会社帝国データバンク「企業データベースCOSMOS」により、スーパーマーケット企業の経営指標を集計している。業界における経営指標の基準値（標準値）として参考としていただきたい。

2020年 調査結果

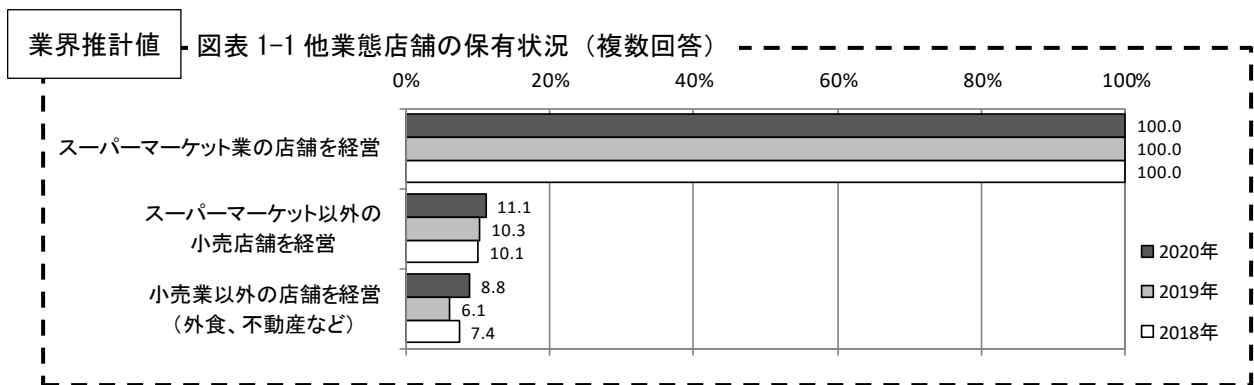
1. 保有店舗と売場、設備

(1) 保有店舗

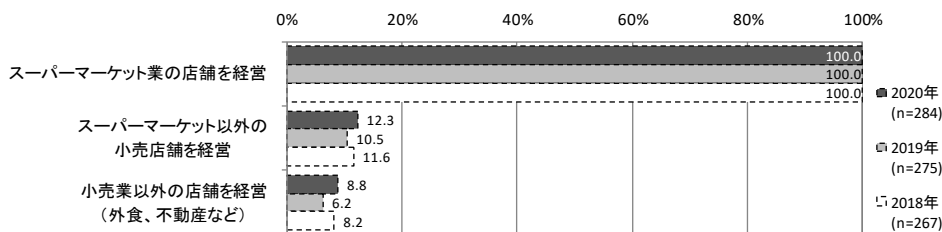
1 他業態店舗の保有状況

● 11～50店舗保有企業では、スーパーマーケット以外の小売店舗も経営する企業が比較的多い。

スーパーマーケットの経営に加え、「スーパーマーケット以外の小売店舗を経営（100円ショップ、ドラッグストア、ホームセンターなど）」が11.1%、「小売業以外の店舗を経営（外食、不動産など）」が8.8%となっている。保有店舗数11～50店舗の企業ではスーパーマーケット以外の小売店舗も経営する割合が2割近くで、他の企業に比べてやや高い。



(参考) 他業態店舗の保有状況（複数回答） * 回答企業集計結果



図表1-2 他業態店舗の保有状況（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	スーパーマーケット業の店舗を経営	スーパーマーケット以外の小売店舗を経営	小売業以外の店舗を経営（外食、不動産など）
保有店舗数	1～3店舗	78	100.0%	6.4%	10.3%
	4～10店舗	80	100.0%	11.3%	8.8%
	11～25店舗	56	100.0%	19.6%	7.1%
	26～50店舗	34	100.0%	17.6%	5.9%
	51店舗以上	34	100.0%	5.9%	8.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	100.0%	7.2%	11.7%
	中規模店舗中心型	62	100.0%	14.5%	4.8%
	大規模店舗中心型	61	100.0%	14.8%	8.2%
	複合型	50	100.0%	18.0%	8.0%
都市区分	都市圏	76	100.0%	13.2%	9.2%
	地方圏	208	100.0%	12.0%	8.7%

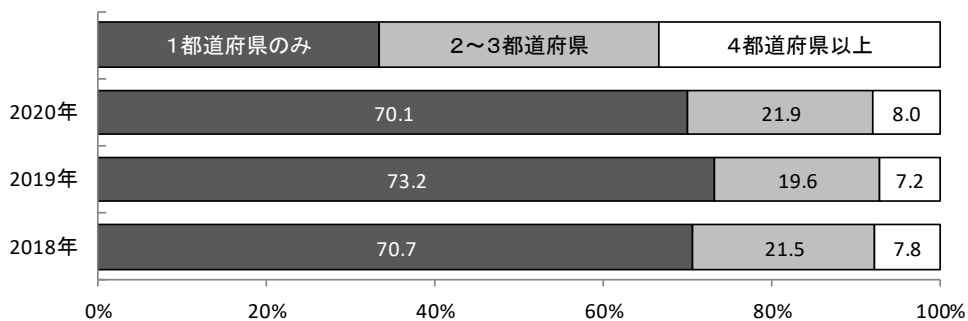
2 保有店舗の展開都道府県数

- 1都道府県のみでスーパーマーケットを展開している企業が7割超の状況が続いている。
- 26～50店舗保有企業は2～3都道府県、51店舗以上保有企業は4都道府県以上と複数エリアへの展開が多い。

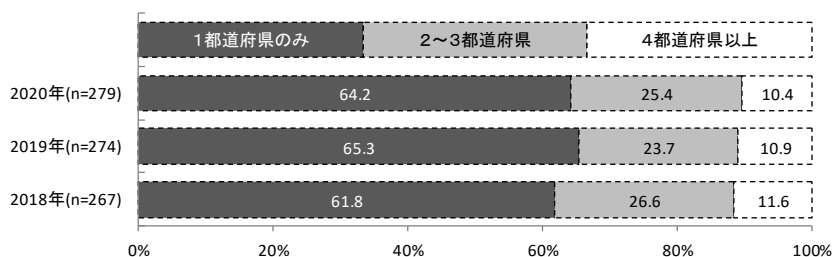
「1都道府県のみ」で展開している企業が70.1%、「2～3都道府県」が21.9%、「4都道府県以上」が8.0%となっており、過去調査と同様に7割以上の企業が1都道府県のみで展開している。保有店舗数25店舗以下の企業では「1都道府県のみ」、26～50店舗の企業では「2～3都道府県」、51店舗以上の企業では「4都道府県以上」の割合が高い。

業界推計値

図表 1-3 保有店舗の展開都道府県数



(参考) 保有店舗の展開都道府県数 * 回答企業集計結果



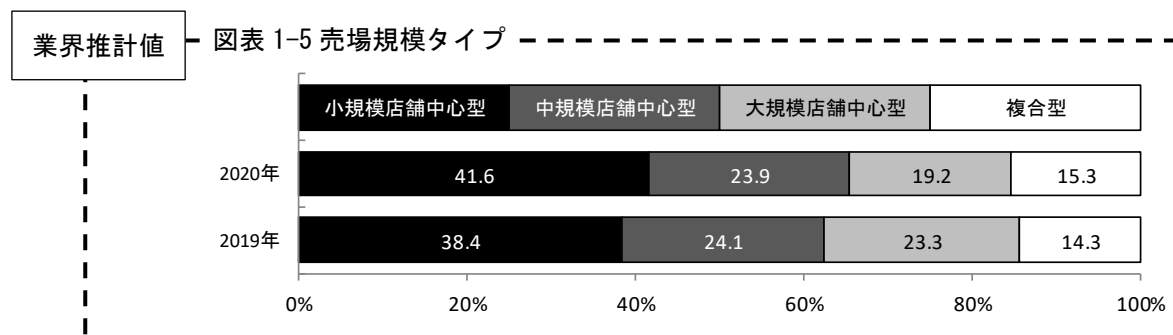
図表 1-4 保有店舗の展開都道府県数/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	1都道府県のみ	2～3都道府県	4都道府県以上
保有店舗数	1～3店舗	77	97.4%	2.6%	-
	4～10店舗	78	76.9%	19.2%	3.8%
	11～25店舗	56	53.6%	44.6%	1.8%
	26～50店舗	34	29.4%	50.0%	20.6%
	51店舗以上	34	11.8%	35.3%	52.9%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	110	74.5%	19.1%	6.4%
	中規模店舗中心型	60	76.7%	15.0%	8.3%
	大規模店舗中心型	61	37.7%	42.6%	19.7%
	複合型	48	58.3%	31.3%	10.4%
都市区分	都市圏	73	46.6%	34.2%	19.2%
	地方圏	206	70.4%	22.3%	7.3%

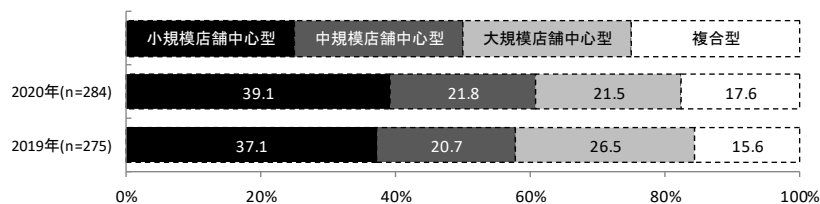
3 保有店舗の売場規模

- 小規模店舗中心型が41.6%で最も多い。
- 都市圏では小規模店舗中心型、地方圏では大規模店舗中心型や複合型の企業が多い。

売場面積別保有店舗数を基に区分した売場規模タイプ（区分方法については調査概要を参照）について、全体では「小規模店舗中心型」が41.6%で最も多く、次いで「中規模店舗中心型」、「大規模店舗中心型」の順となっている。都市区分別にみると、都市圏では「小規模店舗中心型」が地方圏に比べて多い一方、地方圏では「大規模店舗中心型」「複合型」が多い。



(参考) 売場規模タイプ * 回答企業集計結果



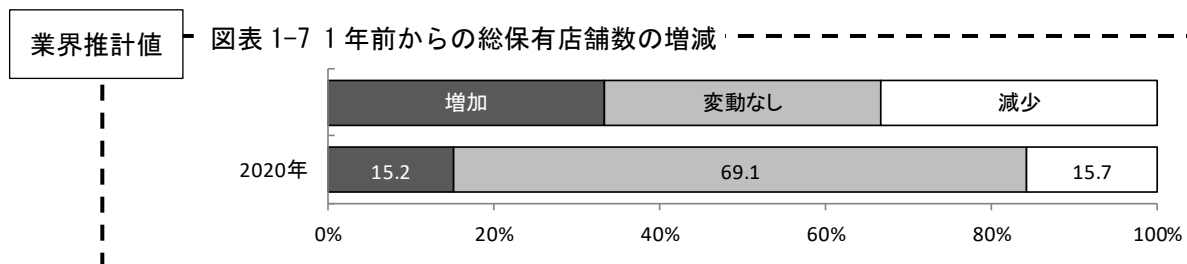
図表 1-6 売場規模タイプ/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	小規模店舗中心型	中規模店舗中心型	大規模店舗中心型	複合型
保有店舗数	1~3店舗	78	44.9%	34.6%	12.8%	7.7%
	4~10店舗	80	56.3%	23.8%	7.5%	12.5%
	11~25店舗	56	28.6%	16.1%	30.4%	25.0%
	26~50店舗	34	17.6%	11.8%	38.2%	32.4%
	51店舗以上	34	26.5%	8.8%	44.1%	20.6%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	100.0%	-	-	-
	中規模店舗中心型	62	-	100.0%	-	-
	大規模店舗中心型	61	-	-	100.0%	-
	複合型	50	-	-	-	100.0%
都市区分	都市圏	76	52.6%	22.4%	13.2%	11.8%
	地方圏	208	34.1%	21.6%	24.5%	19.7%

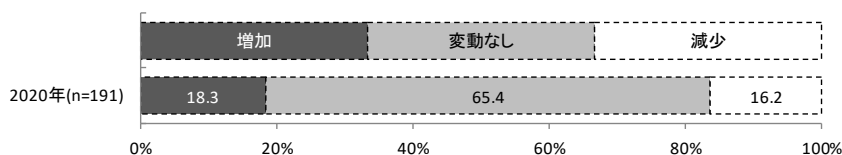
4 保有店舗数の増減

- 1年前からの総保有店舗数の増減は全体で「変動なし」が約7割、「増加」と「減少」はほぼ同じ割合。
- 保有店舗数が多くなるにつれて「変動なし」の割合が低くなる傾向がみられる。
- 保有店舗数51店舗以上の企業で「増加」「減少」の割合が高い。

1年前からの総保有店舗数の増減は全体で「変動なし」が69.1%で最も多く、次いで「減少」が15.7%、「増加」(15.2%)の順となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多い企業ほど「変動なし」の割合が低くなる。また、保有店舗数51店舗以上の企業では「増加」「減少」の割合が他の企業と比べて高くなっている。



(参考) 1年前からの総保有店舗数の増減 * 回答企業集計結果



図表1-8 1年前からの総保有店舗数の増減/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	増加	変動なし	減少
保有店舗数	1~3店舗	38	-	89.5%	10.5%
	4~10店舗	54	7.4%	75.9%	16.7%
	11~25店舗	44	20.5%	63.6%	15.9%
	26~50店舗	25	36.0%	48.0%	16.0%
	51店舗以上	30	43.3%	33.3%	23.3%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	76	17.1%	68.4%	14.5%
	中規模店舗中心型	35	11.4%	80.0%	8.6%
	大規模店舗中心型	52	23.1%	61.5%	15.4%
	複合型	28	21.4%	46.4%	32.1%
都市区分	都市圏	51	19.6%	60.8%	19.6%
	地方圏	140	17.9%	67.1%	15.0%

(2) セルフ・セルフ精算レジ・セルフバーコードスキャン

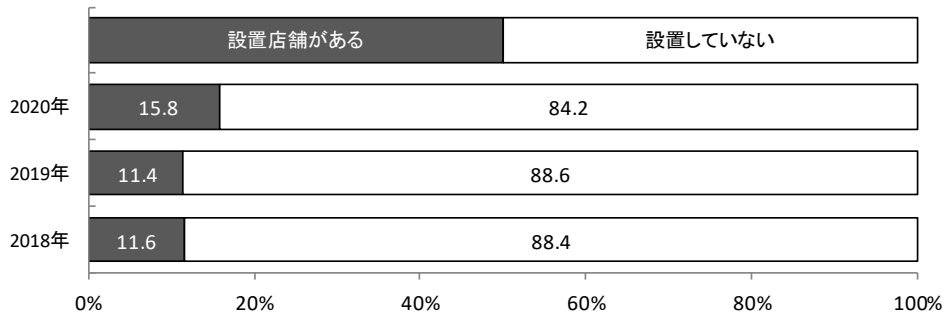
1 セルフレジの設置状況

- セルフレジ設置率は全体で15.8%となり、前年に比べやや増加。
- 規模の大きな企業や地方圏の企業で設置率が高い。

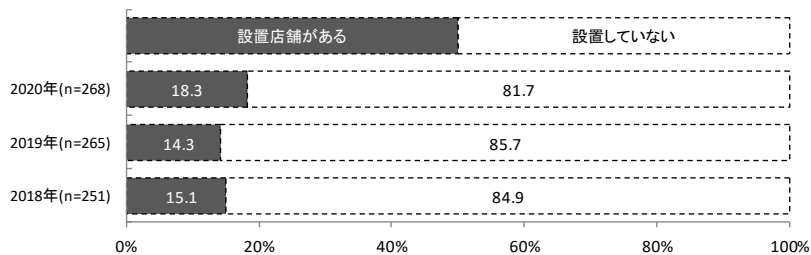
セルフレジの設置率（「設置店舗がある」企業割合）は15.8%。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業で設置率が45.5%と高い。売場規模タイプ別では、大規模店舗中心型で設置率が40%を超え、小規模や中規模の企業に比べて高い。都市区分別にみると、地方圏で設置率が高くなっている。

業界推計値

図表 1-9 セルフレジの設置状況



(参考) セルフレジの設置状況 * 回答企業集計結果



図表1-10 セルフレジの設置状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	設置店舗がある	設置していない
保有店舗数	1~3店舗	73	6.8%	93.2%
	4~10店舗	73	8.2%	91.8%
	11~25店舗	55	23.6%	76.4%
	26~50店舗	34	29.4%	70.6%
	51店舗以上	33	45.5%	54.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	105	2.9%	97.1%
	中規模店舗中心型	57	10.5%	89.5%
	大規模店舗中心型	60	41.7%	58.3%
	複合型	46	32.6%	67.4%
都市区分	都市圏	71	9.9%	90.1%
	地方圏	197	21.3%	78.7%

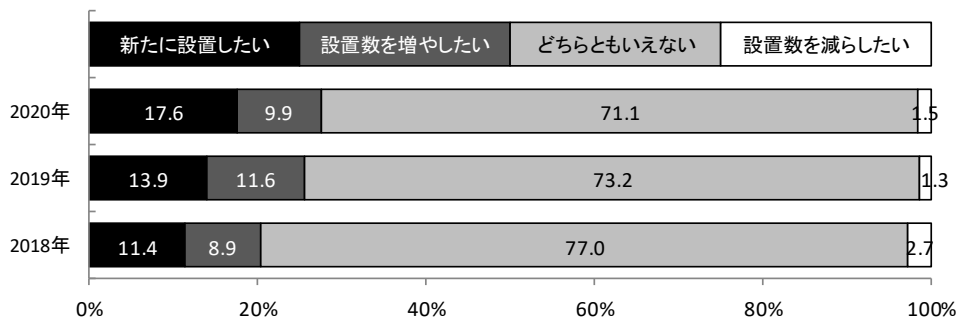
2 今後のセルフレジの設置意向

- セルフレジを新たに設置したい企業は17.6%、設置数を増やしたい企業は9.9%。
- 規模の大きな企業や地方圏で新規設置や設置数増の意向が高い。

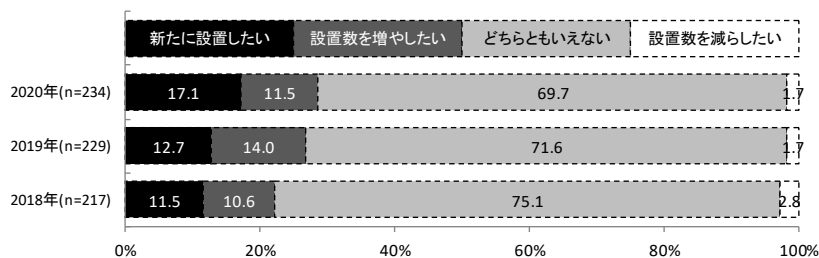
今後のセルフレジの設置意向について、全体では「新たに設置したい」割合が17.6%、「設置数を増やしたい」が9.9%となっており、新規設置意向は年々増加傾向にある。また、保有店舗数51店舗以上の企業では「設置数を増やしたい」割合が30%超となっており、他の企業に比べて高い。都市区分別にみると、地方圏で「新たに設置したい」「設置数を増やしたい」割合が都市圏に比べて高くなっている。

業界推計値

図表 1-11 今後のセルフレジの設置意向



(参考) 今後のセルフレジの設置意向 * 回答企業集計結果



図表 1-12 今後のセルフレジの設置意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	新たに設置したい	設置数を増やしたい	どちらともいえない	設置数を減らしたい
保有店舗数	1~3店舗	62	21.0%	1.6%	75.8%	1.6%
	4~10店舗	59	15.3%	6.8%	78.0%	-
	11~25店舗	52	17.3%	15.4%	67.3%	-
	26~50店舗	32	12.5%	15.6%	68.8%	3.1%
	51店舗以上	29	17.2%	31.0%	44.8%	6.9%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	89	13.5%	1.1%	84.3%	1.1%
	中規模店舗中心型	49	14.3%	8.2%	77.6%	-
	大規模店舗中心型	58	22.4%	24.1%	50.0%	3.4%
	複合型	38	21.1%	21.1%	55.3%	2.6%
都市区分	都市圏	64	10.9%	3.1%	82.8%	3.1%
	地方圏	170	19.4%	14.7%	64.7%	1.2%

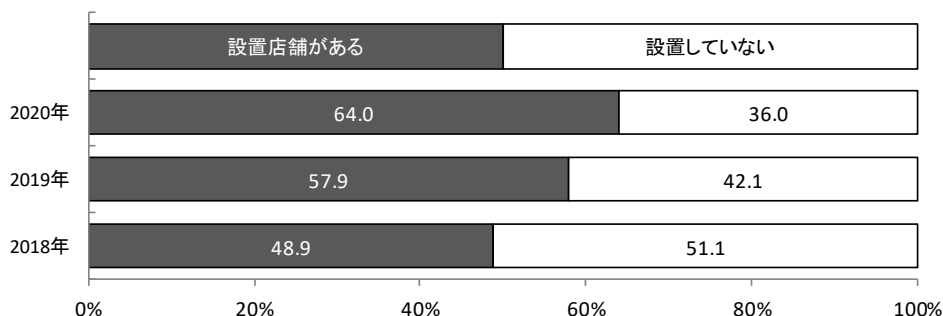
3 セルフ精算レジ（セミセルフレジ）の設置状況

- セルフ精算レジ設置率は全体で64.0%となり、増加傾向が続いている。
- 保有店舗数26店舗以上の企業では設置率が90%近くに達している。

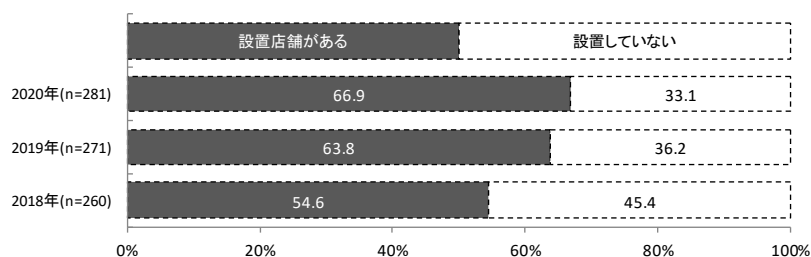
セルフ精算レジ（セミセルフレジ）の設置率（「設置店舗がある」企業割合）は64.0%で、設置率は年々増加している。保有店舗数別にみると、1～3店舗の企業では設置率が50%弱にとどまる一方、26店舗以上の企業では設置率がそれぞれ90%近くと高くなっている。売場規模タイプ別では、大規模店舗中心型の企業で設置率が80%近くを占めている。

業界推計値

図表 1-13 セルフ精算レジの設置状況



(参考) セルフ精算レジの設置状況 * 回答企業集計結果



図表1-14 セルフ精算レジの設置状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	設置店舗がある	設置していない
保有店舗数	1～3店舗	78	47.4%	52.6%
	4～10店舗	79	68.4%	31.6%
	11～25店舗	56	67.9%	32.1%
	26～50店舗	34	85.3%	14.7%
	51店舗以上	34	88.2%	11.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	61.3%	38.7%
	中規模店舗中心型	61	55.7%	44.3%
	大規模店舗中心型	61	78.7%	21.3%
	複合型	48	79.2%	20.8%
都市区分	都市圏	75	66.7%	33.3%
	地方圏	206	67.0%	33.0%

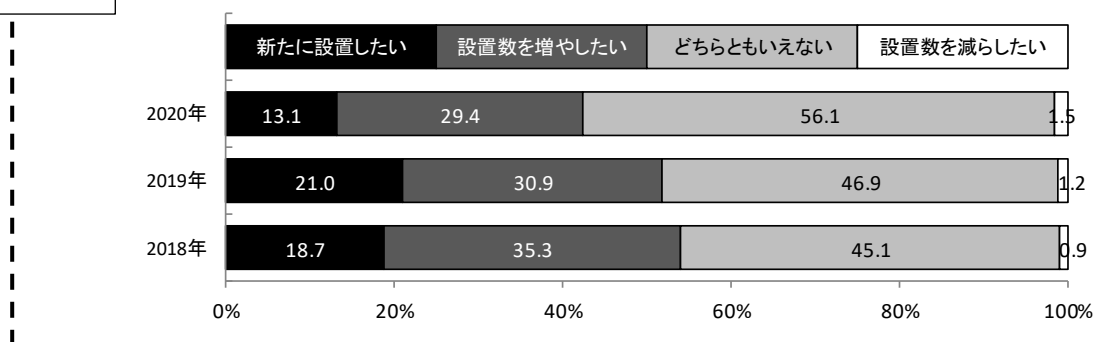
4 今後のセルフ精算レジ（セミセルフレジ）の設置意向

- セルフ精算レジを新たに設置したい企業は全体の13.1%、設置数を増やしたい企業は29.4%。
- 保有店舗数51店舗以上の企業では半数以上が拡大意向あり。

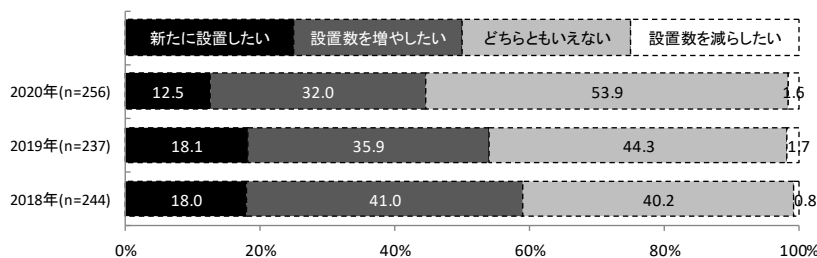
今後のセルフ精算レジ（セミセルフレジ）の設置意向について、全体では「新たに設置したい」割合が13.1%、「設置数を増やしたい」が29.4%となっている。保有店舗数51店舗以上の企業では「設置数を増やしたい」割合が半数を超えている。

前回調査に比べ新規設置意向の割合が減っている一方で設置数増加意向はほぼ横ばいとなっており、これは新規設置意向のあった企業がこれまでに導入を済ませつつあることが考えられる。

業界推計値 - 図表 1-15 今後のセルフ精算レジの設置意向



(参考) 今後のセルフ精算レジの設置意向 * 回答企業集計結果



図表1-16 今後のセルフ精算レジの設置意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	新たに設置したい	設置数を増やしたい	どちらともいえない	設置数を減らしたい
保有店舗数	1~3店舗	71	16.9%	15.5%	66.2%	1.4%
	4~10店舗	70	11.4%	30.0%	58.6%	-
	11~25店舗	54	13.0%	35.2%	48.1%	3.7%
	26~50店舗	31	9.7%	48.4%	38.7%	3.2%
	51店舗以上	30	6.7%	53.3%	40.0%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	101	17.8%	25.7%	55.4%	1.0%
	中規模店舗中心型	58	13.8%	27.6%	56.9%	1.7%
	大規模店舗中心型	56	8.9%	39.3%	48.2%	3.6%
	複合型	41	2.4%	43.9%	53.7%	-
都市区分	都市圏	71	9.9%	28.2%	62.0%	-
	地方圏	185	13.5%	33.5%	50.8%	2.2%

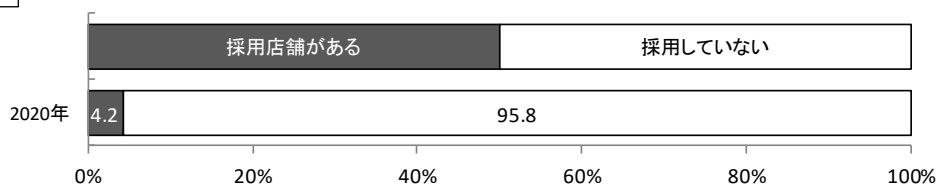
5 セルバーコードスキャンの採用状況

- セルバーコードスキャン採用率は全体で4.2%。
- 保有店舗数26～50店舗の企業では採用率が10%近くとなりやや高い。

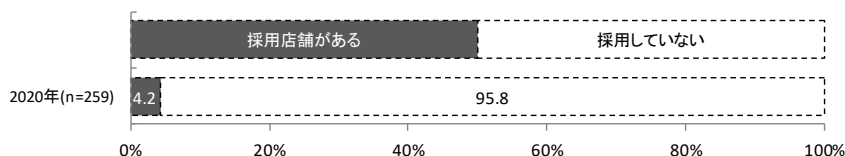
セルバーコードスキャンの採用率（「採用店舗がある」企業割合）は4.2%となっている。保有店舗数別にみると、1～25店舗の企業では採用率が5%以下にとどまる一方、26～50店舗以上の企業では採用率が9.1%でやや高い。

業界推計値

図表 1-17 セルバーコードスキャンの採用状況



(参考) セルバーコードスキャンの採用状況 * 回答企業集計結果



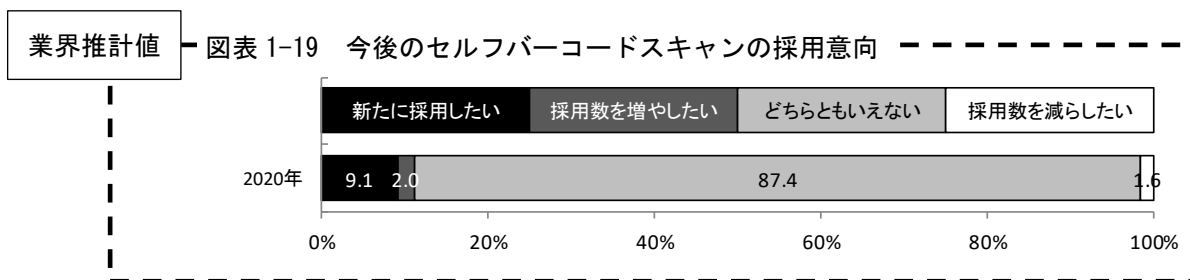
図表1-18 セルバーコードスキャンの採用状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	採用店舗がある	採用していない
保有店舗数	1～3店舗	72	4.2%	95.8%
	4～10店舗	70	4.3%	95.7%
	11～25店舗	52	3.8%	96.2%
	26～50店舗	33	9.1%	90.9%
	51店舗以上	32	-	100.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	102	3.9%	96.1%
	中規模店舗中心型	56	1.8%	98.2%
	大規模店舗中心型	58	6.9%	93.1%
	複合型	43	4.7%	95.3%
都市区分	都市圏	69	2.9%	97.1%
	地方圏	190	4.7%	95.3%

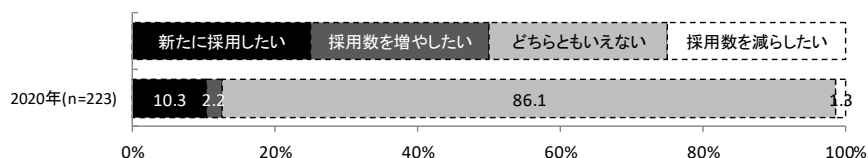
6 今後のセルフバーコードスキャンの採用意向

- セルフバーコードスキャンを新たに採用したい企業は全体の9.1%、採用数を増やしたい企業は2.0%。
- 保有店舗数26～50店舗の企業では新規採用意向が20%を超える。

今後のセルフバーコードスキャンの採用意向について、全体では「新たに採用したい」割合が9.1%、「採用数を増やしたい」が2.0%となっている。保有店舗数11～50店舗の企業では「新たに採用したい」割合が2割となっている。都市区分別にみると、地方圏で「新たに採用したい」割合が都市圏に比べて高くなっている。



(参考) 今後のセルフバーコードスキャンの採用意向 * 回答企業集計結果



図表 1-20 今後のセルフバーコードスキャンの採用意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	新たに採用したい	採用数を増やしたい	どちらともいえない	採用数を減らしたい
保有店舗数	1～3店舗	59	5.1%	—	91.5%	3.4%
	4～10店舗	56	1.8%	3.6%	94.6%	—
	11～25店舗	51	19.6%	2.0%	76.5%	2.0%
	26～50店舗	29	20.7%	6.9%	72.4%	—
	51店舗以上	28	10.7%	—	89.3%	—
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	87	5.7%	2.3%	90.8%	1.1%
	中規模店舗中心型	48	6.3%	—	91.7%	2.1%
	大規模店舗中心型	52	13.5%	3.8%	80.8%	1.9%
	複合型	36	22.2%	2.8%	75.0%	—
都市区分	都市圏	62	4.8%	3.2%	90.3%	1.6%
	地方圏	161	12.4%	1.9%	84.5%	1.2%

(3) 売場・商品カテゴリー

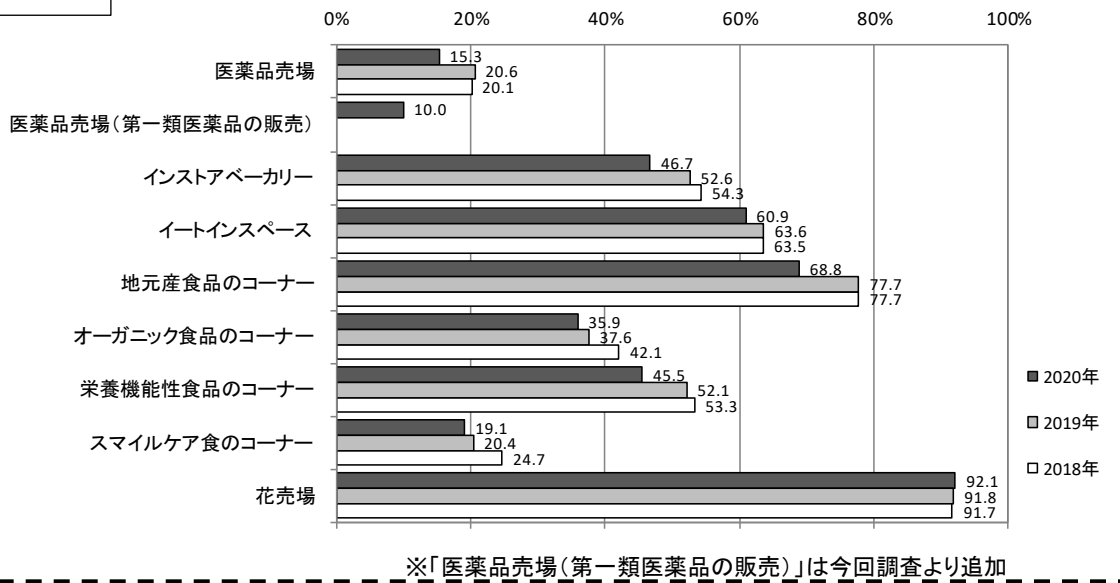
1 各種売場・コーナーの設置状況

- 設置率が高い売場・コーナーは花売場、地元産食品のコーナー、イトインスペースが上位。
- 各設置率は花売場をのぞき前年度より低い傾向。
- 保有店舗数が多い企業や地方圏の企業では各種売場・コーナーの設置率も高い傾向にある。

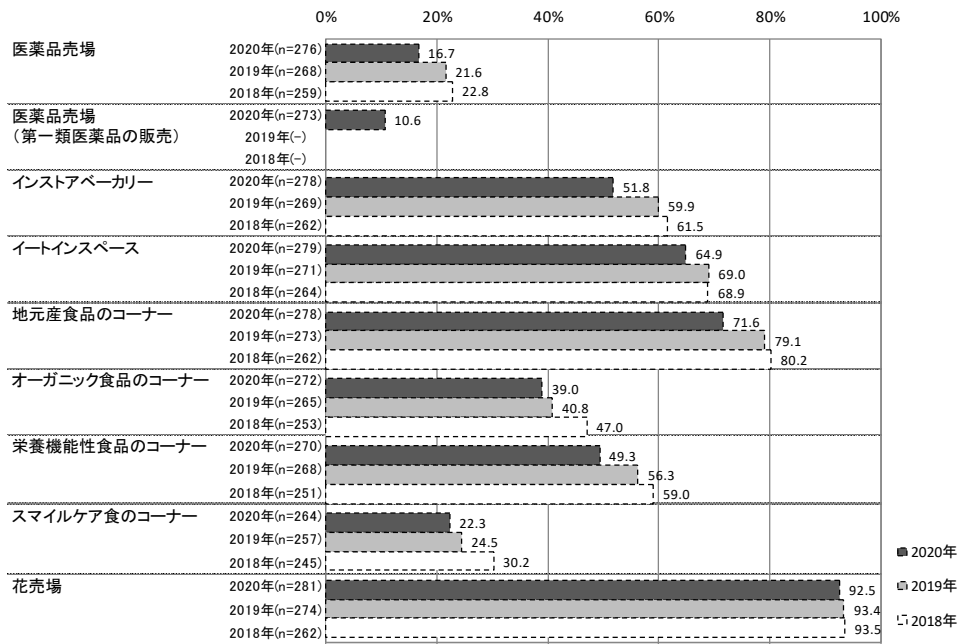
各種売場・コーナーの設置率は、全体では花売場が92.1%で最も高く、次いで地元産食品のコーナーが68.8%、イトインコーナーが60.9%の順となっている。保有店舗数別にみると、各コーナーとも概ね店舗数が多くなるにつれて設置率が高くなる傾向にある。

業界推計値

図表 1-21 各種売場・コーナーの設置状況



(参考) 各種売場・コーナーの設置状況 * 回答企業集計結果



図表1-22 各種売場・コーナーの設置状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

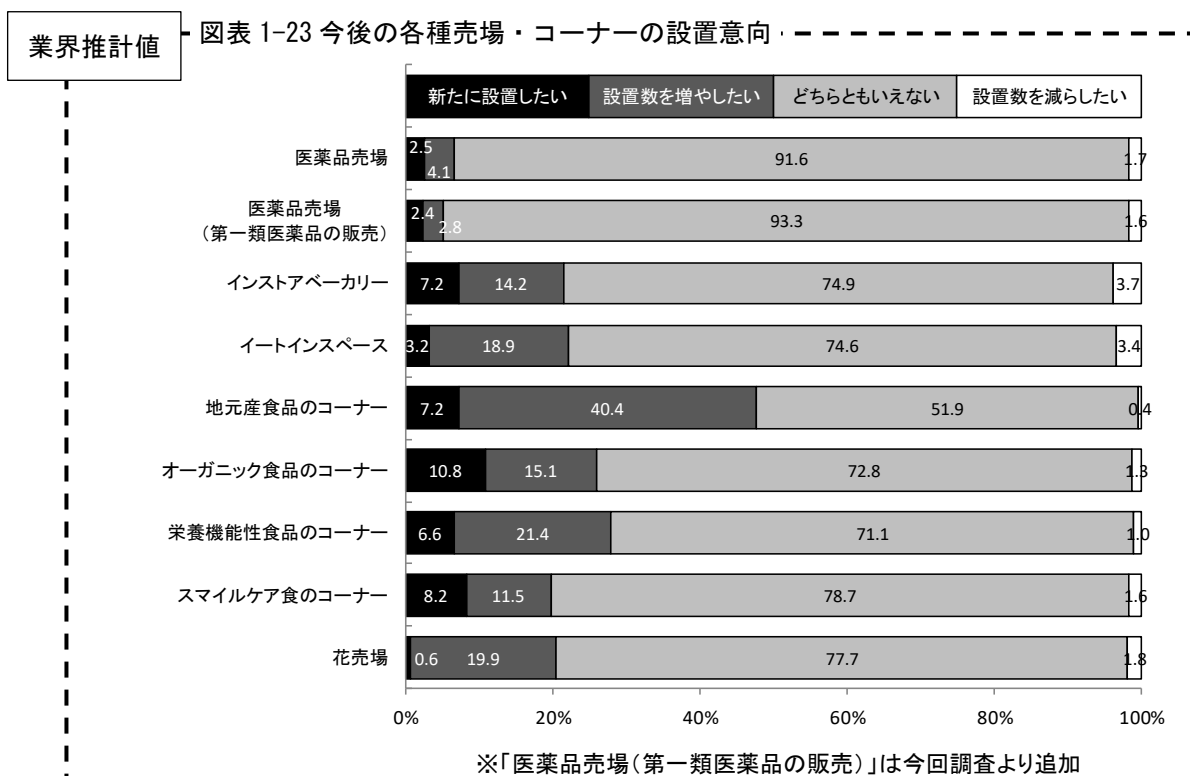
		医薬品売場		医薬品売場 (第一類医薬品の販売)		インスタペーカリー		イトインスペース		地元産食品のコーナー	
		n	設置率	n	設置率	n	設置率	n	設置率	n	設置率
保有店舗数	1~3店舗	76	13.2%	75	10.7%	77	24.7%	78	44.9%	77	57.1%
	4~10店舗	77	6.5%	76	5.3%	77	36.4%	77	54.5%	77	63.6%
	11~25店舗	56	19.6%	56	5.4%	56	69.6%	56	71.4%	56	78.6%
	26~50店舗	34	26.5%	33	15.2%	34	82.4%	34	97.1%	34	91.2%
	51店舗以上	33	33.3%	33	27.3%	34	88.2%	34	91.2%	34	91.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	109	11.0%	108	7.4%	110	31.8%	110	40.9%	110	55.5%
	中規模店舗中心型	59	8.5%	59	5.1%	60	41.7%	61	63.9%	61	75.4%
	大規模店舗中心型	61	29.5%	61	18.0%	61	85.2%	61	95.1%	61	86.9%
	複合型	47	23.4%	45	15.6%	47	68.1%	47	83.0%	46	84.8%
都市区分	都市圏	73	9.6%	73	8.2%	75	45.3%	75	56.0%	75	54.7%
	地方圏	203	19.2%	200	11.5%	203	54.2%	204	68.1%	203	77.8%

		オーガニック食品のコーナー		栄養機能性食品のコーナー		スマイルケア食のコーナー		花売場	
		n	設置率	n	設置率	n	設置率	n	設置率
保有店舗数	1~3店舗	75	21.3%	74	32.4%	71	5.6%	78	89.7%
	4~10店舗	76	34.2%	75	33.3%	74	12.2%	79	91.1%
	11~25店舗	55	43.6%	55	61.8%	54	27.8%	56	94.6%
	26~50店舗	33	63.6%	33	75.8%	32	37.5%	34	94.1%
	51店舗以上	33	57.6%	33	75.8%	33	57.6%	34	97.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	108	25.9%	107	29.9%	105	14.3%	111	90.1%
	中規模店舗中心型	60	33.3%	60	46.7%	57	15.8%	62	93.5%
	大規模店舗中心型	60	58.3%	58	77.6%	58	37.9%	61	98.4%
	複合型	44	52.3%	45	62.2%	44	29.5%	47	89.4%
都市区分	都市圏	73	37.0%	73	47.9%	73	20.5%	75	90.7%
	地方圏	199	39.7%	197	49.7%	191	23.0%	206	93.2%

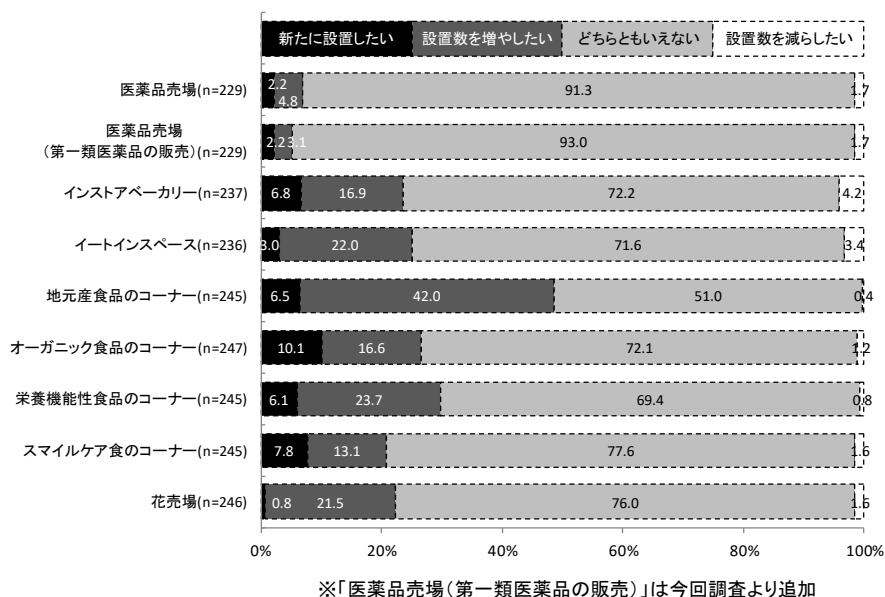
2 今後の各種売場・コーナーの設置意向

- 地元産食品のコーナーの拡大意向がある企業が多い。
- 医薬品売場（第一類医薬品の販売）の拡大意向がある企業が最も少ない。

各種売場・コーナーの「設置数を増やしたい」割合をみると、全体では地元産食品のコーナーが40.4%と最も高く、次いで栄養機能性食品のコーナーが21.4%、花売場が19.9%の順になっている。一方、「設置数を減らしたい」割合はインスタベーカリーが3.7%、イトインスペースが3.4%の順で高い。



(参考) 今後の各種売場・コーナーの設置意向 * 回答企業集計結果



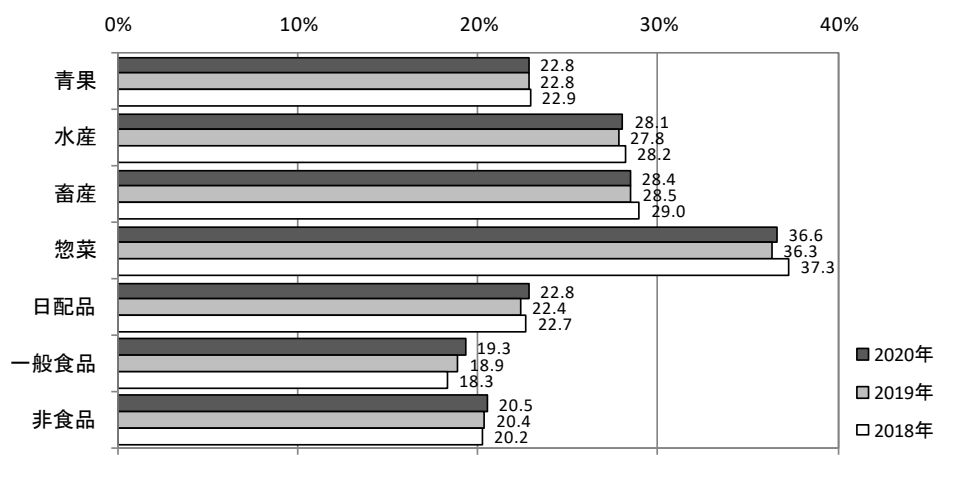
3 商品カテゴリー別目標とする利益率

● 目標とする利益率は、惣菜36.6%、畜産28.4%、水産28.1%の順に高く、過去調査と同様の傾向にある。

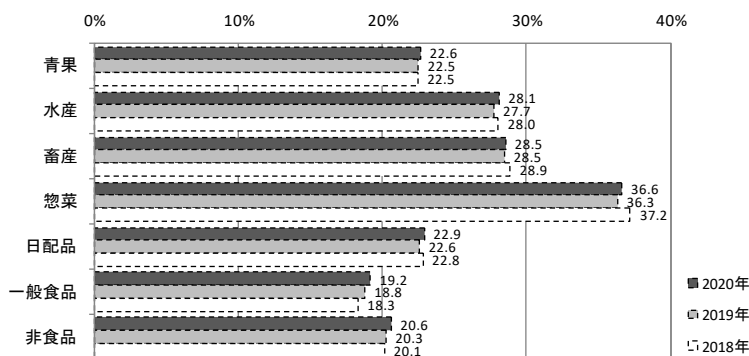
目標とする利益率の平均値は、「惣菜」が36.6%で最も高く、次いで「畜産」28.4%、「水産」28.1%と続いている。経年変化はほぼ見られないことから、スーパーマーケットの標準的な利益率を示していると思われる。

業界推計値

図表 1-24 商品カテゴリー別目標とする利益率（平均値）



(参考) 商品カテゴリー別目標とする利益率(平均値) * 回答企業集計結果



図表 1-25 商品カテゴリー別目標とする利益率(平均値)/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		青果		水産		畜産		惣菜		日配品		一般食品		非食品	
		n	平均	n	平均	n	平均	n	平均	n	平均	n	平均	n	平均
保有店舗数	1~3店舗	69	23.7%	70	27.9%	69	28.0%	69	37.1%	68	22.7%	68	19.9%	66	20.7%
	4~10店舗	71	23.0%	70	28.6%	70	29.1%	70	36.5%	71	22.0%	71	18.7%	68	19.4%
	11~25店舗	52	22.0%	51	27.7%	52	28.1%	51	35.7%	52	23.3%	52	19.5%	51	21.0%
	26~50店舗	28	21.7%	26	28.1%	26	29.5%	27	36.7%	28	23.7%	28	18.3%	28	20.0%
	51店舗以上	21	20.4%	21	27.0%	21	27.4%	21	36.8%	20	24.4%	21	19.1%	21	23.6%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	100	23.8%	100	28.3%	100	28.5%	101	36.0%	98	22.8%	99	20.1%	97	20.8%
	中規模店舗中心型	58	22.9%	56	28.3%	57	28.4%	54	36.8%	58	22.9%	58	19.0%	55	20.4%
	大規模店舗中心型	50	20.4%	50	27.2%	49	28.5%	50	37.7%	50	22.6%	50	18.0%	50	20.5%
	複合型	33	22.3%	32	27.9%	32	28.6%	33	35.8%	33	23.4%	33	18.7%	32	20.7%
都市区分	都市圏	59	23.5%	58	28.1%	58	29.2%	59	36.5%	58	23.3%	59	20.4%	56	21.5%
	地方圏	182	22.4%	180	28.1%	180	28.3%	179	36.5%	181	22.8%	181	18.8%	178	20.3%

4 商品カテゴリー別SKU数の増減

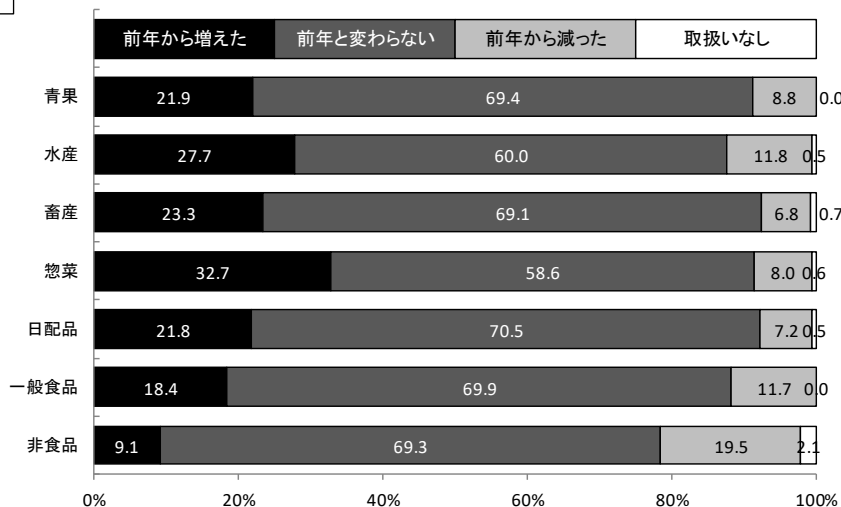
- 前年からのSKU数増加は惣菜が他商品カテゴリーに比べて多い。
- 非食品はSKU数減少の割合が多い。

前年と比較した各商品カテゴリーのSKU数の「前年から増えた」割合をみると、全体では惣菜が32.7%で最も高く、次いで水産の順となっている。逆に「前年から減った」割合は非食品が19.5%で最も高い。

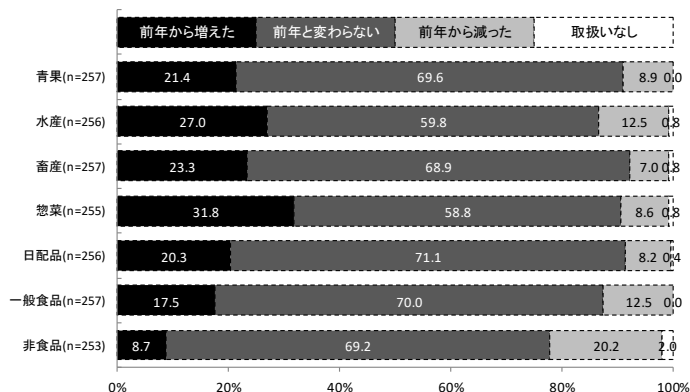
各商品カテゴリーSKU数の増減率をみると、惣菜が+23.2%で最も高く、次いで畜産が+16.3%、水産が+14.5%の順となっている。一方、非食品(-11.5%)はマイナスとなった。都市区分別にみると、地方圏の企業では都市圏に比べ水産、畜産、日配品の増加率が高くなっている。

業界推計値

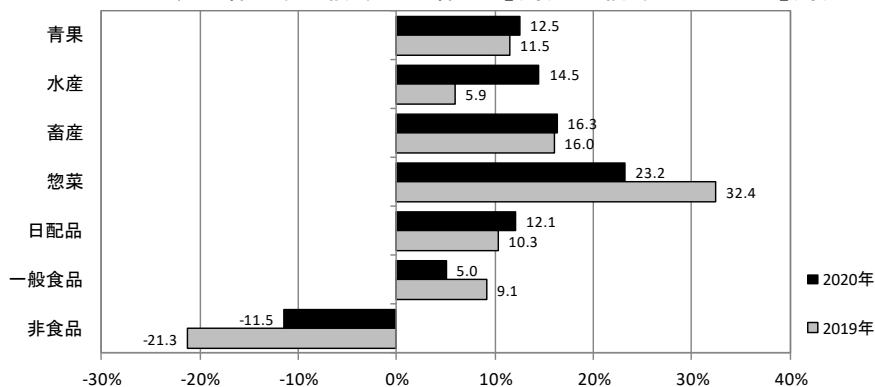
図表 1-26 商品カテゴリー別 SKU 数の増減



(参考) 商品カテゴリー別SKU数の増減 * 回答企業集計結果



図表1-27 商品カテゴリー別SKU数の増減率(「前年から増えた」割合と「前年から減った」割合の差)



図表1-28 商品カテゴリー別SKU数の増減率(「前年から増えた」割合と「前年から減った」割合の差)

/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		青果		水産		畜産		惣菜		日配品		一般食品		非食品	
		n	平均	n	平均	n	平均	n	平均	n	平均	n	平均	n	平均
保有店舗数	1~3店舗	71	15.4%	71	21.1%	71	12.6%	70	34.3%	71	31.0%	71	16.9%	69	-4.3%
	4~10店舗	73	15.1%	73	20.6%	73	19.2%	72	18.1%	73	6.9%	73	2.7%	72	-11.1%
	11~25店舗	55	12.7%	54	9.3%	55	25.4%	55	29.0%	55	12.7%	55	3.7%	55	-10.9%
	26~50店舗	30	13.3%	30	3.4%	30	6.7%	30	3.3%	30	-6.7%	30	-6.7%	29	-17.3%
	51店舗以上	28	-3.6%	28	3.6%	28	10.8%	28	17.9%	27	-3.7%	28	-3.5%	28	-25.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	102	7.9%	102	3.9%	102	8.8%	103	15.5%	101	4.9%	102	-1.9%	101	-13.8%
	中規模店舗中心型	59	16.9%	58	34.5%	59	28.8%	56	35.7%	59	18.6%	59	10.1%	57	-10.5%
	大規模店舗中心型	55	20.0%	55	16.4%	55	16.3%	55	27.2%	55	18.2%	55	12.7%	55	-9.1%
	複合型	41	7.3%	41	9.8%	41	17.0%	41	19.5%	41	12.2%	41	4.9%	40	-10.0%
都市区分	都市圏	68	5.9%	68	1.4%	68	8.9%	68	26.5%	67	-1.5%	68	-1.5%	67	-13.4%
	地方圏	189	14.8%	188	19.2%	189	19.0%	187	21.9%	189	17.0%	189	7.4%	186	-10.7%

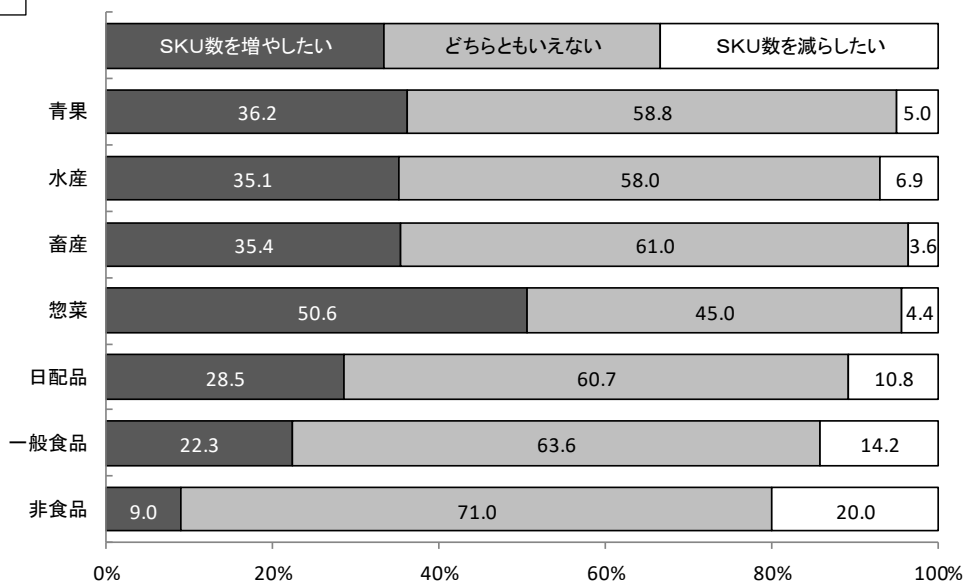
5 今後の商品カテゴリー別SKU数の増減意向

- 今後SKU数を増やしたい商品カテゴリーは惣菜が多く、次いで生鮮三部門となっている。
- 今後SKU数を減らしたい商品カテゴリーは非食品が多く、次いで一般食品となっている。

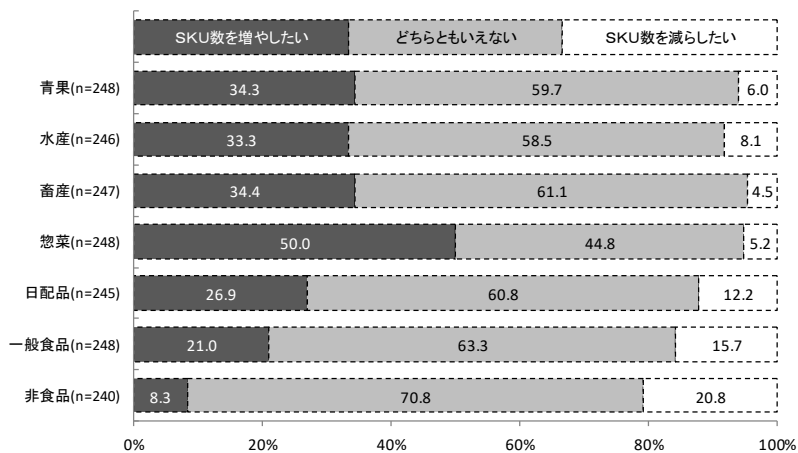
今後の各商品カテゴリーのSKU数について「SKU数を増やしたい」割合をみると、全体では惣菜が50.6%で最も高く、次いで青果が36.2%、畜産が35.4%、水産が35.1%の順となっている。逆に「SKU数を減らしたい」割合は非食品が20.0%で最も高い。

業界推計値

図表 1-29 今後の各商品カテゴリーのSKU数増減意向



(参考) 今後の各商品カテゴリーのSKU数増減意向 * 回答企業集計結果



(4) センター

1 在庫型センター活用状況

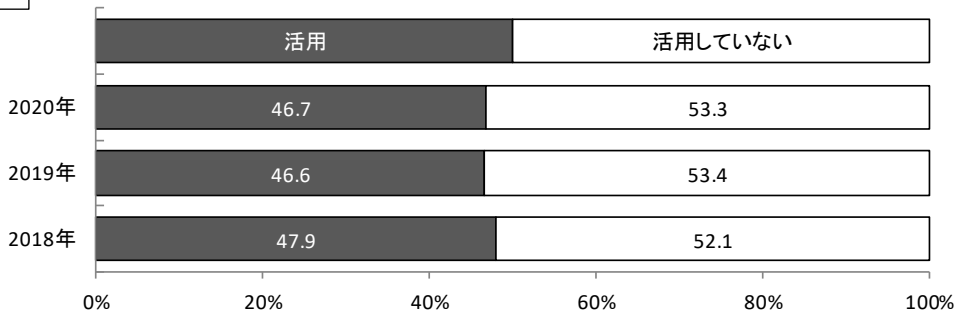
- 在庫型センターは約半数の企業が活用している。
- 活用している商品カテゴリーは一般食品、日用雑貨、日配品の順に多い。
- 26店舗以上になると「一般食品」活用率は大きく上昇する。

在庫型センター活用率は46.7%で、ほぼ半数近くが活用しており、前回調査とほぼ同じ水準である。

活用されている商品カテゴリーは、「一般食品」が41.6%で最も高く、次いで「日用雑貨」25.2%、「日配品」18.6%の順となっている。保有店舗数別に見ると、26店舗以上の企業では「活用していない」の割合が低くなっており、保有店舗数の少ない企業に比べ活用されていることが伺える。また、「一般食品」の割合が70%を超え大きく上昇する。都市区分別にみると、「一般食品」の活用割合が都市圏の企業で地方圏に比べてやや高くなっている。

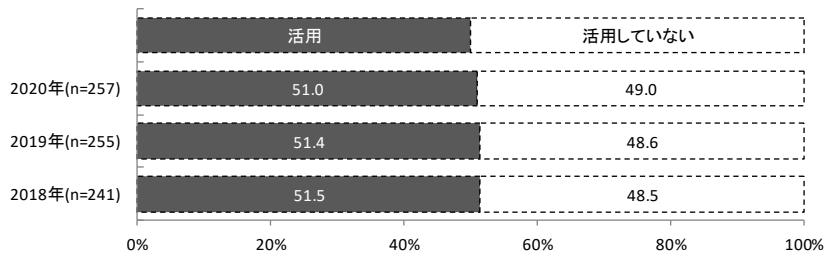
業界推計値

図表 1-30 在庫型センター活用率



※2018年度調査より設問内容を変更している

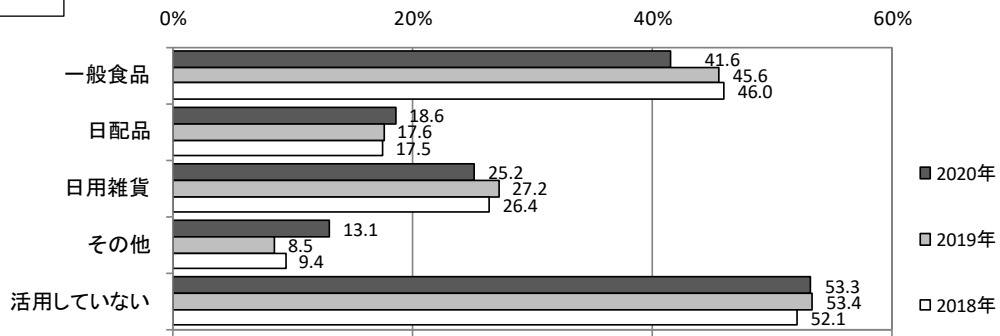
(参考) 在庫型センター活用率 * 回答企業集計結果



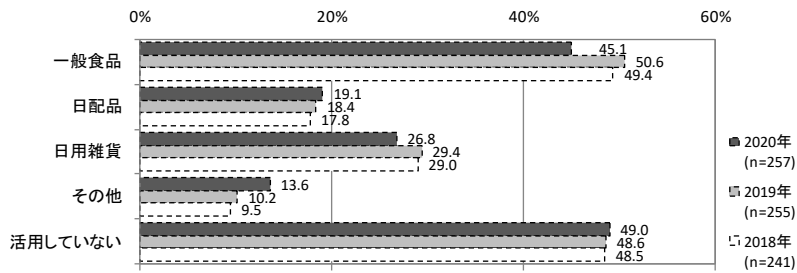
※2018年度調査より設問内容を変更している

業界推計値

図表 1-31 在庫型センターの商品カテゴリー（複数回答）



(参考) 在庫型センターの商品カテゴリー（複数回答） * 回答企業集計結果



図表1-32 在庫型センターの商品カテゴリー（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		在庫型センター					
		n	一般食品	日配品	日用雑貨	その他	活用していない
保有店舗数	1~3店舗	69	27.5%	15.9%	18.8%	10.1%	72.5%
	4~10店舗	71	36.6%	19.7%	23.9%	11.3%	56.3%
	11~25店舗	54	44.4%	14.8%	25.9%	16.7%	46.3%
	26~50店舗	31	71.0%	19.4%	48.4%	9.7%	16.1%
	51店舗以上	32	78.1%	31.3%	31.3%	25.0%	18.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	103	39.8%	17.5%	21.4%	10.7%	55.3%
	中規模店舗中心型	54	37.0%	18.5%	25.9%	11.1%	57.4%
	大規模店舗中心型	59	52.5%	18.6%	30.5%	20.3%	40.7%
	複合型	41	58.5%	24.4%	36.6%	14.6%	34.1%
都市区分	都市圏	70	50.0%	15.7%	22.9%	8.6%	47.1%
	地方圏	187	43.3%	20.3%	28.3%	15.5%	49.7%

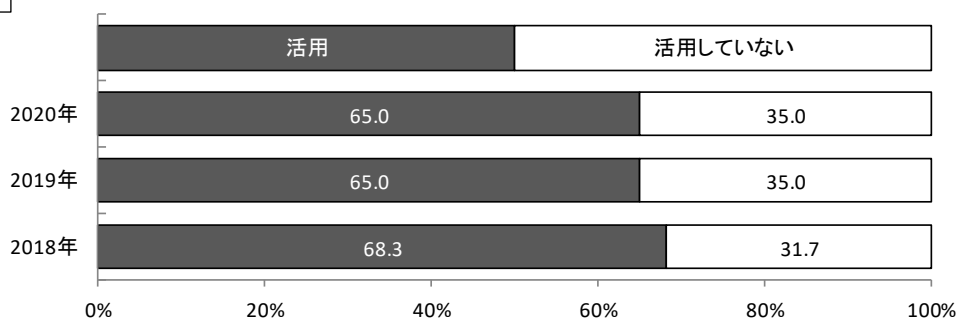
2 通過型センター活用状況

- 通過型センターの活用率は65.0%におよぶ。
- 活用されている商品カテゴリーは日配品、一般食品、日用雑貨の順に多い。

通過型センター活用率は65.0%であり、活用されている商品カテゴリーは、「日配品」が最も高く、次いで「一般食品」、「日用雑貨」の順となっている。保有店舗数別に見ると、11店舗以上の企業ではすべての商品カテゴリーの活用割合が高くなっている。都市区分別にみると、日用雑貨をのぞく商品カテゴリーにおいて地方圏の企業での活用割合が都市圏に比べて高くなっている。

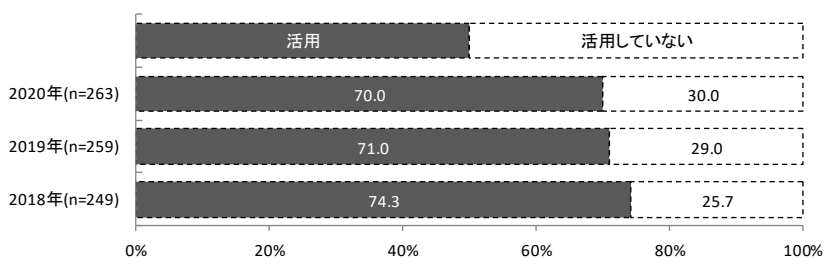
業界推計値

図表 1-33 通過型センター活用率

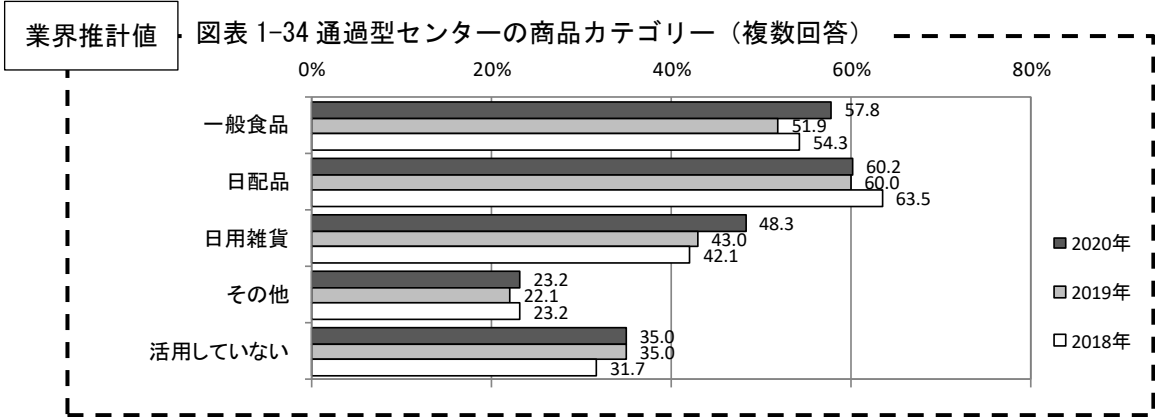


※2018年度調査より設問内容を変更している

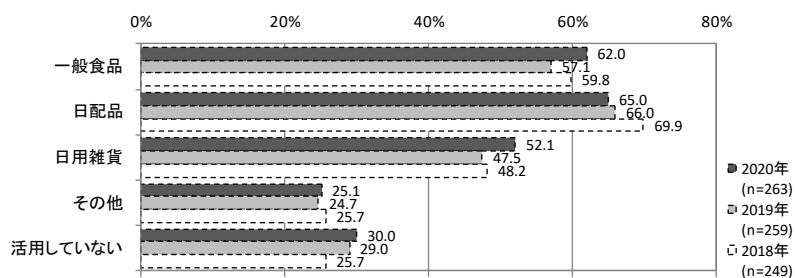
(参考) 通過型センター活用率 * 回答企業集計結果



※2018年度調査より設問内容を変更している



(参考) 通過型センターの商品カテゴリー（複数回答） * 回答企業集計結果



図表1-35 通過型センターの商品カテゴリー（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		通過型センター					
		n	一般食品	日配品	日用雑貨	その他	活用していない
保有店舗数	1~3店舗	68	29.4%	33.8%	27.9%	16.2%	63.2%
	4~10店舗	77	59.7%	54.5%	44.2%	15.6%	37.7%
	11~25店舗	55	83.6%	85.5%	69.1%	36.4%	10.9%
	26~50店舗	32	84.4%	90.6%	75.0%	37.5%	3.1%
	51店舗以上	31	77.4%	96.8%	71.0%	35.5%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	104	45.2%	49.0%	35.6%	15.4%	46.2%
	中規模店舗中心型	56	66.1%	60.7%	60.7%	21.4%	32.1%
	大規模店舗中心型	59	76.3%	81.4%	69.5%	40.7%	15.3%
	複合型	44	77.3%	86.4%	56.8%	31.8%	9.1%
都市区分	都市圏	71	56.3%	64.8%	52.1%	14.1%	31.0%
	地方圏	192	64.1%	65.1%	52.1%	29.2%	29.7%

3 プロセスセンター活用状況

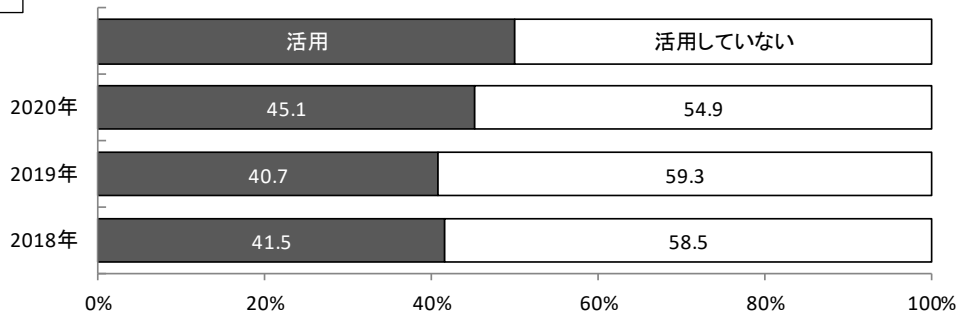
- プロセスセンターは45.1%の割合で活用。
- 活用されている商品カテゴリーは畜産、惣菜、水産の順に多い。
- 都市圏ではベーカリーの活用率がやや高い一方、それ以外の商品カテゴリーは地方圏の活用率が高い。

プロセスセンター活用率は45.1%で、回答企業の半数近くが活用している。

活用されている商品カテゴリーは、「畜産」が32.9%で最も高く、次いで「惣菜」25.0%、「水産」21.3%の順となっている。「ベーカリー」の活用率が前回よりやや減少している。

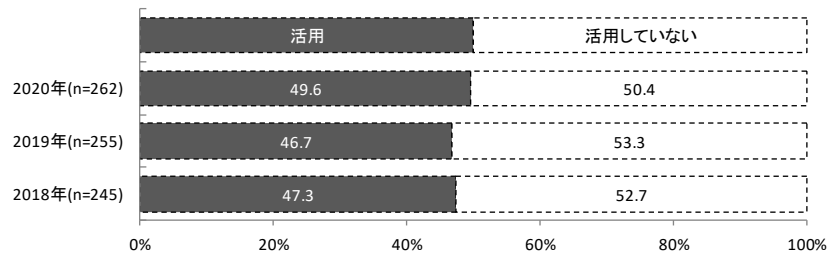
業界推計値

図表 1-36 プロセスセンター活用率



※2018年度調査より設問内容を変更している

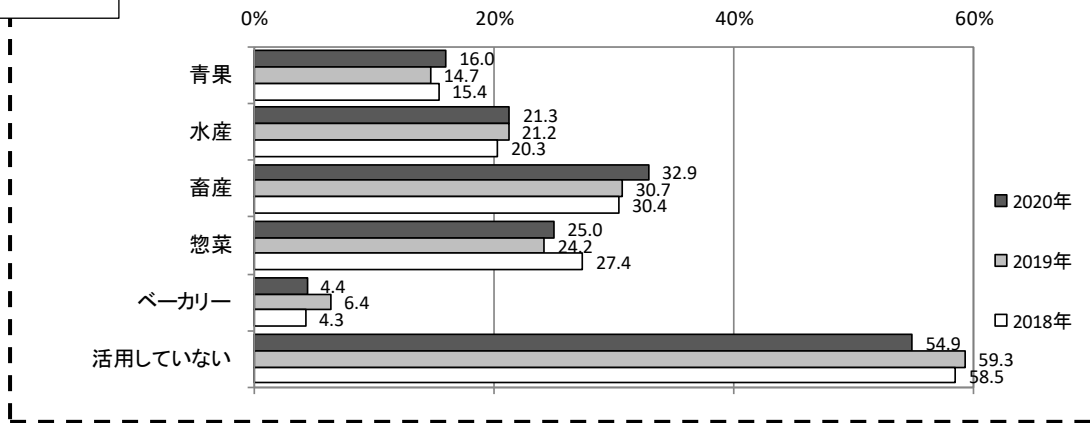
(参考) プロセスセンター活用率 * 回答企業集計結果



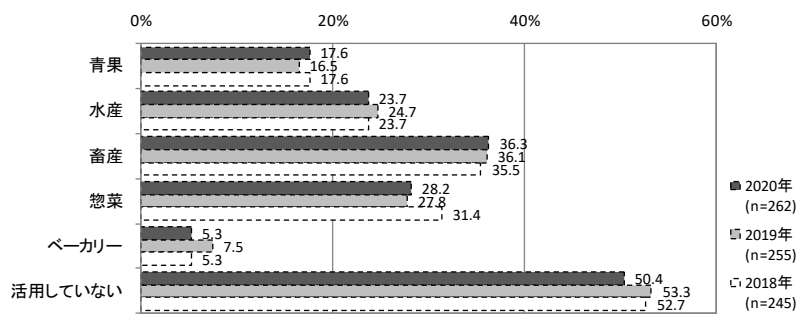
※2018年度調査より設問内容を変更している

業界推計値

図表 1-37 プロセスセンターの商品カテゴリー（複数回答）



(参考) プロセスセンターの商品カテゴリー（複数回答） * 回答企業集計結果



図表1-38 プロセスセンターの商品カテゴリー（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		プロセスセンター						
		n	青果	水産	畜産	惣菜	ベーカリー	活用していない
保有店舗数	1~3店舗	67	13.4%	13.4%	16.4%	10.4%	1.5%	80.6%
	4~10店舗	75	9.3%	17.3%	28.0%	18.7%	1.3%	58.7%
	11~25店舗	55	12.7%	20.0%	43.6%	36.4%	5.5%	32.7%
	26~50店舗	32	28.1%	50.0%	56.3%	46.9%	12.5%	28.1%
	51店舗以上	33	42.4%	39.4%	63.6%	54.5%	15.2%	21.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	105	14.3%	19.0%	28.6%	18.1%	2.9%	61.0%
	中規模店舗中心型	54	13.0%	18.5%	31.5%	24.1%	7.4%	59.3%
	大規模店舗中心型	59	27.1%	35.6%	47.5%	44.1%	10.2%	37.3%
	複合型	44	18.2%	25.0%	45.5%	36.4%	2.3%	31.8%
都市区分	都市圏	72	13.9%	23.6%	34.7%	18.1%	8.3%	54.2%
	地方圏	190	18.9%	23.7%	36.8%	32.1%	4.2%	48.9%

2. 人事関連

(1) 労働者数

1 正社員数、管理職人数（1店舗あたり）

- 1店舗あたりの正社員数は平均13.1人、管理職人数は平均2.9人。
- 保有店舗数1～3店舗の企業では1店舗あたりの正社員数、管理職人数ともにやや多い。

1店舗あたりの正社員数は、全体では平均13.1人、管理職人数は平均2.9人となっている。保有店舗数別、売場規模タイプ別にみると、1～3店舗の企業や大規模店舗中心型の企業では他の企業に比べ1店舗当たりの正社員数、管理職人数ともに多い。

業界推計値

図表 2-1 1店舗あたり正社員数、管理職人数

	1店舗あたり正社員数	1店舗あたり管理職人数
	業界推計値	業界推計値
2020年	13.1人	2.9人
2019年	14.2人	3.2人
2018年	13.7人	3.1人

(参考) 1店舗あたり正社員数、管理職人数 * 回答企業集計結果

	1店舗あたり正社員数			1店舗あたり管理職人数		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	284	12.7人	11.3人	284	2.7人	2.2人
2019年	276	13.3人	12.8人	276	2.8人	2.1人
2018年	257	13.0人	12.6人	246	2.8人	2.3人

図表2-2 1店舗あたり正社員数、管理職人数/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		1店舗あたり正社員数			1店舗あたり管理職人数		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	78	14.7人	11.6人	78	3.8人	3.0人
	4～10店舗	80	11.4人	10.2人	80	2.4人	2.0人
	11～25店舗	56	12.4人	11.9人	56	2.6人	2.4人
	26～50店舗	34	13.0人	12.1人	34	2.1人	1.9人
	51店舗以上	34	13.8人	13.8人	34	2.2人	1.9人
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	10.8人	10.0人	111	2.6人	2.2人
	中規模店舗中心型	62	13.5人	12.4人	62	2.9人	1.9人
	大規模店舗中心型	61	15.6人	16.0人	61	3.1人	2.9人
	複合型	50	12.4人	11.4人	50	2.3人	2.0人
都市区分	都市圏	76	14.6人	12.1人	76	2.8人	2.2人
	地方圏	208	12.4人	11.3人	208	2.7人	2.3人

2 正社員、管理職に占める女性割合

- 正社員の女性割合は24.4%、管理職の女性割合は9.9%。
- 地方圏では正社員、管理職とも都市圏の企業に比べ女性割合が高い。

正社員に占める女性の割合は、全体では平均24.4%、管理職に占める女性の割合は平均9.9%となっている。保有店舗数別にみると、1～3店舗の企業において正社員に占める女性割合、管理職に占める女性割合がともに高くなっている。売場規模タイプ別では、規模が大きいほど正社員に占める女性割合は高い。都市区分別にみると、地方圏では都市圏に比べ正社員、管理職共に女性の割合が高くなっている。

業界推計値 ・ 図表 2-3 正社員、管理職に占める女性割合

	正社員に占める女性割合	管理職に占める女性割合
	業界推計値	業界推計値
2020年	24.4%	9.9%
2019年	24.8%	9.5%
2018年	25.1%	9.0%

(参考) 正社員、管理職に占める女性割合 * 回答企業集計結果

	正社員に占める女性割合			管理職に占める女性割合		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	284	23.9%	22.4%	284	8.6%	5.7%
2019年	276	24.2%	22.4%	271	8.1%	5.6%
2018年	253	24.8%	23.9%	244	7.9%	6.0%

図表2-4 正社員、管理職に占める女性割合/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		正社員に占める女性割合			管理職に占める女性割合		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	78	27.6%	25.0%	78	14.0%	9.1%
	4～10店舗	80	23.0%	22.3%	80	9.2%	6.8%
	11～25店舗	56	21.8%	20.7%	56	7.3%	6.3%
	26～50店舗	34	24.4%	22.2%	34	5.8%	5.2%
	51店舗以上	34	22.1%	20.7%	34	4.7%	3.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	23.2%	20.4%	111	10.8%	7.3%
	中規模店舗中心型	62	24.1%	23.3%	62	8.1%	5.0%
	大規模店舗中心型	61	25.0%	24.6%	61	6.4%	4.4%
	複合型	50	24.1%	22.1%	50	8.5%	6.5%
都市区分	都市圏	76	18.5%	18.8%	76	7.3%	4.8%
	地方圏	208	25.9%	24.5%	208	9.2%	6.1%

3 パート・アルバイト比率

- パート・アルバイト比率は「店舗」で72.0%、「本部・その他」で27.5%。
- 保有店舗数が多くなると店舗勤務のパート・アルバイトの比率が上昇する。

総従業員に占めるパート・アルバイト比率は、全体では「店舗」が72.0%、「本部・その他」が27.5%となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多いほど「店舗」のパート・アルバイト比率が高まる傾向にある。「本部・その他」では、4～10店舗の企業のパート・アルバイト比率が他の企業に比べ高い。売場規模タイプ別にみると、大規模の企業で「店舗」のパート・アルバイト比率が高い。

業界推計値

図表 2-5 パート・アルバイト比率

	店舗勤務	本部・その他勤務
	業界推計値	業界推計値
2020年	72.0%	27.5%
2019年	70.9%	26.9%
2018年	71.7%	27.1%

(参考) パート・アルバイト比率 * 回答企業集計結果

	店舗勤務			本部・その他勤務		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	265	73.2%	75.0%	254	27.2%	25.0%
2019年	258	72.0%	72.0%	250	26.3%	22.5%
2018年	250	72.6%	75.0%	237	26.2%	25.0%

図表2-6 パート・アルバイト比率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		パート・アルバイト					
		店舗勤務			本部・その他勤務		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	74	69.4%	70.0%	68	23.3%	9.0%
	4～10店舗	78	69.1%	71.0%	75	32.0%	29.0%
	11～25店舗	55	76.5%	77.0%	53	28.5%	25.0%
	26～50店舗	31	77.8%	79.0%	31	29.9%	30.0%
	51店舗以上	27	78.3%	78.0%	27	22.8%	20.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	107	69.5%	71.0%	102	24.6%	20.0%
	中規模店舗中心型	61	74.5%	77.0%	56	31.8%	28.5%
	大規模店舗中心型	58	77.0%	78.0%	57	24.0%	20.0%
	複合型	39	73.9%	75.0%	39	34.0%	35.0%
都市区分	都市圏	69	73.3%	76.0%	65	28.9%	27.0%
	地方圏	196	73.0%	74.5%	189	26.7%	22.0%

(2) 給与

1 大卒初任給・高卒初任給

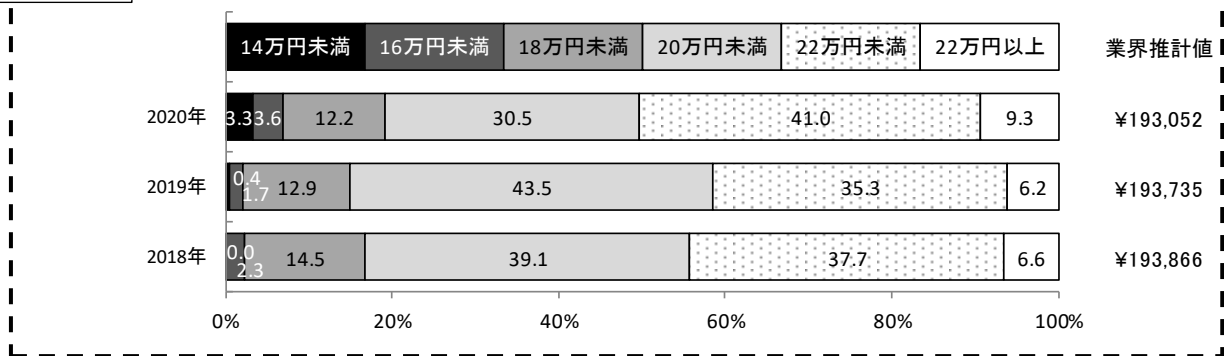
- 初任給は大卒が19.3万円、高卒が16.7万円。
- 保有店舗数の多い企業や都市圏では大卒初任給、高卒初任給とも他の企業に比べて高い。

大卒初任給の月額（回答構成比率）は、「20万円以上22万円未満」の割合が41.0%と最も高く、次いで「18万円以上20万円未満」が30.5%で、平均は約19.3万円となっている。保有店舗数別にみると、保有店舗数が多い企業で大卒初任給月額が高い傾向にある。都市区分別では、都市圏の企業は地方圏に比べ平均初任給が約1万円高い。

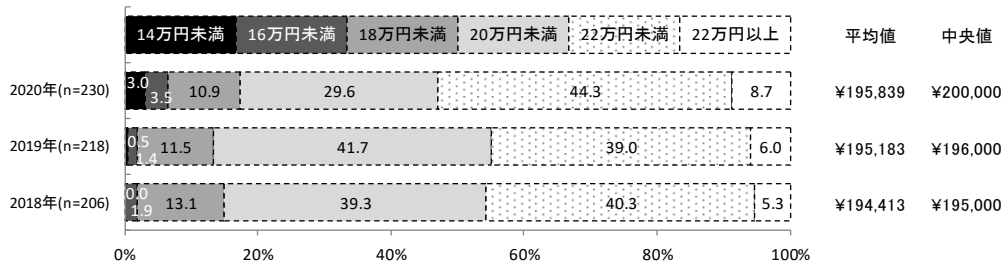
高卒初任給の月額（回答構成比率）は、「16万円以上18万円未満」の割合が45.7%と最も高く、次いで「18万円以上20万円未満」が22.3%で、平均は約16.7万円である。都市区分別では、都市圏の企業は地方圏に比べ平均初任給が約1万5千円高い。

業界推計値

図表 2-7 大卒初任給（回答構成比率）

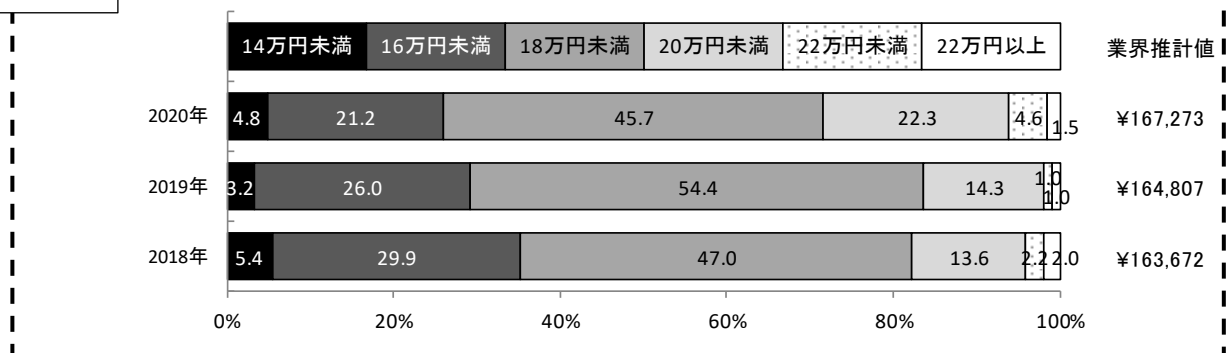


(参考) 大卒初任給（回答構成比率） * 回答企業集計結果

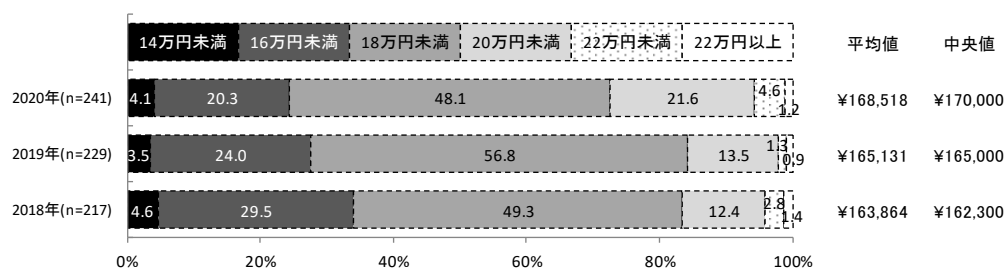


業界推計値

図表 2-8 高卒初任給（回答構成比率）



(参考) 高卒初任給 (回答構成比率) * 回答企業集計結果



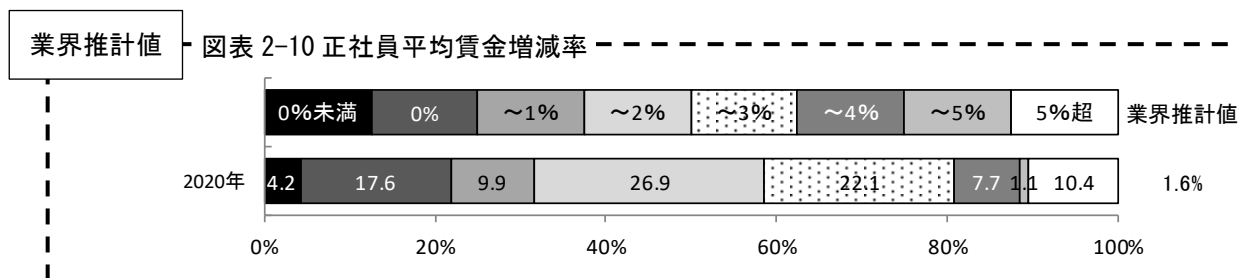
図表2-9 大卒初任給・高卒初任給/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		大卒初任給			高卒初任給		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1~3店舗	58	¥186,105	¥195,500	65	¥163,672	¥168,000
	4~10店舗	64	¥192,973	¥192,750	68	¥167,832	¥167,837
	11~25店舗	49	¥193,996	¥193,000	49	¥169,071	¥167,200
	26~50店舗	28	¥199,608	¥202,160	29	¥168,907	¥169,000
	51店舗以上	31	¥208,289	¥208,000	30	¥173,775	¥175,000
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	84	¥191,241	¥200,000	93	¥169,391	¥170,000
	中規模店舗中心型	51	¥196,796	¥195,000	53	¥170,261	¥170,000
	大規模店舗中心型	57	¥199,467	¥201,000	56	¥167,515	¥168,000
	複合型	38	¥193,986	¥196,019	39	¥165,983	¥165,000
都市区分	都市圏	59	¥201,846	¥205,000	58	¥179,976	¥178,050
	地方圏	171	¥192,844	¥195,000	183	¥165,084	¥165,000

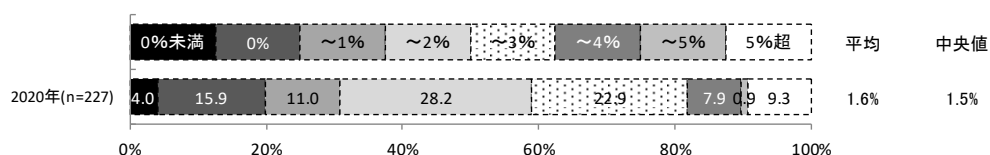
2 正社員平均賃金増減率

- 正社員の前年同時期からの平均賃金増減率は+1.6%。
- 規模の小さな企業では平均賃金増減率が高くなっている。

正社員の前年同時期からの平均賃金増減率は+1.6%となっている。保有店舗数別にみると、1～3店舗の企業で平均賃金増減率が+1.8%とやや高い。売場規模タイプ別にみると、小規模店舗中心型の企業で+2.0%、都市区分別では都市圏が+1.9%と高くなっている。



(参考) 正社員平均賃金増減率 * 回答企業集計結果



図表2-11 正社員平均賃金増減率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	64	1.8%	1.5%
	4～10店舗	63	1.6%	1.3%
	11～25店舗	46	1.5%	1.7%
	26～50店舗	29	1.6%	1.6%
	51店舗以上	25	1.6%	1.4%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	90	2.0%	1.9%
	中規模店舗中心型	52	1.3%	1.0%
	大規模店舗中心型	53	1.4%	1.5%
	複合型	32	1.5%	1.5%
都市区分	都市圏	55	1.9%	1.8%
	地方圏	172	1.5%	1.5%

3 パート・アルバイト募集時の時間給

● パート・アルバイト募集時の平均時間給は、レジ担当で都市圏986円、地方圏862円。品出し担当で都市圏983円、地方圏851円。

パート・アルバイト募集時の時間給は地域要因の影響を考慮し、スーパーマーケット保有企業の本社所在地を都道府県別に分類し、都市区分のほかに地域区分を用いて分析を行った。地域区分の内訳は以下の通り。

【地域区分】

北海道・東北地方：北海道、青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島

関東地方：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川

中部地方：新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知

近畿地方：三重、滋賀、奈良、和歌山、京都、大阪、兵庫

中国・四国地方：岡山、広島、鳥取、島根、山口、香川、徳島、愛媛、高知

九州・沖縄地方：福岡、佐賀、長崎、大分、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄

レジ担当パート・アルバイト募集時の時間給の平均は、都市圏で986円、地方圏で862円、品出し担当パート・アルバイト募集時の平均時間給は都市圏983円、地方圏851円となっている。地域区分別にみると、レジ担当、品出し担当ともに平均時間給は関東地方が950円以上と高い。

レジ担当パート・アルバイト募集時時間給の1年前からの増減平均額は、都市圏で+26.4円、地方圏で+18.3円、品出し担当パート・アルバイト募集時時間給は都市圏+28.0円、地方圏+18.1円となっている。

図表2-12 パート・アルバイト募集時の時間給、1年前からの増減/都市区分別、地域区分別

		レジ担当					品出し担当				
		時間給			1年前からの増減		時間給			1年前からの増減	
		n	平均	中央値	平均	中央値	n	平均	中央値	平均	中央値
区都市	都市圏	64	¥986	¥995	+ ¥26.4	+ ¥28.0	65	¥983	¥980	+ ¥28.0	+ ¥28.0
	地方圏	194	¥862	¥861	+ ¥18.3	+ ¥20.0	194	¥851	¥850	+ ¥18.1	+ ¥20.0
地域区分	北海道・東北地方	38	¥846	¥852	+ ¥23.4	+ ¥22.5	38	¥829	¥818	+ ¥20.5	+ ¥22.5
	関東地方	53	¥970	¥1,011	+ ¥26.1	+ ¥28.0	54	¥967	¥996	+ ¥27.0	+ ¥28.0
	中部地方	55	¥897	¥895	+ ¥17.0	+ ¥20.0	55	¥885	¥880	+ ¥16.9	+ ¥20.0
	近畿地方	43	¥937	¥936	+ ¥19.7	+ ¥21.5	43	¥929	¥920	+ ¥20.8	+ ¥24.0
	中国・四国地方	36	¥845	¥850	+ ¥18.6	+ ¥20.0	36	¥834	¥839	+ ¥17.9	+ ¥20.0
	九州・沖縄地方	33	¥823	¥810	+ ¥19.9	+ ¥20.0	33	¥817	¥800	+ ¥19.2	+ ¥20.0

(3) 高齢者雇用

1 正社員の定年年齢

- 正社員定年年齢は平均61.2歳。
- 前回調査時から平均定年年齢はかわらない。

正社員の定年年齢は平均61.2歳であり、前回から変化していない。

業界推計値

図表 2-13 正社員の定年年齢

	正社員の定年年齢	
	業界推計値	
2020年	61.2歳	
2019年	61.2歳	
2018年	60.9歳	

(参考) 正社員の定年年齢 * 回答企業集計結果

	正社員の定年年齢		
	n	平均	中央値
2020年	277	61.1歳	60.0歳
2019年	263	61.0歳	60.0歳
2018年	257	60.8歳	60.0歳

図表2-14 正社員の定年年齢/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		正社員の定年年齢		
		n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	77	61.9歳	60.0歳
	4～10店舗	80	61.4歳	60.0歳
	11～25店舗	56	60.5歳	60.0歳
	26～50店舗	32	60.2歳	60.0歳
	51店舗以上	32	60.6歳	60.0歳
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	110	61.5歳	60.0歳
	中規模店舗中心型	62	60.8歳	60.0歳
	大規模店舗中心型	60	60.8歳	60.0歳
	複合型	45	61.1歳	60.0歳
都市区分	都市圏	74	60.9歳	60.0歳
	地方圏	203	61.2歳	60.0歳

2 高齢パート・アルバイト上限年齢・雇用比率

- パート・アルバイト上限年齢は平均70.2歳。
- パート・アルバイトに占める60歳以上の高齢者の雇用比率は29.0%で上昇傾向にある。

高齢（60歳以上の）パート・アルバイト上限年齢は、全体では70.2歳で、雇用比率は29.0%となっている。都市区分別にみると、地方圏の企業では都市圏の企業に比べ60歳以上のパート・アルバイト雇用比率が高い。高齢者雇用比率は、年々上昇傾向がみられる。

業界推計値

図表 2-15 高齢パート・アルバイト上限年齢・雇用比率

	パート・アルバイト上限年齢	60歳以上のパート・アルバイト雇用比率
	業界推計値	業界推計値
2020年	70.2歳	29.0%
2019年	70.0歳	26.6%
2018年	70.1歳	25.6%

(参考) 高齢パート・アルバイト上限年齢・雇用比率 *回答企業集計結果

	パート・アルバイト上限年齢			60歳以上のパート・アルバイト雇用比率		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	266	70.4歳	70.0歳	246	28.4%	28.0%
2019年	260	70.1歳	70.0歳	240	25.5%	25.0%
2018年	246	70.2歳	70.0歳	227	24.7%	25.0%

図表2-16 高齢パート・アルバイト上限年齢・雇用比率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		パート・アルバイト上限年齢			60歳以上のパート・アルバイト雇用比率		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	72	69.6歳	70.0歳	73	31.6%	30.0%
	4～10店舗	78	69.8歳	70.0歳	71	27.0%	28.0%
	11～25店舗	53	71.2歳	70.0歳	46	31.0%	30.0%
	26～50店舗	32	71.4歳	70.0歳	30	27.1%	27.5%
	51店舗以上	31	71.6歳	73.0歳	26	22.7%	23.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	106	69.7歳	70.0歳	100	29.5%	28.0%
	中規模店舗中心型	60	70.2歳	70.0歳	54	27.8%	29.5%
	大規模店舗中心型	57	71.4歳	70.0歳	56	27.9%	27.5%
	複合型	43	71.1歳	70.0歳	36	27.7%	28.0%
都市区分	都市圏	72	70.5歳	70.0歳	61	24.7%	24.0%
	地方圏	194	70.3歳	70.0歳	185	29.7%	30.0%

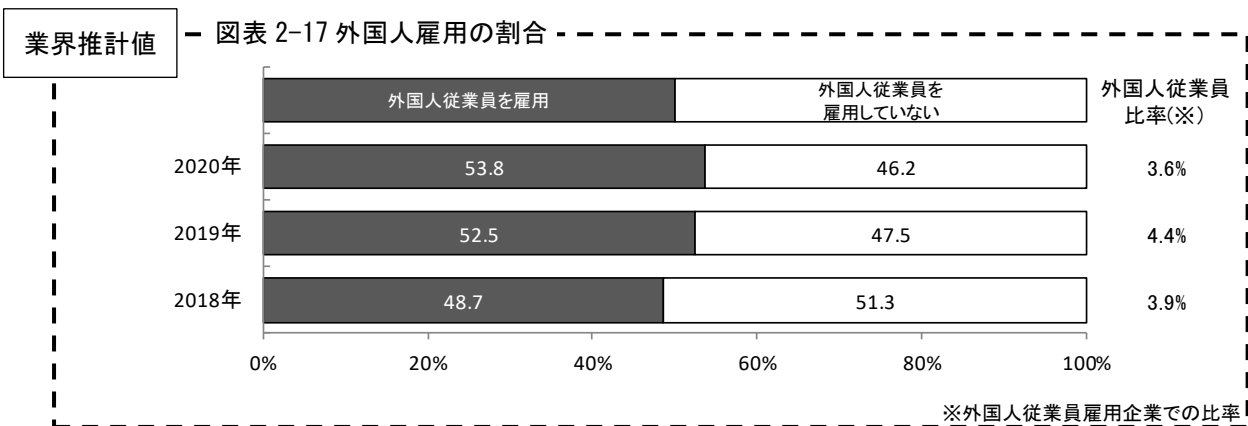
(4) 外国人雇用

1 外国人雇用の割合

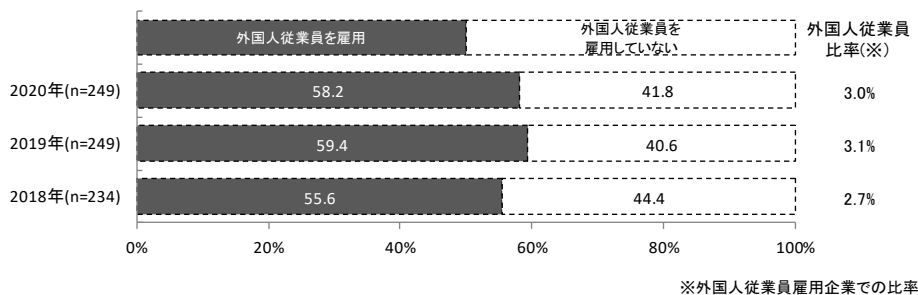
- 外国人従業員を雇用している企業は全体の53.8%、雇用企業の外国人従業員比率は3.6%。
- 規模の大きな企業や都市圏の企業では外国人従業員の雇用割合が高い。

外国人従業員をパート・アルバイトで雇用している企業（※）は全体の53.8%となっている。また、外国人従業員を雇用している企業の外国人従業員比率（全店舗のパート・アルバイト総人数に占める外国人労働者数の比率）は3.6%となっている。保有店舗数別にみると、26～50店舗の企業では96.3%と高い。売場規模タイプ別では、大規模店舗で「外国人従業員を雇用」の割合が高い一方、外国人従業員比率は低い。都市区分別にみると、都市圏の企業では地方圏に比べ外国人従業員の雇用割合が高くなっている。

※外国人従業員の雇用割合は回答していないが、雇用している外国人労働者の在留資格のみを回答した企業を含む



(参考) 外国人雇用の割合 * 回答企業集計結果



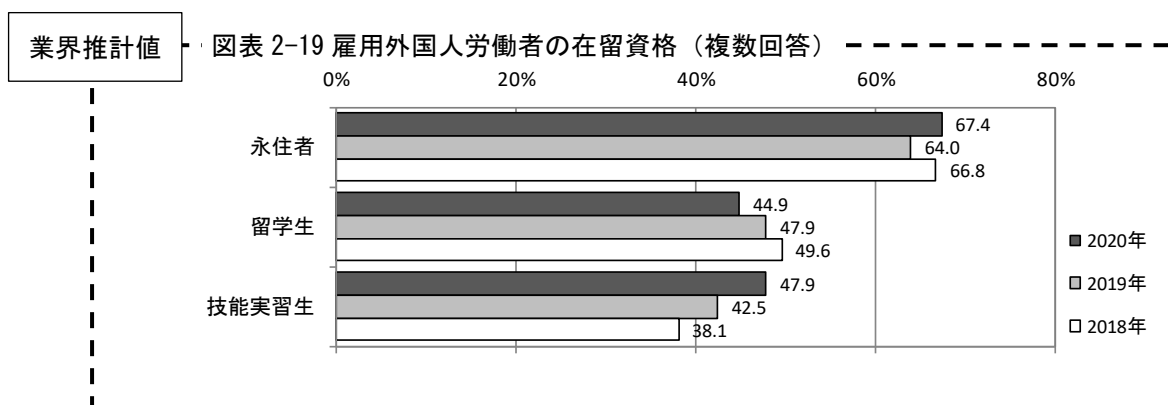
図表2-18 外国人雇用の割合/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	外国人従業員を雇用	外国人従業員を雇用していない	外国人従業員比率(※)
保有店舗数	1～3店舗	72	27.8%	72.2%	4.8%
	4～10店舗	76	63.2%	36.8%	3.5%
	11～25店舗	49	59.2%	40.8%	2.1%
	26～50店舗	27	96.3%	3.7%	2.6%
	51店舗以上	25	88.0%	12.0%	2.4%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	103	49.5%	50.5%	4.5%
	中規模店舗中心型	54	51.9%	48.1%	2.7%
	大規模店舗中心型	54	75.9%	24.1%	2.5%
	複合型	38	65.8%	34.2%	1.9%
都市区分	都市圏	59	64.4%	35.6%	3.8%
	地方圏	190	56.3%	43.7%	2.7%

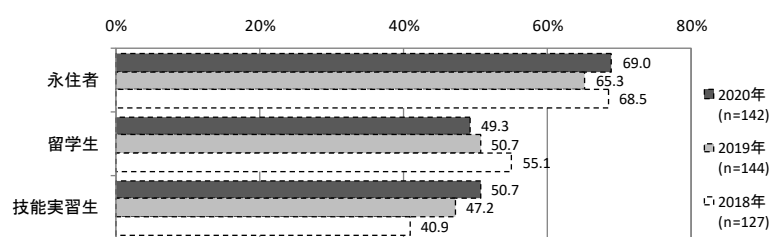
2 雇用外国人労働者の在留資格

- 雇用外国人労働者の在留資格は「永住者」67.4%、「技能実習生」47.9%、「留学生」44.9%。
- 都市圏の企業では「永住者」の割合が地方圏に比べて高い。

雇用外国人労働者の在留資格は「永住者」の割合が67.4%と最も高く、次いで「技能実習生」47.9%、「留学生」44.9%の順であった。保有店舗数別にみると、11店舗以上の企業では「留学生」の割合が6割を超え、他の企業と比べて高い。都市区分別にみると、都市圏の企業では地方圏に比べ「永住者」の割合が高い。



(参考) 雇用外国人労働者の在留資格（複数回答） * 回答企業集計結果



図表2-20 雇用外国人労働者の在留資格（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

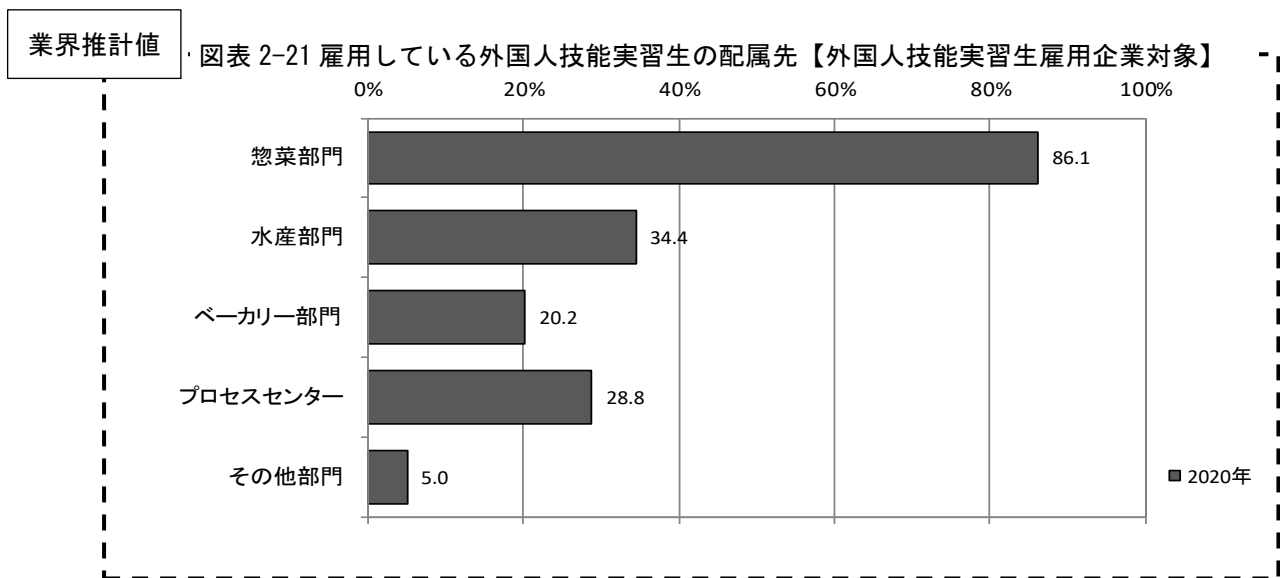
		n	永住者	留学生	技能実習生
保有店舗数	1~3店舗	20	60.0%	25.0%	40.0%
	4~10店舗	48	62.5%	27.1%	39.6%
	11~25店舗	28	67.9%	60.7%	46.4%
	26~50店舗	25	76.0%	72.0%	80.0%
	51店舗以上	21	85.7%	81.0%	57.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	51	74.5%	45.1%	39.2%
	中規模店舗中心型	27	66.7%	37.0%	37.0%
	大規模店舗中心型	40	67.5%	65.0%	67.5%
	複合型	24	62.5%	45.8%	62.5%
都市区分	都市圏	38	81.6%	55.3%	42.1%
	地方圏	104	64.4%	47.1%	53.8%

3 雇用している外国人技能実習生の配属先

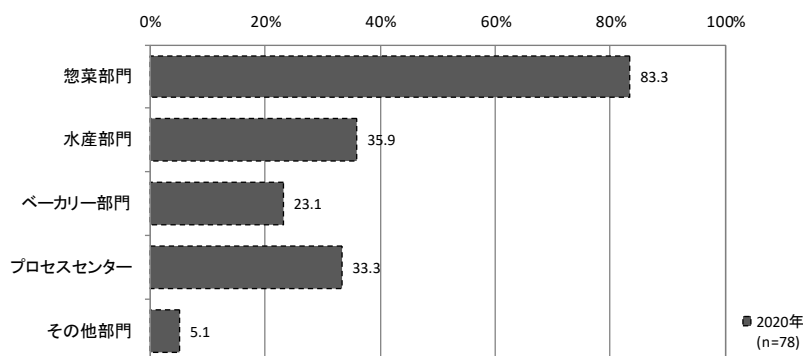
● 雇用している外国人技能実習生の配属先は「惣菜部門」86.1%、「水産部門」34.4%、「プロセスセンター」28.8%、「ベーカリー部門」20.2%、「その他部門」5.0%となっている。

雇用している外国人技能実習生の配属先は「惣菜部門」の割合が86.1%で最も高く、次いで「水産部門」34.4%の順であった。

配属人数を保有店舗数別にみると、保有店舗数が多くなるにつれて、「惣菜部門」「水産部門」「プロセスセンター」の平均配属人数が多い。都市区分別にみると、都市圏の企業では「その他部門」以外の各部門で地方圏に比べ平均配属人数が多くなっている。



(参考) 雇用している外国人技能実習生の配属先【外国人技能実習生雇用企業対象】 * 回答企業集計結果



図表2-22 雇用している外国人技能実習生の配属人数（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【外国人技能実習生雇用企業対象】

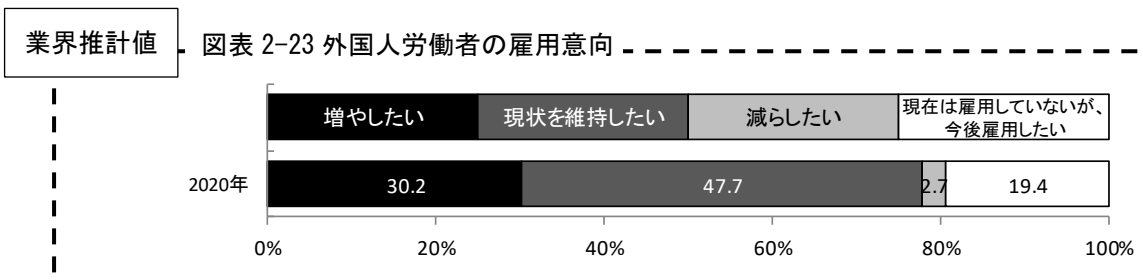
		惣菜部門			水産部門			ベーカリー部門		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	17	3.1人	2.0人	12	1.2人	0.0人	11	0.6人	0.0人
	4～10店舗	24	6.9人	3.5人	17	3.9人	0.0人	17	0.0人	0.0人
	11～25店舗	11	12.6人	8.0人	9	3.9人	0.0人	9	1.1人	0.0人
	26～50店舗	18	26.9人	18.5人	17	10.9人	4.0人	17	3.9人	0.0人
	51店舗以上	12	54.8人	24.0人	12	29.4人	0.0人	12	9.6人	3.0人
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	27	9.5人	6.0人	17	6.0人	0.0人	16	0.2人	0.0人
	中規模店舗中心型	13	9.4人	6.0人	11	2.5人	0.0人	12	0.3人	0.0人
	大規模店舗中心型	25	27.3人	17.0人	24	13.1人	3.5人	24	4.2人	1.0人
	複合型	17	12.0人	2.0人	15	8.0人	0.0人	14	2.8人	0.0人
都市区分	都市圏	19	24.5人	12.0人	16	16.3人	0.0人	15	5.8人	0.0人
	地方圏	63	11.9人	6.0人	51	5.9人	0.0人	51	1.6人	0.0人

		プロセスセンター			その他部門		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1～3店舗	9	0.0人	0.0人	9	0.0人	0.0人
	4～10店舗	16	3.8人	0.0人	17	11.8人	0.0人
	11～25店舗	10	4.0人	0.0人	9	0.0人	0.0人
	26～50店舗	19	14.7人	3.0人	15	2.1人	0.0人
	51店舗以上	13	50.0人	12.0人	11	0.5人	0.0人
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	14	5.6人	0.0人	16	12.6人	0.0人
	中規模店舗中心型	10	11.2人	0.0人	10	0.0人	0.0人
	大規模店舗中心型	27	13.1人	0.0人	22	0.0人	0.0人
	複合型	16	6.0人	1.5人	13	2.4人	0.0人
都市区分	都市圏	14	34.9人	0.0人	13	0.0人	0.0人
	地方圏	53	8.0人	0.0人	48	0.2人	0.0人

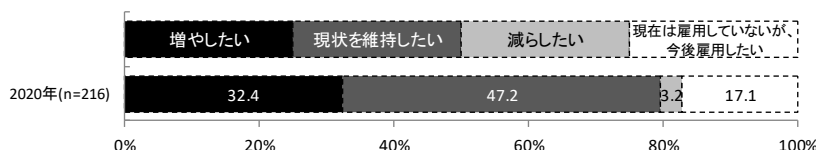
4 外国人労働者の雇用意向

- 外国人労働者の雇用意向は「現状を維持したい」47.7%、次いで「増やしたい」30.2%、「現在は雇用していないが、今後雇用したい」19.4%。
- 保有店舗数が多いほど「増やしたい」意向が高くなっており、一方、保有店舗数が少ないほど「現在は雇用していないが、今後雇用したい」の割合が高くなっていく。

外国人労働者の雇用意向は「現状を維持したい」が47.7%と約半数が、現状維持の意向。保有店舗数別で見ると、店舗数が多くなるにつれ「増やしたい」の割合が高く、一方、店舗数が少なくなるにつれ「現在は雇用していないが、今後雇用したい」の割合が高い。都市区分別にみると、都市圏の企業では地方圏に比べ「現状を維持したい」の割合が高い。



(参考) 外国人労働者の雇用意向 * 回答企業集計結果



図表2-24 外国人労働者の雇用意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

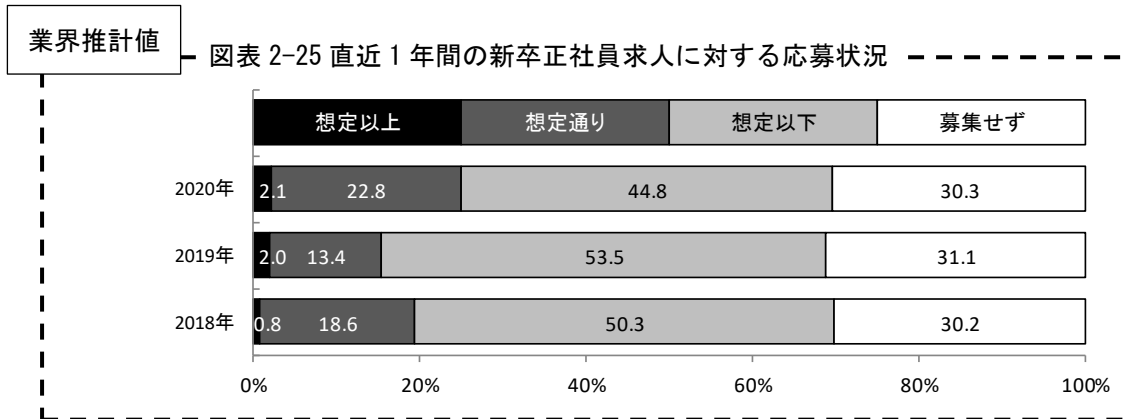
		n	増やしたい	現状を維持したい	減らしたい	現在は雇用していないが、今後雇用したい
保有店舗数	1～3店舗	49	16.3%	46.9%	2.0%	34.7%
	4～10店舗	63	31.7%	50.8%	-	17.5%
	11～25店舗	47	31.9%	51.1%	2.1%	14.9%
	26～50店舗	30	46.7%	40.0%	10.0%	3.3%
	51店舗以上	27	48.1%	40.7%	7.4%	3.7%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	83	26.5%	54.2%	3.6%	15.7%
	中規模店舗中心型	44	20.5%	45.5%	2.3%	31.8%
	大規模店舗中心型	53	47.2%	39.6%	3.8%	9.4%
	複合型	36	38.9%	44.4%	2.8%	13.9%
都市区分	都市圏	58	27.6%	62.1%	-	10.3%
	地方圏	158	34.2%	41.8%	4.4%	19.6%

(5) 採用

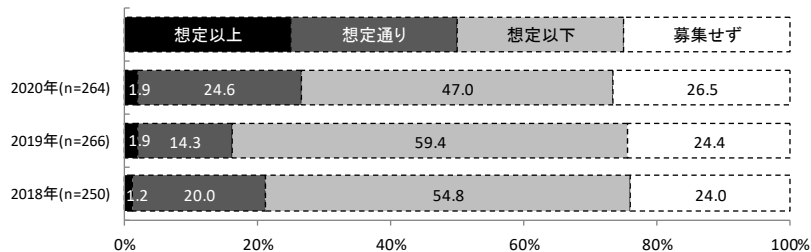
1 直近1年間の新卒正社員求人に対する応募状況

- 直近1年間の新卒正社員求人に対する応募状況は「想定以下」が44.8%。
- 規模の大きな企業で「想定以下」の割合が高くなっている。

直近1年間の新卒正社員求人に対する応募状況は、「想定以下」の割合が最も高く、44.8%となっている。保有店舗数別にみると、11～25店舗の企業では「想定以下」の割合が他の企業に比べ高くなっている。売場規模タイプ別にみると、規模が大きくなるにつれ、「想定以下」の割合が高くなる傾向がみられる。都市区分別では、都市圏で「想定通り」の割合が高い。



(参考) 直近1年間の新卒正社員求人に対する応募状況 * 回答企業集計結果



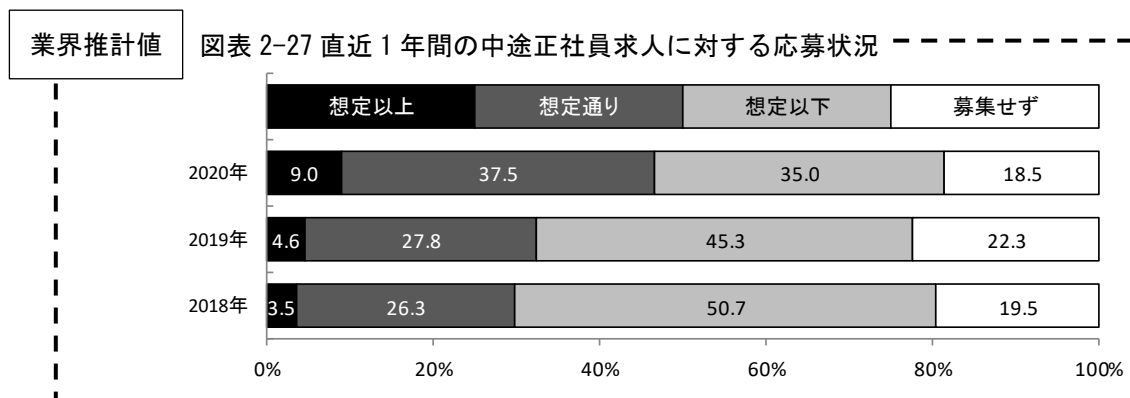
図表2-26 直近1年間の新卒正社員求人に対する応募状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		新卒正社員				
		n	想定以上	想定通り	想定以下	募集せず
保有店舗数	1～3店舗	72	1.4%	16.7%	27.8%	54.2%
	4～10店舗	74	5.4%	18.9%	48.6%	27.0%
	11～25店舗	54	—	20.4%	64.8%	14.8%
	26～50店舗	32	—	31.3%	59.4%	9.4%
	51店舗以上	32	—	56.3%	43.8%	—
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	103	3.9%	21.4%	32.0%	42.7%
	中規模店舗中心型	58	1.7%	29.3%	41.4%	27.6%
	大規模店舗中心型	60	—	25.0%	71.7%	3.3%
	複合型	43	—	25.6%	55.8%	18.6%
都市区分	都市圏	68	1.5%	41.2%	32.4%	25.0%
	地方圏	196	2.0%	18.9%	52.0%	27.0%

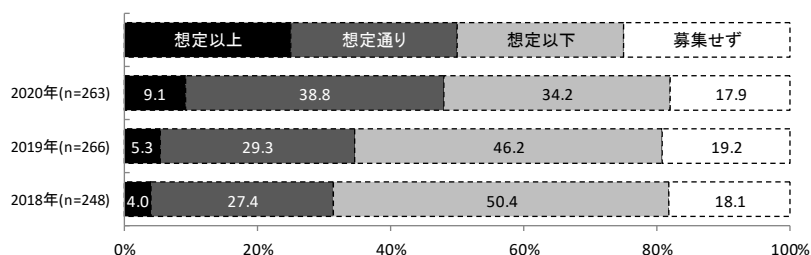
2 直近1年間の中途正社員求人に対する応募状況

- 直近1年間の中途正社員求人に対する応募状況は「想定通り」が37.5%。

直近1年間の中途正社員求人に対する応募状況は、「想定通り」の割合が最も高く、37.5%となっている。また、「想定以下」の割合が年々減少傾向にある。都市区分別では、都市圏では地方圏に比べ「想定通り」の割合がやや高く、地方圏では都市圏に比べ「想定以下」の割合がやや高い。



(参考) 直近1年間の中途正社員求人に対する応募状況 * 回答企業集計結果



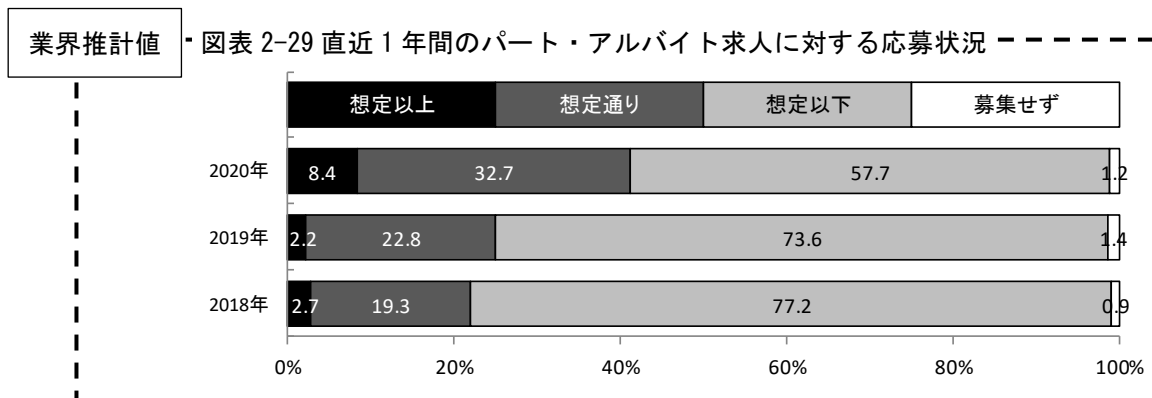
図表2-28 直近1年間の中途正社員求人に対する応募状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		中途採用正社員				
		n	想定以上	想定通り	想定以下	募集せず
保有店舗数	1~3店舗	73	6.8%	28.8%	39.7%	24.7%
	4~10店舗	72	12.5%	40.3%	33.3%	13.9%
	11~25店舗	54	5.6%	42.6%	35.2%	16.7%
	26~50店舗	32	9.4%	43.8%	28.1%	18.8%
	51店舗以上	32	12.5%	46.9%	28.1%	12.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	102	8.8%	39.2%	34.3%	17.6%
	中規模店舗中心型	59	8.5%	35.6%	28.8%	27.1%
	大規模店舗中心型	60	13.3%	38.3%	41.7%	6.7%
	複合型	42	4.8%	42.9%	31.0%	21.4%
都市区分	都市圏	68	11.8%	44.1%	27.9%	16.2%
	地方圏	195	8.2%	36.9%	36.4%	18.5%

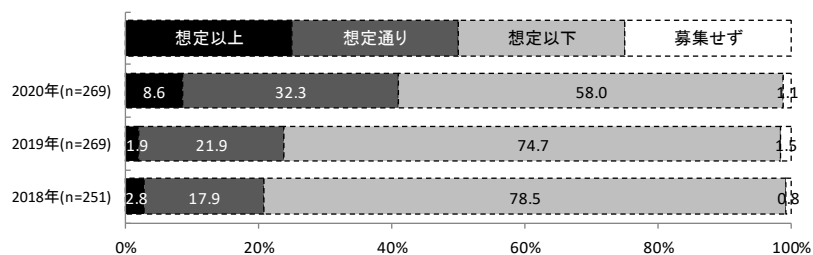
3 直近1年間のパート・アルバイト求人に対する応募状況

- 直近1年間のパート・アルバイト求人に対する応募状況は「想定以下」が57.7%。
- 「想定以下」の割合は前年度から減少している。

直近1年間のパート・アルバイト求人に対する応募状況は、「想定以下」の割合が最も高く、57.7%となっている。保有店舗数別にみると、11～25店舗の企業では「想定以下」の割合が他の企業と比べやや高い。都市区分別では、地方圏の企業で「想定以下」の割合が高い。



(参考) 直近1年間のパート・アルバイト求人に対する応募状況 *回答企業集計結果



図表2-30 直近1年間のパート・アルバイト求人に対する応募状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		パート・アルバイト				
		n	想定以上	想定通り	想定以下	募集せず
保有店舗数	1～3店舗	76	6.6%	34.2%	56.6%	2.6%
	4～10店舗	75	10.7%	34.7%	54.7%	-
	11～25店舗	54	7.4%	27.8%	64.8%	-
	26～50店舗	32	9.4%	28.1%	59.4%	3.1%
	51店舗以上	32	9.4%	34.4%	56.3%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	106	10.4%	34.9%	53.8%	0.9%
	中規模店舗中心型	61	9.8%	41.0%	47.5%	1.6%
	大規模店舗中心型	60	6.7%	20.0%	73.3%	-
	複合型	42	4.8%	31.0%	61.9%	2.4%
都市区分	都市圏	70	14.3%	31.4%	51.4%	2.9%
	地方圏	199	6.5%	32.7%	60.3%	0.5%

4 1店舗あたりの正社員採用人数

- 1店舗あたりの平均正社員採用人数は「中途」が最も多く0.52人。
- 保有店舗数が多くなるほど1店舗あたりの「中途」平均正社員採用人数は、少なくなっている。

1店舗あたりの平均正社員採用人数は、「中途」が0.52人と最も多く、次いで「新卒（高卒）」が0.18人、「新卒（大卒）」が0.12人、「新卒（専門卒）」が0.02人の順となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多い企業ほど、「新卒（大卒）」平均正社員採用人数が多くなる、一方、「新卒（高卒）」平均正社員採用人数は少なくなる傾向がみられる。

業界推計値

図表 2-31 1店舗あたりの正社員採用人数

	中途採用正社員			新卒正社員(大卒)			新卒正社員(専門卒)		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	256	0.46人	0.3人	247	0.12人	0.0人	239	0.01人	0.0人

	新卒正社員(高卒)			新卒正社員(高卒)のうち 商業高校卒		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	252	0.16人	0.1人	236	0.01人	0.0人

(参考) 1店舗あたりの正社員採用人数 * 回答企業集計結果

	中途採用正社員			新卒正社員(大卒)			新卒正社員(専門卒)		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	256	0.46人	0.3人	247	0.12人	0.0人	239	0.01人	0.0人

	新卒正社員(高卒)			新卒正社員(高卒)のうち 商業高校卒		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	252	0.16人	0.1人	236	0.01人	0.0人

表 2-32 1 店舗あたりの正社員採用人数/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		中途採用正社員			新卒正社員(大卒)			新卒正社員(専門卒)		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1~3店舗	73	0.81人	0.5人	63	0.01人	0.0人	63	0.01人	0.0人
	4~10店舗	74	0.50人	0.4人	74	0.11人	0.0人	72	0.01人	0.0人
	11~25店舗	52	0.39人	0.3人	50	0.13人	0.1人	46	0.02人	0.0人
	26~50店舗	30	0.25人	0.3人	30	0.18人	0.1人	29	0.04人	0.0人
	51店舗以上	27	0.28人	0.2人	30	0.32人	0.2人	29	0.03人	0.0人
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	105	0.46人	0.3人	97	0.06人	0.0人	96	0.00人	0.0人
	中規模店舗中心型	56	0.73人	0.4人	54	0.07人	0.0人	51	0.02人	0.0人
	大規模店舗中心型	57	0.38人	0.3人	57	0.27人	0.2人	55	0.03人	0.0人
	複合型	38	0.42人	0.3人	39	0.15人	0.1人	37	0.03人	0.0人
都市区分	都市圏	64	0.51人	0.4人	64	0.16人	0.0人	61	0.01人	0.0人
	地方圏	192	0.45人	0.3人	183	0.10人	0.0人	178	0.02人	0.0人

		新卒正社員(高卒)			新卒正社員(高卒)のうち 商業高校卒		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1~3店舗	67	0.20人	0.0人	65	0.00人	0.0人
	4~10店舗	74	0.12人	0.0人	74	0.00人	0.0人
	11~25店舗	51	0.20人	0.2人	47	0.01人	0.0人
	26~50店舗	30	0.18人	0.2人	26	0.02人	0.0人
	51店舗以上	30	0.20人	0.2人	24	0.02人	0.0人
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	101	0.14人	0.0人	98	0.00人	0.0人
	中規模店舗中心型	55	0.15人	0.0人	53	0.00人	0.0人
	大規模店舗中心型	57	0.25人	0.2人	50	0.02人	0.0人
	複合型	39	0.17人	0.1人	35	0.01人	0.0人
都市区分	都市圏	64	0.12人	0.1人	59	0.00人	0.0人
	地方圏	188	0.18人	0.1人	177	0.01人	0.0人

5 想定に対する正社員・パート・アルバイト充足率

- 想定に対する正社員充足率は85.9%、パート・アルバイト充足率は85.7%。
- 都市圏は地方圏に比べ正社員、パート・アルバイトともに充足率がやや高い。

想定に対する正社員充足率（想定人数に対してどの程度であるか）は、全体では85.9%、想定に対するパート・アルバイト充足率は85.7%となっており、年々徐々にではあるが、改善傾向にある。

業界推計値

図表 2-33 想定に対する正社員・パート・アルバイト充足率

	想定に対する 正社員充足率	想定に対する パート・アルバイト充足率
	業界推計値	業界推計値
2020年	85.9%	85.7%
2019年	84.9%	85.2%
2018年	82.9%	81.3%

(参考) 想定に対する正社員・パート・アルバイト充足率 * 回答企業集計結果

	想定に対する 正社員充足率			想定に対する パート・アルバイト充足率		
	n	平均	中央値	n	平均	中央値
2020年	250	86.4%	95.0%	248	86.5%	90.0%
2019年	240	86.4%	90.0%	243	85.9%	90.0%
2018年	235	83.4%	90.0%	236	82.1%	90.0%

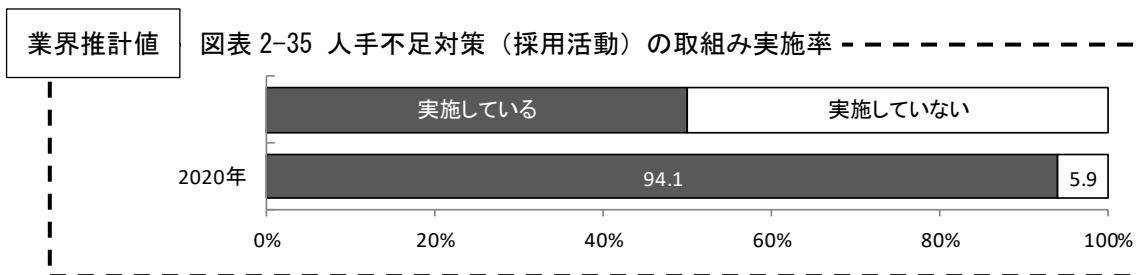
図表2-34 想定に対する正社員・パート・アルバイト充足率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		想定に対する 正社員充足率			想定に対する パート・アルバイト充足率		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
保有店舗数	1~3店舗	71	86.2%	100.0%	71	82.7%	90.0%
	4~10店舗	74	87.2%	95.0%	74	88.1%	90.0%
	11~25店舗	51	81.7%	90.0%	51	85.6%	90.0%
	26~50店舗	29	84.6%	95.0%	28	87.0%	90.0%
	51店舗以上	25	91.0%	95.0%	24	89.2%	90.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	103	87.8%	90.0%	102	85.5%	90.0%
	中規模店舗中心型	55	90.3%	100.0%	55	90.5%	95.0%
	大規模店舗中心型	54	86.0%	90.0%	53	87.1%	90.0%
	複合型	38	74.4%	90.0%	38	78.6%	87.5%
都市区分	都市圏	60	88.4%	95.0%	59	88.0%	90.0%
	地方圏	190	85.8%	94.0%	189	85.9%	90.0%

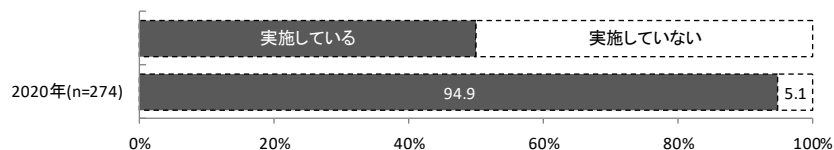
6 人手不足対策（採用活動）の取組み実施率

- 人手不足対策（採用活動）の取組み実施率は94.1%が実施。
- 対策として、「高齢者の再雇用」「リクルート活動の強化」などが実施されている。

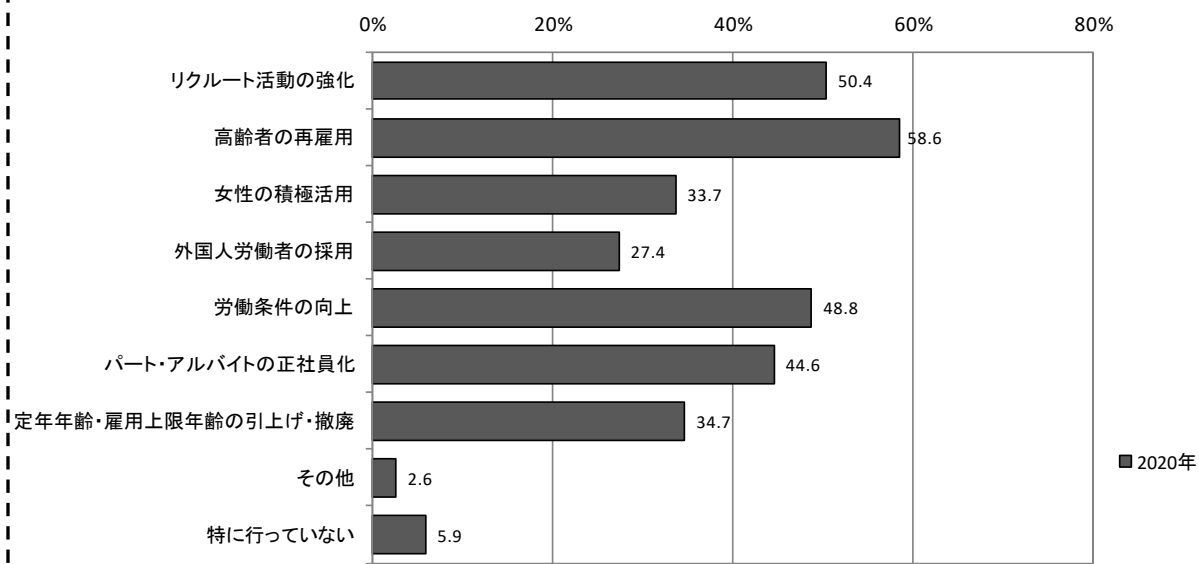
人手不足対策（採用活動）の取組み実施率は全体の94.1%の企業が実施している。人手不足対策（採用活動）の取組み内容をみると、全体では「高齢者の再雇用」が58.6%で最も高く、次いで「リクルート活動の強化」50.4%となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多い企業ほど、「リクルート活動の強化」「パート・アルバイトの正社員化」の実施率の割合が高くなる傾向にある。



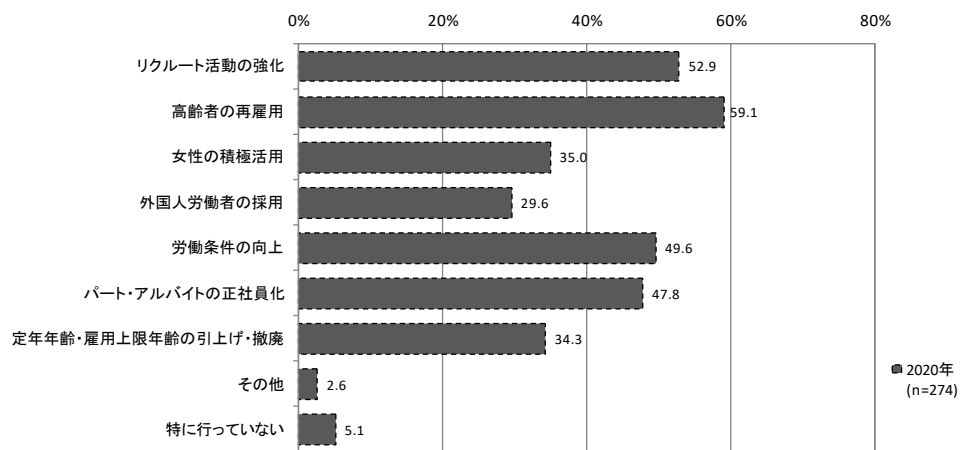
(参考) 人手不足対策（採用活動）の取組み実施率 * 回答企業集計結果



業界推計値 図表 2-36 人手不足対策（採用活動）の取組み（複数回答）



(参考) 人手不足対策(採用活動)の取組み(複数回答) *回答企業集計結果



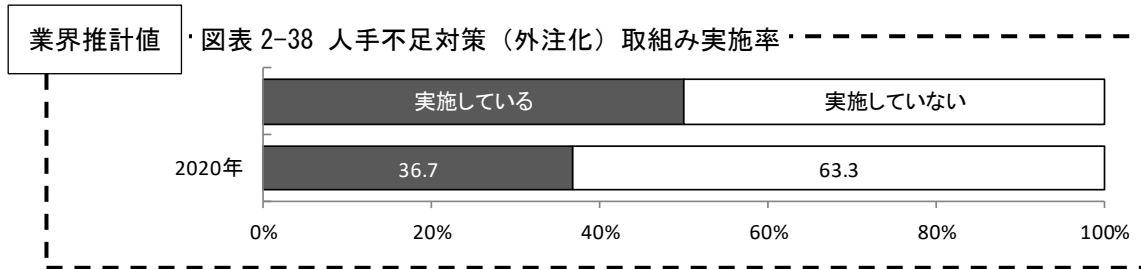
図表2-37 人手不足対策(採用活動)の取組み(複数回答)/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	リクルート活動の強化	高齢者の再雇用	女性の積極活用	外国人労働者の採用	労働条件の向上	パート・アルバイトの正社員化	定年年齢・雇用上限年齢の引上げ・撤廃	その他	特に行っていない
保有店舗数	1~3店舗	76	36.8%	51.3%	25.0%	15.8%	44.7%	26.3%	40.8%	-	13.2%
	4~10店舗	79	50.6%	64.6%	34.2%	31.6%	44.3%	46.8%	26.6%	7.6%	1.3%
	11~25店舗	55	56.4%	61.8%	41.8%	27.3%	61.8%	54.5%	36.4%	-	1.8%
	26~50店舗	32	62.5%	53.1%	34.4%	50.0%	53.1%	65.6%	31.3%	-	3.1%
	51店舗以上	32	81.3%	65.6%	50.0%	40.6%	50.0%	71.9%	37.5%	3.1%	3.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	108	44.4%	57.4%	38.0%	25.0%	50.9%	40.7%	29.6%	4.6%	6.5%
	中規模店舗中心型	61	47.5%	50.8%	21.3%	21.3%	47.5%	39.3%	32.8%	1.6%	9.8%
	大規模店舗中心型	60	63.3%	61.7%	35.0%	45.0%	48.3%	58.3%	45.0%	-	-
	複合型	45	66.7%	71.1%	46.7%	31.1%	51.1%	62.2%	33.3%	2.2%	2.2%
都市区分	都市圏	73	54.8%	54.8%	34.2%	27.4%	49.3%	47.9%	23.3%	4.1%	5.5%
	地方圏	201	52.2%	60.7%	35.3%	30.3%	49.8%	47.8%	38.3%	2.0%	5.0%

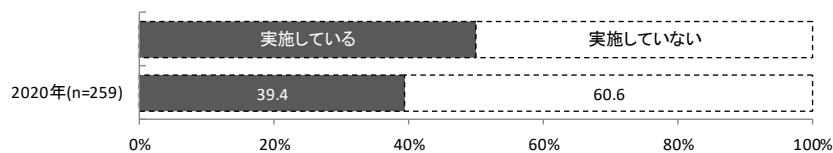
7 人手不足対策（外注化）の取組み実施率

- 人手不足対策（外注化）の取組み実施率は36.7%が実施。
- 対策として、「惣菜部門」「青果部門」などが実施されている。

人手不足対策（外注化）の取組み実施率は全体の36.7%の企業が実施している。人手不足対策（外注化）の取組み内容を見ると、全体では「惣菜部門」が13.0%で最も高く、次いで「青果部門」10.2%となっている。保有店舗数別にみると、26～50店舗の企業では、「品出し作業」「レジ作業の運営」が他企業と比べ外注化の取組み実施率が高くなっており、また、51店舗以上の企業では、「精肉部門」「惣菜部門」が他企業に比べ高い。

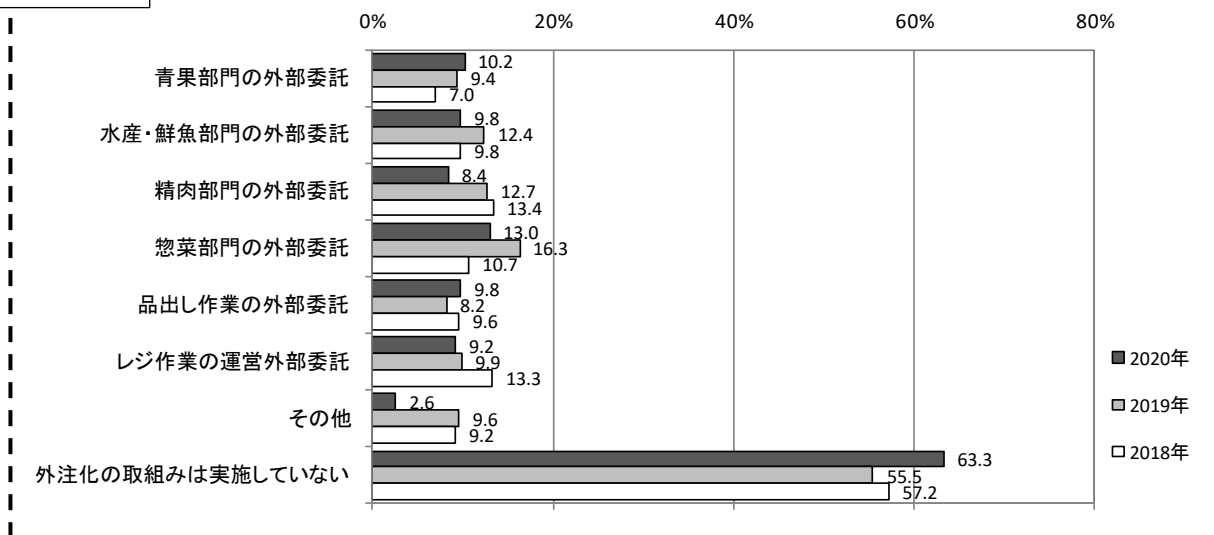


(参考) 人手不足対策（外注化）の取組み実施率 * 回答企業集計結果

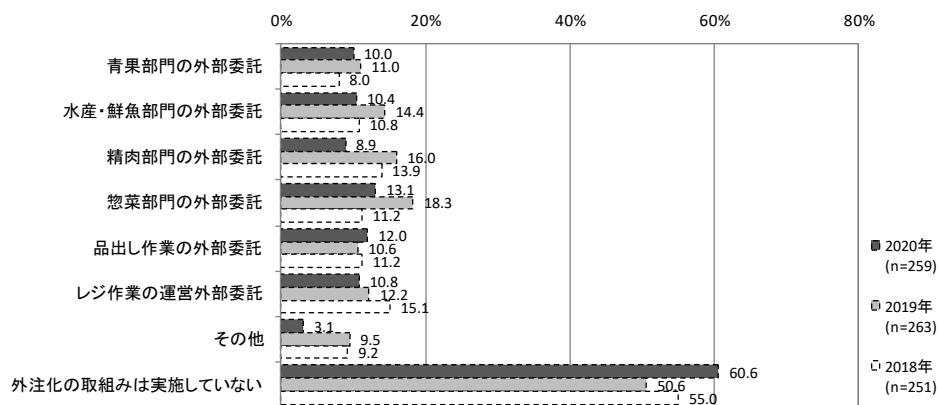


業界推計値

図表 2-39 人手不足対策（外注化）の取組み（複数回答）



(参考) 人手不足対策(外注化)の取組み(複数回答) *回答企業集計結果



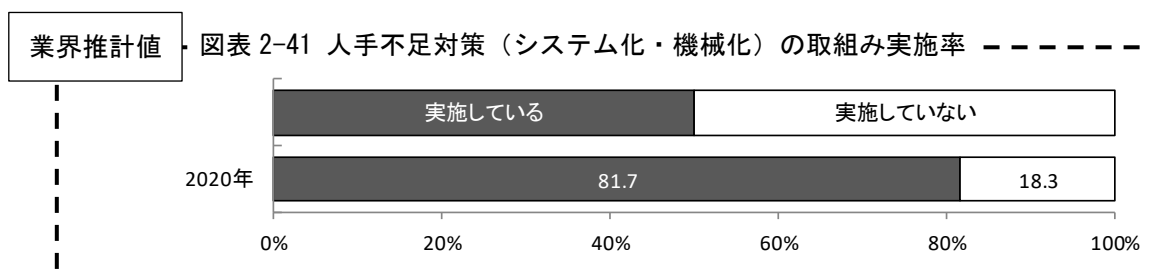
図表2-40 人手不足対策(外注化)の取組み(複数回答)/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	青果部門の外部委託	水産・鮮魚部門の外部委託	精肉部門の外部委託	惣菜部門の外部委託	品出し作業の外部委託	レジ作業の運営外部委託	その他	外注化の取組みは実施していない
保有店舗数	1~3店舗	74	10.8%	5.4%	4.1%	10.8%	1.4%	1.4%	2.7%	77.0%
	4~10店舗	74	8.1%	10.8%	12.2%	14.9%	5.4%	9.5%	-	64.9%
	11~25店舗	54	14.8%	14.8%	5.6%	13.0%	18.5%	14.8%	1.9%	50.0%
	26~50店舗	30	6.7%	13.3%	6.7%	6.7%	30.0%	26.7%	10.0%	43.3%
	51店舗以上	27	7.4%	11.1%	22.2%	22.2%	25.9%	14.8%	7.4%	44.4%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	102	9.8%	10.8%	8.8%	14.7%	3.9%	7.8%	2.0%	63.7%
	中規模店舗中心型	57	5.3%	3.5%	7.0%	12.3%	8.8%	7.0%	1.8%	68.4%
	大規模店舗中心型	57	10.5%	12.3%	5.3%	8.8%	21.1%	19.3%	3.5%	56.1%
	複合型	43	16.3%	16.3%	16.3%	16.3%	23.3%	11.6%	7.0%	48.8%
都市区分	都市圏	71	11.3%	12.7%	9.9%	9.9%	7.0%	11.3%	2.8%	67.6%
	地方圏	188	9.6%	9.6%	8.5%	14.4%	13.8%	10.6%	3.2%	58.0%

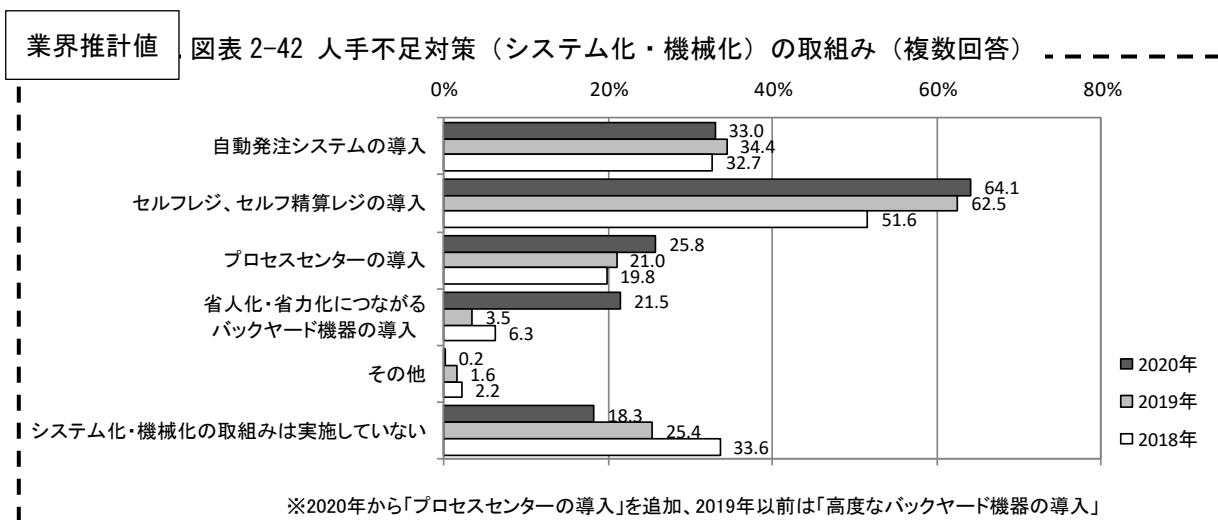
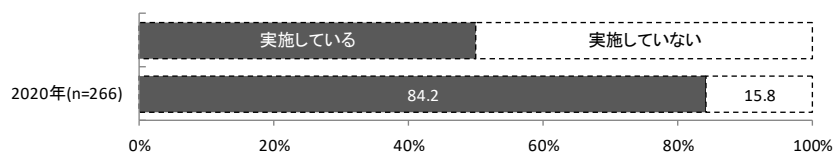
8 人手不足対策（システム化・機械化）の取組み実施率

- 人手不足対策（システム化・機械化）の取組み実施率は81.7%が実施。
- 対策として、「セルフレジ、セルフ精算レジの導入」「自動発注システムの導入」が実施されている。

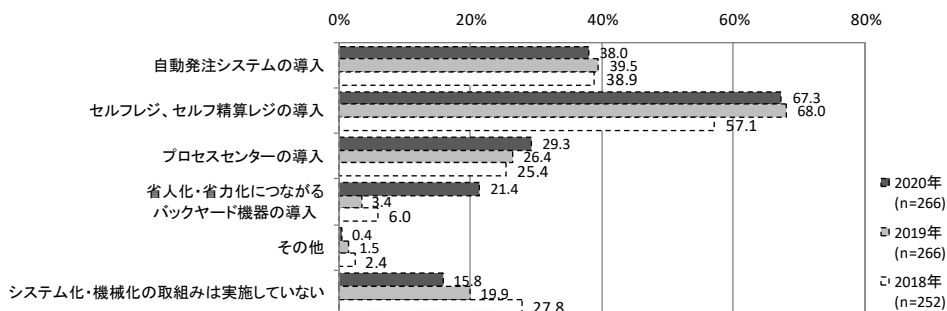
人手不足対策（システム化・機械化）の取組み実施率は全体の81.7%の企業が実施している。人手不足対策（システム化・機械化）の取組み内容を見ると、「セルフレジ、セルフ精算レジの導入」の割合が64.1%で最も高く、次いで「自動発注システムの導入」33.0%となっており、「省人化・省力化につながるバックヤード機器の導入」（21.5%）が前年度より急上昇。保有店舗数別にみると、26店舗以上の企業では「自動発注システムの導入」が70%を超える。また、保有店舗数が多くなるにつれて「セルフレジ、セルフ精算レジの導入」「プロセスセンターの導入」の割合が高くなる傾向がみられる。



(参考) 人手不足対策（システム化・機械化）の取組み実施率 * 回答企業集計結果



(参考) 人手不足対策（システム化・機械化）の取組み（複数回答） * 回答企業集計結果



※2020年から「プロセスセンターの導入」を追加、2019年以前は「高度なバックヤード機器の導入」

図表2-43 人手不足対策（システム化・機械化）の取組み（複数回答） /

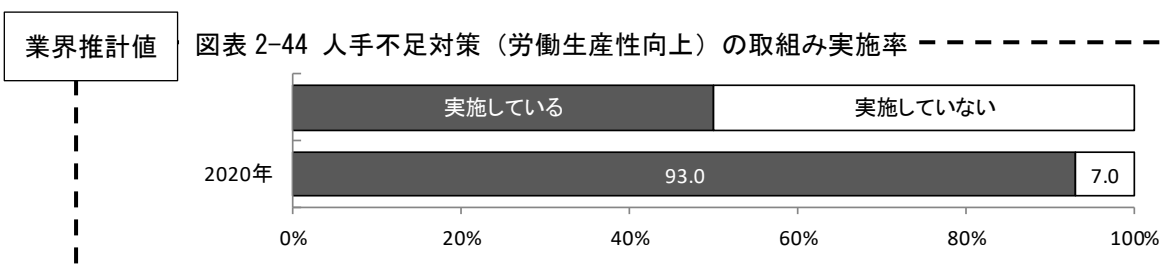
保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	自動発注システムの導入	セルフレジ、セルフ精算レジの導入	プロセスセンターの導入	省人化・省力化につながるバックヤード機器の導入	その他	システム化・機械化の取組みは実施していない
保有店舗数	1～3店舗	73	15.1%	47.9%	5.5%	24.7%	—	32.9%
	4～10店舗	78	23.1%	64.1%	25.6%	14.1%	—	16.7%
	11～25店舗	53	43.4%	69.8%	39.6%	24.5%	—	7.5%
	26～50店舗	31	83.9%	87.1%	41.9%	6.5%	3.2%	—
	51店舗以上	31	74.2%	96.8%	64.5%	41.9%	—	3.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	106	23.6%	57.5%	21.7%	15.1%	0.9%	20.8%
	中規模店舗中心型	59	27.1%	57.6%	22.0%	27.1%	—	22.0%
	大規模店舗中心型	58	56.9%	86.2%	39.7%	25.9%	—	6.9%
	複合型	43	62.8%	79.1%	44.2%	23.3%	—	7.0%
都市区分	都市圏	72	33.3%	59.7%	37.5%	15.3%	1.4%	19.4%
	地方圏	194	39.7%	70.1%	26.3%	23.7%	—	14.4%

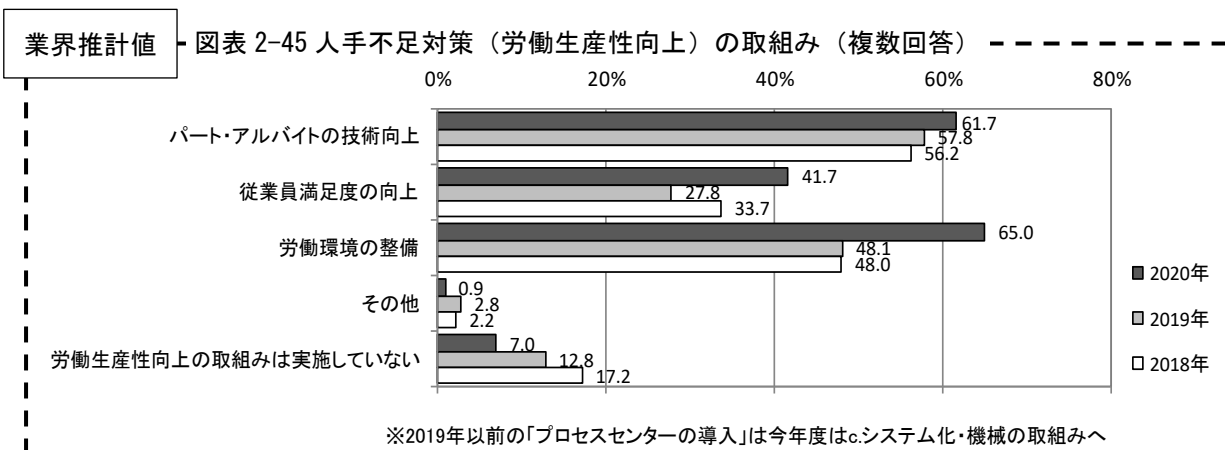
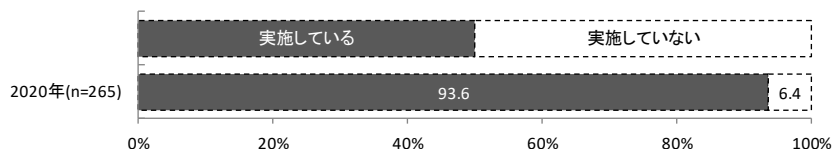
9 人手不足対策（労働生産性向上）の取組み実施率

- 人手不足対策（労働生産性向上）の取組み実施率は93.0%が実施。
- 対策として、「労働環境の整備」「パート・アルバイトの技術向上」などが実施されている。

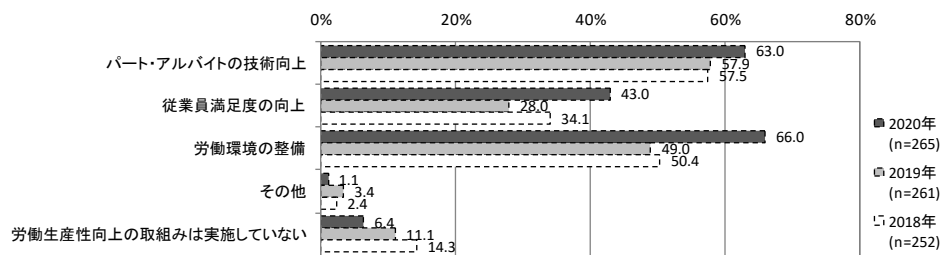
人手不足対策（労働生産性向上）の取組み実施率は全体の93.0%の企業が実施している。人手不足対策（労働生産性向上）の取組み内容をみると、「労働環境の整備」の割合が65.0%で最も高く、次いで「パート・アルバイトの技術向上」61.7%と続いている。保有店舗数別にみると、保有店舗数が多くなるにつれて「労働環境の整備」の割合が高くなる傾向がみられ、また、51店舗以上の企業では、「従業員満足度の向上」の割合が他の企業と比べて高い。



(参考) 人手不足対策（労働生産性向上）の取組み実施率 * 回答企業集計結果



(参考) 人手不足対策(労働生産性向上)の取組み(複数回答) *回答企業集計結果



※2019年以前の「プロセスセンターの導入」は今年度はc.システム化・機械の取組みへ

図表2-46 人手不足対策(労働生産性向上)の取組み(複数回答) /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	パート・アルバイトの技術向上	従業員満足度の向上	労働環境の整備	その他	労働生産性向上の取組みは実施していない
保有店舗数	1~3店舗	73	57.5%	37.0%	60.3%	-	9.6%
	4~10店舗	75	61.3%	37.3%	64.0%	-	6.7%
	11~25店舗	55	56.4%	45.5%	67.3%	1.8%	7.3%
	26~50店舗	31	80.6%	45.2%	71.0%	3.2%	-
	51店舗以上	31	74.2%	64.5%	77.4%	3.2%	3.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	104	54.8%	42.3%	68.3%	-	7.7%
	中規模店舗中心型	59	64.4%	37.3%	62.7%	3.4%	6.8%
	大規模店舗中心型	60	83.3%	53.3%	63.3%	-	1.7%
	複合型	42	52.4%	38.1%	69.0%	2.4%	9.5%
都市区分	都市圏	72	59.7%	44.4%	72.2%	1.4%	8.3%
	地方圏	193	64.2%	42.5%	63.7%	1.0%	5.7%

(6) 人手不足

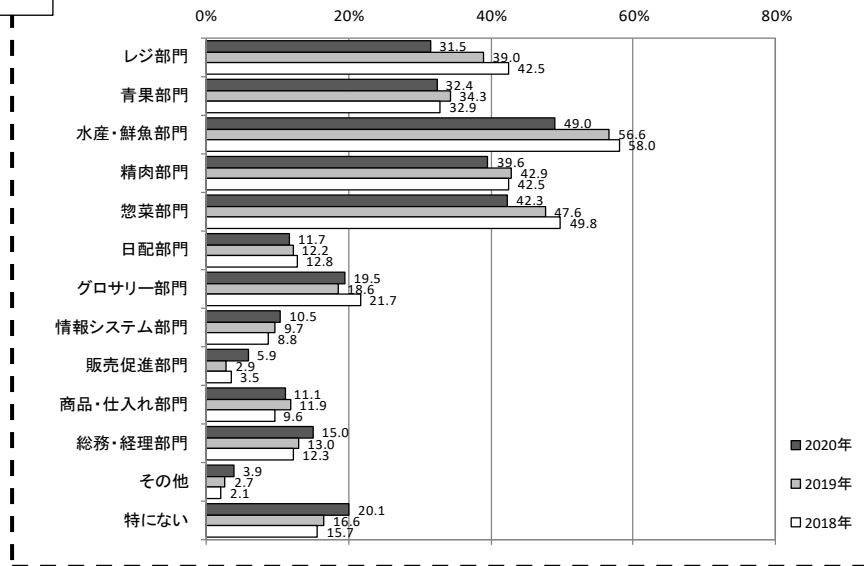
1 正社員が不足している部門

● 正社員が不足している部門は「水産・鮮魚」「惣菜」「精肉」

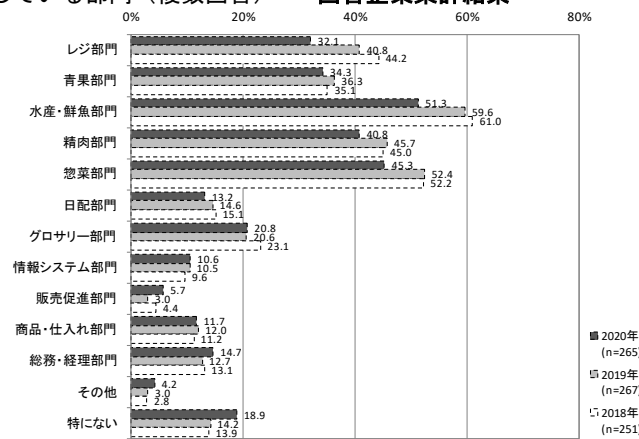
正社員が不足している部門としては、「水産・鮮魚」が49.0%で最も高く、次いで「惣菜」42.3%、「精肉」が39.6%の順となっている。前年度より「レジ」「水産・鮮魚」部門の割合が大きく減少しており、正社員の不足が改善されていることが伺える。保有店舗数が多い企業で「惣菜」「日配」「グロサリー」部門の割合が他の企業と比べて高い。

業界推計値

図表 2-47 正社員が不足している部門（複数回答）



(参考) 正社員が不足している部門（複数回答） * 回答企業集計結果



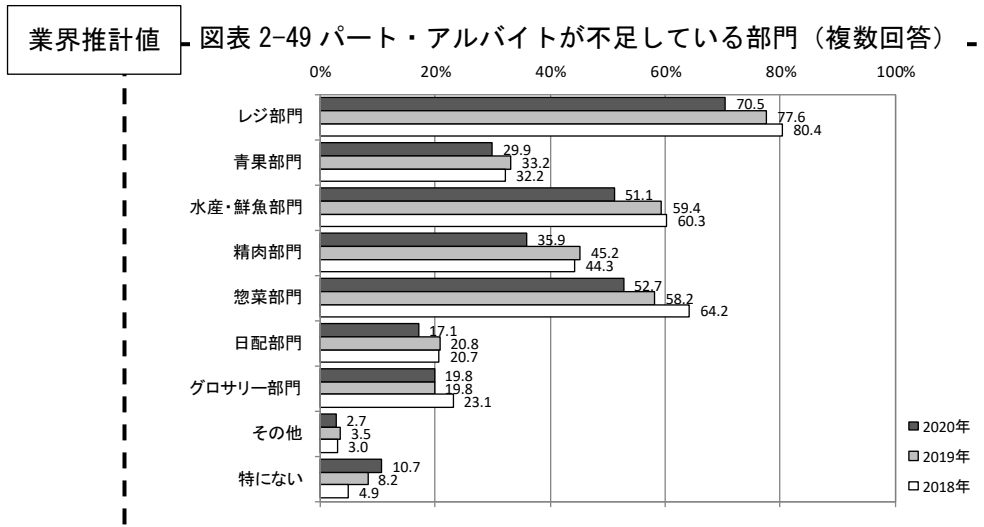
図表2-48 正社員が不足している部門（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区別

	n	レジ部門	青果部門	水産・鮮魚部門	精肉部門	惣菜部門	日配部門	グロサリー部門	情報システム部門	販売促進部門	商品・仕入れ部門	総務・経理部門	その他	特になし	
保有店舗数	1~3店舗	73	26.0%	20.5%	32.9%	30.1%	26.0%	4.1%	9.6%	6.8%	5.5%	4.1%	11.0%	2.7%	30.1%
	4~10店舗	75	36.0%	33.3%	52.0%	38.7%	40.0%	12.0%	24.0%	16.0%	8.0%	18.7%	21.3%	4.0%	16.0%
	11~25店舗	55	32.7%	43.6%	67.3%	60.0%	58.2%	14.5%	21.8%	10.9%	5.5%	10.9%	18.2%	3.6%	10.9%
	26~50店舗	31	38.7%	45.2%	67.7%	45.2%	61.3%	22.8%	22.6%	9.7%	3.2%	16.1%	6.5%	3.2%	12.9%
	51店舗以上	31	29.0%	41.9%	48.4%	32.3%	64.5%	25.8%	35.5%	6.5%	3.2%	9.7%	9.7%	9.7%	19.4%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	105	33.3%	32.4%	50.5%	39.0%	39.0%	7.6%	14.3%	7.6%	2.9%	12.4%	17.1%	3.8%	17.1%
	中規模店舗中心型	60	23.3%	21.7%	38.3%	36.7%	33.3%	8.3%	16.7%	15.0%	6.7%	8.3%	8.3%	5.0%	26.7%
	大規模店舗中心型	60	38.3%	43.3%	56.7%	45.0%	63.3%	26.7%	28.3%	5.0%	6.7%	10.0%	13.3%	-	20.0%
	複合型	40	32.5%	45.0%	65.0%	45.0%	52.5%	15.0%	32.5%	20.0%	10.0%	17.5%	20.0%	10.0%	10.0%
都市区分	都市圏	72	25.0%	34.7%	55.6%	44.4%	37.5%	8.3%	16.7%	1.4%	2.8%	6.9%	12.5%	6.9%	16.7%
	地方圏	193	34.7%	34.2%	49.7%	39.4%	48.2%	15.0%	22.3%	14.0%	6.7%	13.5%	15.5%	3.1%	19.7%

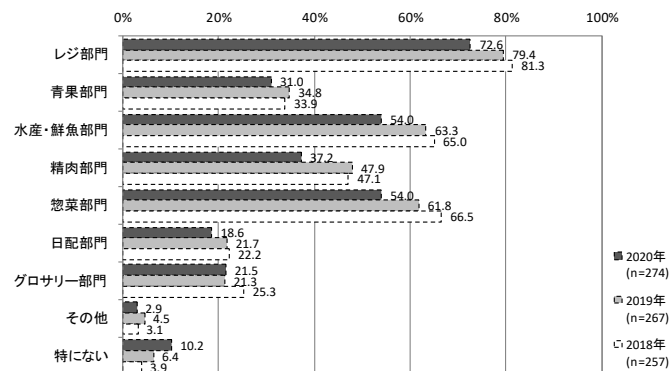
2 パート・アルバイトが不足している部門

- パート・アルバイトが不足している部門は「レジ」「惣菜」「水産・鮮魚」。

パート・アルバイトが不足している部門としては、「レジ」が70.5%で最も高く、次いで「惣菜部門」52.7%、「水産・鮮魚」51.1%の順となっている。保有店舗数別にみると、26～50店舗の企業で、ほとんどの部門の割合が他の企業に比べ高い。



(参考) パート・アルバイトが不足している部門（複数回答） * 回答企業集計結果



図表2-50 パート・アルバイトが不足している部門（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	レジ部門	青果部門	水産・鮮魚部門	精肉部門	惣菜部門	日配部門	グロサリー部門	その他	特にない
保有店舗数	1～3店舗	76	57.9%	23.7%	34.2%	23.7%	51.3%	10.5%	13.2%	2.6%	15.8%
	4～10店舗	79	72.2%	29.1%	51.9%	41.8%	41.8%	13.9%	16.5%	1.3%	6.3%
	11～25店舗	56	82.1%	39.3%	69.6%	48.2%	64.3%	25.0%	25.0%	1.8%	8.9%
	26～50店舗	32	90.6%	40.6%	78.1%	46.9%	68.8%	28.1%	40.6%	3.1%	6.3%
	51店舗以上	31	74.2%	29.0%	54.8%	29.0%	58.1%	29.0%	29.0%	9.7%	12.9%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	108	70.4%	28.7%	45.4%	27.8%	50.9%	11.1%	11.1%	0.9%	10.2%
	中規模店舗中心型	62	71.0%	19.4%	48.4%	43.5%	45.2%	12.9%	17.7%	4.8%	12.9%
	大規模店舗中心型	60	76.7%	45.0%	70.0%	48.3%	65.0%	30.0%	36.7%	3.3%	10.0%
	複合型	44	75.0%	34.1%	61.4%	36.4%	59.1%	29.5%	31.8%	4.5%	6.8%
都市区分	都市圏	74	67.6%	33.8%	48.6%	39.2%	48.6%	16.2%	14.9%	4.1%	10.8%
	地方圏	200	74.5%	30.0%	56.0%	36.5%	56.0%	19.5%	24.0%	2.5%	10.0%

3. ポイントカード・決済手段

(1) ポイントカード

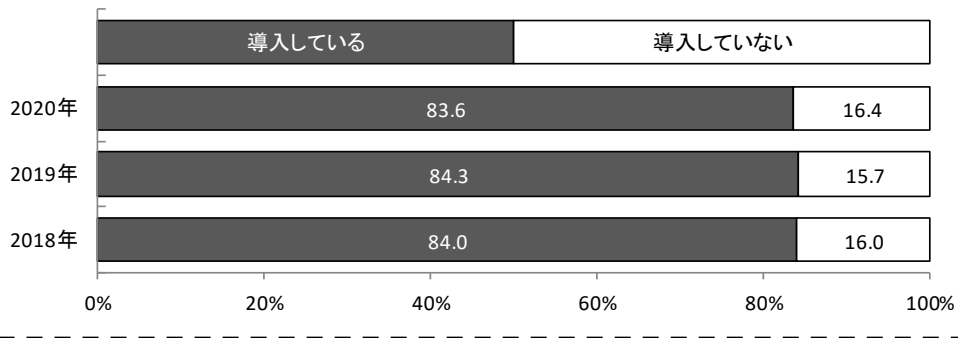
1 ポイントカード導入率

- ポイントカードの導入率は83.6%でほぼ横ばいで推移している。

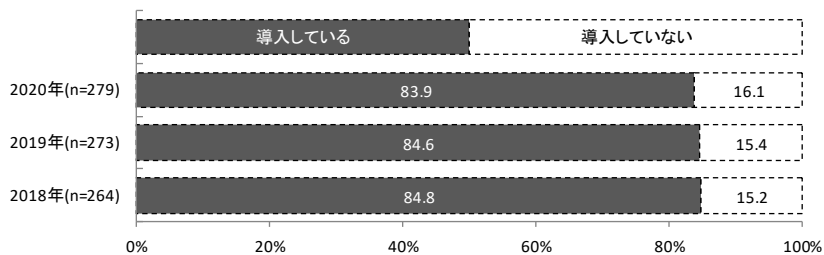
ポイントカード導入率は83.6%であり、ほぼ横ばいでの推移となっている。

業界推計値

図表 3-1 ポイントカード導入率



(参考) ポイントカード導入率 * 回答企業集計結果



図表3-2 ポイントカード導入率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	導入している	導入していない
保有店舗数	1~3店舗	77	87.0%	13.0%
	4~10店舗	79	77.2%	22.8%
	11~25店舗	56	82.1%	17.9%
	26~50店舗	33	90.9%	9.1%
	51店舗以上	34	88.2%	11.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	82.0%	18.0%
	中規模店舗中心型	61	80.3%	19.7%
	大規模店舗中心型	61	88.5%	11.5%
	複合型	46	87.0%	13.0%
都市区分	都市圏	75	82.7%	17.3%
	地方圏	204	84.3%	15.7%

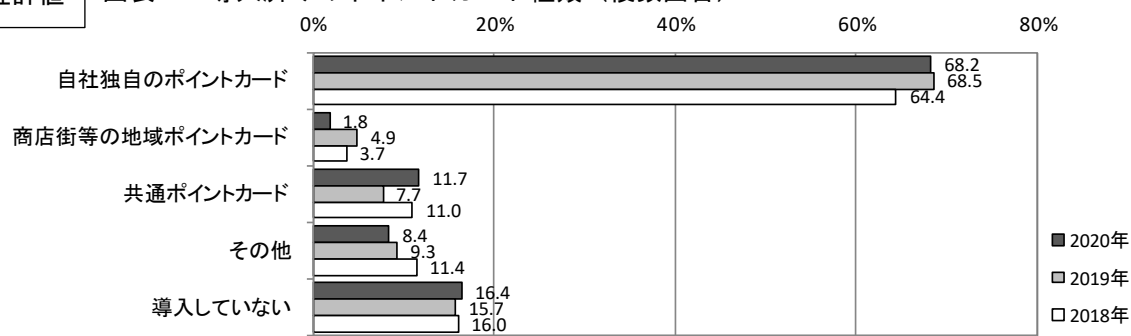
2 導入済みのポイントカード種類

- 導入済みのポイントカード種類は、「自社独自のポイントカード」が最も多く68.2%。
- 保有店舗数が多い企業では、「共通ポイントカード」が多く導入されている。
- 地方圏では「自社独自のポイントカード」の導入が多い。

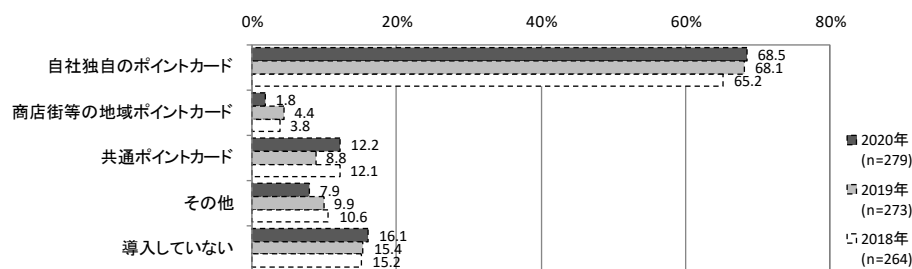
導入済みのポイントカード種類は、「自社独自のポイントカード」の割合が68.2%と最も高い。保有店舗数が多い企業ほど「共通ポイントカード」の導入率が高くなる傾向が見られる。都市区分別では、地方圏で都市圏に比べ「自社独自のポイントカード」の割合が高い。

業界推計値

図表 3-3 導入済みのポイントカード種類（複数回答）



(参考) 導入済みのポイントカード種類（複数回答） * 回答企業集計結果



図表3-4 導入済みのポイントカード種類（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

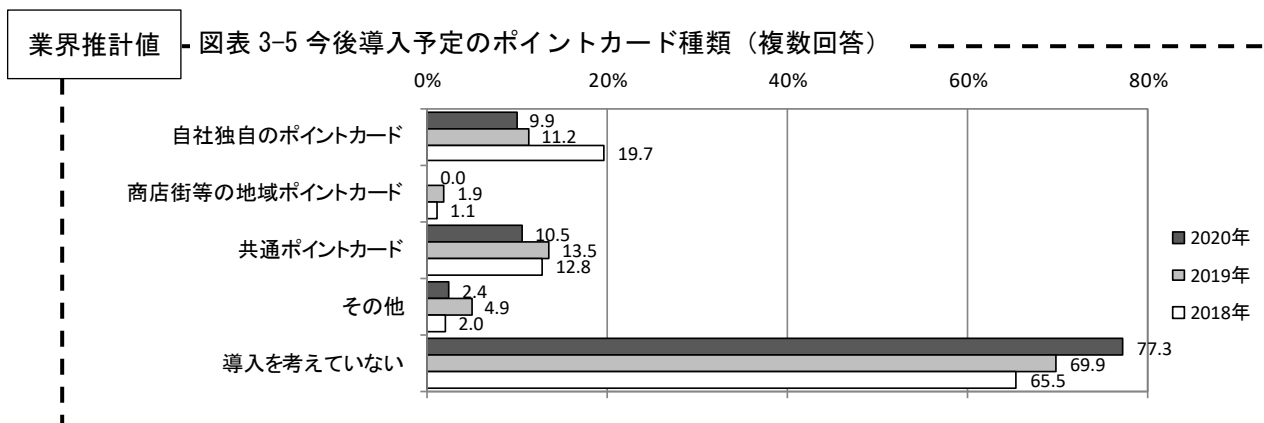
		n	自社独自のポイントカード	商店街等の地域ポイントカード	共通ポイントカード	その他	導入していない
保有店舗数	1~3店舗	77	72.7%	1.3%	9.1%	10.4%	13.0%
	4~10店舗	79	60.8%	2.5%	11.4%	8.9%	22.8%
	11~25店舗	56	66.1%	1.8%	12.5%	8.9%	17.9%
	26~50店舗	33	75.8%	3.0%	12.1%	3.0%	9.1%
	51店舗以上	34	73.5%	-	20.6%	2.9%	11.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	111	61.3%	1.8%	11.7%	13.5%	18.0%
	中規模店舗中心型	61	70.5%	-	6.6%	6.6%	19.7%
	大規模店舗中心型	61	80.3%	-	9.8%	1.6%	11.5%
	複合型	46	67.4%	6.5%	23.9%	4.3%	13.0%
都市区分	都市圏	75	64.0%	1.3%	12.0%	8.0%	17.3%
	地方圏	204	70.1%	2.0%	12.3%	7.8%	15.7%

3 今後導入予定のポイントカード種類

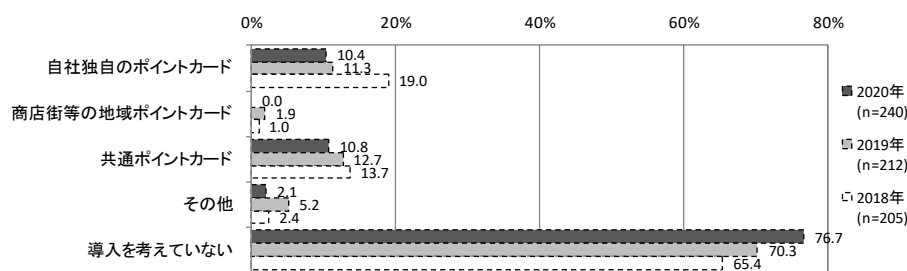
- 今後導入予定のポイントカード種類は、「共通ポイントカード」が最も多い。すべての種類のポイントカードで今後導入予定の割合が前年度より減少。

今後導入予定のポイントカード種類は、「共通ポイントカード」が10.5%で最も高い。都市区分別にみると、地方圏では都市圏に比べ「共通ポイントカード」の割合が高い。

※導入を考えていない：ポイントカードの新規導入または追加導入を考えていない



(参考) 今後導入予定のポイントカード種類（複数回答） * 回答企業集計結果



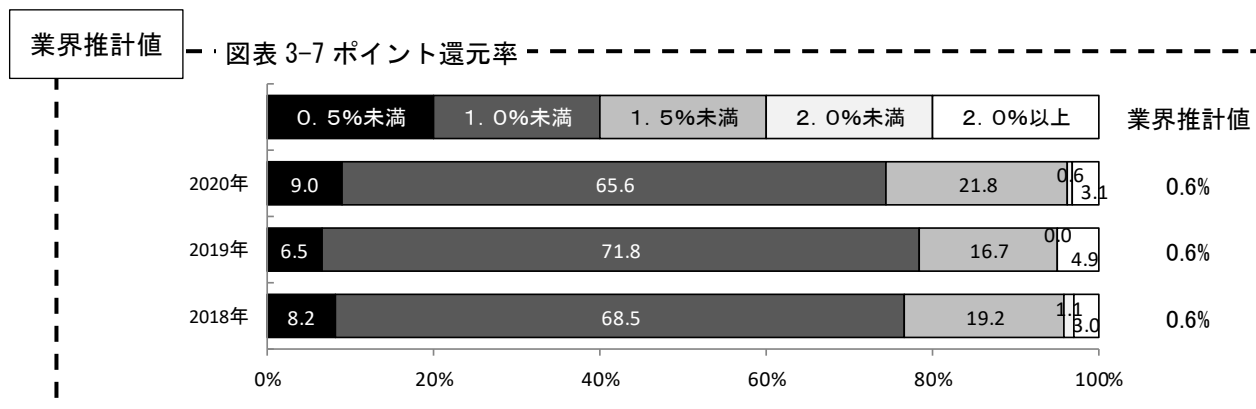
図表3-6 今後導入予定のポイントカード種類（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	自社独自のポイントカード	商店街等の地域ポイントカード	共通ポイントカード	その他	導入を考えていない
保有店舗数	1～3店舗	63	3.2%	—	11.1%	4.8%	81.0%
	4～10店舗	68	11.8%	—	4.4%	1.5%	82.4%
	11～25店舗	52	21.2%	—	15.4%	—	63.5%
	26～50店舗	30	10.0%	—	10.0%	—	80.0%
	51店舗以上	27	3.7%	—	18.5%	3.7%	74.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	96	7.3%	—	9.4%	4.2%	79.2%
	中規模店舗中心型	52	11.5%	—	9.6%	—	78.8%
	大規模店舗中心型	53	17.0%	—	7.5%	1.9%	73.6%
	複合型	39	7.7%	—	20.5%	—	71.8%
都市区分	都市圏	65	9.2%	—	4.6%	3.1%	83.1%
	地方圏	175	10.9%	—	13.1%	1.7%	74.3%

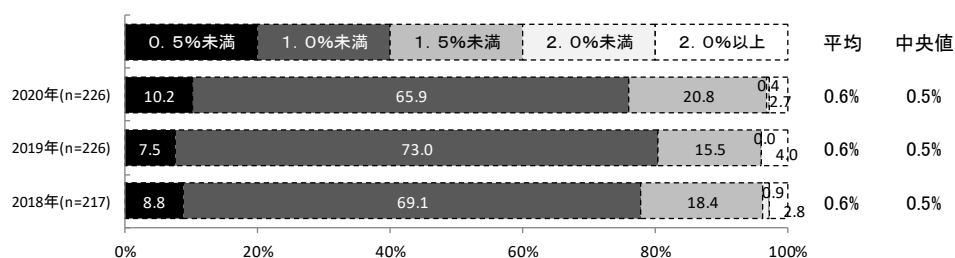
4 ポイント還元率

- 購入価格に対するポイント還元率は平均0.6%と横ばいで推移。

購入価格に対する通常時（ポイントアップ企画等を行っていない時）のポイント還元率の回答構成比率をみると、「1.0%未満」が65.6%と最も多く、ポイント還元率の平均は0.6%となっている。



(参考) ポイント還元率【ポイントカード導入企業対象】 * 回答企業集計結果



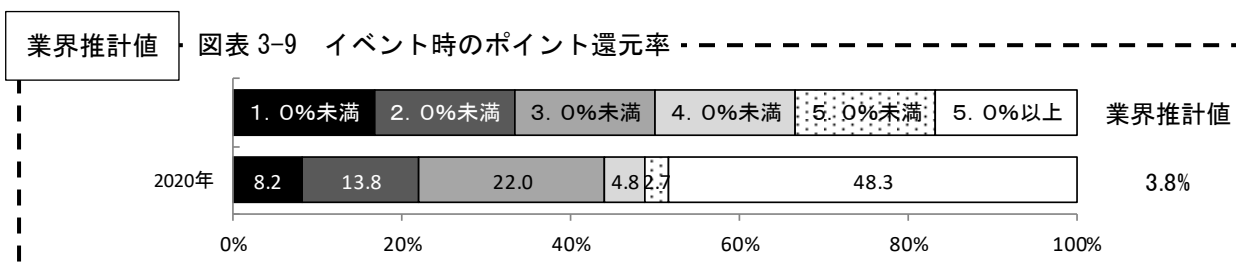
図表 3-8 ポイント還元率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【ポイントカード導入企業対象】

		n	0.5%未満	1.0%未満	1.5%未満	2.0%未満	2.0%以上	平均値	中央値
保有店舗数	1~3店舗	65	3.1%	67.7%	23.1%	1.5%	4.6%	0.6%	0.5%
	4~10店舗	60	6.7%	58.3%	30.0%	-	5.0%	0.7%	0.5%
	11~25店舗	45	20.0%	64.4%	15.6%	-	-	0.5%	0.5%
	26~50店舗	29	20.7%	62.1%	17.2%	-	-	0.5%	0.5%
	51店舗以上	27	7.4%	85.2%	7.4%	-	-	0.5%	0.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	87	5.7%	63.2%	26.4%	-	4.6%	0.6%	0.5%
	中規模店舗中心型	49	4.1%	71.4%	22.4%	-	2.0%	0.6%	0.5%
	大規模店舗中心型	52	21.2%	61.5%	15.4%	1.9%	-	0.5%	0.5%
	複合型	38	13.2%	71.1%	13.2%	-	2.6%	0.6%	0.5%
都市区分	都市圏	58	6.9%	70.7%	22.4%	-	-	0.6%	0.5%
	地方圏	168	11.3%	64.3%	20.2%	0.6%	3.6%	0.6%	0.5%

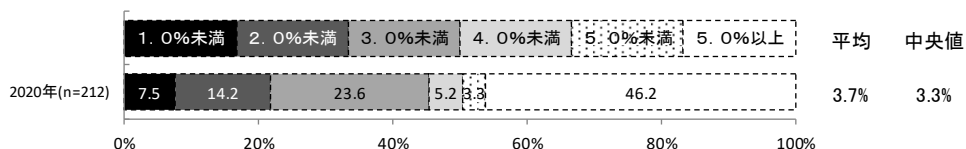
5 イベント時の最大ポイント還元率

- 購入価格に対するイベント時の最大ポイント還元率は3.8%。

購入価格に対するイベント時の最大ポイント還元率の回答構成比率をみると、「5.0%以上」が48.3%と最も多く、イベント時の最大ポイント還元率の平均は3.8%となっている。



(参考) イベント時のポイント還元率【ポイントカード導入企業対象】 * 回答企業集計結果



図表 3-10 イベント時のポイント還元率/

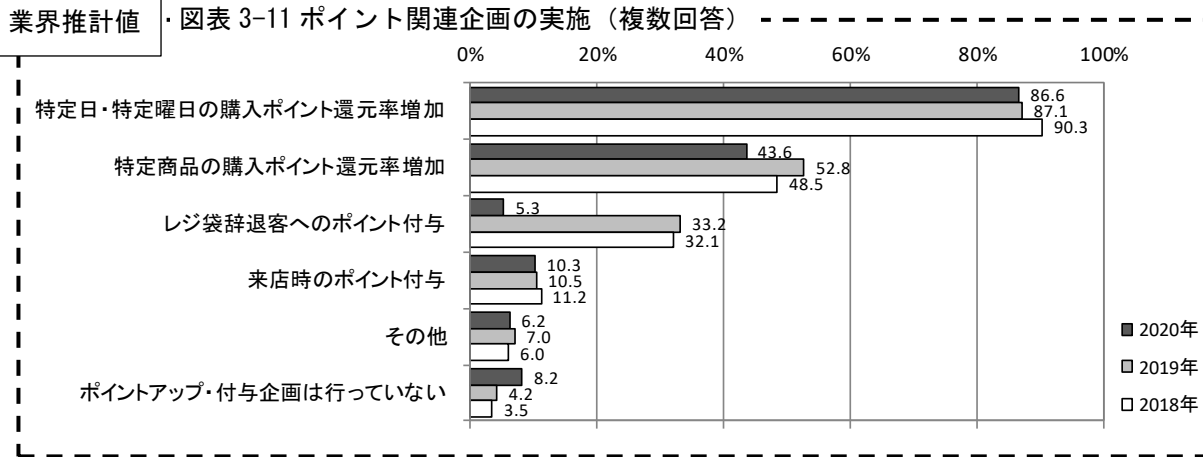
保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【ポイントカード導入企業対象】

		n	1. 0%未満	2. 0%未満	3. 0%未満	4. 0%未満	5. 0%未満	5. 0%以上	平均値	中央値
保有店舗数	1~3店舗	61	11.5%	11.5%	16.4%	-	1.6%	59.0%	4.1%	5.0%
	4~10店舗	56	8.9%	14.3%	19.6%	8.9%	1.8%	46.4%	3.7%	3.4%
	11~25店舗	45	4.4%	15.6%	26.7%	6.7%	2.2%	44.4%	3.5%	3.0%
	26~50店舗	26	3.8%	11.5%	42.3%	-	15.4%	26.9%	3.3%	2.5%
	51店舗以上	24	4.2%	20.8%	25.0%	12.5%	-	37.5%	3.7%	2.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	84	9.5%	22.6%	17.9%	4.8%	1.2%	44.0%	3.5%	2.8%
	中規模店舗中心型	45	6.7%	6.7%	24.4%	6.7%	-	55.6%	4.2%	5.0%
	大規模店舗中心型	48	6.3%	10.4%	33.3%	4.2%	2.1%	43.8%	3.5%	2.8%
	複合型	35	5.7%	8.6%	22.9%	5.7%	14.3%	42.9%	3.6%	4.0%
都市区分	都市圏	53	7.5%	20.8%	24.5%	5.7%	1.9%	39.6%	3.2%	2.5%
	地方圏	159	7.5%	11.9%	23.3%	5.0%	3.8%	48.4%	3.8%	4.0%

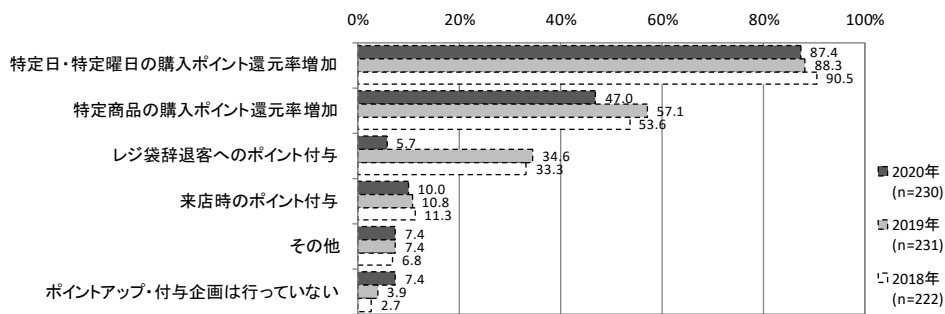
6 ポイント関連企画の実施

- ポイント還元率アップ企画は「特定日・特定曜日の購入ポイント還元率増加」。
- 地方圏で「来店時のポイント付与」の割合が高い。

実施されているポイント企画では、「特定日・特定曜日の購入ポイント還元率増加」が86.6%で最も高く、次いで「特定商品の購入ポイント還元率増加」（43.6%）となっている。都市区分別にみると、地方圏で「来店時のポイント付与」の割合が高くなっている。



（参考） ポイント関連企画の実施（複数回答）【ポイントカード導入企業対象】 * 回答企業集計結果



図表 3-12 ポイント関連企画の実施（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【ポイントカード導入企業対象】

	n	特定日・特定曜日の購入ポイント還元率増加	特定商品の購入ポイント還元率増加	レジ袋辞退客へのポイント付与	来店時のポイント付与	その他	ポイントアップ・付与企画は行っていない	
保有店舗数	1~3店舗	65	81.5%	29.2%	3.1%	12.3%	1.5%	13.8%
	4~10店舗	61	86.9%	34.4%	6.6%	8.2%	3.3%	6.6%
	11~25店舗	46	95.7%	65.2%	4.3%	10.9%	13.0%	2.2%
	26~50店舗	30	93.3%	63.3%	3.3%	6.7%	16.7%	3.3%
	51店舗以上	28	82.1%	67.9%	14.3%	10.7%	10.7%	7.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	90	84.4%	30.0%	7.8%	8.9%	5.6%	8.9%
	中規模店舗中心型	48	85.4%	45.8%	4.2%	8.3%	4.2%	8.3%
	大規模店舗中心型	53	88.7%	67.9%	3.8%	13.2%	5.7%	5.7%
	複合型	39	94.9%	59.0%	5.1%	10.3%	17.9%	5.1%
都市区分	都市圏	61	86.9%	42.6%	8.2%	-	4.9%	8.2%
	地方圏	169	87.6%	48.5%	4.7%	13.6%	8.3%	7.1%

(2) 決済手段

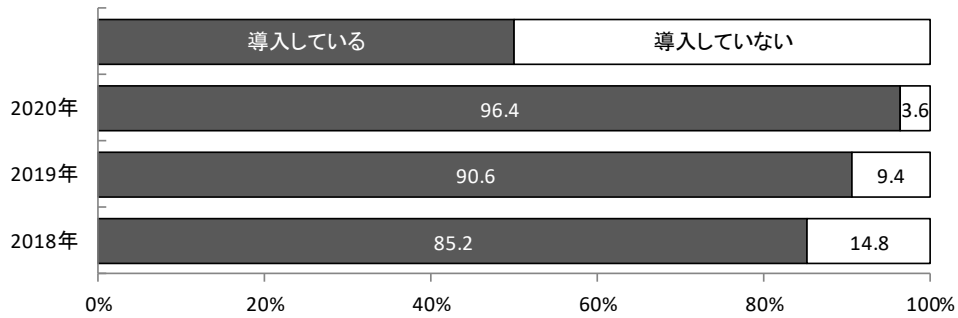
1 現金以外の決済手段導入率

- 現金以外の決済手段の導入率は96.4%で、導入率は年々上昇傾向にある。
- 保有店舗の多い企業や売場面積の大きい企業で導入率が高い。

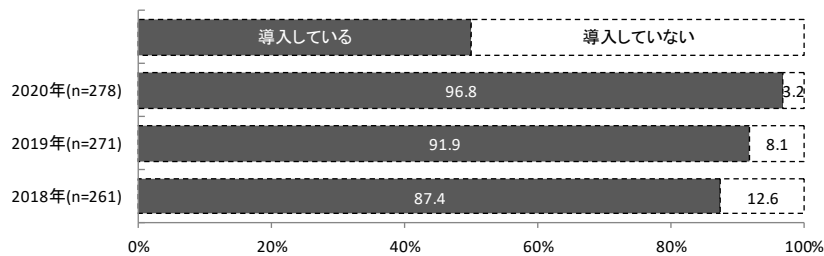
現金以外の決済手段導入率は、全体では96.4%となっている。保有店舗数や売場規模が大きい企業では導入率が高くなっている。

業界推計値

図表 3-13 現金以外の決済手段導入率



(参考) 現金以外の決済手段導入率 * 回答企業集計結果



図表 3-14 現金以外の決済手段導入率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	導入している	導入していない
保有店舗数	1~3店舗	77	94.8%	5.2%
	4~10店舗	78	96.2%	3.8%
	11~25店舗	56	96.4%	3.6%
	26~50店舗	34	100.0%	-
	51店舗以上	33	100.0%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	110	96.4%	3.6%
	中規模店舗中心型	61	96.7%	3.3%
	大規模店舗中心型	61	98.4%	1.6%
	複合型	46	95.7%	4.3%
都市区分	都市圏	73	95.9%	4.1%
	地方圏	205	97.1%	2.9%

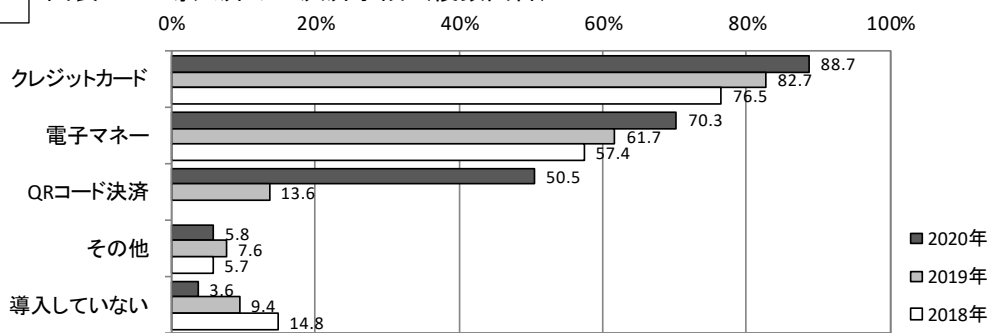
2 導入済みの決済手段

- 導入済みの決済手段は、「クレジットカード」「電子マネー」「QRコード決済」。
- 導入率は年々上昇傾向にある。「QRコード決済」導入率は急上昇。

導入済みの決済手段は、「クレジットカード」が88.7%で最も高く、次いで「電子マネー」が70.3%、「QRコード決済」が50.5%となっている。保有店舗数別にみると、11～50店舗の企業で「QRコード決済」導入率が他の企業と比べてやや低い。年々各導入率は上昇傾向がみられる。

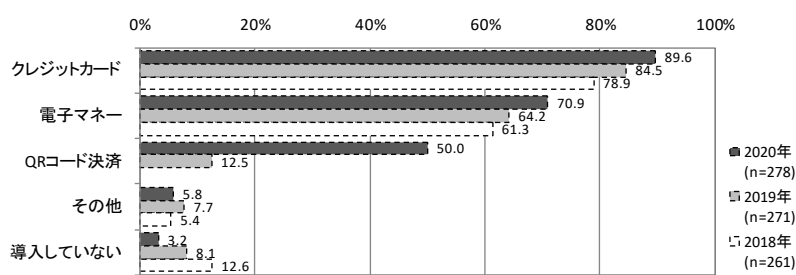
業界推計値

図表 3-15 導入済みの決済手段（複数回答）



※「QRコード決済」は2019年度調査より追加

(参考) 導入済みの決済手段（複数回答） * 回答企業集計結果



※「QRコード決済」は2019年度調査より追加

図表 3-16 導入済みの決済手段（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	クレジットカード	電子マネー	QRコード決済	その他	導入していない
保有店舗数	1～3店舗	77	88.3%	64.9%	53.2%	6.5%	5.2%
	4～10店舗	78	82.1%	74.4%	52.6%	5.1%	3.8%
	11～25店舗	56	92.9%	71.4%	41.1%	5.4%	3.6%
	26～50店舗	34	100.0%	70.6%	47.1%	5.9%	-
	51店舗以上	33	93.9%	75.8%	54.5%	6.1%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	110	84.5%	70.0%	52.7%	5.5%	3.6%
	中規模店舗中心型	61	91.8%	60.7%	44.3%	6.6%	3.3%
	大規模店舗中心型	61	91.8%	80.3%	54.1%	4.9%	1.6%
	複合型	46	95.7%	73.9%	45.7%	6.5%	4.3%
都市区分	都市圏	73	90.4%	69.9%	52.1%	6.8%	4.1%
	地方圏	205	89.3%	71.2%	49.3%	5.4%	2.9%

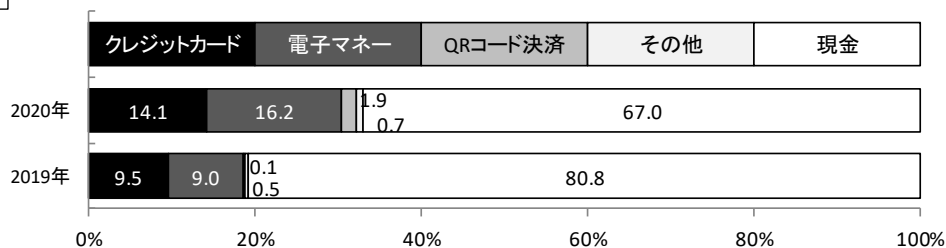
3 各決済手段利用金額の割合

- 現金以外では、「電子マネー」「クレジットカード」の割合が高い。
- 都市圏では「クレジットカード」、地方圏では「電子マネー」の割合が高い。
- クレジットカード利用金額が売上高の30%未満である企業が9割超。

売上高に占める各決済手段利用金額の割合は、「現金」が67.0%で最も高く、次いで「電子マネー」16.2%、「クレジットカード」14.1%となっている。保有店舗数が多くなるにつれて、「クレジットカード」の利用金額の割合が高くなる。都市区分別にみると、都市圏で「クレジットカード」の割合が高く、地方圏で「電子マネー」の割合が高い。

クレジットカードの利用金額が売上高に占める割合をみると、「～10%未満」が23.1%で最も多く、次いで「～5%未満」18.6%と続く。クレジットカード利用金額の割合が売上高の30%未満となっている企業が9割以上を占めている。また、電子マネーの利用金額が売上高に占める割合をみると、「～5%未満」が37.4%で最も多い。

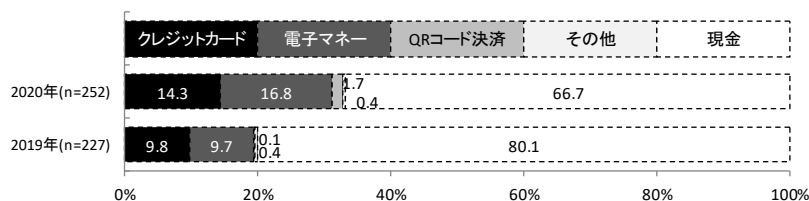
業界推計値 図表 3-17 売上高に対する各決済手段利用金額の占める割合（回答構成比率）



※「QRコード」は2019年度調査より追加

（参考） 売上高に対する各決済手段利用金額の占める割合（回答構成比率）

【現金以外の決済手段導入企業対象】 * 回答企業集計結果



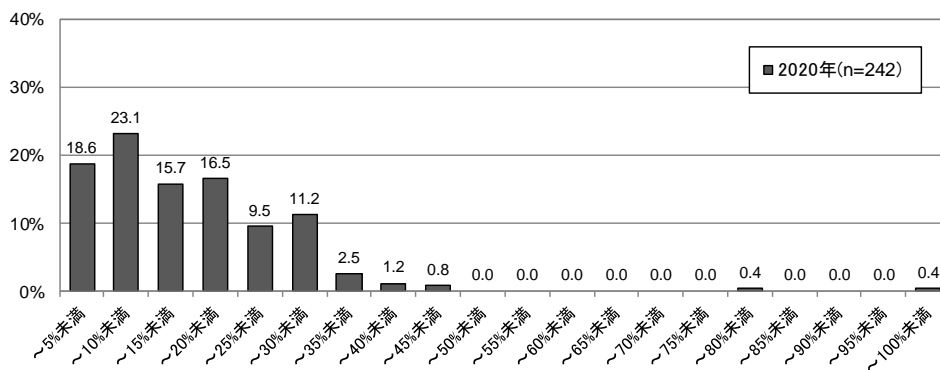
※「QRコード」は2019年度調査より追加

図表 3-18 売上高に対する各決済手段利用金額の占める割合（回答構成比率） /

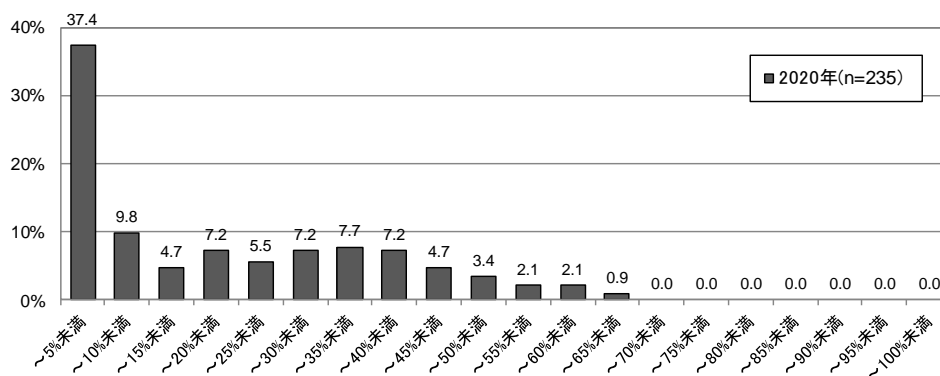
保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【現金以外の決済手段導入企業対象】

		n	クレジットカード	電子マネー	QRコード決済	その他	現金
保有店舗数	1～3店舗	72	13.7%	11.0%	1.7%	1.4%	72.2%
	4～10店舗	73	13.1%	18.4%	2.9%	0.3%	65.3%
	11～25店舗	51	14.7%	20.6%	1.1%	0.2%	63.4%
	26～50店舗	28	16.3%	19.5%	1.3%	0.2%	62.7%
	51店舗以上	28	16.6%	18.5%	1.0%	0.9%	63.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	102	15.2%	12.5%	2.1%	0.7%	69.4%
	中規模店舗中心型	56	13.9%	18.2%	1.5%	0.3%	66.1%
	大規模店舗中心型	53	15.0%	16.8%	2.0%	0.3%	65.9%
	複合型	41	12.4%	26.0%	1.1%	0.3%	60.3%
都市区分	都市圏	64	22.7%	10.8%	1.9%	0.3%	64.3%
	地方圏	188	11.8%	18.9%	1.7%	0.5%	67.1%

図表 3-19 売上高に対するクレジットカード利用金額の占める割合 * 回答企業集計結果



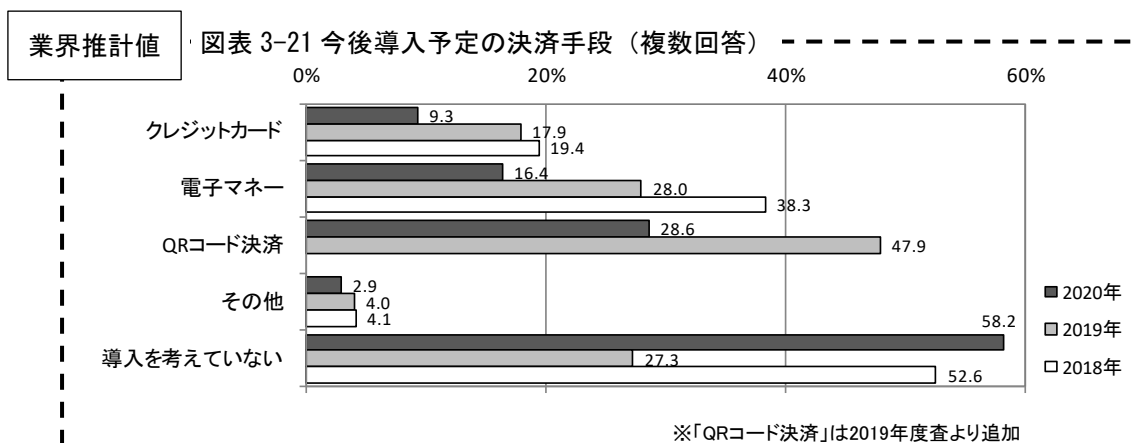
図表 3-20 売上高に対する電子マネー利用金額の占める割合 * 回答企業集計結果



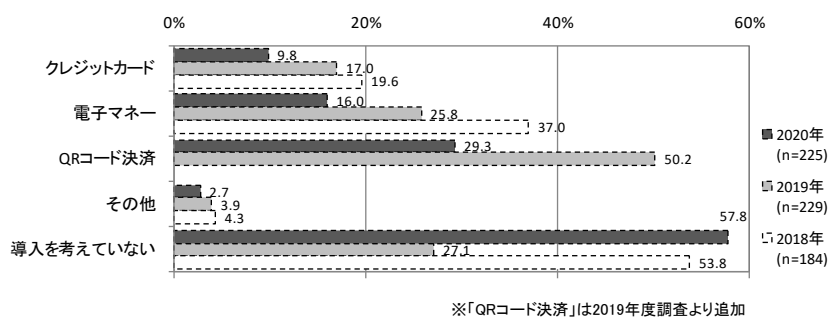
4 今後導入予定の決済手段

- 今後導入予定の決済手段は「QRコード決済」が28.6%で最も多い。
- 前年度に比べ、すべての決済手段の導入意向が減少。

今後導入予定の決済手段をみると、「QRコード決済」が28.6%と最も高く、次いで「電子マネー」16.4%となっている。また、各決済手段の導入意向の割合は前年度よりいずれも大きく減少している。保有店舗数別にみると、26～50店舗の企業では「電子マネー」が他企業と比べ低い。



(参考) 今後導入予定の決済手段（複数回答） * 回答企業集計結果



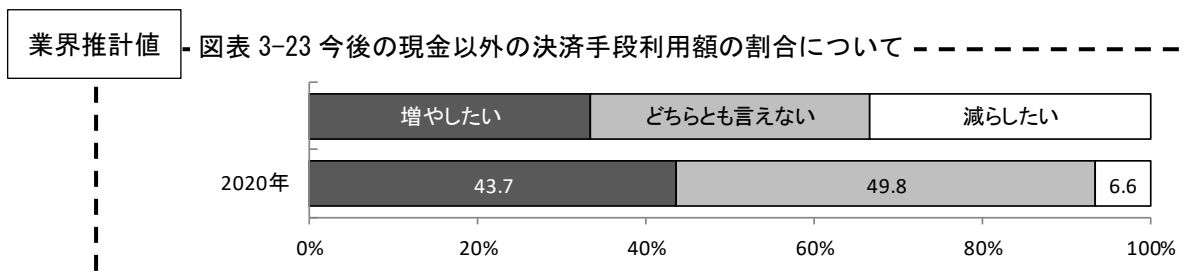
図表 3-22 今後導入予定の決済手段（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	クレジットカード	電子マネー	QRコード決済	その他	導入を考えていない
保有店舗数	1～3店舗	56	3.6%	17.9%	23.2%	3.6%	60.7%
	4～10店舗	67	11.9%	14.9%	26.9%	4.5%	61.2%
	11～25店舗	49	14.3%	20.4%	36.7%	-	53.1%
	26～50店舗	25	8.0%	8.0%	28.0%	-	64.0%
	51店舗以上	28	10.7%	14.3%	35.7%	3.6%	46.4%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	91	9.9%	15.4%	26.4%	4.4%	60.4%
	中規模店舗中心型	50	18.0%	18.0%	32.0%	-	54.0%
	大規模店舗中心型	48	4.2%	12.5%	22.9%	4.2%	62.5%
	複合型	36	5.6%	19.4%	41.7%	-	50.0%
都市区分	都市圏	61	13.1%	18.0%	32.8%	-	57.4%
	地方圏	164	8.5%	15.2%	28.0%	3.7%	57.9%

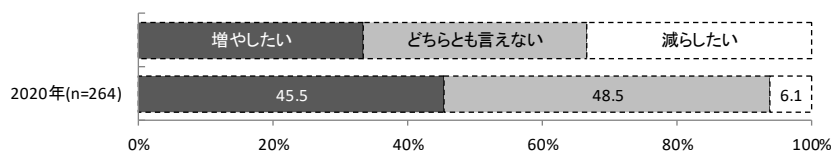
5 今後の現金以外の決済手段利用額の割合について

- 今後の現金以外の決済手段利用額の割合について、「どちらとも言えない」が49.8%で最も多く、「増やしたい」が43.7%。

今後の現金以外の決済手段利用額の割合について、「どちらとも言えない」が49.8%、「増やしたい」が43.7%、「減らしたい」が6.6%となっている。店舗数別にみると、11～25店舗の企業では「増やしたい」が60%を超え高い。



(参考) 今後の現金以外の決済手段利用額の割合について【現金以外の決済手段導入企業対象】 * 回答企業集計結果



図表 3-24 今後の現金以外の決済手段利用額の割合について/

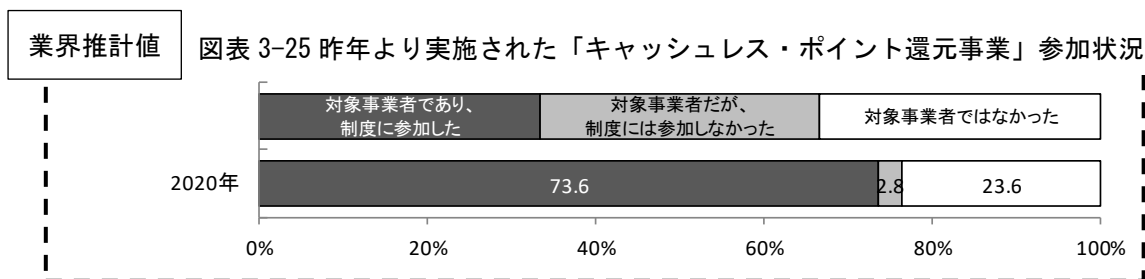
保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【現金以外の決済手段導入企業対象】

		n	増やしたい	どちらとも言えない	減らしたい
保有店舗数	1～3店舗	69	31.9%	60.9%	7.2%
	4～10店舗	75	41.3%	49.3%	9.3%
	11～25店舗	53	60.4%	34.0%	5.7%
	26～50店舗	34	47.1%	52.9%	-
	51店舗以上	33	57.6%	39.4%	3.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	104	31.7%	57.7%	10.6%
	中規模店舗中心型	57	50.9%	43.9%	5.3%
	大規模店舗中心型	60	55.0%	45.0%	-
	複合型	43	58.1%	37.2%	4.7%
都市区分	都市圏	69	49.3%	36.2%	14.5%
	地方圏	195	44.1%	52.8%	3.1%

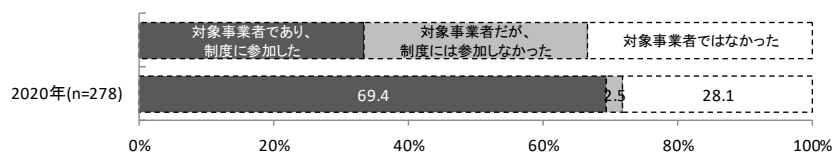
6 昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」参加状況

- 昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」の参加状況は、「対象事業者であり、制度に参加した」が73.6%で最も多い。

昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」の参加状況は、「対象事業者であり、制度に参加した」が73.6%で最も多く、次いで「対象事業者ではなかった」が23.6%、「対象事業者だが、制度には参加しなかった」が2.8%となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多くなるにつれて「対象事業者であり、制度に参加した」割合が低く、「対象事業者ではなかった」割合が高くなる傾向がみられる。



(参考) 昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」参加状況 * 回答企業集計結果



図表 3-26 昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」参加状況/

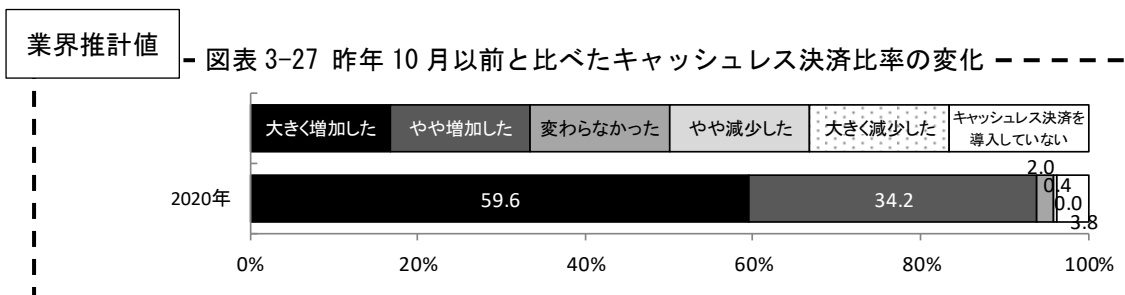
保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	対象事業者であり、 制度に参加した	対象事業者だが、 制度には参加しなかった	対象事業者では なかった
保有 店舗 数	1～3店舗	77	88.3%	5.2%	6.5%
	4～10店舗	78	82.1%	2.6%	15.4%
	11～25店舗	56	69.6%	-	30.4%
	26～50店舗	34	41.2%	2.9%	55.9%
	51店舗以上	33	24.2%	-	75.8%
売場 規模 タイプ	小規模店舗中心型	110	75.5%	3.6%	20.9%
	中規模店舗中心型	61	77.0%	1.6%	21.3%
	大規模店舗中心型	61	50.8%	-	49.2%
	複合型	46	69.6%	4.3%	26.1%
都市 区分	都市圏	72	68.1%	1.4%	30.6%
	地方圏	206	69.9%	2.9%	27.2%

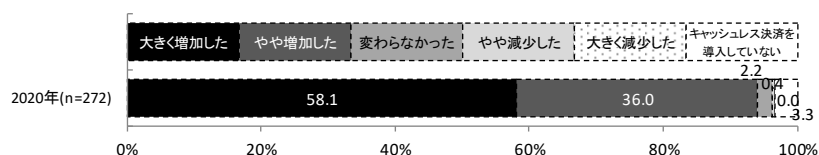
7 昨年10月以前と比べたキャッシュレス決済比率の変化

- 昨年10月以前と比べたキャッシュレス決済比率は、「大きく増加した」が59.6%で最も多い。

昨年10月以前と比べたキャッシュレス決済比率は、「大きく増加した」が59.6%で最も多く、次いで「やや増加した」が34.2%。「キャッシュレス決済を導入していない」は3.8%。



(参考) 昨年10月以前と比べたキャッシュレス決済比率の変化 * 回答企業集計結果



図表 3-28 昨年10月以前と比べたキャッシュレス決済比率の変化

/昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」参加状況別

		n	大きく増加した	やや増加した	変わらなかった	やや減少した	大きく減少した	キャッシュレス決済を導入していない
ポイント還元事業参加状況	対象事業者であり、制度に参加した	190	71.1%	26.8%	0.5%	0.5%	-	1.1%
	対象事業者だが、制度には参加しなかった	7	-	28.6%	14.3%	-	-	57.1%
	対象事業者ではなかった	75	30.7%	60.0%	5.3%	-	-	4.0%

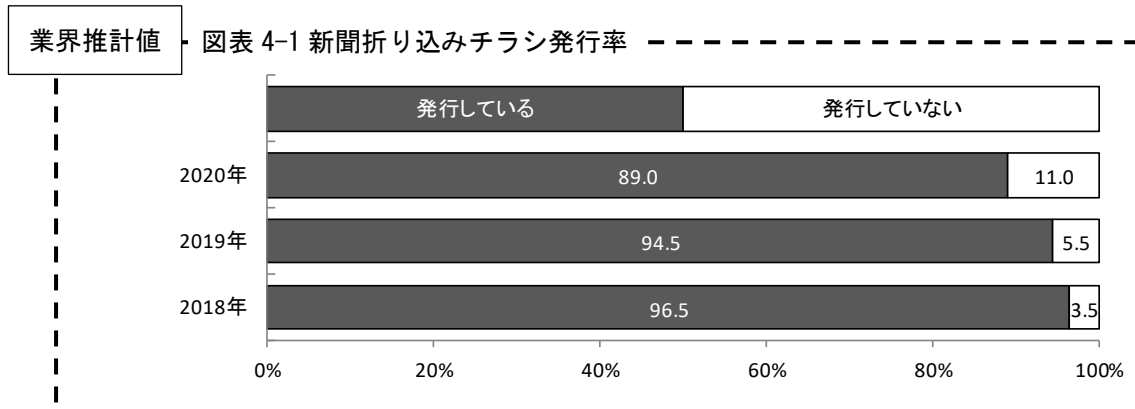
4. 販売促進・サービス

(1) チラシ・販促手段

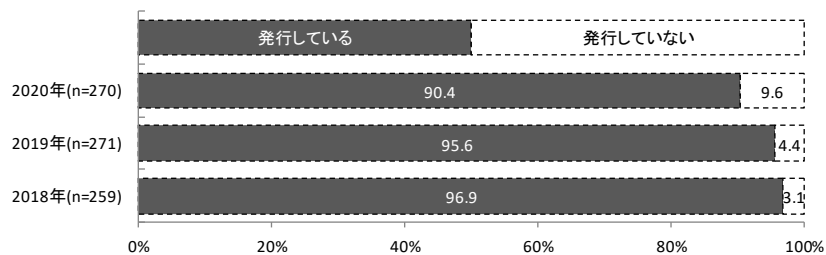
1 新聞折り込みチラシ発行率

- 新聞折り込みチラシ発行率は89.0%。
- 地方圏では都市圏に比べ発行率が高い。

新聞折り込みチラシ発行率（「発行している」割合）は89.0%である。年々発行率は減少傾向。都市区分別では、地方圏で都市圏に比べ発行率が高い。



(参考) 新聞折り込みチラシ発行率 * 回答企業集計結果



図表 4-2 新聞折り込みチラシ発行率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	発行している	発行していない
保有店舗数	1~3店舗	77	84.4%	15.6%
	4~10店舗	78	84.6%	15.4%
	11~25店舗	54	96.3%	3.7%
	26~50店舗	33	100.0%	-
	51店舗以上	28	100.0%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	106	84.0%	16.0%
	中規模店舗中心型	61	93.4%	6.6%
	大規模店舗中心型	57	93.0%	7.0%
	複合型	46	97.8%	2.2%
都市区分	都市圏	71	85.9%	14.1%
	地方圏	199	92.0%	8.0%

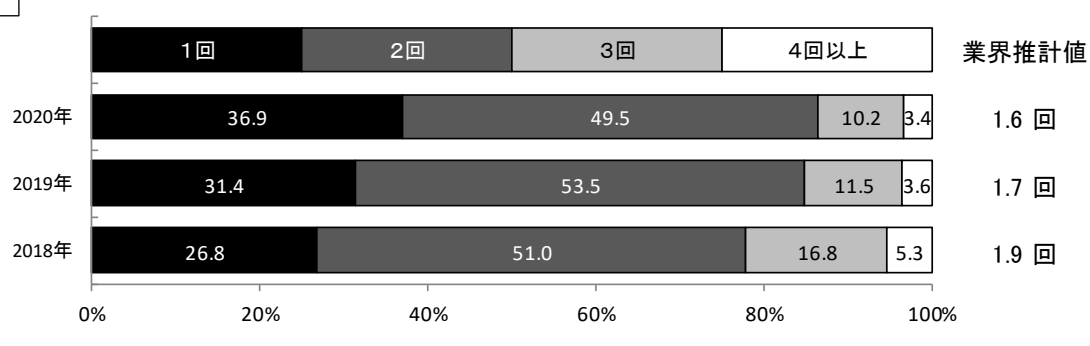
2 新聞折り込みチラシ発行回数

- 新聞折り込みチラシの週あたりの発行回数は1.6回。
- 規模の大きい企業や地方圏で発行回数が増えている。

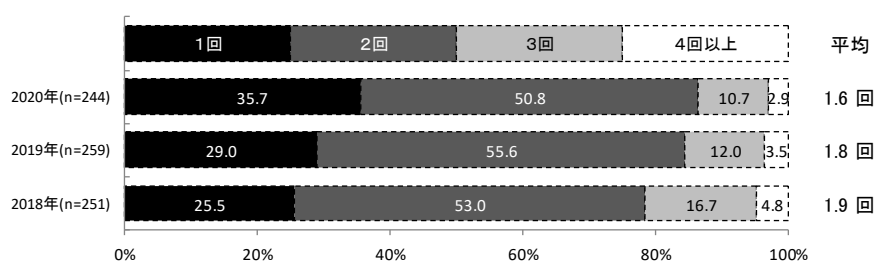
週あたりの折り込みチラシ発行回数は「2回」の割合が49.5%と最も高く、次いで「1回」が36.9%である。週あたり平均発行回数は1.6回となっている。売場規模タイプ別にみると、規模の大きい企業ほど新聞折り込みチラシの発行回数が増える傾向にある。都市区分別にみると、地方圏で「3回」「4回以上」の割合が高くなっている。

業界推計値

図表 4-3 新聞折り込みチラシ発行回数



(参考) 新聞折り込みチラシ発行回数 * 回答企業集計結果



図表 4-4 新聞折り込みチラシ発行回数/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	1回	2回	3回	4回以上	平均発行回数
保有店舗数	1~3店舗	65	43.1%	46.2%	4.6%	6.2%	1.4回
	4~10店舗	66	42.4%	37.9%	15.2%	4.5%	1.4回
	11~25店舗	52	21.2%	67.3%	11.5%	-	1.9回
	26~50店舗	33	30.3%	57.6%	12.1%	-	1.8回
	51店舗以上	28	35.7%	53.6%	10.7%	-	1.7回
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	89	41.6%	50.6%	6.7%	1.1%	1.4回
	中規模店舗中心型	57	38.6%	47.4%	8.8%	5.3%	1.6回
	大規模店舗中心型	53	18.9%	64.2%	13.2%	3.8%	1.9回
	複合型	45	40.0%	40.0%	17.8%	2.2%	1.7回
都市区分	都市圏	61	41.0%	55.7%	3.3%	-	1.3回
	地方圏	183	33.9%	49.2%	13.1%	3.8%	1.7回

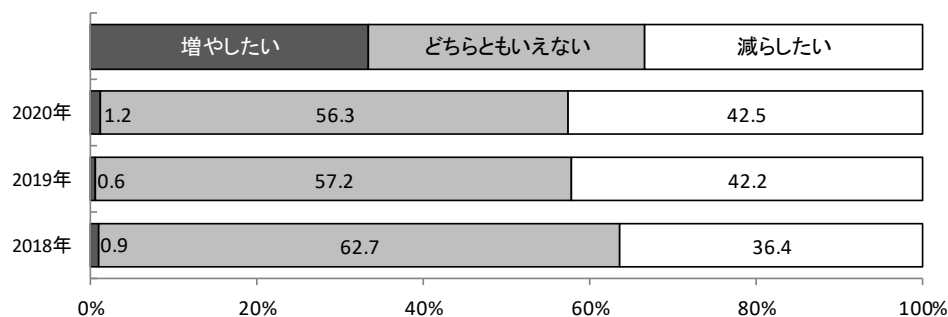
3 今後の新聞折り込みチラシ発行意向

- 今後の新聞折り込みチラシ発行意向は、「減らしたい」が42.5%で前回とほぼ横ばいで推移している。

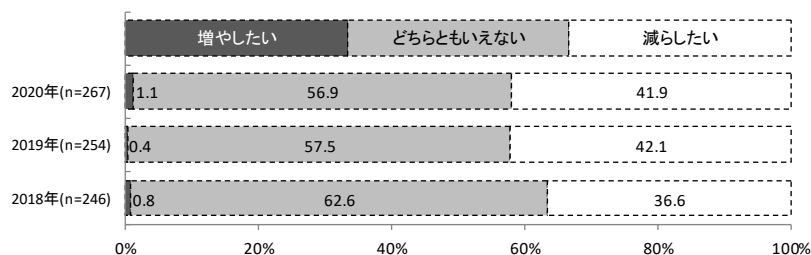
今後の新聞折り込みチラシ発行数の方針は、「減らしたい」が42.5%となっており、前回とほぼ横ばいで推移。

業界推計値

図表 4-5 今後の新聞折り込みチラシ発行意向



(参考) 今後の新聞折り込みチラシ発行意向 * 回答企業集計結果



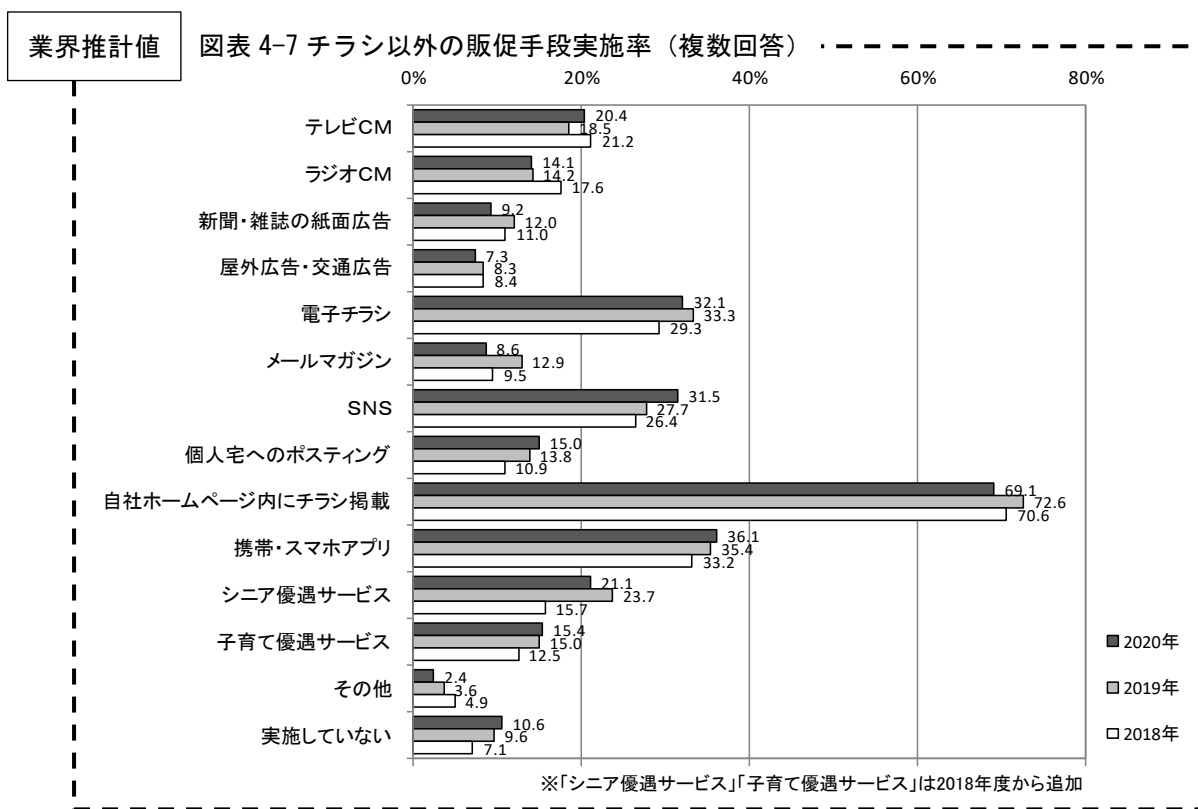
図表 4-6 今後の新聞折り込みチラシ発行意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	増やしたい	どちらともいえない	減らしたい
保有店舗数	1~3店舗	73	2.7%	56.2%	41.1%
	4~10店舗	76	-	51.3%	48.7%
	11~25店舗	55	-	54.5%	45.5%
	26~50店舗	33	3.0%	57.6%	39.4%
	51店舗以上	30	-	76.7%	23.3%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	104	1.0%	57.7%	41.3%
	中規模店舗中心型	60	1.7%	48.3%	50.0%
	大規模店舗中心型	58	1.7%	51.7%	46.6%
	複合型	45	-	73.3%	26.7%
都市区分	都市圏	72	2.8%	52.8%	44.4%
	地方圏	195	0.5%	58.5%	41.0%

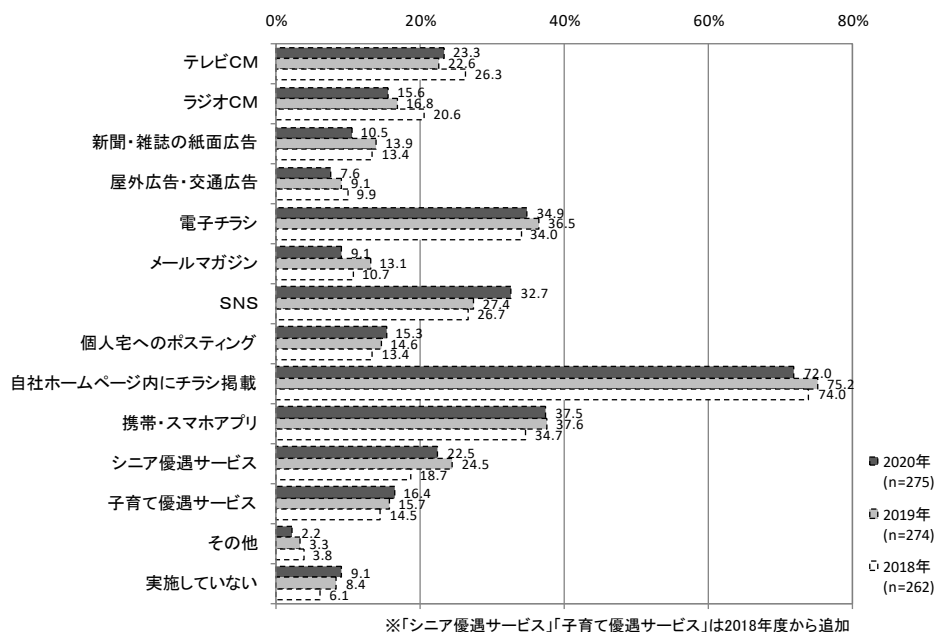
4 チラシ以外の販促手段実施率

- 約70%が自社ホームページ内にチラシを掲載している。
- 売場規模の大きな企業で実施率が高くなっている。

新聞折り込みチラシ以外の販促手段実施率を種類別にみると、「自社ホームページ内にチラシ掲載」が69.1%と最も高く、次いで「携帯・スマホアプリ」（36.1%）、「電子チラシ」（32.1%）の順となっている。売場規模タイプ別にみると、規模が大きくなるにつれ、実施率が高くなる傾向がある。都市区分別にみると、地方圏で「テレビCM」「ラジオCM」「新聞・雑誌の紙面広告」「SNS」「シニア優遇サービス」「子育て優遇サービス」の割合が、都市圏に比べ高い。



(参考) チラシ以外の販促手段実施率(複数回答) * 回答企業集計結果



図表 4-8 チラシ以外の販促手段実施率(複数回答)/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	テレビCM	ラジオCM	新聞・雑誌の紙面広告	屋外広告・交通広告	電子チラシ	メールマガジン	SNS
保有店舗数	1~3店舗	77	9.1%	6.5%	6.5%	5.2%	22.1%	2.6%	29.9%
	4~10店舗	78	11.5%	14.1%	5.1%	7.7%	21.8%	12.8%	25.6%
	11~25店舗	55	38.2%	16.4%	10.9%	7.3%	47.3%	12.7%	32.7%
	26~50店舗	34	44.1%	26.5%	29.4%	8.8%	47.1%	8.8%	50.0%
	51店舗以上	31	38.7%	29.0%	12.9%	12.9%	64.5%	9.7%	38.7%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	109	10.1%	11.9%	4.6%	7.3%	27.5%	8.3%	30.3%
	中規模店舗中心型	62	17.7%	14.5%	6.5%	8.1%	32.3%	8.1%	30.6%
	大規模店舗中心型	59	39.0%	23.7%	22.0%	8.5%	50.8%	10.2%	39.0%
	複合型	45	42.2%	15.6%	15.6%	6.7%	35.6%	11.1%	33.3%
都市区分	都市圏	75	2.7%	4.0%	1.3%	9.3%	38.7%	13.3%	30.7%
	地方圏	200	31.0%	20.0%	14.0%	7.0%	33.5%	7.5%	33.5%

		n	個人宅へのポスティング	自社ホームページ内にチラシ掲載	携帯・スマホアプリ	シニア優遇サービス	子育て優遇サービス	その他	実施していない
保有店舗数	1~3店舗	77	13.0%	54.5%	32.5%	13.0%	10.4%	2.6%	19.5%
	4~10店舗	78	14.1%	66.7%	33.3%	17.9%	15.4%	3.8%	10.3%
	11~25店舗	55	20.0%	83.6%	32.7%	32.7%	18.2%	1.8%	1.8%
	26~50店舗	34	14.7%	91.2%	47.1%	23.5%	23.5%	-	-
	51店舗以上	31	16.1%	87.1%	58.1%	38.7%	22.6%	-	3.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	109	12.8%	65.1%	32.1%	13.8%	12.8%	2.8%	11.9%
	中規模店舗中心型	62	14.5%	66.1%	37.1%	17.7%	9.7%	1.6%	11.3%
	大規模店舗中心型	59	16.9%	84.7%	47.5%	35.6%	23.7%	1.7%	1.7%
	複合型	45	20.0%	80.0%	37.8%	33.3%	24.4%	2.2%	8.9%
都市区分	都市圏	75	21.3%	73.3%	38.7%	10.7%	2.7%	5.3%	9.3%
	地方圏	200	13.0%	71.5%	37.0%	27.0%	21.5%	1.0%	9.0%

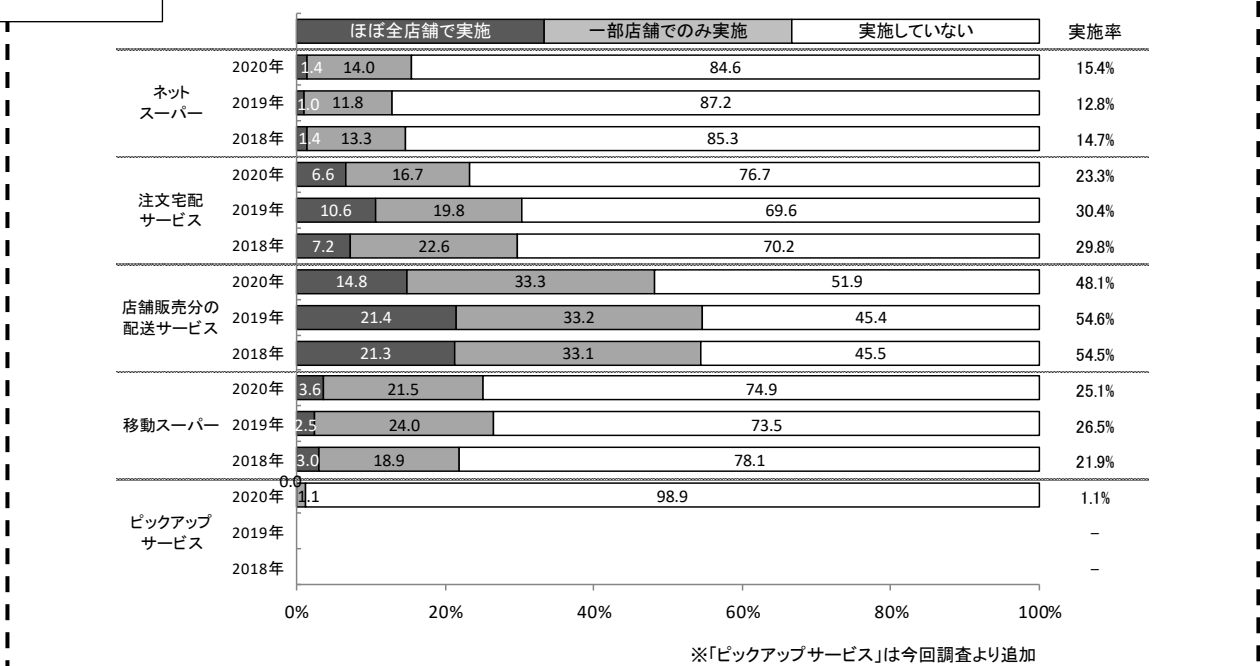
(2) 店舗外販売・配送

1 店舗外販売・配送サービスの実施率

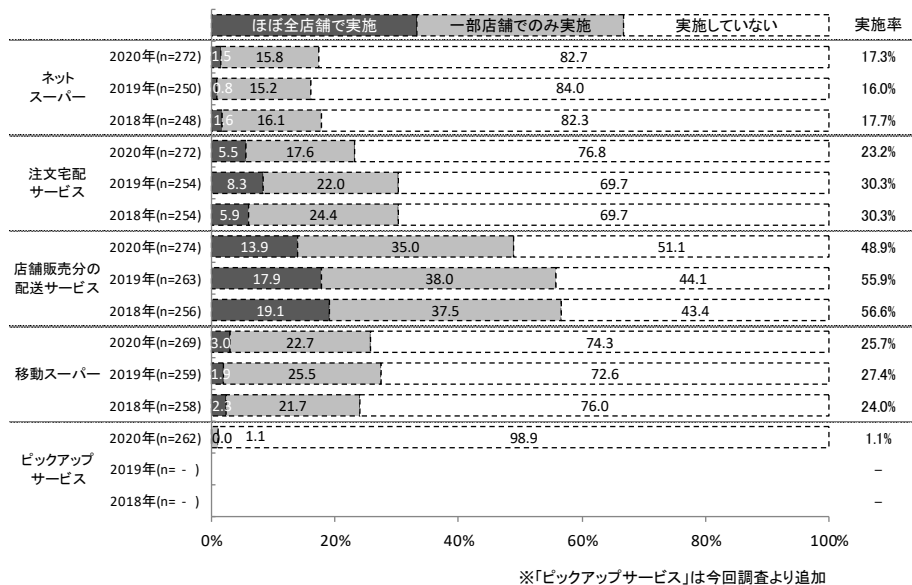
- 店舗販売分の配送サービスの実施率（一部店舗含む）が最も高く 48.1%。
- 都市圏で店舗販売分の配送サービスの実施率が高い。

店舗外販売・配送サービスの実施率をみると、店舗販売分の配送サービスは実施率（「ほぼ全店舗で実施」「一部店舗でのみ実施」の割合の合計）48.1%で実施されている。一方、移動スーパー実施率25.1%、FAX等で注文を受け付ける注文宅配サービス実施率は23.3%。インターネットで注文を受け付けるネットスーパー実施率は15.4%と最も低い。保有店舗数別にみると、51店舗以上でネットスーパー、注文宅配サービス、店舗販売分の配送サービスの実施率が他の企業と比べて高い。都市区分別にみると、都市圏で店舗販売分の配送サービスの実施率が地方圏に比べ高い。

業界推計値 図表 4-9 店舗外販売・配送サービスの実施率



(参考) 店舗外販売・配送サービスの実施率 * 回答企業集計結果



図表 4-10 店舗外販売・配送サービスの実施率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		ネットスーパー		注文宅配サービス		店舗販売分の配送サービス		移動スーパー		ピックアップサービス	
		n	実施率	n	実施率	n	実施率	n	実施率	n	実施率
保有店舗数	1~3店舗	73	9.6%	75	28.0%	76	43.4%	73	17.8%	71	0.0%
	4~10店舗	77	9.1%	76	18.4%	78	44.9%	76	27.6%	74	2.7%
	11~25店舗	55	16.4%	54	16.7%	54	55.6%	54	35.2%	52	0.0%
	26~50店舗	34	26.5%	34	23.5%	34	41.2%	33	18.2%	33	0.0%
	51店舗以上	33	45.5%	33	33.3%	32	68.7%	33	30.3%	32	3.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	107	15.9%	106	24.5%	106	51.9%	103	26.2%	100	2.0%
	中規模店舗中心型	59	6.8%	60	20.0%	62	48.4%	59	16.9%	59	0.0%
	大規模店舗中心型	59	32.2%	59	18.6%	60	50.0%	60	26.7%	57	1.8%
	複合型	47	14.9%	47	29.8%	46	41.3%	47	34.0%	46	0.0%
都市区分	都市圏	74	16.2%	74	17.6%	75	68.0%	72	20.8%	72	2.8%
	地方圏	198	17.7%	198	25.3%	199	41.7%	197	27.4%	190	0.5%

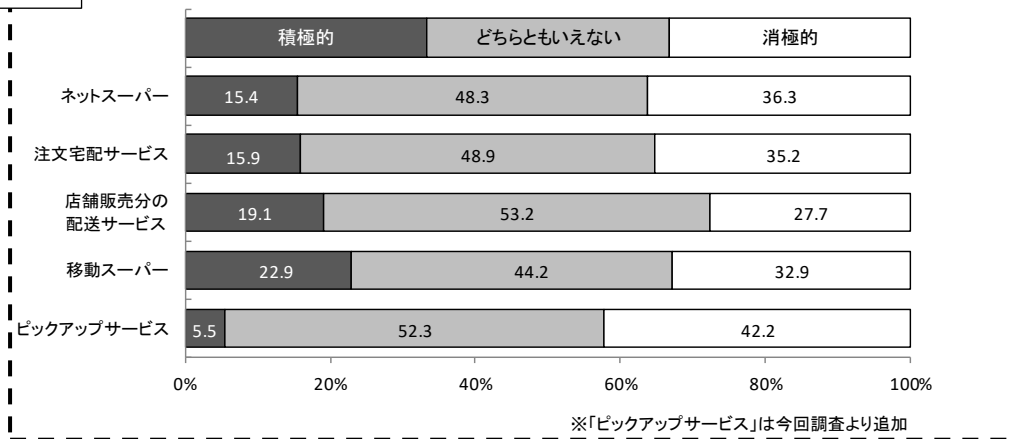
2 今後の店舗外販売・配送サービスの実施意向

- 移動スーパー、店舗販売分の配送サービスの実施意向が高い。

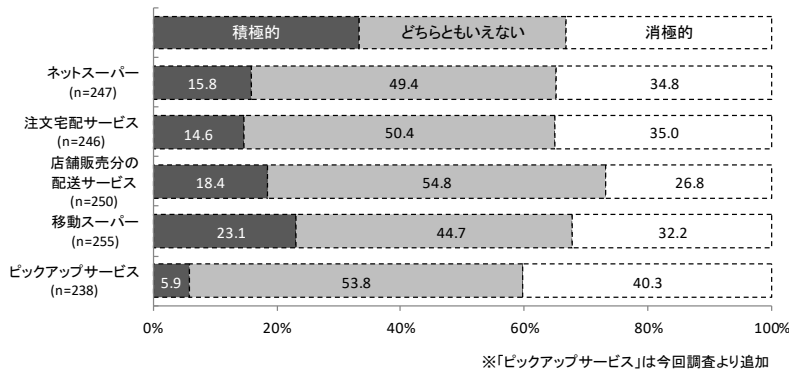
今後の店舗外販売・配送サービスの実施意向をみると、積極的に考えている企業の割合が移動スーパーで22.9%、店舗販売分の配送サービスで19.1%となっており、これらのサービスで実施意向が高い。

業界推計値

図表 4-11 今後の店舗外販売・配送サービスの実施意向



(参考) 今後の店舗外販売・配送サービスの実施意向 * 回答企業集計結果



図表 4-12 今後の店舗外販売・配送サービスの実施意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

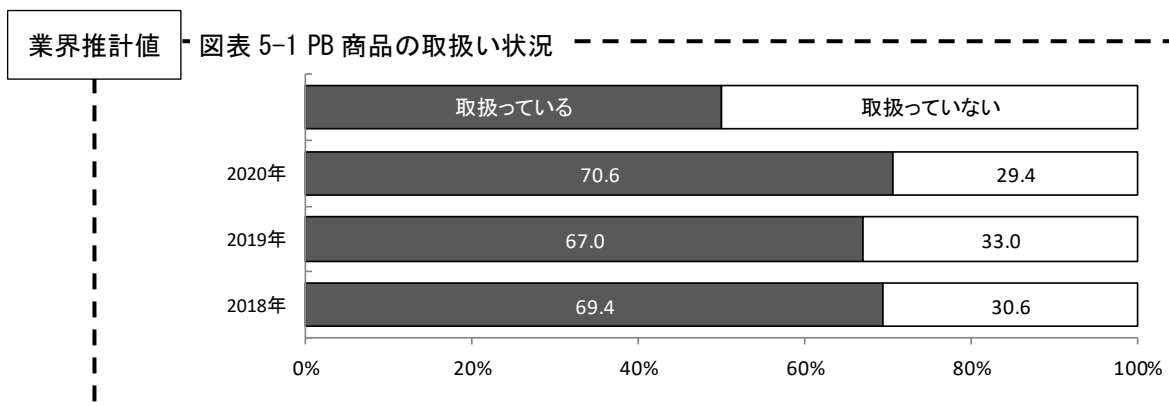
		ネットスーパー			注文宅配サービス			店舗販売分の配送サービス			移動スーパー			ピックアップサービス							
		n	積極的	どちらともいえない	消極的	n	積極的	どちらともいえない	消極的	n	積極的	どちらともいえない	消極的	n	積極的	どちらともいえない	消極的				
保有店舗数	1~3店舗	69	13.0%	47.8%	39.1%	68	23.5%	45.6%	30.9%	67	25.4%	52.2%	22.4%	69	21.7%	43.5%	34.8%	64	3.1%	51.6%	45.3%
	4~10店舗	67	16.4%	40.3%	43.3%	67	14.9%	44.8%	40.3%	68	13.2%	44.1%	42.6%	72	20.8%	41.7%	37.5%	68	5.9%	42.6%	51.5%
	11~25店舗	48	12.5%	54.2%	33.3%	49	12.2%	46.9%	40.8%	53	17.0%	56.6%	26.4%	51	25.5%	49.0%	25.5%	46	8.7%	54.3%	37.0%
	26~50店舗	32	12.5%	65.6%	21.9%	32	9.4%	68.8%	21.9%	32	6.3%	84.4%	9.4%	32	18.8%	59.4%	21.9%	31	9.7%	71.0%	19.4%
	51店舗以上	31	29.0%	48.4%	22.6%	30	3.3%	60.0%	36.7%	30	30.0%	50.0%	20.0%	31	32.3%	32.3%	35.5%	29	3.4%	65.5%	31.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	98	18.4%	44.9%	36.7%	98	16.3%	50.0%	33.7%	100	18.0%	53.0%	29.0%	103	17.5%	44.7%	37.9%	96	4.2%	49.0%	46.9%
	中規模店舗中心型	53	9.4%	54.7%	35.8%	53	17.0%	50.9%	32.1%	58	19.0%	48.3%	32.8%	56	23.2%	46.4%	30.4%	51	3.9%	58.8%	37.3%
	大規模店舗中心型	56	19.6%	48.2%	32.1%	56	14.3%	46.4%	39.3%	55	27.3%	54.5%	18.2%	58	25.9%	43.1%	31.0%	52	11.5%	53.8%	34.6%
	複合型	40	12.5%	55.0%	32.5%	39	7.7%	56.4%	35.9%	37	5.4%	70.3%	24.3%	38	34.2%	44.7%	21.1%	39	5.1%	59.0%	35.9%
都市区分	都市圏	63	15.9%	44.4%	39.7%	63	12.7%	50.8%	36.5%	69	27.5%	47.8%	24.6%	66	16.7%	47.0%	36.4%	62	1.6%	53.2%	45.2%
	地方圏	184	15.8%	51.1%	33.2%	183	15.3%	50.3%	34.4%	181	14.9%	57.5%	27.6%	189	25.4%	43.9%	30.7%	176	7.4%	54.0%	38.6%

5. PB商品

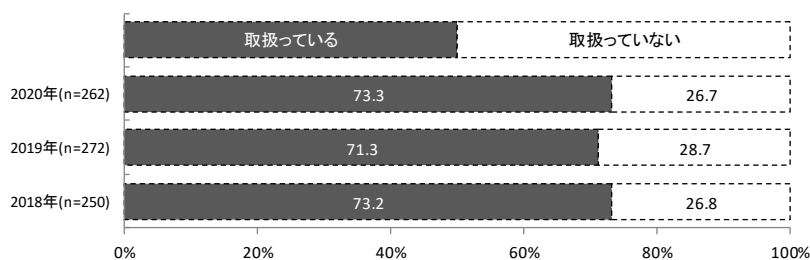
1 PB商品の取扱い状況

- 7割がPB商品を取扱っている。
- 保有店舗数4店舗以上の企業で7割を超え取扱いが多くなり、51店舗以上の企業では9割が取扱っている。

PB商品を「取扱っている」のは70.6%である。保有店舗数別にみると、4店舗以上では70%以上、51店舗以上の企業では9割が取扱っている。



(参考) PB商品の取扱い状況 * 回答企業集計結果



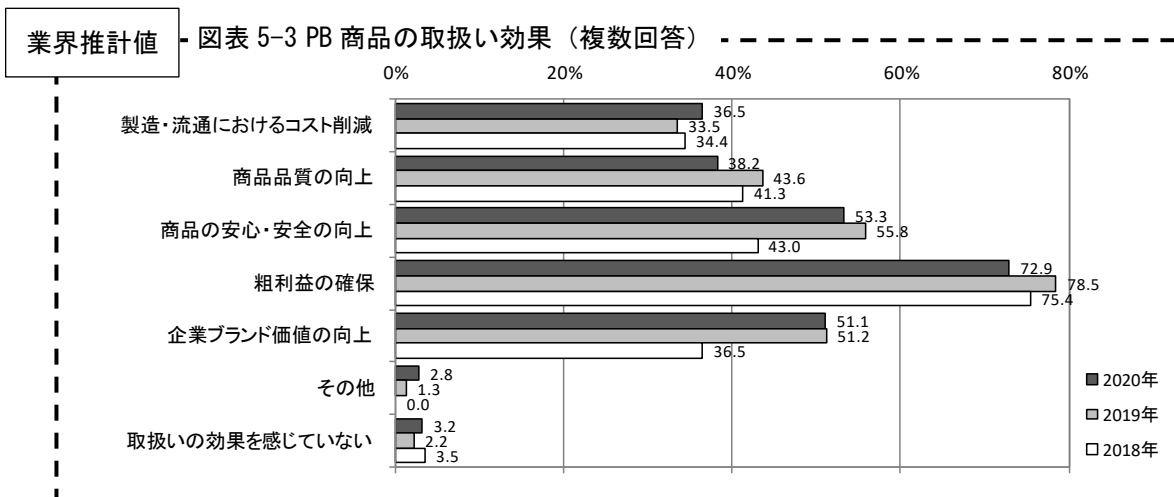
図表5-2 PB商品の取扱い状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	取扱っている	取扱っていない
保有店舗数	1~3店舗	75	53.3%	46.7%
	4~10店舗	75	74.7%	25.3%
	11~25店舗	52	82.7%	17.3%
	26~50店舗	28	85.7%	14.3%
	51店舗以上	32	90.6%	9.4%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	102	66.7%	33.3%
	中規模店舗中心型	60	75.0%	25.0%
	大規模店舗中心型	56	78.6%	21.4%
	複合型	44	79.5%	20.5%
都市区分	都市圏	71	73.2%	26.8%
	地方圏	191	73.3%	26.7%

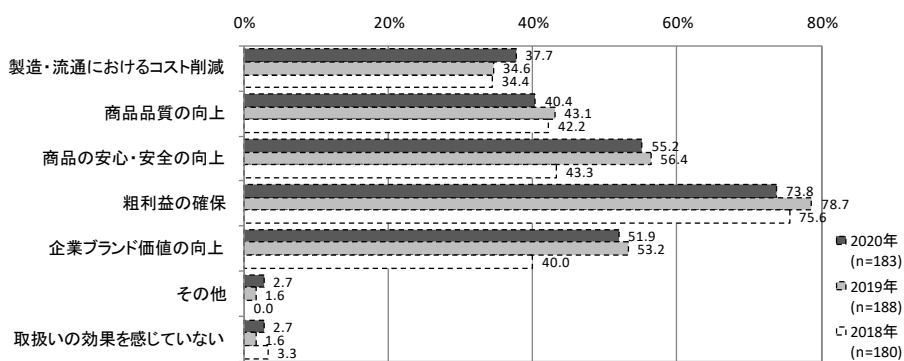
2 PB商品の取扱い効果

- PB商品の取扱い効果は、「粗利益の確保」「商品の安心・安全の向上」「企業ブランド価値の向上」。
- 「製造・流通におけるコスト削減」が前回から上昇。

PB商品の取扱い効果は、「粗利益の確保」の割合が72.9%と最も高く、次いで「商品の安心・安全の向上」(53.3%)、「企業ブランド価値の向上」(51.1%)の順となっている。前回調査から「製造・流通におけるコスト削減」(36.5%)の効果が増している。都市区別では、都市圏で「商品品質の向上」の割合が高い。



(参考) PB商品の取扱い効果（複数回答）【PB商品取扱い企業対象】 * 回答企業集計結果



図表5-4 PB商品の取扱い効果（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区別【PB商品取扱い企業対象】

		n	製造・流通におけるコスト削減	商品品質の向上	商品の安心・安全の向上	粗利益の確保	企業ブランド価値の向上	その他	取扱いの効果を感じていない
保有店舗数	1~3店舗	39	33.3%	33.3%	46.2%	64.1%	59.0%	2.6%	5.1%
	4~10店舗	53	32.1%	28.3%	49.1%	73.6%	39.6%	3.8%	5.7%
	11~25店舗	42	33.3%	38.1%	54.8%	81.0%	42.9%	2.4%	-
	26~50店舗	22	45.5%	59.1%	77.3%	77.3%	68.2%	4.5%	-
	51店舗以上	27	55.6%	63.0%	63.0%	74.1%	66.7%	-	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	67	32.8%	47.8%	49.3%	62.7%	50.7%	3.0%	4.5%
	中規模店舗中心型	42	28.6%	23.8%	45.2%	81.0%	35.7%	4.8%	-
	大規模店舗中心型	41	46.3%	43.9%	65.9%	80.5%	63.4%	2.4%	2.4%
	複合型	33	48.5%	42.4%	66.7%	78.8%	60.6%	-	3.0%
都市区分	都市圏	49	36.7%	51.0%	55.1%	69.4%	51.0%	4.1%	2.0%
	地方圏	134	38.1%	36.6%	55.2%	75.4%	52.2%	2.2%	3.0%

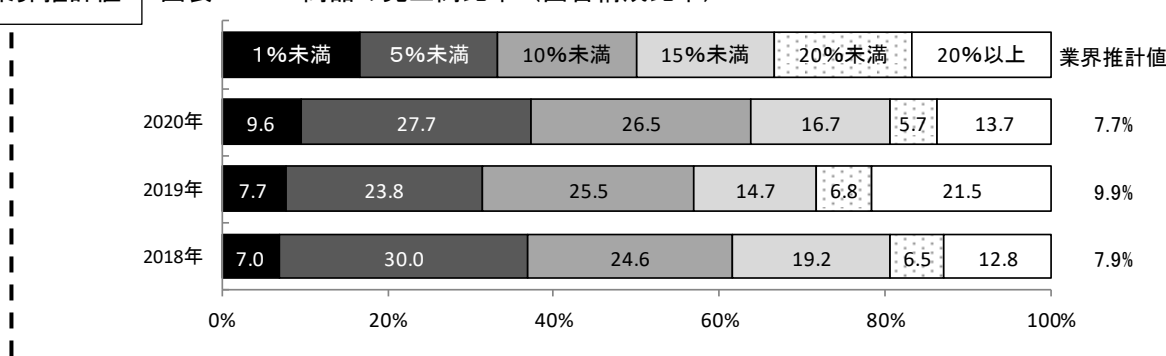
3 PB商品の売上高比率

- 総売上高に占めるPB商品売上高比率は平均7.7%。「1%以上5%未満」の割合が27.7%と最も多い。

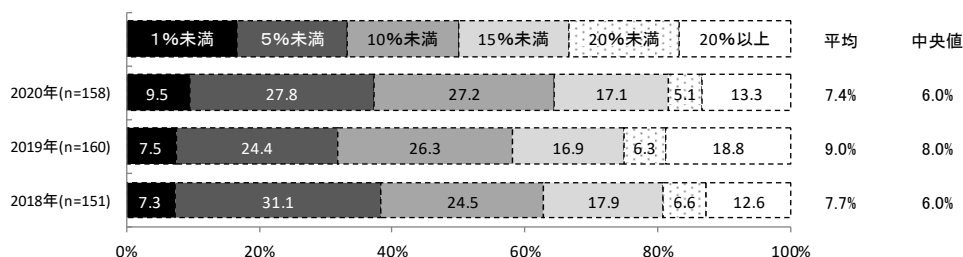
総売上高に占めるPB商品売上高比率は、全体では平均7.7%であった。回答構成比率をみると、「5%未満」の割合が27.7%と最も高く、次いで「10%未満」26.5%、「15%未満」16.7%となっている。保有店舗数別にみると、1～3店舗、51店舗以上の企業で平均売上高比率が他の企業と比べ、やや高くなっている。

業界推計値

図表 5-5 PB商品の売上高比率（回答構成比率）



(参考) PB商品の売上高比率（回答構成比率）【PB商品取扱い企業対象】 *回答企業集計結果



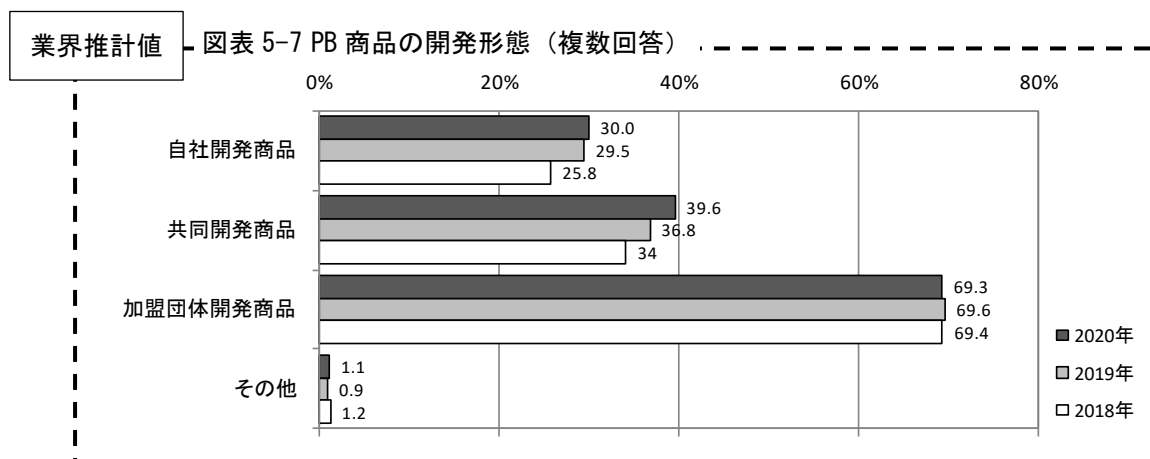
図表5-6 PB商品の売上高比率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

		n	平均値	中央値
保有店舗数	1～3店舗	36	8.8%	6.1%
	4～10店舗	52	6.8%	5.0%
	11～25店舗	39	7.9%	6.0%
	26～50店舗	24	6.3%	4.7%
	51店舗以上	23	8.5%	7.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	65	7.8%	6.0%
	中規模店舗中心型	35	8.7%	7.0%
	大規模店舗中心型	44	5.9%	5.2%
	複合型	30	8.0%	7.0%
都市区分	都市圏	43	8.4%	7.2%
	地方圏	131	7.1%	5.4%

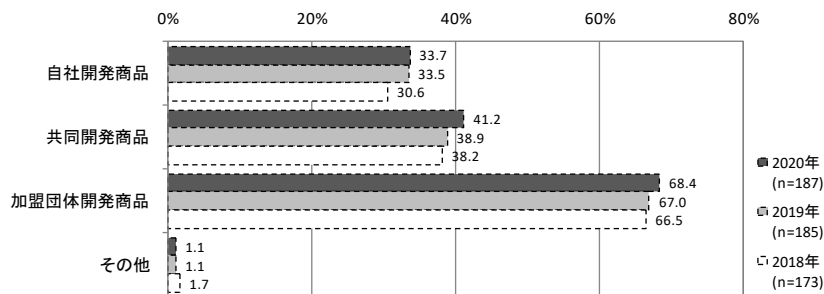
4 PB商品の開発形態

- PB商品の開発形態は、「加盟団体開発商品」が70%近くを占めて最も多い。
- 保有店舗数26店舗以上の企業は「自社開発商品」「共同開発商品」の割合が高い。

取扱いPB商品の開発形態は、全体では「加盟団体開発商品」が69.3%と最も多く、次いで「共同開発商品」(39.6%)、「自社開発商品」(30.0%)の順となっている。保有店舗数が多くなるほど、「自社開発商品」「共同開発商品」の割合が高くなる傾向がみられる。26店舗以上の企業では「自社開発商品」「共同開発商品」の割合が他の企業に比べて高くなっている。



(参考) PB商品の開発形態（複数回答）【PB商品取扱い企業対象】 * 回答企業集計結果



図表5-8 PB商品の開発形態（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

		n	自社開発商品	共同開発商品	加盟団体開発商品	その他
保有店舗数	1~3店舗	39	17.9%	33.3%	74.4%	-
	4~10店舗	56	16.1%	37.5%	66.1%	1.8%
	11~25店舗	42	35.7%	35.7%	76.2%	2.4%
	26~50店舗	23	60.9%	52.2%	56.5%	-
	51店舗以上	27	66.7%	59.3%	63.0%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	67	22.4%	44.8%	61.2%	3.0%
	中規模店舗中心型	44	31.8%	40.9%	65.9%	-
	大規模店舗中心型	44	54.5%	38.6%	77.3%	-
	複合型	32	31.3%	37.5%	75.0%	-
都市区分	都市圏	51	43.1%	45.1%	62.7%	2.0%
	地方圏	136	30.1%	39.7%	70.6%	0.7%

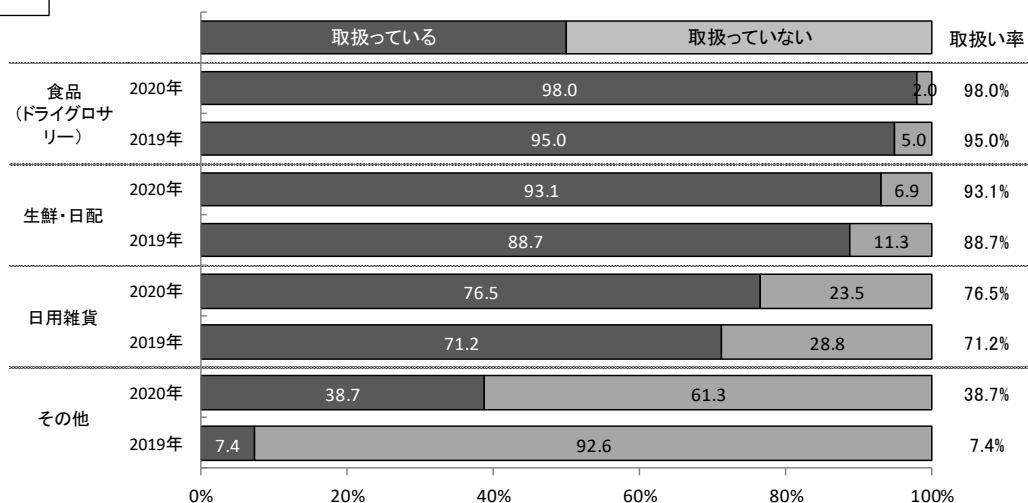
5 PB 商品の 카테고리ごとの取扱いの有無

- 現在取扱っているPB商品は、「食品（ドライグロサリー）」が最も多く、次いで、「生鮮・日配」。

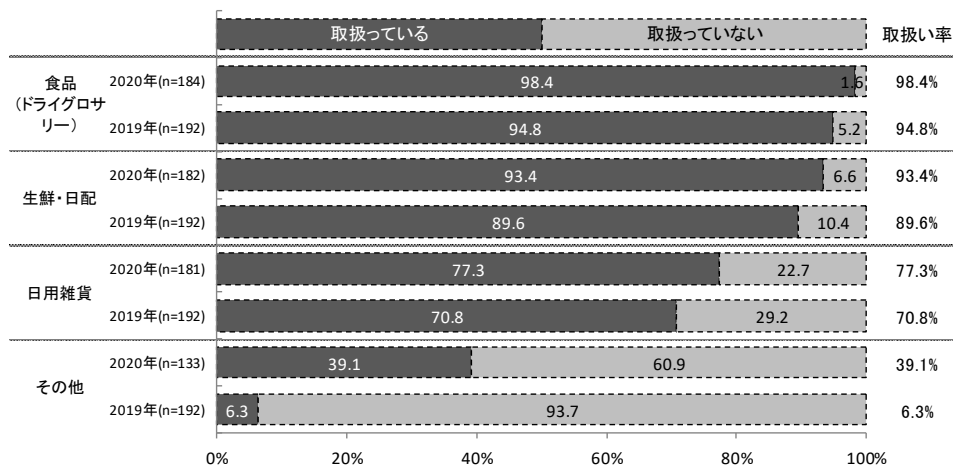
現在取扱っているPB商品については、「食品（ドライグロサリー）」が98.0%と最も多く、次いで「生鮮・日配」、「日用雑貨」の順となっている。保有店舗数別にみると、1~3店舗、26~50店舗の企業で「日用雑貨」の割合が60%前後となり、他の企業に比べて低くなっている。

業界推計値

図表 5-9 PB 商品の 카테고리ごとの取扱いの有無



(参考) PB 商品の 카테고리ごとの取扱いの有無【PB 商品取扱い企業対象】 * 回答企業集計結果



図表5-10 PB商品の 카테고리ごとの取扱いの有無/

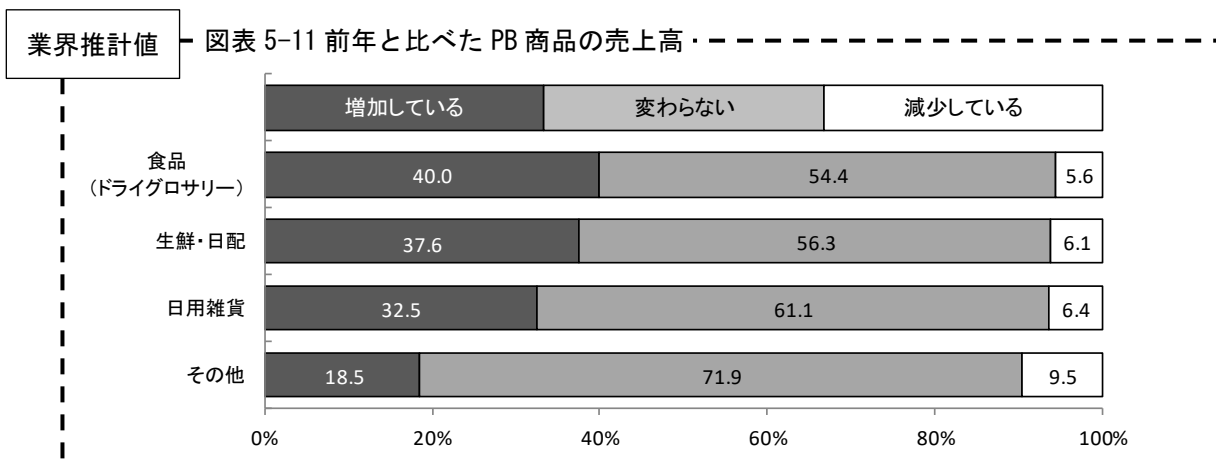
保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

		食品(ドライグロサリー)		生鮮・日記		日用雑貨		その他	
		n	取扱い率	n	取扱い率	n	取扱い率	n	取扱い率
保有店舗数	1~3店舗	38	94.7%	38	89.5%	37	59.5%	26	30.8%
	4~10店舗	53	98.1%	52	92.3%	52	82.7%	38	36.8%
	11~25店舗	42	100.0%	42	97.6%	42	90.5%	34	52.9%
	26~50店舗	22	100.0%	21	90.5%	21	61.9%	16	31.3%
	51店舗以上	29	100.0%	29	96.6%	29	82.8%	19	36.8%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	67	95.5%	66	87.9%	66	71.2%	50	38.0%
	中規模店舗中心型	43	100.0%	42	90.5%	42	73.8%	27	37.0%
	大規模店舗中心型	40	100.0%	41	100.0%	40	92.5%	31	45.2%
	複合型	34	100.0%	33	100.0%	33	75.8%	25	36.0%
都市区分	都市圏	51	98.0%	50	96.0%	50	78.0%	34	35.3%
	地方圏	133	98.5%	132	92.4%	131	77.1%	99	40.4%

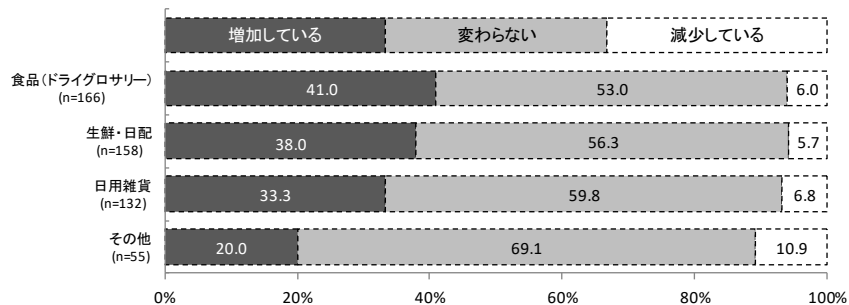
6 前年と比べたPB商品の売上高

- 前年と比べたPB商品の売上高が「増加している」の割合は3割～4割。
- 保有店舗数51店舗以上の企業では各カテゴリーの「増加している」の割合が高くなっている。

前年と比べたPB商品売上高は、全体では「変わらない」の割合が半数と最も高く、「増加」を上回っている。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業で、その他を除く各カテゴリーの「増加している」割合が半数を超えて高い。



(参考) 前年と比べたPB商品の売上高【PB商品取扱い企業対象】 *回答企業集計結果



図表5-12 前年と比べたPB商品の売上高/

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

		食品(ドライグロサリー)				生鮮・日配			
		n	増加している	変わらない	減少している	n	増加している	変わらない	減少している
保有店舗数	1~3店舗	36	36.1%	61.1%	2.8%	35	45.7%	42.9%	11.4%
	4~10店舗	48	35.4%	56.3%	8.3%	46	30.4%	65.2%	4.3%
	11~25店舗	39	41.0%	56.4%	2.6%	38	23.7%	73.7%	2.6%
	26~50店舗	20	35.0%	50.0%	15.0%	17	47.1%	41.2%	11.8%
	51店舗以上	23	65.2%	30.4%	4.3%	22	59.1%	40.9%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	59	42.4%	47.5%	10.2%	56	37.5%	53.6%	8.9%
	中規模店舗中心型	39	28.2%	66.7%	5.1%	34	29.4%	61.8%	8.8%
	大規模店舗中心型	37	45.9%	48.6%	5.4%	38	42.1%	55.3%	2.6%
	複合型	31	48.4%	51.6%	-	30	43.3%	56.7%	-
都市区分	都市圏	43	44.2%	48.8%	7.0%	41	29.3%	61.0%	9.8%
	地方圏	123	39.8%	54.5%	5.7%	117	41.0%	54.7%	4.3%

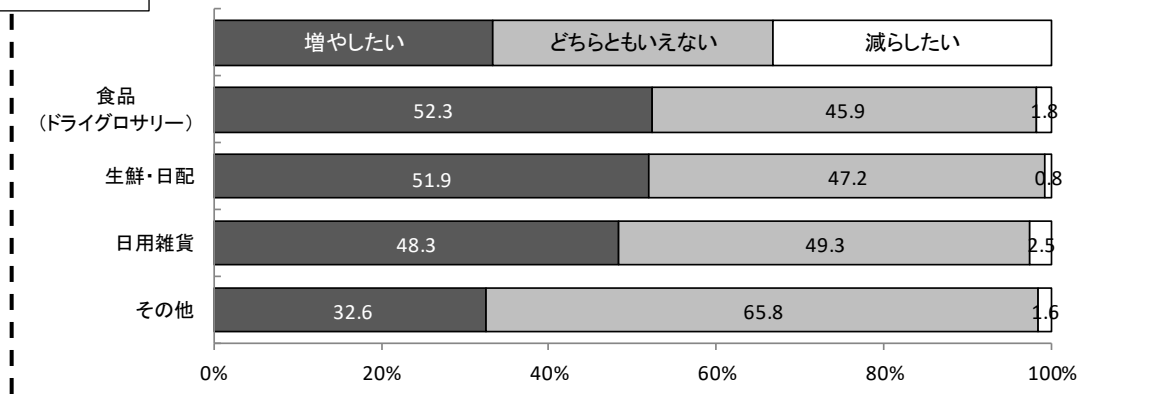
		日用雑貨				その他			
		n	増加している	変わらない	減少している	n	増加している	変わらない	減少している
保有店舗数	1~3店舗	24	37.5%	58.3%	4.2%	9	33.3%	66.7%	-
	4~10店舗	41	26.8%	68.3%	4.9%	18	-	94.4%	5.6%
	11~25店舗	35	17.1%	74.3%	8.6%	18	16.7%	72.2%	11.1%
	26~50店舗	12	33.3%	58.3%	8.3%	4	75.0%	25.0%	-
	51店舗以上	20	70.0%	20.0%	10.0%	6	33.3%	16.7%	50.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	46	32.6%	60.9%	6.5%	24	16.7%	70.8%	12.5%
	中規模店舗中心型	27	37.0%	59.3%	3.7%	9	11.1%	77.8%	11.1%
	大規模店舗中心型	35	28.6%	62.9%	8.6%	13	23.1%	69.2%	7.7%
	複合型	24	37.5%	54.2%	8.3%	9	33.3%	55.6%	11.1%
都市区分	都市圏	33	33.3%	57.6%	9.1%	11	18.2%	54.5%	27.3%
	地方圏	99	33.3%	60.6%	6.1%	44	20.5%	72.7%	6.8%

7 今後のPB商品売上高意向

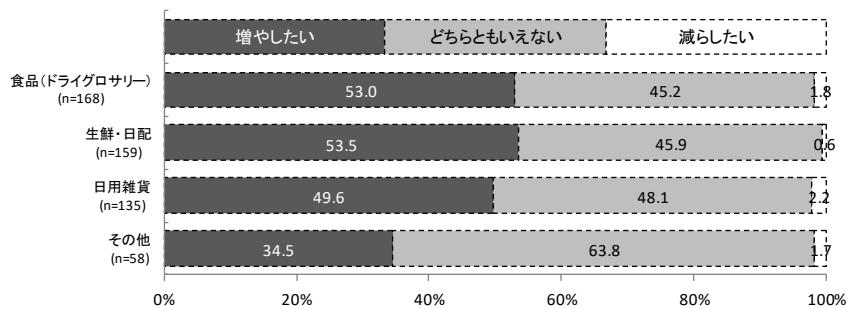
- 今後のPB商品売上高意向は、食品、生鮮・日配、日用雑貨の「増やしたい」割合は約半数。
- 都市圏では、地方圏に比べてすべてのカテゴリーの「増やしたい」割合が高い。

今後のPB商品売上高意向は、全体ではその他以外の各カテゴリーの「増やしたい」割合が約半数となっている。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業で日用雑貨、食品（ドライグロサリー）の「増やしたい」割合が他の企業と比べて高い。都市区分別では、都市圏で地方圏に比べて、すべてのカテゴリーの「増やしたい」割合が高い。

業界推計値 ・ 図表 5-13 今後のPB商品売上高意向



(参考) 今後のPB商品売上高意向【PB商品取扱い企業対象】 * 回答企業集計結果



図表5-14 今後のPB商品売上高意向/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

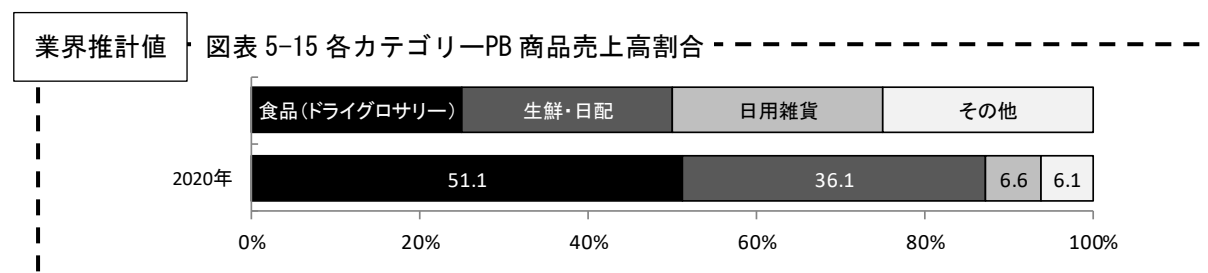
		食品(ドライグロサリー)				生鮮・日配			
		n	増やしたい	どちらともいえない	減らしたい	n	増やしたい	どちらともいえない	減らしたい
保有店舗数	1~3店舗	36	44.4%	52.8%	2.8%	33	42.4%	54.5%	3.0%
	4~10店舗	48	56.3%	41.7%	2.1%	46	52.2%	47.8%	-
	11~25店舗	39	51.3%	48.7%	-	38	52.6%	47.4%	-
	26~50店舗	20	50.0%	45.0%	5.0%	18	66.7%	33.3%	-
	51店舗以上	25	64.0%	36.0%	-	24	62.5%	37.5%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	62	56.5%	38.7%	4.8%	58	56.9%	41.4%	1.7%
	中規模店舗中心型	38	36.8%	63.2%	-	32	43.8%	56.3%	-
	大規模店舗中心型	37	56.8%	43.2%	-	38	55.3%	44.7%	-
	複合型	31	61.3%	38.7%	-	31	54.8%	45.2%	-
都市区分	都市圏	43	65.1%	34.9%	-	41	56.1%	43.9%	-
	地方圏	125	48.8%	48.8%	2.4%	118	52.5%	46.6%	0.8%

		日用雑貨				その他			
		n	増やしたい	どちらともいえない	減らしたい	n	増やしたい	どちらともいえない	減らしたい
保有店舗数	1~3店舗	24	41.7%	54.2%	4.2%	11	27.3%	72.7%	-
	4~10店舗	42	45.2%	52.4%	2.4%	19	21.1%	78.9%	-
	11~25店舗	35	45.7%	51.4%	2.9%	18	50.0%	44.4%	5.6%
	26~50店舗	13	53.8%	46.2%	-	4	100.0%	-	-
	51店舗以上	21	71.4%	28.6%	-	6	-	100.0%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	49	53.1%	42.9%	4.1%	25	44.0%	56.0%	-
	中規模店舗中心型	27	29.6%	70.4%	-	10	20.0%	80.0%	-
	大規模店舗中心型	34	52.9%	47.1%	-	12	25.0%	75.0%	-
	複合型	25	60.0%	36.0%	4.0%	11	36.4%	54.5%	9.1%
都市区分	都市圏	33	57.6%	39.4%	3.0%	11	36.4%	63.6%	-
	地方圏	102	47.1%	51.0%	2.0%	47	34.0%	63.8%	2.1%

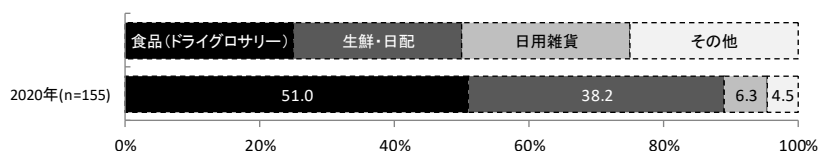
8 各カテゴリ—PB 商品売上高構成比

- PB商品のカテゴリごとの売上高構成比は、「食品」が最も高く、次いで「生鮮・日配」。

PB商品のカテゴリごとの売上高構成比をみると、「食品」が51.1%と半数を占め最も高く、「生鮮・日配」が36.1%、「日用雑貨」（6.6%）、「その他」（6.1%）となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多くなるにつれ「生鮮・日配」の割合が高くなる傾向がある。



(参考) 各カテゴリ—PB商品売上高割合【PB商品取扱い企業対象】 * 回答企業集計結果



図表5-16 各カテゴリ—PB商品売上高割合

/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

		n	食品 (ドライグロサリー)	生鮮・日配	日用雑貨	その他
保有 店舗 数	1~3店舗	34	53.7%	31.4%	5.0%	9.9%
	4~10店舗	46	55.1%	31.2%	9.5%	4.2%
	11~25店舗	33	51.5%	33.1%	6.6%	8.8%
	26~50店舗	21	41.2%	52.4%	4.7%	1.7%
	51店舗以上	21	40.2%	55.4%	3.7%	0.6%
売場 規模 タイプ	小規模店舗中心型	61	58.1%	30.6%	5.3%	6.0%
	中規模店舗中心型	33	57.6%	32.8%	7.4%	2.3%
	大規模店舗中心型	35	39.8%	47.6%	7.0%	5.6%
	複合型	26	39.7%	47.3%	7.0%	6.0%
都市 区分	都市圏	37	53.7%	40.6%	4.1%	1.5%
	地方圏	118	49.1%	36.8%	7.2%	6.9%

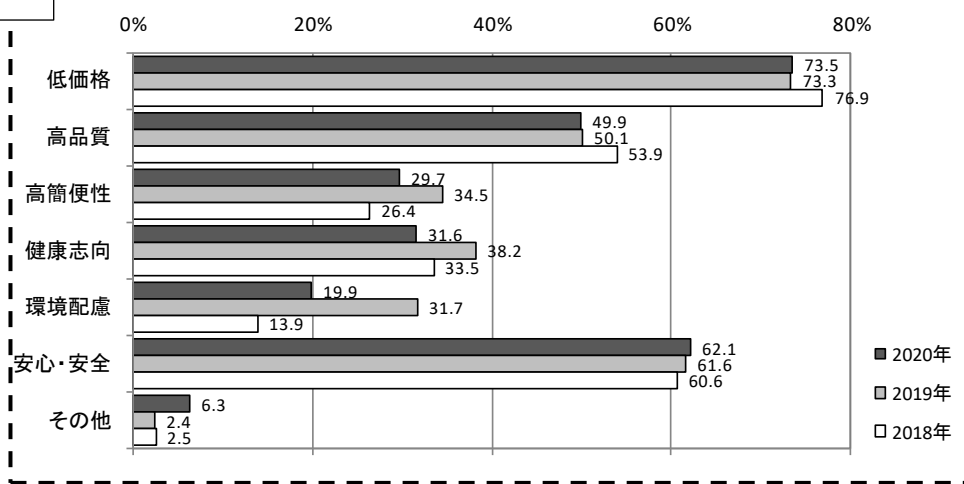
9 取扱いPB商品の位置付け

- 取扱っているPB商品について「低価格」「安心・安全」な商品と位置付けている。
- 都市圏では、「高品質」「健康志向」「安心・安全」の割合が高い。

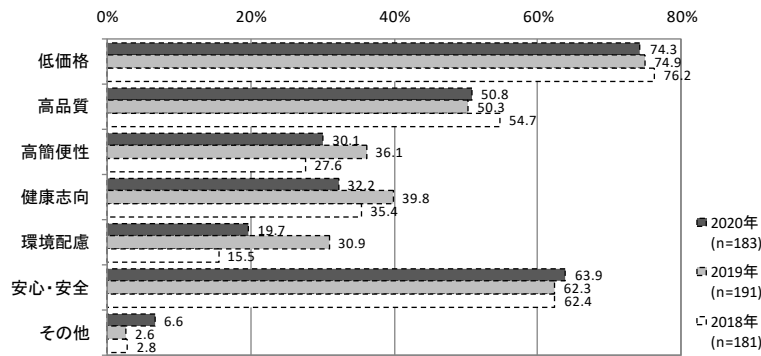
取扱っているPB商品については「低価格」が73.5%と最も多く、次いで「安心・安全」（62.1%）、「高品質」（49.9%）の順となっている。保有店舗数別にみると、11店舗以上の企業で「安心・安全」の割合が70%を超えて高い。都市区分別にみると、都市圏で「高品質」「健康志向」「安心・安全」が地方圏と比べて高くなっている。

業界推計値

図表 5-17 取扱いPB商品の位置付け（複数回答）



（参考） 取扱いPB商品の位置付け（複数回答）【PB商品取扱い企業対象】 * 回答企業集計結果



図表5-18 取扱いPB商品の位置付け（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【PB商品取扱い企業対象】

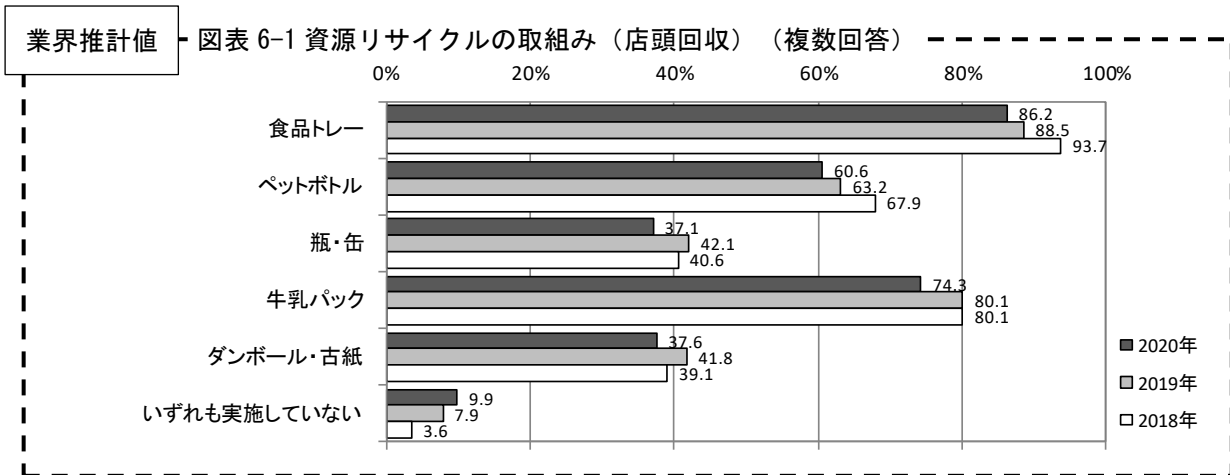
		n	低価格	高品質	高簡便性	健康志向	環境配慮	安心・安全	その他
保有店舗数	1~3店舗	39	66.7%	51.3%	33.3%	30.8%	23.1%	51.3%	5.1%
	4~10店舗	53	71.7%	45.3%	26.4%	28.3%	15.1%	56.6%	7.5%
	11~25店舗	42	81.0%	45.2%	23.8%	31.0%	23.8%	76.2%	2.4%
	26~50店舗	22	68.2%	68.2%	45.5%	36.4%	13.6%	72.7%	9.1%
	51店舗以上	27	85.2%	55.6%	29.6%	40.7%	22.2%	70.4%	11.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	67	64.2%	58.2%	23.9%	34.3%	19.4%	58.2%	4.5%
	中規模店舗中心型	42	73.8%	45.2%	28.6%	31.0%	19.0%	59.5%	9.5%
	大規模店舗中心型	41	85.4%	48.8%	31.7%	26.8%	12.2%	78.0%	7.3%
	複合型	33	81.8%	45.5%	42.4%	36.4%	30.3%	63.6%	6.1%
都市区分	都市圏	49	71.4%	59.2%	28.6%	42.9%	18.4%	67.3%	2.0%
	地方圏	134	75.4%	47.8%	30.6%	28.4%	20.1%	62.7%	8.2%

6. 環境対策

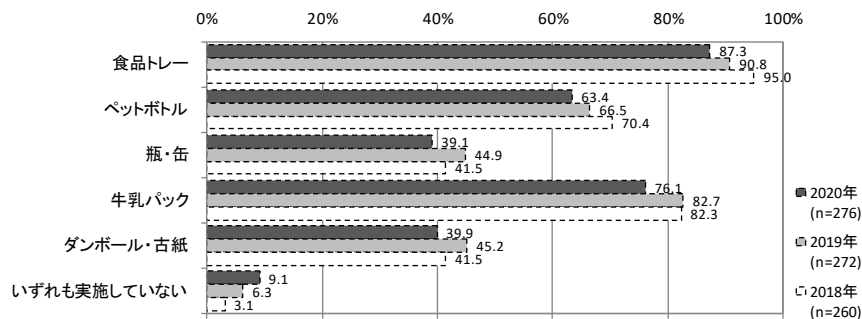
1 資源リサイクルの取組み（店頭回収）

- 店頭回収している資源リサイクルは「食品トレー」の実施率が最も高く86.2%。
- 地方圏では都市圏に比べ「瓶・缶」「ダンボール・古紙」の実施率が高い。

店頭で回収している資源のリサイクル実施率は、「食品トレー」が86.2%と最も高く、次いで「牛乳パック」（74.3%）、「ペットボトル」（60.6%）となっている。保有店舗数別にみると11店舗以上の企業では「食品トレー」の実施率が90%を超えて高い。都市区分別にみると、地方圏で「瓶・缶」「ダンボール・古紙」の実施率が都市圏に比べ高くなっている。



（参考） 資源リサイクルの取組み（店頭回収）（複数回答） * 回答企業集計結果



図表6-2 資源リサイクルの取組み（店頭回収）（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	食品トレー	ペットボトル	瓶・缶	牛乳パック	ダンボール・古紙	いずれも実施していない
保有店舗数	1~3店舗	78	82.1%	53.8%	32.1%	69.2%	32.1%	14.1%
	4~10店舗	77	81.8%	48.1%	26.0%	63.6%	28.6%	11.7%
	11~25店舗	55	94.5%	69.1%	45.5%	87.3%	38.2%	3.6%
	26~50店舗	33	93.9%	87.9%	48.5%	81.8%	51.5%	6.1%
	51店舗以上	33	93.9%	87.9%	66.7%	97.0%	75.8%	3.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	108	79.6%	50.9%	25.9%	67.6%	25.0%	13.9%
	中規模店舗中心型	61	86.9%	55.7%	32.8%	68.9%	37.7%	9.8%
	大規模店舗中心型	59	98.3%	81.4%	64.4%	88.1%	61.0%	1.7%
	複合型	48	91.7%	79.2%	45.8%	89.6%	50.0%	6.3%
都市区分	都市圏	73	83.6%	61.6%	28.8%	71.2%	30.1%	12.3%
	地方圏	203	88.7%	64.0%	42.9%	77.8%	43.3%	7.9%

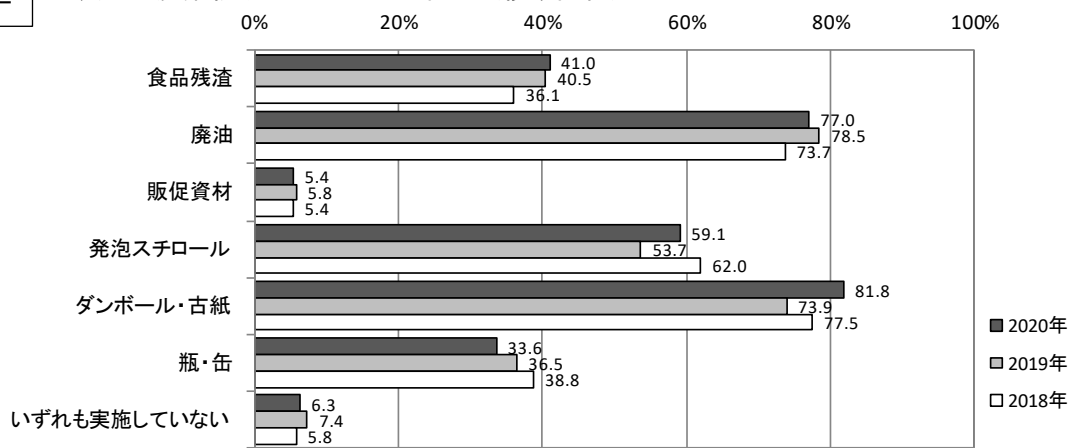
2 廃棄物リサイクルの取組み

- 廃棄物リサイクルの取組みは「ダンボール・古紙」の実施率が最も高く、次いで「廃油」の順。
- 都市圏では、「販促資材」を除いた品目で地方圏に比べ実施率が高くなっている。

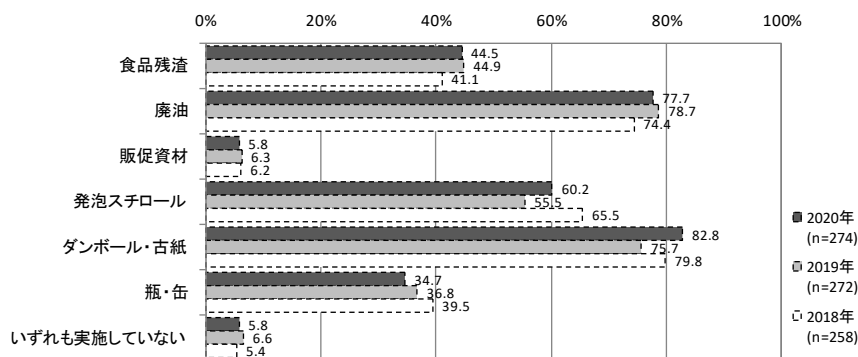
店舗から発生する廃棄物のリサイクル実施率は、「ダンボール・古紙」が81.8%と最も高く、次いで「廃油」（77.0%）、「発泡スチロール」（59.1%）の順となっている。一方で「販促資材」は実施率5.4%と低い。都市圏では、「販促資材」を除いた品目の実施率が地方圏に比べ高くなっている。

業界推計値

図表 6-3 廃棄物リサイクルの取組み（複数回答）



（参考） 廃棄物リサイクルの取組み（複数回答） * 回答企業集計結果



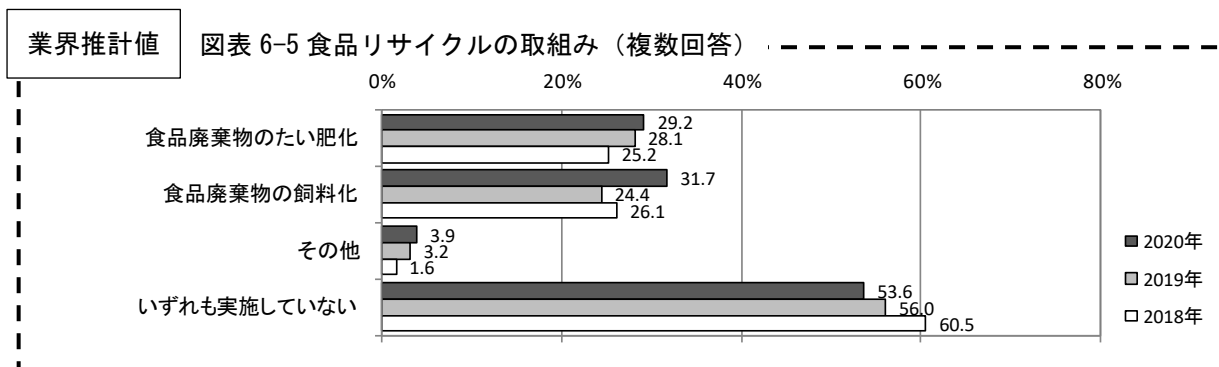
図表6-4 廃棄物リサイクルの取組み（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市圏別

		n	食品残渣	廃油	販促資材	発泡スチロール	ダンボール・古紙	瓶・缶	いずれも実施していない
保有店舗数	1~3店舗	77	24.7%	67.5%	6.5%	55.8%	75.3%	35.1%	11.7%
	4~10店舗	77	37.7%	84.4%	-	53.2%	83.1%	19.5%	1.3%
	11~25店舗	55	50.9%	80.0%	3.6%	63.6%	87.3%	41.8%	7.3%
	26~50店舗	33	60.6%	72.7%	6.1%	60.6%	87.9%	39.4%	6.1%
	51店舗以上	32	81.3%	87.5%	21.9%	81.3%	87.5%	53.1%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	109	36.7%	75.2%	4.6%	54.1%	78.9%	26.6%	9.2%
	中規模店舗中心型	61	42.6%	75.4%	3.3%	55.7%	85.2%	24.6%	3.3%
	大規模店舗中心型	59	54.2%	84.7%	10.2%	74.6%	86.4%	55.9%	1.7%
	複合型	45	53.3%	77.8%	6.7%	62.2%	84.4%	40.0%	6.7%
都市圏別	都市圏	72	54.2%	80.6%	5.6%	62.5%	87.5%	43.1%	2.8%
	地方圏	202	41.1%	76.7%	5.9%	59.4%	81.2%	31.7%	6.9%

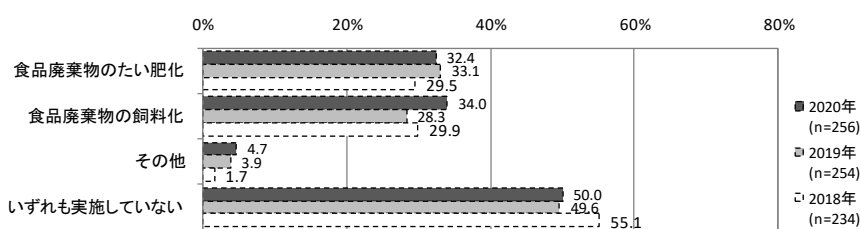
3 食品リサイクルの取組み

- 約30%の企業が食品廃棄物の飼料化やたい肥化に取り組んでいる。
- 店舗数が多い企業ほどたい肥化、飼料化に取り組む割合が高い傾向にある。

食品リサイクルの取組みは、全体では「食品廃棄物の飼料化」が31.7%で最も多く、次いで「食品廃棄物のたい肥化」（29.2%）の順となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多くなるにつれて食品リサイクルの取組み実施率が高くなっている。



（参考） 食品リサイクルの取組み（複数回答） * 回答企業集計結果



図表6-6 食品リサイクルの取組み（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	食品廃棄物の たい肥化	食品廃棄物の 飼料化	その他	いずれも 実施していない
保有 店舗 数	1～3店舗	68	14.7%	19.1%	1.5%	72.1%
	4～10店舗	75	24.0%	30.7%	1.3%	57.3%
	11～25店舗	51	39.2%	39.2%	5.9%	39.2%
	26～50店舗	32	46.9%	43.8%	9.4%	34.4%
	51店舗以上	30	66.7%	56.7%	13.3%	16.7%
売場 規模 タイプ	小規模店舗中心型	102	26.5%	31.4%	2.9%	54.9%
	中規模店舗中心型	53	30.2%	34.0%	-	54.7%
	大規模店舗中心型	58	41.4%	36.2%	8.6%	43.1%
	複合型	43	37.2%	37.2%	9.3%	41.9%
都市 区分	都市圏	68	30.9%	44.1%	4.4%	45.6%
	地方圏	188	33.0%	30.3%	4.8%	51.6%

4 商品カテゴリー別ロス率

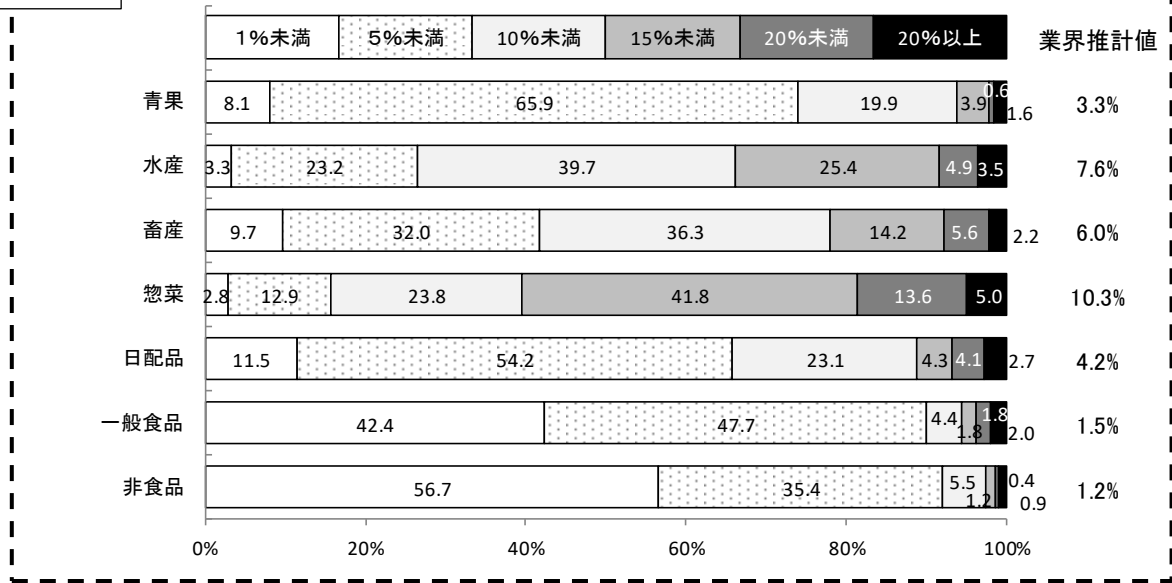
- 商品カテゴリー別ロス率平均値は惣菜が10.3%で最も高く、非食品が1.2%で最も低い。

※ロス率は売上高（実績）に対するロス高の割合。ロス率(%)=ロス高÷売上高（実績）×100で算出。

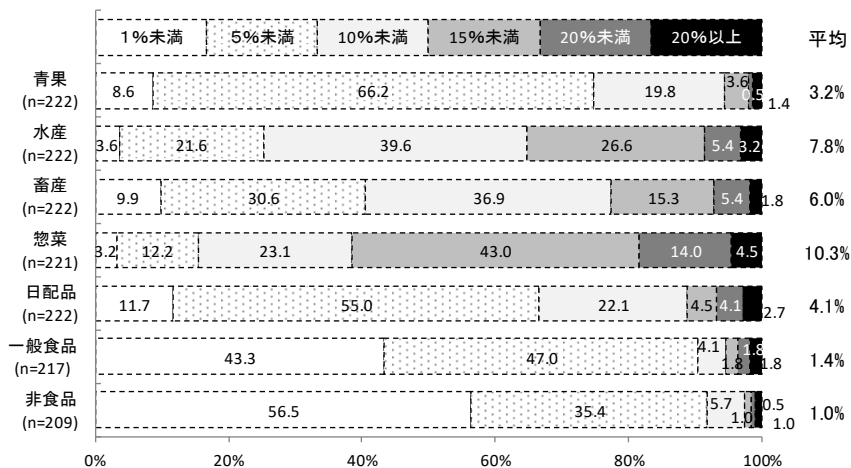
※ロス高は廃棄ロスと値引きロスを含む。

商品カテゴリー別ロス率の平均値は、「惣菜」が10.3%と最も高く、次いで「水産」（7.6%）の順となっている。一方、最も低いのは「非食品」1.2%。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業で「水産」「非食品」のロス率平均値は他の企業に比べ高く、「日配品」「一般食品」のロス率平均値は低くなっている。

業界推計値 図表 6-7 商品カテゴリー別ロス率（回答構成比率）



(参考) 商品カテゴリー別ロス率（回答構成比率） * 回答企業集計結果



図表6-8 商品カテゴリー別ロス率/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		青果			水産			畜産			惣菜		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値
全体		222	3.2%	3.0%	222	7.8%	8.0%	222	6.0%	5.5%	221	10.3%	10.6%
保有店舗数	1~3店舗	60	3.7%	3.0%	61	6.8%	6.0%	60	5.8%	5.0%	60	9.8%	10.0%
	4~10店舗	63	3.0%	2.2%	62	7.1%	7.0%	62	4.7%	4.5%	62	10.2%	10.3%
	11~25店舗	47	3.0%	3.0%	47	8.6%	9.3%	47	7.4%	6.9%	46	10.8%	11.6%
	26~50店舗	28	2.6%	2.1%	27	8.1%	8.6%	28	5.9%	6.1%	28	10.8%	12.2%
	51店舗以上	24	3.6%	3.3%	25	10.1%	10.7%	25	7.7%	7.3%	25	10.5%	10.6%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	91	3.3%	3.0%	91	7.1%	7.0%	91	5.2%	5.0%	90	10.3%	10.0%
	中規模店舗中心型	47	3.1%	2.7%	47	8.3%	8.0%	48	6.6%	5.8%	46	10.4%	11.5%
	大規模店舗中心型	50	3.0%	3.0%	51	8.8%	9.3%	50	7.1%	7.0%	51	10.7%	11.3%
	複合型	34	3.3%	3.0%	33	7.7%	7.0%	33	6.0%	5.4%	34	9.8%	10.6%
都市区分	都市圏	51	3.2%	3.0%	51	8.4%	8.5%	51	6.1%	5.6%	52	11.1%	10.4%
	地方圏	171	3.2%	3.0%	171	7.6%	8.0%	171	5.9%	5.4%	169	10.1%	10.9%

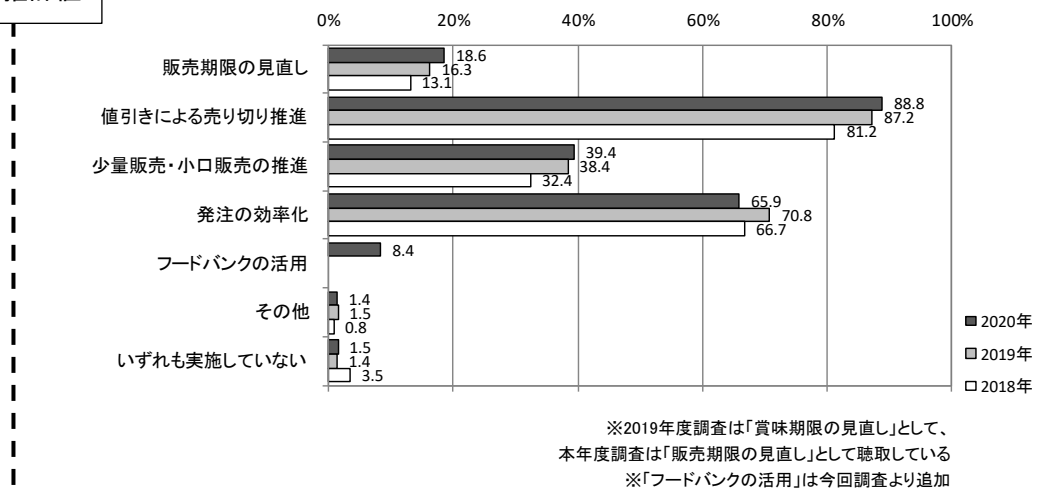
		日配品			一般食品			非食品			全カテゴリー計	
		n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値	平均	中央値
全体		222	4.1%	3.1%	217	1.4%	1.0%	209	1.0%	0.7%	4.8%	3.3%
保有店舗数	1~3店舗	61	4.4%	3.0%	60	1.7%	1.0%	58	1.2%	0.7%	4.7%	3.0%
	4~10店舗	62	3.6%	3.1%	60	1.1%	1.0%	55	0.7%	0.5%	4.3%	3.0%
	11~25店舗	47	5.1%	3.3%	45	1.7%	1.0%	46	1.0%	0.7%	5.2%	3.8%
	26~50店舗	28	4.3%	2.9%	28	1.8%	1.0%	28	1.3%	0.4%	4.7%	3.1%
	51店舗以上	24	3.0%	2.5%	24	0.9%	0.8%	22	2.8%	1.2%	5.6%	4.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	89	4.0%	3.0%	85	1.4%	1.0%	80	0.7%	0.2%	4.5%	3.0%
	中規模店舗中心型	48	4.5%	3.3%	47	2.1%	1.5%	46	1.6%	1.0%	5.1%	3.2%
	大規模店舗中心型	51	4.2%	3.0%	51	1.2%	1.0%	50	1.4%	0.8%	5.1%	3.9%
	複合型	34	4.0%	2.9%	34	1.2%	1.0%	33	1.0%	0.6%	4.6%	3.2%
都市区分	大規模店舗中心型	51	3.6%	3.0%	51	1.5%	1.0%	48	1.3%	0.5%	4.9%	4.0%
	複合型	171	4.3%	3.1%	166	1.4%	1.0%	161	1.0%	0.7%	4.7%	3.0%

5 食品ロス削減の取組み

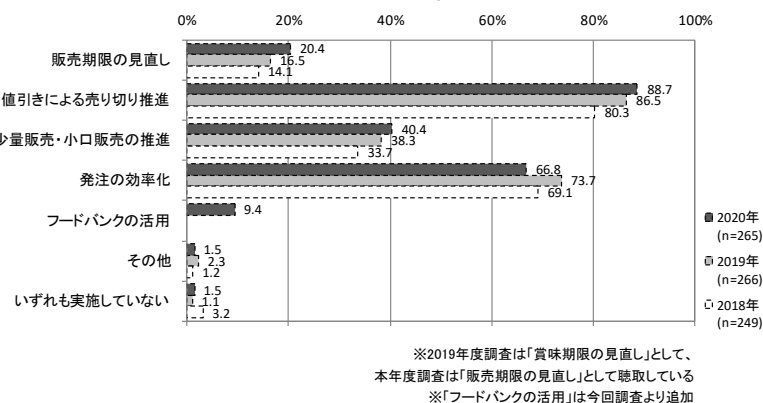
- 食品ロス削減の取組みは、「値引きによる売り切り推進」「発注の効率化」を実施。
- 保有店舗数51店舗以上の企業では「販売期限の見直し」「発注の効率化」の実施率が高い。

食品ロス削減の取組みについて、全体では「値引きによる売り切り推進」が88.8%で最も高く、次いで「発注の効率化」（65.9%）、「少量販売・小口販売の推進」（39.4%）の順が続いている。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業では「発注の効率化」「販売期限の見直し」の割合が他の企業と比べて高い。

業界推計値 - 図表 6-9 食品ロス削減の取組み（複数回答）



(参考) 食品ロス削減の取組み（複数回答） * 回答企業集計結果



図表6-10 食品ロス削減の取組み（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	販売期限の見直し	値引きによる売り切り推進	少量販売・小口販売の推進	発注の効率化	フードバンクの活用	その他	いずれも実施していない
保有店舗数	1~3店舗	73	12.3%	89.0%	34.2%	67.1%	5.5%	1.4%	1.4%
	4~10店舗	75	12.0%	88.0%	42.7%	54.7%	2.7%	1.3%	1.3%
	11~25店舗	55	25.5%	92.7%	34.5%	70.9%	16.4%	-	1.8%
	26~50店舗	32	25.0%	90.6%	50.0%	71.9%	15.6%	3.1%	3.1%
	51店舗以上	30	46.7%	80.0%	50.0%	83.3%	16.7%	3.3%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	105	19.0%	87.6%	39.0%	67.6%	4.8%	1.0%	1.0%
	中規模店舗中心型	59	11.9%	88.1%	32.2%	55.9%	6.8%	1.7%	1.7%
	大規模店舗中心型	58	32.8%	86.2%	55.2%	74.1%	19.0%	3.4%	3.4%
	複合型	43	18.6%	95.3%	34.9%	69.8%	11.6%	-	-
都市区分	都市圏	70	24.3%	85.7%	41.4%	58.6%	5.7%	1.4%	2.9%
	地方圏	195	19.0%	89.7%	40.0%	69.7%	10.8%	1.5%	1.0%

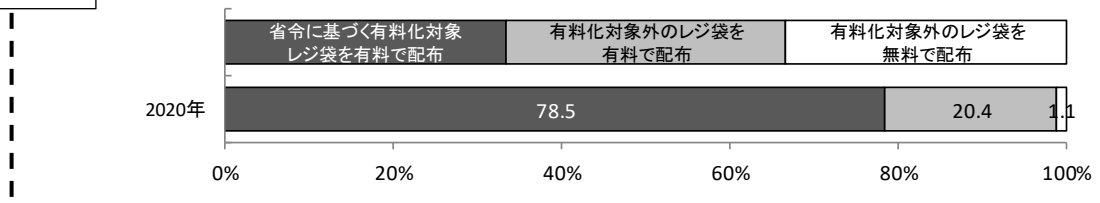
6 今年7月1日時点のレジ袋の配布状況

- 今年7月1日時点のレジ袋の配布状況は、「省令に基づく有料化対象レジ袋を有料で配布」が78.5%、「有料化対象外のレジ袋を有料で配布」が20.4%、「有料化対象外のレジ袋を無料で配布」が1.1%であった。

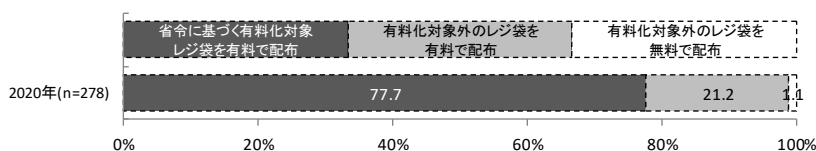
今年7月1日時点のレジ袋の配布状況は、全体では「省令に基づく有料化対象レジ袋を有料で配布」が78.5%と最も高く、「有料化対象外のレジ袋を有料で配布」が20.4%、「有料化対象外のレジ袋を無料で配布」が1.1%であった。

業界推計値

図表 6-11 今年7月1日時点のレジ袋の配布状況



(参考) 今年7月1日時点のレジ袋の配布状況 * 回答企業集計結果



図表6-12 今年7月1日時点のレジ袋の配布状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

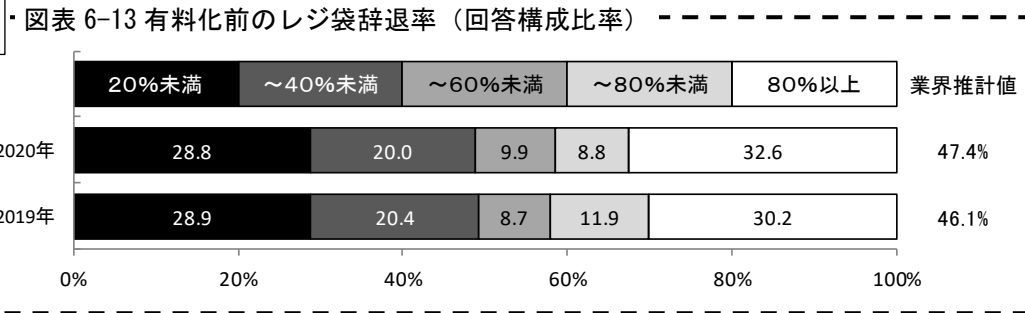
		n	省令に基づく有料化対象レジ袋を有料で配布	有料化対象外のレジ袋を有料で配布	有料化対象外のレジ袋を無料で配布
保有店舗数	1~3店舗	75	80.0%	18.7%	1.3%
	4~10店舗	80	81.3%	17.5%	1.3%
	11~25店舗	56	82.1%	17.9%	-
	26~50店舗	34	73.5%	26.5%	-
	51店舗以上	33	60.6%	36.4%	3.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	108	85.2%	14.8%	-
	中規模店舗中心型	61	72.1%	26.2%	1.6%
	大規模店舗中心型	61	68.9%	27.9%	3.3%
	複合型	48	79.2%	20.8%	-
都市区分	都市圏	73	75.3%	21.9%	2.7%
	地方圏	205	78.5%	21.0%	0.5%

7 有料化前のレジ袋辞退率

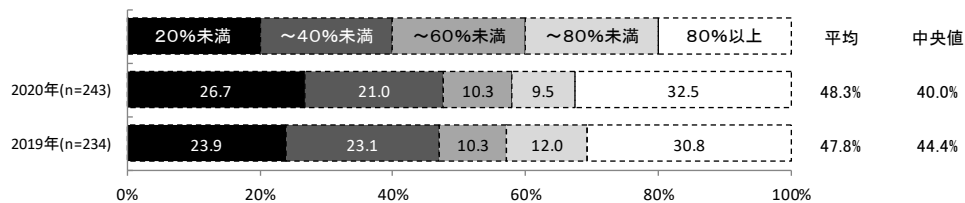
- 有料化前のレジ袋辞退率80%以上の企業が32.6%を占めており、平均辞退率は47.4%。
- 地方圏では都市圏に比べ平均辞退率が半数を超え高くなっている。

有料化前のレジ袋辞退率について、全体では「80%以上」の割合が32.6%と最も高く、次いで「20%未満」（28.8%）、「40%未満」（20.0%）であった。レジ袋辞退率は、全体では平均47.4%となっている。都市区分別にみると、地方圏では半数を超え、都市圏と比べて高い。

業界推計値



（参考） 有料化前のレジ袋辞退率（回答構成比率） * 回答企業集計結果



図表6-14 有料化前のレジ袋辞退率（回答構成比率）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	平均値	中央値
保有店舗数	1~3店舗	69	44.9%	30.0%
	4~10店舗	69	41.1%	34.0%
	11~25店舗	48	58.8%	79.0%
	26~50店舗	29	47.5%	36.0%
	51店舗以上	28	56.2%	48.9%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	96	43.3%	34.2%
	中規模店舗中心型	54	42.9%	33.1%
	大規模店舗中心型	54	53.7%	48.9%
	複合型	39	60.3%	78.0%
都市区分	都市圏	61	37.0%	34.0%
	地方圏	182	52.1%	50.0%

7. トピックス/その他

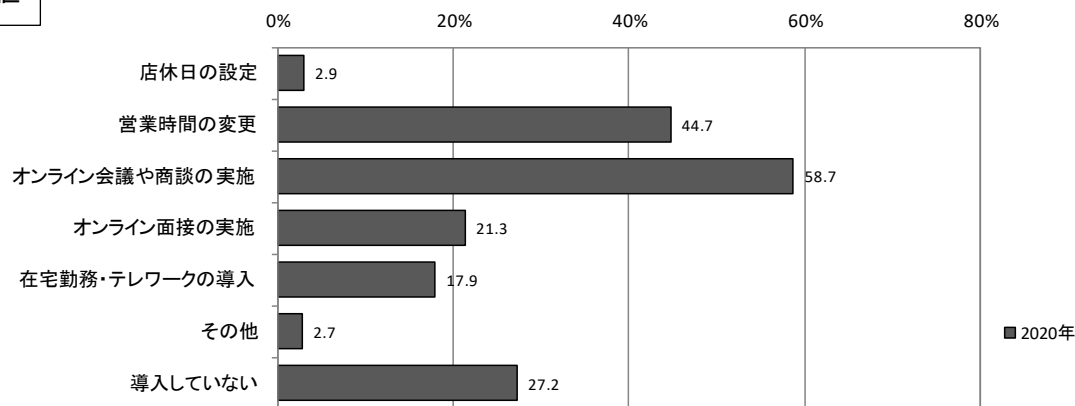
1 新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たに導入した働き方

- 新型コロナウイルス感染拡大を契機に「オンライン会議や商談の実施」の導入が多くみられる。

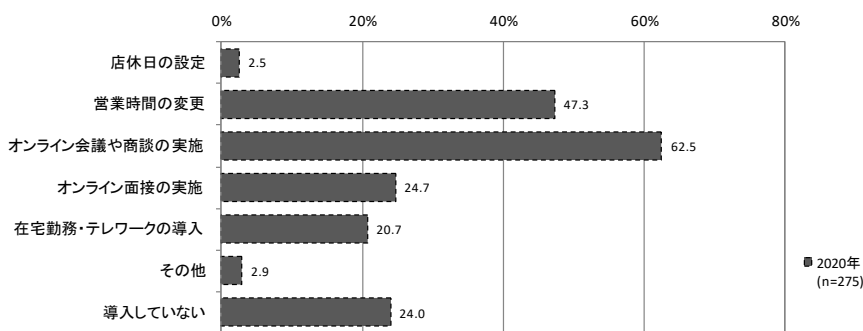
新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たに導入した働き方は、「オンライン会議や商談の実施」の割合が58.7%で最も高く、次いで「営業時間の変更」(44.7%)「オンライン面接の実施」(21.3%)「在宅勤務・テレワークの導入」(17.9%)の順となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多くなるにつれて「オンライン会議や商談の実施」「オンライン面接の実施」「在宅勤務・テレワークの導入」の導入割合が高くなっている。

業界推計値

図表 7-1 新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たに導入した働き方（複数回答）



(参考) 新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たに導入した働き方（複数回答） * 回答企業集計結果



図表7-2 新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たに導入した働き方（複数回答）

/ 保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	店休日の設定	営業時間の変更	オンライン会議や商談の実施	オンライン面接の実施	在宅勤務・テレワークの導入	その他	導入していない
保有店舗数	1~3店舗	73	5.5%	31.5%	41.1%	8.2%	5.5%	2.7%	42.5%
	4~10店舗	80	2.5%	40.0%	52.5%	13.8%	12.5%	2.5%	32.5%
	11~25店舗	55	-	61.8%	74.5%	29.1%	23.6%	-	10.9%
	26~50店舗	34	-	61.8%	85.3%	47.1%	26.5%	5.9%	5.9%
	51店舗以上	33	3.0%	60.6%	90.9%	57.6%	63.6%	6.1%	3.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	110	4.5%	40.9%	53.6%	11.8%	13.6%	4.5%	33.6%
	中規模店舗中心型	59	1.7%	47.5%	52.5%	22.0%	10.2%	1.7%	30.5%
	大規模店舗中心型	58	1.7%	58.6%	79.3%	37.9%	39.7%	3.4%	8.6%
	複合型	48	-	47.9%	75.0%	41.7%	27.1%	-	12.5%
都市区分	都市圏	74	4.1%	63.5%	66.2%	21.6%	31.1%	8.1%	18.9%
	地方圏	201	2.0%	41.3%	61.2%	25.9%	16.9%	1.0%	25.9%

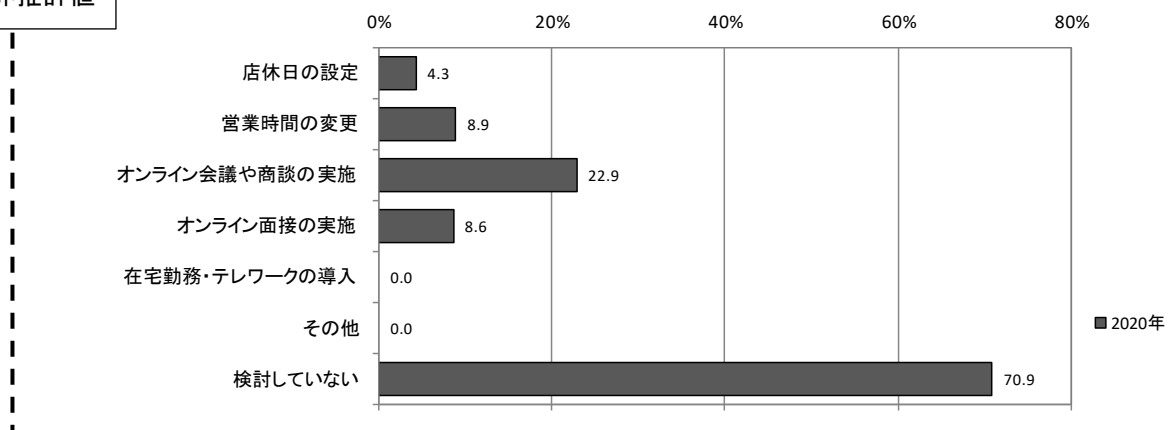
2 新型コロナウイルス感染拡大を契機に今後導入を検討している働き方

- 今後の働き方として「オンライン会議や商談の実施」が最も多く検討されている。

新型コロナウイルス感染拡大を契機に、新たに今後導入を検討している働き方は、「オンライン会議や商談の実施」の割合が22.9%で最も高く、次いで「営業時間の変更」（8.9%）、「オンライン面接の実施」（8.6%）、「店休日の設定」（4.3%）の順。都市区分別にみると、都市圏の企業で「オンライン面接の実施」の割合が、地方圏の企業で「営業時間の変更」の割合が高くなっている。

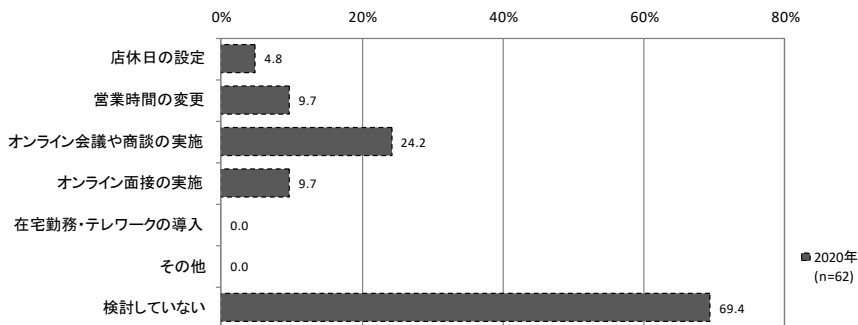
業界推計値

図表 7-3 新型コロナウイルス感染拡大を契機に今後導入を検討している働き方（複数回答）



(参考) 新型コロナウイルス感染拡大を契機に今後導入を検討している働き方（複数回答）

【現在新たな働き方を導入していない企業対象】 * 回答企業集計結果



図表 7-4 新型コロナウイルス感染拡大を契機に今後導入を検討している働き方（複数回答）

/ 保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別【現在新たな働き方を導入していない企業対象】

		n	店休日の設定	営業時間の変更	オンライン会議や商談の実施	オンライン面接の実施	在宅勤務・テレワークの導入	その他	検討していない
保有店舗数	1~3店舗	29	-	6.9%	13.8%	3.4%	-	-	82.8%
	4~10店舗	24	8.3%	8.3%	33.3%	12.5%	-	-	58.3%
	11~25店舗	6	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	-	-	50.0%
	26~50店舗	2	-	50.0%	50.0%	50.0%	-	-	50.0%
	51店舗以上	1	-	-	-	-	-	-	100.0%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	35	5.7%	8.6%	25.7%	8.6%	-	-	65.7%
	中規模店舗中心型	16	6.3%	6.3%	25.0%	12.5%	-	-	68.8%
	大規模店舗中心型	5	-	20.0%	20.0%	-	-	-	80.0%
	複合型	6	-	16.7%	16.7%	16.7%	-	-	83.3%
都市区分	都市圏	14	7.1%	-	21.4%	14.3%	-	-	71.4%
	地方圏	48	4.2%	12.5%	25.0%	8.3%	-	-	68.8%

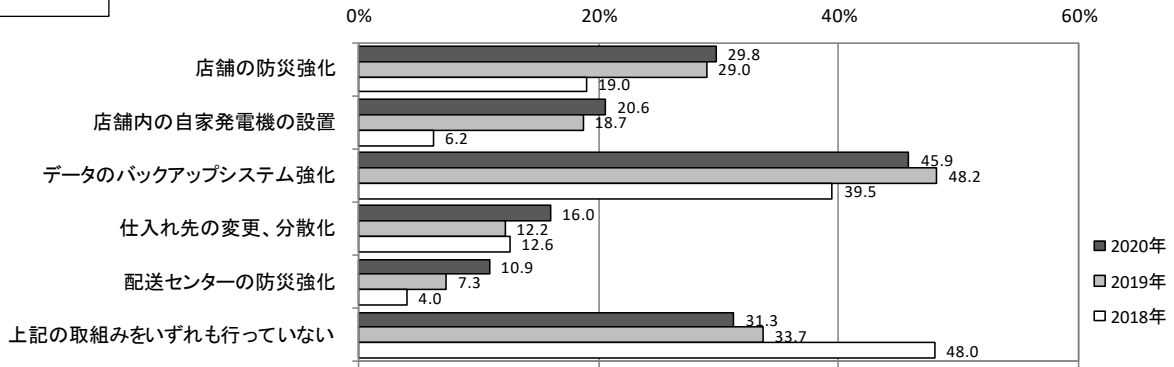
3 防災・危機対策への取組み実施状況

● 実施した取組みは「データのバックアップシステム強化」が45.9%で最も高い。

防災・危機対策への取組み実施状況は、「データのバックアップシステム強化」が45.9%と最も高く、次いで「店舗の防災強化」（29.8%）、「店舗内の自家発電機の設置」（20.6%）の順となっている。51店舗以上の企業ではすべての取組みの実施率が他の企業と比べて高い。都市区分別にみると、地方圏で「店舗内の自家発電機の設置」の割合が、都市圏では「配送センターの防災強化」の割合が高くなっている。

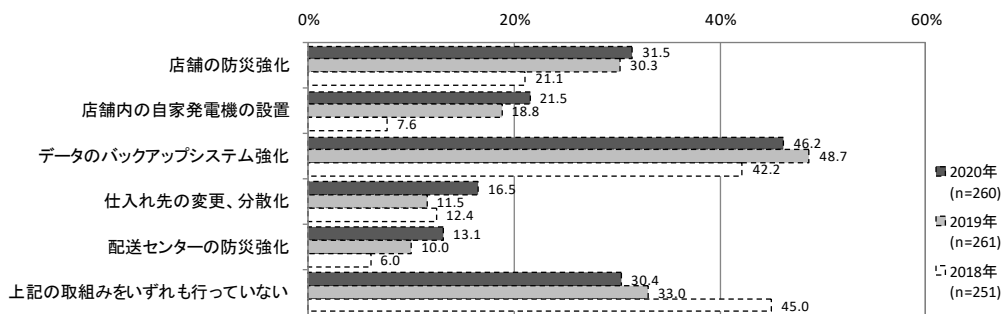
業界推計値

図表 7-5 防災・危機対策への取組み実施状況（複数回答）



※2018年度調査は「2011年東日本大震災以降」として、
本年度調査は「近年の自然災害を受け」として聴取している

(参考) 防災・危機対策への取組み実施状況（複数回答） * 回答企業集計結果



※2018年度調査は「2011年東日本大震災以降」として、
本年度調査は「近年の自然災害を受け」として聴取している

図表7-6 防災・危機対策への取組み実施状況（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	店舗の 防災強化	店舗内の 自家発電機の 設置	データの バックアップ システム強化	仕入れ先の 変更、分散化	配送センターの 防災強化	上記の取組みを いずれも行って いない
保有 店舗 数	1~3店舗	71	26.8%	19.7%	49.3%	16.9%	1.4%	32.4%
	4~10店舗	74	20.3%	12.2%	37.8%	10.8%	6.8%	39.2%
	11~25店舗	53	34.0%	26.4%	49.1%	11.3%	15.1%	24.5%
	26~50店舗	30	43.3%	23.3%	50.0%	13.3%	20.0%	26.7%
	51店舗以上	32	53.1%	37.5%	50.0%	40.6%	43.8%	18.8%
売場 規模 タイプ	小規模店舗中心型	103	24.3%	17.5%	42.7%	18.4%	9.7%	37.9%
	中規模店舗中心型	57	28.1%	17.5%	45.6%	15.8%	7.0%	29.8%
	大規模店舗中心型	58	43.1%	27.6%	58.6%	17.2%	20.7%	17.2%
	複合型	42	38.1%	28.6%	38.1%	11.9%	19.0%	31.0%
都市区 区分	都市圏	71	31.0%	16.9%	46.5%	15.5%	18.3%	29.6%
	地方圏	189	31.7%	23.3%	46.0%	16.9%	11.1%	30.7%

4 外国人利用者への対応実施状況

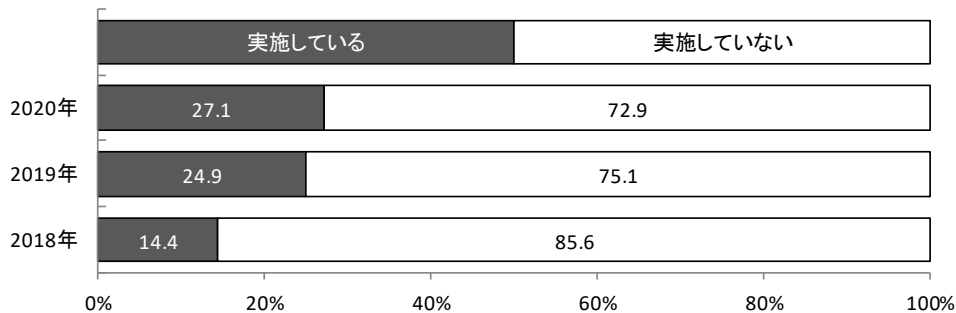
- 店舗における外国人利用者対応の実施率は27.1%。
- 「キャッシュレス対応」が最も多く、次いで「案内・商品表示の外国語表記」。
- 都市圏で「案内・商品表示の外国語表記」「キャッシュレス対応」「外国人対応店員の配置」の割合が高い。

外国人利用者対応の実施率は、全体では27.1%となっている。

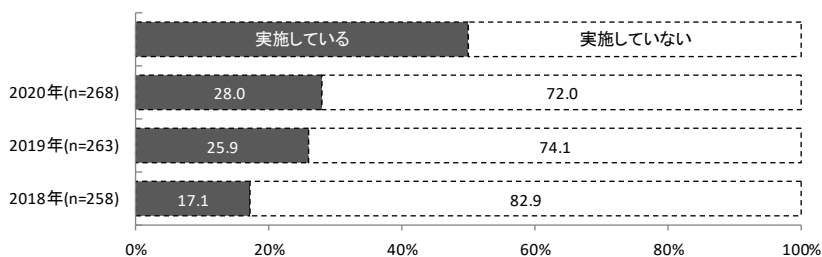
実施している取組みについては、「キャッシュレス対応」が18.1%、次いで「案内・商品表示の外国語表記」（10.9%）、「免税カウンターの設置」（6.9%）の順となっている。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業では「案内・商品表示の外国語表記」を除く項目の取組み実施率が他の企業と比べ高い。都市圏別では、都市圏で「案内・商品表示の外国語表記」「キャッシュレス対応」「外国人対応店員の配置」の割合が地方圏に比べて高い。

業界推計値

図表 7-7 外国人利用者への対応実施率

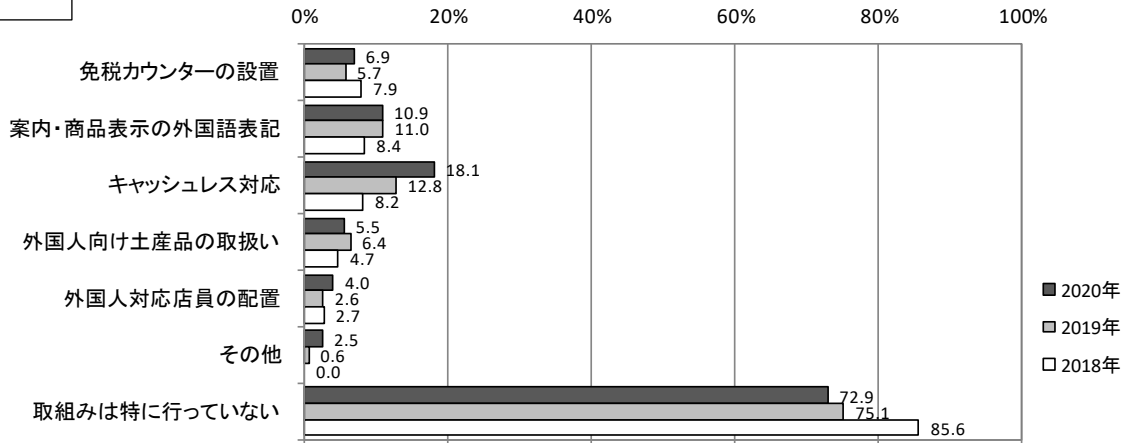


(参考) 外国人利用者への対応実施率 * 回答企業集計結果

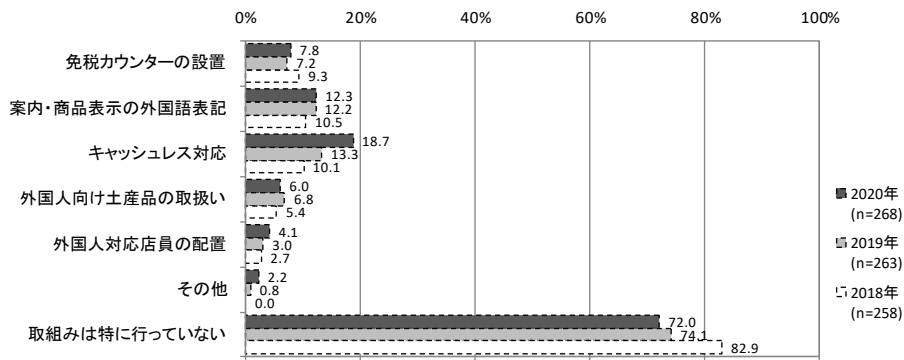


業界推計値

図表 7-8 外国人利用者への対応について実施されている取組み（複数回答）



(参考) 外国人利用者への対応について実施されている取組み（複数回答） * 回答企業集計結果



図表7-9 外国人利用者への対応について実施されている取組み（複数回答） /

保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	免税カウンター	案内・商品表示の外国語表記	キャッシュレス対応	外国人向けお土産品の取扱い	外国人対応店員の配置	その他	取組みは特に行ってない
保有店舗数	1～3店舗	75	4.0%	6.7%	18.7%	4.0%	5.3%	5.3%	72.0%
	4～10店舗	76	3.9%	9.2%	13.2%	5.3%	1.3%	-	80.3%
	11～25店舗	54	7.4%	7.4%	18.5%	1.9%	3.7%	-	74.1%
	26～50店舗	32	12.5%	28.1%	21.9%	9.4%	6.3%	-	62.5%
	51店舗以上	31	22.6%	25.8%	29.0%	16.1%	6.5%	6.5%	58.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	106	6.6%	10.4%	20.8%	6.6%	4.7%	3.8%	70.8%
	中規模店舗中心型	59	5.1%	8.5%	10.2%	3.4%	3.4%	1.7%	79.7%
	大規模店舗中心型	59	16.9%	18.6%	27.1%	8.5%	6.8%	1.7%	62.7%
	複合型	44	2.3%	13.6%	13.6%	4.5%	-	-	77.3%
都市区分	都市圏	73	6.8%	15.1%	23.3%	4.1%	5.5%	1.4%	68.5%
	地方圏	195	8.2%	11.3%	16.9%	6.7%	3.6%	2.6%	73.3%

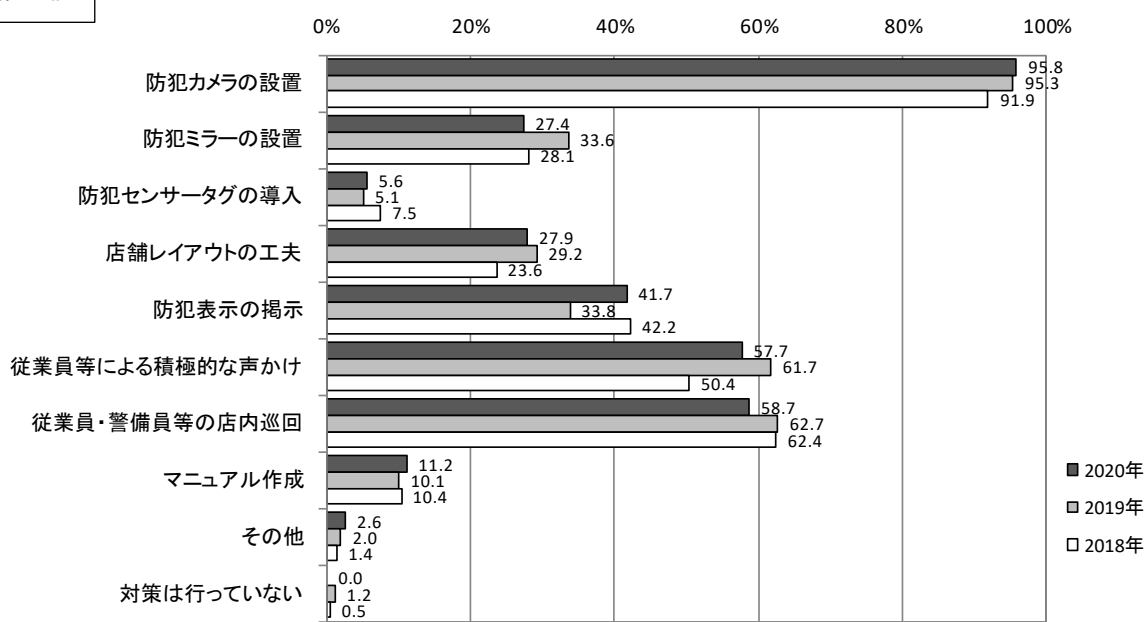
5 万引きの防止策実施状況

- 実施されている取組みは「防犯カメラの設置」が実施率95.8%で最も多い。

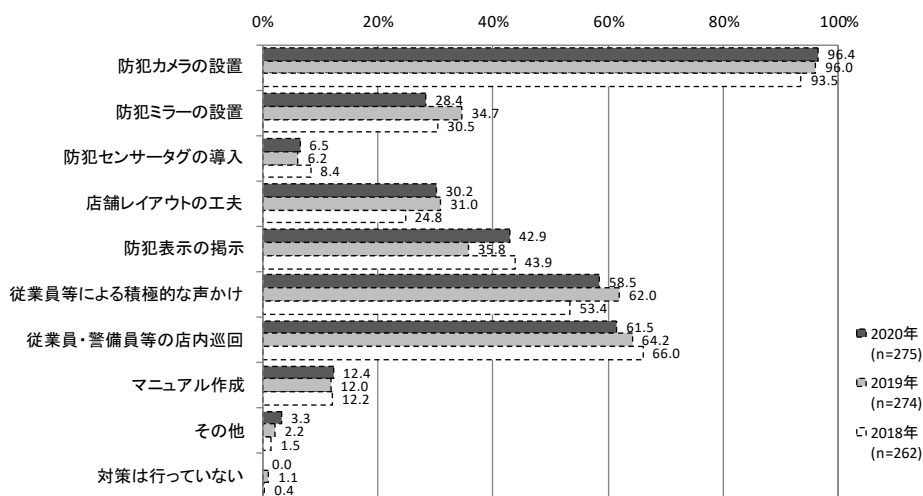
万引き防止策の実施については、「防犯カメラの設置」が95.8%で最も高く、次いで「従業員・警備員等の店内巡回」(58.7%)、「従業員等による積極的な声かけ」(57.7%)の順となっている。保有店舗数別にみると、51店舗以上では「防犯ミラーの設置」「従業員等による積極的な声かけ」「従業員・警備員等の店内巡回」などの実施率が高い。売場規模が大きい店舗で「防犯センサータグの導入」「店舗レイアウトの工夫」「防犯表示の掲示」「従業員・警備員等の店内巡回」「マニュアル作成」の割合が高くなっている。

業界推計値

図表 7-10 万引きの防止策実施状況（複数回答）



(参考) 万引きの防止策実施状況（複数回答） * 回答企業集計結果



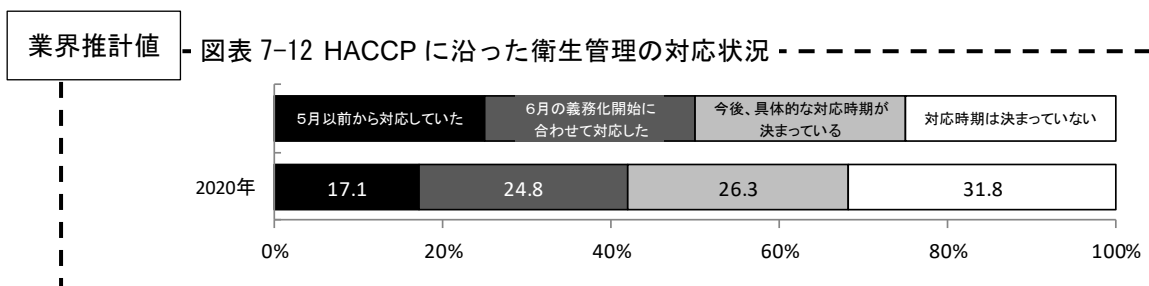
図表7-11 万引きの防止策実施状況（複数回答）/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	防犯カメラの設置	防犯ミラーの設置	防犯センサータグの導入	店舗レイアウトの工夫	防犯表示の掲示	従業員等による積極的な声かけ	従業員・警備員等の店内巡回	マニュアル作成	その他	対策は行っていない
保有店舗数	1～3店舗	75	93.3%	24.0%	4.0%	25.3%	38.7%	54.7%	48.0%	10.7%	-	-
	4～10店舗	79	94.9%	24.1%	1.3%	15.2%	36.7%	51.9%	51.9%	3.8%	1.3%	-
	11～25店舗	56	98.2%	28.6%	5.4%	32.1%	44.6%	66.1%	69.6%	14.3%	3.6%	-
	26～50店舗	33	100.0%	30.3%	15.2%	54.5%	54.5%	54.5%	78.8%	27.3%	6.1%	-
	51店舗以上	32	100.0%	46.9%	18.8%	50.0%	53.1%	75.0%	84.4%	18.8%	12.5%	-
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	109	94.5%	27.5%	3.7%	26.6%	33.9%	57.8%	51.4%	9.2%	0.9%	-
	中規模店舗中心型	61	98.4%	26.2%	6.6%	14.8%	32.8%	54.1%	55.7%	9.8%	6.6%	-
	大規模店舗中心型	59	100.0%	25.4%	11.9%	47.5%	57.6%	55.9%	81.4%	16.9%	3.4%	-
	複合型	46	93.5%	37.0%	6.5%	37.0%	58.7%	69.6%	67.4%	17.4%	4.3%	-
都市区分	都市圏	74	95.9%	33.8%	6.8%	27.0%	36.5%	66.2%	68.9%	14.9%	4.1%	-
	地方圏	201	96.5%	26.4%	6.5%	31.3%	45.3%	55.7%	58.7%	11.4%	3.0%	-

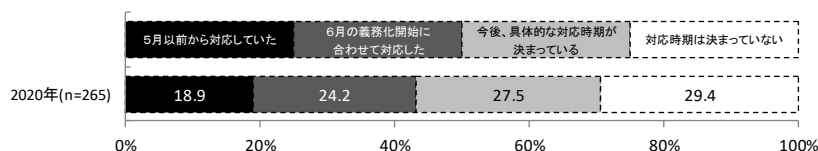
6 HACCPに沿った衛生管理の対応状況

- HACCPに沿った衛生管理の対応状況は「対応時期は決まっていない」の割合が31.8%で最も高い。

HACCPに沿った衛生管理の対応状況は「対応時期は決まっていない」の割合が31.8%で最も高く、「今後、具体的な対応時期が決まっている」(26.3%)、「6月の義務化開始に合わせて対応した」(24.8%)、「5月以前から対応していた」(17.1%)となっている。保有店舗数別にみると、51店舗以上の企業で、「5月以前から対応していた」の割合が他の企業と比べて高くなっている。



(参考) HACCP に沿った衛生管理の対応状況 * 回答企業集計結果



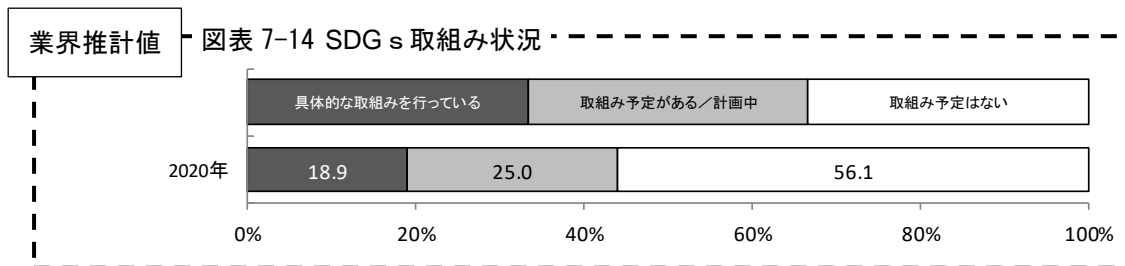
図表7-13 HACCPに沿った衛生管理の対応状況/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	5月以前から対応していた	6月の義務化開始に合わせて対応した	今後、具体的な対応時期が決まっている	対応時期は決まっていない
保有店舗数	1~3店舗	67	10.4%	31.3%	17.9%	40.3%
	4~10店舗	76	13.2%	18.4%	27.6%	40.8%
	11~25店舗	55	18.2%	29.1%	30.9%	21.8%
	26~50店舗	33	27.3%	21.2%	33.3%	18.2%
	51店舗以上	34	41.2%	17.6%	35.3%	5.9%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	106	12.3%	24.5%	26.4%	36.8%
	中規模店舗中心型	57	14.0%	22.8%	22.8%	40.4%
	大規模店舗中心型	57	21.1%	24.6%	36.8%	17.5%
	複合型	45	37.8%	24.4%	24.4%	13.3%
都市区分	都市圏	75	16.0%	25.3%	26.7%	32.0%
	地方圏	190	20.0%	23.7%	27.9%	28.4%

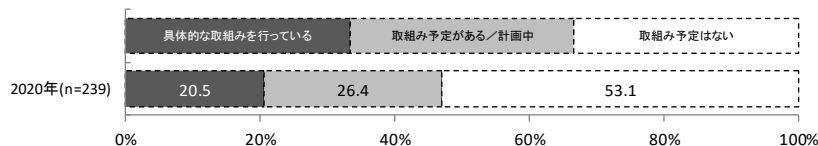
7 SDG s 取組み状況

- SDG s 取組み状況は、「取組み予定がある／計画中」が25.0%、「具体的な取組みを行っている」が18.9%。

SDG s 取組み状況は、「取組み予定がある／計画中」(25.0%)、「具体的な取組みを行っている」(18.9%)となっている。保有店舗数別にみると、店舗数が多くなるにつれて「具体的な取組みを行っている」の割合が高くなっている。



(参考) SDG s 取組み状況 * 回答企業集計結果



図表7-15 SDG s 取組み状況 / 保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	具体的な取組みを行っている	取組み予定がある／計画中	取組み予定はない
保有店舗数	1～3店舗	57	8.8%	22.8%	68.4%
	4～10店舗	71	18.3%	15.5%	66.2%
	11～25店舗	50	24.0%	32.0%	44.0%
	26～50店舗	28	25.0%	32.1%	42.9%
	51店舗以上	33	36.4%	42.4%	21.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	97	14.4%	23.7%	61.9%
	中規模店舗中心型	52	19.2%	23.1%	57.7%
	大規模店舗中心型	52	26.9%	38.5%	34.6%
	複合型	38	28.9%	21.1%	50.0%
都市区分	都市圏	69	21.7%	26.1%	52.2%
	地方圏	170	20.0%	26.5%	53.5%

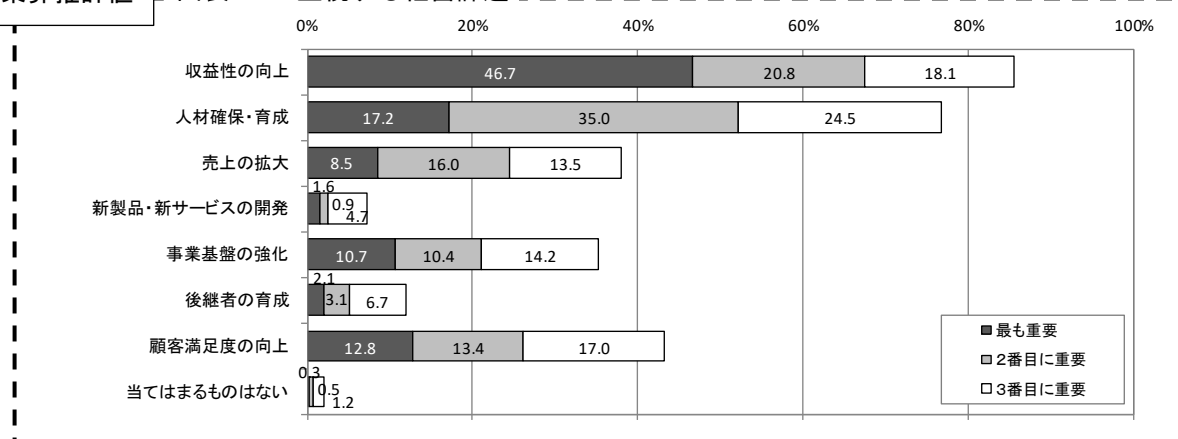
8 重視する経営課題

- 重視されている経営課題は「収益性の向上」「人材確保・育成」「顧客満足度の向上」。

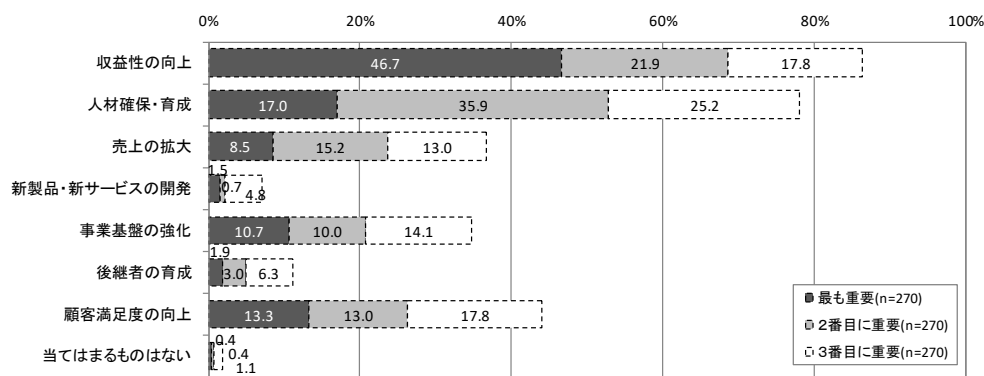
重視する経営課題について、最も重要な課題・2番目に重要な課題・3番目に重要な課題を選択した比率を合計すると、「収益性の向上」が最も多く、次いで「人材確保・育成」「顧客満足度の向上」の順となっている。最も重要な課題では「収益性の向上」46.7%が他の項目に比べて高い。保有店舗数別にみると、すべての店舗数で「収益性の向上」を最も重要な課題に掲げる企業が多く、中でも4～25店舗の企業では半数を超えている。

業界推計値

図表 7-16 重視する経営課題



(参考) 重視する経営課題 * 回答企業集計結果



図表7-17 重視する経営課題/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

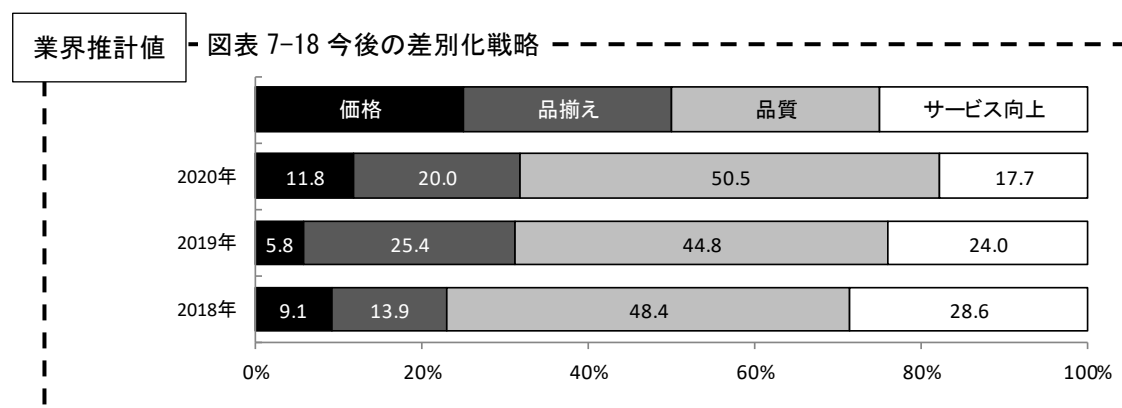
		n			収益性の向上			人材確保・育成			売上の拡大			新製品・新サービスの開発		
		最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目
保有店舗数	1～3店舗	73	73	73	42.5%	16.4%	21.9%	24.7%	26.0%	20.5%	9.6%	23.3%	17.8%	1.4%	1.4%	4.1%
	4～10店舗	79	79	79	50.6%	20.3%	13.9%	8.9%	40.5%	22.8%	8.9%	11.4%	12.7%	3.8%	1.3%	5.1%
	11～25店舗	54	54	54	51.9%	22.2%	20.4%	13.0%	40.7%	31.5%	5.6%	13.0%	9.3%	-	-	3.7%
	26～50店舗	33	33	33	36.4%	33.3%	15.2%	21.2%	42.4%	24.2%	15.2%	9.1%	15.2%	-	-	6.1%
	51店舗以上	31	31	31	48.4%	25.8%	16.1%	22.6%	32.3%	32.3%	3.2%	16.1%	6.5%	-	-	6.5%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	107	107	107	51.4%	15.9%	19.6%	14.0%	39.3%	17.8%	6.5%	16.8%	11.2%	2.8%	0.9%	6.5%
	中規模店舗中心型	59	59	59	45.8%	18.6%	20.3%	20.3%	30.5%	27.1%	5.1%	18.6%	13.6%	1.7%	-	3.4%
	大規模店舗中心型	59	59	59	37.3%	33.9%	16.9%	27.1%	32.2%	25.4%	11.9%	8.5%	16.9%	-	1.7%	5.1%
	複合型	45	45	45	48.9%	24.4%	11.1%	6.7%	40.0%	40.0%	13.3%	15.6%	11.1%	-	-	2.2%
都市区分	都市圏	71	71	71	49.3%	19.7%	15.5%	14.1%	36.6%	18.3%	4.2%	12.7%	11.3%	1.4%	-	5.6%
	地方圏	199	199	199	45.7%	22.6%	18.6%	18.1%	35.7%	27.6%	10.1%	16.1%	13.6%	1.5%	1.0%	4.5%

		n			事業基盤の強化			後継者の育成			顧客満足度の向上			当てはまるものはない		
		最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目	最も	2番目	3番目
保有店舗数	1～3店舗	73	73	73	8.2%	11.0%	13.7%	2.7%	4.1%	6.8%	11.0%	16.4%	12.3%	-	1.4%	2.7%
	4～10店舗	79	79	79	13.9%	13.9%	13.9%	3.8%	2.5%	10.1%	10.1%	10.1%	21.5%	-	-	-
	11～25店舗	54	54	54	11.1%	5.6%	20.4%	-	1.9%	5.6%	18.5%	16.7%	9.3%	-	-	-
	26～50店舗	33	33	33	12.1%	6.1%	12.1%	-	3.0%	3.0%	15.2%	6.1%	24.2%	-	-	-
	51店舗以上	31	31	31	6.5%	9.7%	6.5%	-	3.2%	-	16.1%	12.9%	29.0%	3.2%	-	3.2%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	107	107	107	15.0%	13.1%	15.0%	1.9%	3.7%	9.3%	7.5%	10.3%	20.6%	0.9%	-	-
	中規模店舗中心型	59	59	59	8.5%	8.5%	11.9%	3.4%	3.4%	8.5%	15.3%	20.3%	11.9%	-	-	3.4%
	大規模店舗中心型	59	59	59	8.5%	6.8%	16.9%	-	3.4%	1.7%	15.3%	11.9%	15.3%	-	1.7%	1.7%
	複合型	45	45	45	6.7%	8.9%	11.1%	2.2%	-	2.2%	22.2%	11.1%	22.2%	-	-	-
都市区分	都市圏	71	71	71	16.9%	11.3%	22.5%	1.4%	5.6%	2.8%	11.3%	14.1%	23.9%	1.4%	-	-
	地方圏	199	199	199	8.5%	9.5%	11.1%	2.0%	2.0%	7.5%	14.1%	12.6%	15.6%	-	0.5%	1.5%

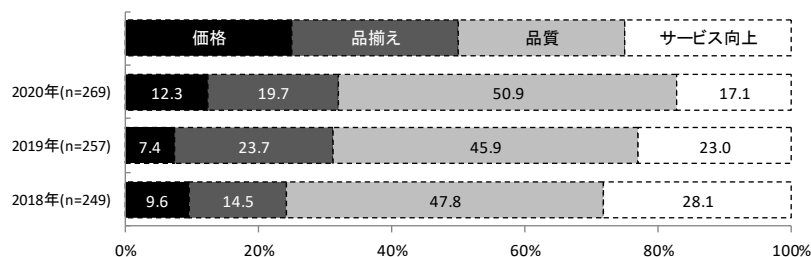
9 今後の差別化戦略

- 半数以上の企業が今後「品質」による差別化を図ろうとしている。

今後の差別化戦略について、全体では「品質」による差別化が50.5%で半数、次いで「品揃え」(20.0%)、「サービス向上」(17.7%)、「価格」(11.8%)と続いている。保有店舗数別にみると、26～50店舗では「品質」の割合が高い。都市区分別にみると、都市圏の企業では「価格」、地方圏の企業では「品揃え」の割合が高くなっている。



(参考) 今後の差別化戦略 * 回答企業集計結果



図表7-19 今後の差別化戦略/保有店舗数別、売場規模タイプ別、都市区分別

		n	価格	品揃え	品質	サービス向上
保有店舗数	1～3店舗	73	9.6%	20.5%	49.3%	20.5%
	4～10店舗	78	12.8%	17.9%	51.3%	17.9%
	11～25店舗	54	5.6%	27.8%	51.9%	14.8%
	26～50店舗	33	12.1%	9.1%	72.7%	6.1%
	51店舗以上	31	29.0%	19.4%	29.0%	22.6%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	105	11.4%	17.1%	56.2%	15.2%
	中規模店舗中心型	60	10.0%	20.0%	48.3%	21.7%
	大規模店舗中心型	59	15.3%	23.7%	45.8%	15.3%
	複合型	45	13.3%	20.0%	48.9%	17.8%
都市区分	都市圏	69	15.9%	13.0%	53.6%	17.4%
	地方圏	200	11.0%	22.0%	50.0%	17.0%

8. 店舗状況

店舗状況は各企業が保有するスーパーマーケット店舗から「少なくとも1年以上営業実績がある標準的な店舗」を対象に、概要や営業状況等について、店舗単位で調査したものである。

店舗状況に関する結果に対しては、以下の調査店舗概要「②店舗売場面積区分」と「③店舗都市区分」を軸としてクロス集計表を掲載している。

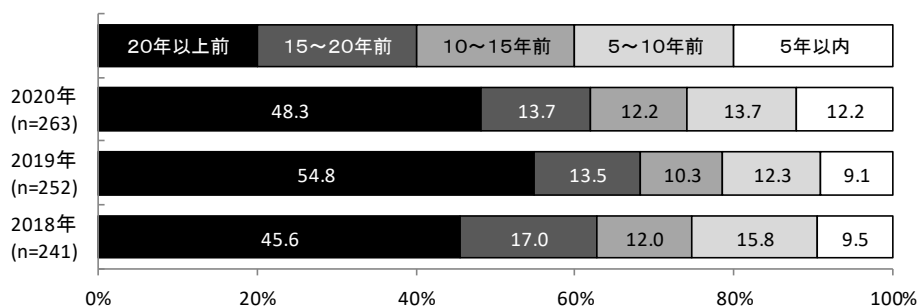
なお、店舗調査では、年ごとの調査店舗の変化に対する補正を行っていない。そのため、全体集計結果について最大過去3年分の結果を掲載しているが、これは経年変化を示すためのものではなく、あくまでベンチマーク指標としてその数値に大きな変化がないことの参考資料としていただきたい。

調査店舗概要

① 店舗開店年

各企業が標準的なものとして挙げた店舗の開店年は、「20年以上前」が48.3%と半数近くを占めており、次いで「15～20年前」、「5～10年前」が同程度で続いている。

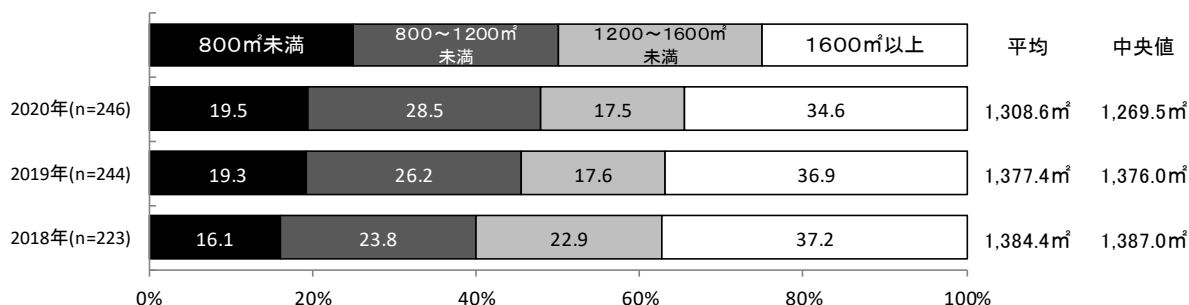
店舗開店年（回答構成比率）



② 店舗売場面積区分

売場面積は、全体では「1,600㎡以上」の店舗が34.6%と最も多く、次いで「800～1,200㎡未満」である。全体平均は1,308.6㎡で、中央値は1,269.5㎡である。

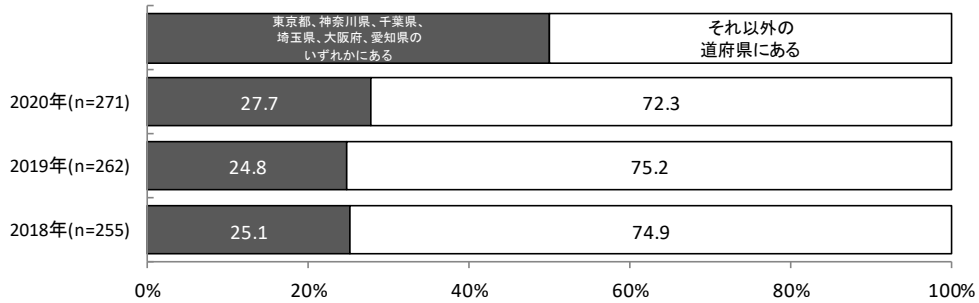
店舗売場面積区分（回答構成比率）



③ 店舗都市区分（都道府県）

全体では「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかにある」の割合が27.7%、「それ以外の道府県にある」の割合が72.3%となっている。なお、クロス集計表の店舗都市区分軸では「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかにある」店舗を都市圏、「それ以外の道府県にある」店舗を地方圏と区分している。

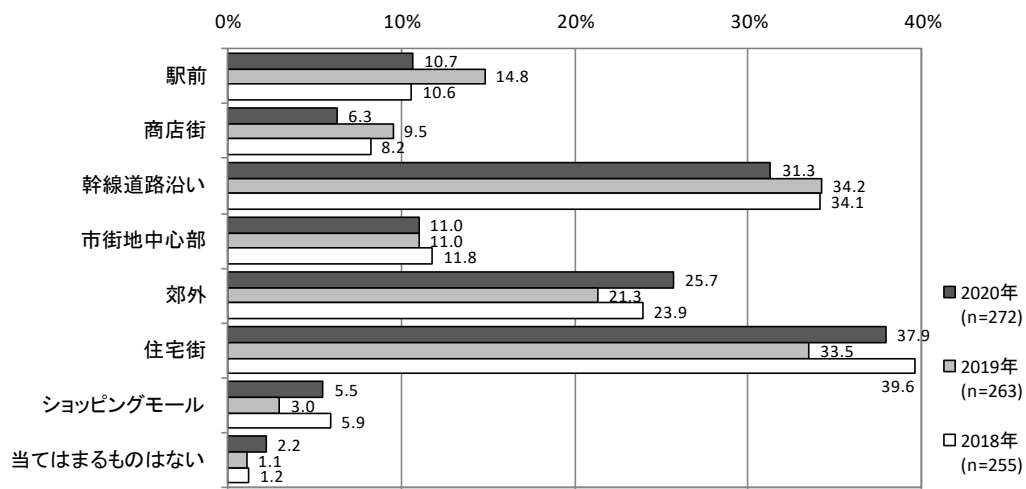
店舗都市区分（都道府県）



④ 店舗立地環境

店舗の立地環境は「住宅街」が37.9%で最も多く、次いで「幹線道路沿い」31.3%、「郊外」25.7%の順に続いている。

店舗立地環境（複数回答）



1. 営業時間・開店時間・閉店時間

- 平均営業時間は12.1時間。24時間営業の店舗は4.4%。
- 売場面積1,600㎡以上の店舗で営業時間が比較的長い。
- 開店時間は9時台に集中しているが、閉店時間には各企業でばらつきがある。

営業時間（回答構成比率）は、全体では「11時間以下」が最も多く32.6%、次いで「12時間以下」が27.8%、「13時間超」が17.8%、「13時間以下」が17.4%。また、24時間営業の店舗も4.4%と一定数みられる。営業時間の平均は12.1時間である。売場面積別にみると、売場面積1,600㎡以上の店舗で平均営業時間13.1時間と他の店舗に比べ長時間営業していることがうかがえる。

図表8-1 営業時間（回答構成比率）



図表8-2 営業時間（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	11時間以下	12時間以下	13時間以下	13時間超	24時間営業	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	48	56.3%	18.8%	10.4%	10.4%	4.2%	11.4 h	11.0 h
	800㎡～1,200㎡未満	70	35.7%	31.4%	14.3%	17.1%	1.4%	11.9 h	11.5 h
	1,200㎡～1,600㎡未満	43	39.5%	30.2%	16.3%	11.6%	2.3%	11.8 h	11.5 h
	1,600㎡以上	85	12.9%	27.1%	27.1%	25.9%	7.1%	13.1 h	12.8 h
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	45	42.2%	31.1%	6.7%	17.8%	2.2%	11.7 h	11.5 h
	都市圏・1200㎡以上	23	21.7%	26.1%	17.4%	21.7%	13.0%	13.8 h	12.5 h
	地方圏・1200㎡未満	73	45.2%	23.3%	16.4%	12.3%	2.7%	11.7 h	11.5 h
	地方圏・1200㎡以上	104	21.2%	28.8%	25.0%	21.2%	3.8%	12.5 h	12.1 h

開店時間は、「9時台」開店の店舗が71.5%と最も多く、すべての店舗が11時までには開店している。売場面積別にみると、どの売場面積の店舗でも「9時台」開店の店舗が最も多いものの、都市圏1,200㎡未満の店舗では、「10時台」開店が多くなっている。

閉店時間は、全体では「21時台」が31.5%と最も多く、21時前から23時以降までばらつきがある。売場面積別にみると、800㎡未満の小規模店舗では「21時前」に閉店する割合が56.3%と半数を超え多い。

図表8-3 開店時間/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	9時前	9時台	10時台
全体		270	9.6%	71.5%	18.9%
売場面積	800㎡未満	48	12.5%	54.2%	33.3%
	800㎡～1,200㎡未満	70	11.4%	65.7%	22.9%
	1,200㎡～1,600㎡未満	43	4.7%	86.0%	9.3%
	1,600㎡以上	85	9.4%	82.4%	8.2%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	45	13.3%	42.2%	44.4%
	都市圏・1200㎡以上	23	17.4%	73.9%	8.7%
	地方圏・1200㎡未満	73	11.0%	72.6%	16.4%
	地方圏・1200㎡以上	104	5.8%	85.6%	8.7%

※24時間営業は「9時前」に含む。

図表8-4 閉店時間/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	21時前	21時台	22時台	23時以降
全体		270	29.6%	31.5%	17.0%	21.9%
売場面積	800㎡未満	48	56.3%	18.8%	8.3%	16.7%
	800㎡～1,200㎡未満	70	30.0%	40.0%	11.4%	18.6%
	1,200㎡～1,600㎡未満	43	37.2%	27.9%	23.3%	11.6%
	1,600㎡以上	85	10.6%	35.3%	22.4%	31.8%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	45	33.3%	37.8%	6.7%	22.2%
	都市圏・1200㎡以上	23	17.4%	30.4%	21.7%	30.4%
	地方圏・1200㎡未満	73	45.2%	27.4%	12.3%	15.1%
	地方圏・1200㎡以上	104	19.2%	33.7%	23.1%	24.0%

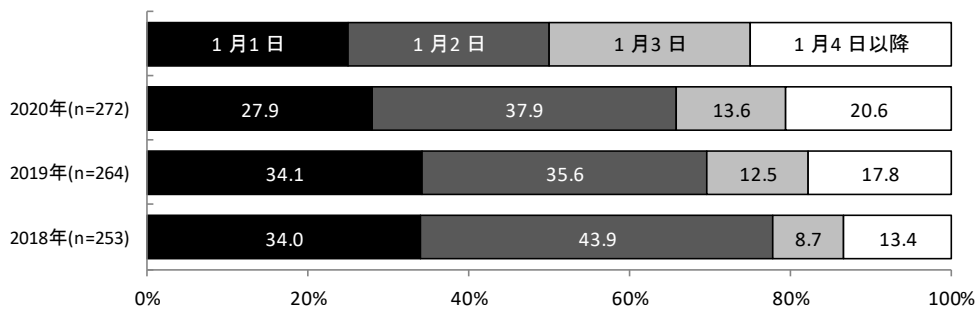
※24時間営業は「23時以降」に含む。

2. 年始開店日

- 「1月2日」開店は37.9%、次いで「1月1日」開店は27.9%。
- 売場面積が小さい店舗ほど開店日が遅くなっており、800㎡未満の店舗では「1月4日以降」が47.9%と多い。

2020年年始の開店日は、全体では「1月2日」が37.9%で最も多く、次いで「1月1日」27.9%の順となっている。売場面積別にみると、売場面積の小さい店舗ほど「1月4日以降」に開店する割合が多く、800㎡未満の店舗では「1月4日以降」の割合が47.9%と半数に近い。また、地方圏1,200㎡以上の店舗では「1月2日」が49.0%、都市圏1,200㎡未満の店舗で「1月4日以降」が48.9%とほぼ半数で他の店舗と比べて多くなっている。

図表8-5 年始開店日



図表8-6 年始開店日/売場面積別、都市区分×売場面積別

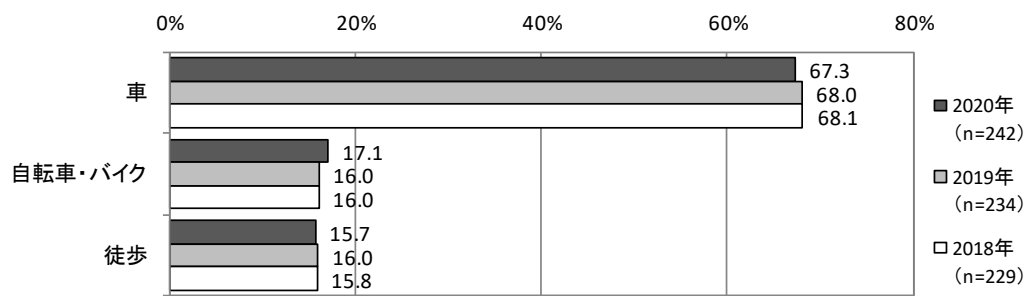
		n	1月1日	1月2日	1月3日	1月4日以降
売場面積	800㎡未満	48	16.7%	27.1%	8.3%	47.9%
	800㎡～1,200㎡未満	70	27.1%	24.3%	17.1%	31.4%
	1,200㎡～1,600㎡未満	43	32.6%	41.9%	14.0%	11.6%
	1,600㎡以上	85	34.1%	50.6%	11.8%	3.5%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	45	17.8%	17.8%	15.6%	48.9%
	都市圏・1200㎡以上	23	34.8%	39.1%	17.4%	8.7%
	地方圏・1200㎡未満	73	26.0%	30.1%	12.3%	31.5%
	地方圏・1200㎡以上	104	33.7%	49.0%	11.5%	5.8%

3. 来店手段

- 車での来店が約70%近くを占めている。
- 売場面積が大きい店舗では「車」の割合が多く、「自転車・バイク」「徒歩」の割合が少ない。
- 都市圏では「自転車・バイク」「徒歩」が多く、地方圏では「車」が多い。

店舗への来店手段は、「車」が67.3%と最も多く、次いで「自転車・バイク」が17.1%、「徒歩」15.7%の順となっている。売場面積別にみると、売場面積が大きい店舗では「車」での来店が多い一方、売場面積が小さい店舗ほど「自転車・バイク」「徒歩」での来店が多くなっている。同一の面積区分であれば、地方圏では「車」での来店が多い一方、都市圏では「自転車・バイク」「徒歩」での来店が多い。

図表8-7 来店手段



図表8-8 来店手段/売場面積別、都市区分×売場面積別

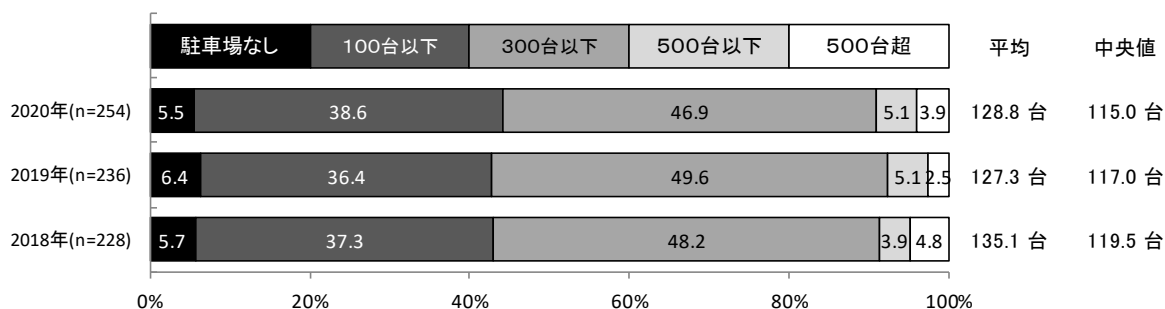
		n	車	自転車・バイク	徒歩
売場面積	800㎡未満	47	48.3%	22.5%	29.2%
	800㎡～1,200㎡未満	65	69.9%	16.9%	13.1%
	1,200㎡～1,600㎡未満	39	73.2%	14.7%	12.1%
	1,600㎡以上	78	72.3%	16.8%	10.9%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	42	35.2%	29.8%	35.0%
	都市圏・1200㎡以上	18	47.4%	24.5%	28.1%
	地方圏・1200㎡未満	70	75.3%	13.3%	11.3%
	地方圏・1200㎡以上	99	76.4%	14.5%	9.1%

4. 専用駐車場台数

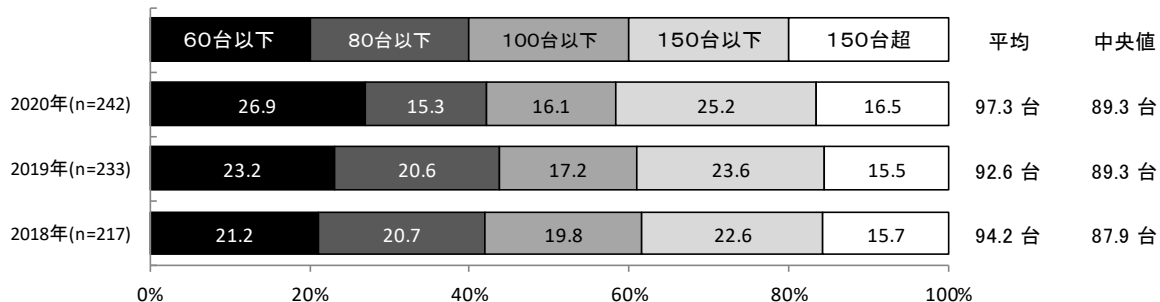
- 専用駐車場の平均台数は、128.8台。
- 売場面積1,000㎡あたりの専用駐車場台数は平均97.3台。
- 地方圏の店舗では都市圏に比べ平均台数が多い。

専用駐車場台数は、全体では「101台～300台以下」が46.9%で最も多く、次いで「100台以下」が38.6%の順となっている。平均は128.8台となっているが、専用駐車場を持たない店舗も5.5%みられる。売場1,000㎡あたりの専用駐車場台数は、全体では平均97.3台となっており、同一の面積区分であれば、都市圏に比べて地方圏での平均台数が多い。

図表8-9 専用駐車場台数（回答構成比率）



図表8-10 売場1,000㎡あたり専用駐車場台数（回答構成比率）



図表8-11 売場1,000㎡あたり専用駐車場台数（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	60台以下	80台以下	100台以下	150台以下	150台超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	48	45.8%	10.4%	12.5%	14.6%	16.7%	79.9台	77.0台
	800㎡～1,200㎡未満	70	21.4%	12.9%	17.1%	31.4%	17.1%	108.1台	98.3台
	1,200㎡～1,600㎡未満	43	23.3%	7.0%	20.9%	30.2%	18.6%	100.2台	90.5台
	1,600㎡以上	81	22.2%	24.7%	14.8%	23.5%	14.8%	98.7台	88.2台
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	45	55.6%	6.7%	11.1%	15.6%	11.1%	62.5台	46.5台
	都市圏・1200㎡以上	23	34.8%	21.7%	17.4%	8.7%	17.4%	90.6台	74.1台
	地方圏・1200㎡未満	73	16.4%	15.1%	17.8%	30.1%	20.5%	116.0台	102.0台
	地方圏・1200㎡以上	100	20.0%	18.0%	17.0%	30.0%	15.0%	99.8台	93.3台

5. バックヤード比率

- バックヤード比率は平均29.7%。
- どの売場面積においてもバックヤード比率は30%前後で、大きな違いはない。
- 都市圏と地方圏での差はみられない。

延べ店舗面積（売場面積+バックヤード面積）に対するバックヤード面積の割合を示すバックヤード比率は平均29.7%である。どの売場面積においてもバックヤード比率は30%前後の値を示しており、一般的な比率であると考えられる。また、都市区分別でも概ね30%前後となっており、大きな差はみられない。

図表8-12 バックヤード比率/売場面積別、都市区分×売場面積別

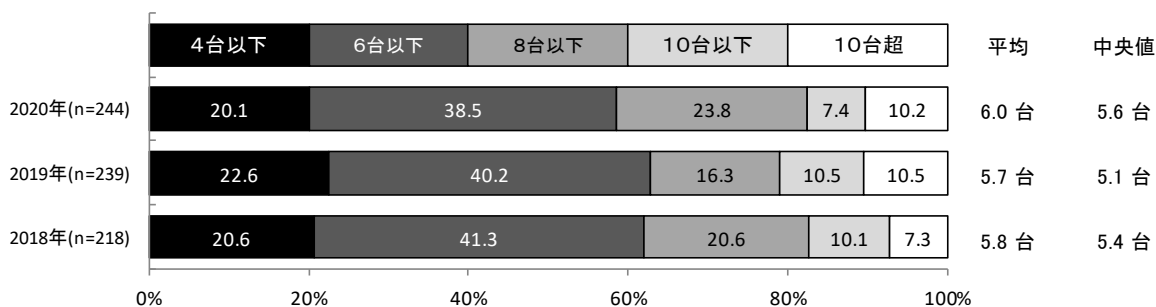
		n	平均	中央値
全体		220	29.7%	30.8%
売場面積	800㎡未満	40	29.6%	29.0%
	800㎡～1,200㎡未満	63	29.0%	30.5%
	1,200㎡～1,600㎡未満	41	31.9%	33.2%
	1,600㎡以上	76	29.3%	30.7%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	38	29.3%	30.5%
	都市圏・1200㎡以上	20	33.9%	34.4%
	地方圏・1200㎡未満	65	29.3%	30.0%
	地方圏・1200㎡以上	97	29.4%	30.7%

6. 売場1,000㎡あたりレジ台数

- 売場面積1,000㎡あたりレジ台数は、平均6.0台。
- 売場面積1,000㎡あたりレジ台数は、売場面積が広い店舗ほど少ない傾向にある。
- 都市圏と地方圏での大きな差はみられない。

売場面積1,000㎡あたりレジ台数は「6台以下」が38.5%で最も多く、平均6.0台となった。売場面積別にみると、売場面積が広がるほど1,000㎡あたりのレジ台数は低下しており、800㎡未満の店舗では平均9.3台である一方、1,600㎡以上の店舗では平均4.5台となっている。また、同一の面積区分では、都市圏と地方圏での大きな差はみられない。

図表8-13 売場1,000㎡あたりレジ台数（回答構成比率）



図表8-14 売場1,000㎡あたりレジ台数（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

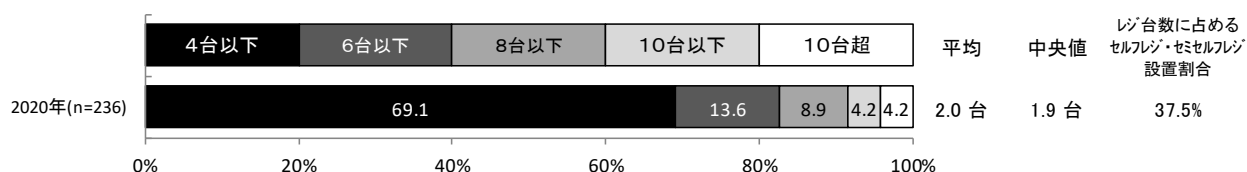
		n	4台以下	6台以下	8台以下	10台以下	10台超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	48	-	6.3%	43.8%	12.5%	37.5%	9.3台	8.0台
	800㎡～1,200㎡未満	70	2.9%	55.7%	25.7%	10.0%	5.7%	6.3台	5.9台
	1,200㎡～1,600㎡未満	43	25.6%	44.2%	25.6%	2.3%	2.3%	5.2台	5.2台
	1,600㎡以上	83	43.4%	39.8%	9.6%	4.8%	2.4%	4.5台	4.2台
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	45	-	31.1%	33.3%	13.3%	22.2%	7.8台	7.1台
	都市圏・1200㎡以上	23	26.1%	43.5%	21.7%	8.7%	-	5.1台	4.8台
	地方圏・1200㎡未満	73	2.7%	38.4%	32.9%	9.6%	16.4%	7.3台	6.8台
	地方圏・1200㎡以上	102	40.2%	41.2%	12.7%	2.9%	2.9%	4.6台	4.4台

7. 売場1,000㎡あたりセルフレジ・セミセルフレジ台数・レジ台数に占める設置割合

- 売場面積1,000㎡あたりのセルフレジ・セミセルフレジ台数は、平均2.0台。
- 売場面積800㎡未満のセルフレジ・セミセルフレジ台数は、平均を下回り1.4台。
- 1,200㎡未満の店舗では、都市圏の平均レジ台数1.8台と平均を下回り低い。

売場面積1,000㎡あたりのセルフレジ・セミセルフレジ台数は「4台以下」が69.1%で最も多く、平均2.0台、レジ台数に占めるセルフレジ・セミセルフレジ設置割合は37.5%。売場面積別にみると、800㎡未満の店舗では平均を下回り、1.4台。また、都市圏1,200㎡未満の店舗で1.8台と平均台数を下回り低い。また、売場面積が広くなるにつれて、レジ台数に占めるセルフレジ・セミセルフレジ設置割合は高くなる傾向にある。

図表8-15 売場1,000㎡あたりセルフレジ・セミセルフレジ台数（回答構成比率）・レジ台数に占める設置割合



図表8-16 売場1,000㎡あたりセルフレジ・セミセルフレジ台数（回答構成比率）・レジ台数に占める設置割合
/売場面積別、都市区分×売場面積別

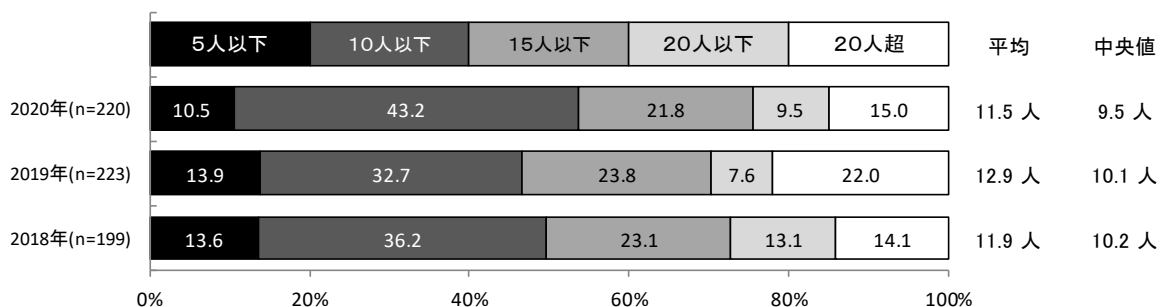
	n	売場1000㎡あたりのセルフレジ・セミセルフレジ台数					平均	中央値	レジ台数に占めるセルフレジ・セミセルフレジ設置割合	
		4台以下	6台以下	8台以下	10台以下	10台超				
売場面積	800㎡未満	43	97.7%	-	-	-	2.3%	1.4台	0.0台	18.6%
	800㎡～1,200㎡未満	64	76.6%	17.2%	4.7%	1.6%	-	2.2台	1.5台	34.5%
	1,200㎡～1,600㎡未満	38	60.5%	15.8%	15.8%	7.9%	-	2.5台	2.7台	47.1%
	1,600㎡以上	81	49.4%	18.5%	13.6%	7.4%	11.1%	2.1台	2.3台	47.2%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	39	82.1%	15.4%	2.6%	-	-	1.8台	0.0台	27.7%
	都市圏・1200㎡以上	21	52.4%	9.5%	23.8%	4.8%	9.5%	2.4台	2.5台	47.2%
	地方圏・1200㎡未満	68	86.8%	7.4%	2.9%	1.5%	1.5%	2.0台	0.0台	28.4%
	地方圏・1200㎡以上	98	53.1%	19.4%	12.2%	8.2%	7.1%	2.2台	2.4台	47.2%

8. 売場1,000㎡あたり正社員数

- 売場 1,000 ㎡あたり正社員数は、平均 11.5 人。
- 売場面積が広くなるほど正社員数の割合は低くなり、売場面積1,600㎡以上の店舗では10人未満となっている。

売場1,000㎡あたり正社員数は、全体では「10人以下」の回答が43.2%で最も多く、平均は11.5人である。売場面積別にみると、800㎡未満の店舗では平均19.5人と最も多く、売場面積が広がるにつれて、正社員数は少なくなる傾向にある。都市圏1,200㎡未満の店舗の平均正社員数は16.6人と、他の店舗と比べてやや多い。

図表8-17 売場1,000㎡あたり正社員数（回答構成比率）



図表8-18 売場1,000㎡あたり正社員数（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

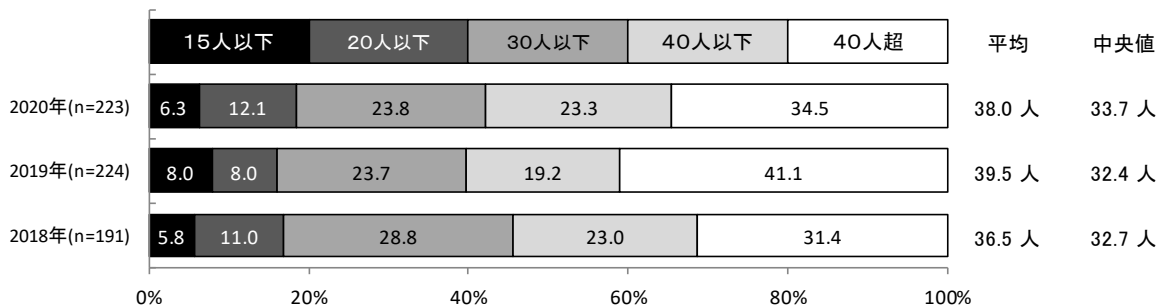
		n	5人以下	10人以下	15人以下	20人以下	20人超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	43	-	20.9%	23.3%	11.6%	44.2%	19.5 人	17.7 人
	800㎡～1,200㎡未満	62	9.7%	41.9%	19.4%	14.5%	14.5%	12.2 人	9.9 人
	1,200㎡～1,600㎡未満	38	5.3%	44.7%	36.8%	7.9%	5.3%	10.1 人	9.8 人
	1,600㎡以上	77	19.5%	55.8%	15.6%	5.2%	3.9%	8.4 人	7.9 人
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	42	4.8%	19.0%	28.6%	16.7%	31.0%	16.6 人	14.8 人
	都市圏・1200㎡以上	21	19.0%	23.8%	42.9%	4.8%	9.5%	10.6 人	11.9 人
	地方圏・1200㎡未満	63	6.3%	42.9%	15.9%	11.1%	23.8%	14.0 人	10.6 人
	地方圏・1200㎡以上	93	14.0%	59.1%	18.3%	6.5%	2.2%	8.5 人	8.0 人

9. 売場1,000㎡あたりパート・アルバイト人数

- 売場 1,000 ㎡あたりパート・アルバイト人数は、平均 38.0 人。
- 売場面積800㎡未満の店舗では「40人超」の割合が58.1%と高いが、売場面積が広がるほどその割合は低くなっている。

売場1,000㎡あたりパート・アルバイト人数は、全体では「40人超」の回答が34.5%で最も多く、平均は38.0人である。売場面積別にみると、800㎡未満の店舗では平均61.7人と最も多く、売場面積が広がるにつれ、パート・アルバイト人数は少なくなる傾向にある。都市圏1,200㎡未満の店舗の平均パート・アルバイト人数は54.1人と他店舗と比べて人数が多い。

図表8-19 売場1,000㎡あたりパート・アルバイト人数（回答構成比率）



図表8-20 売場1,000㎡あたりパート・アルバイト人数（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

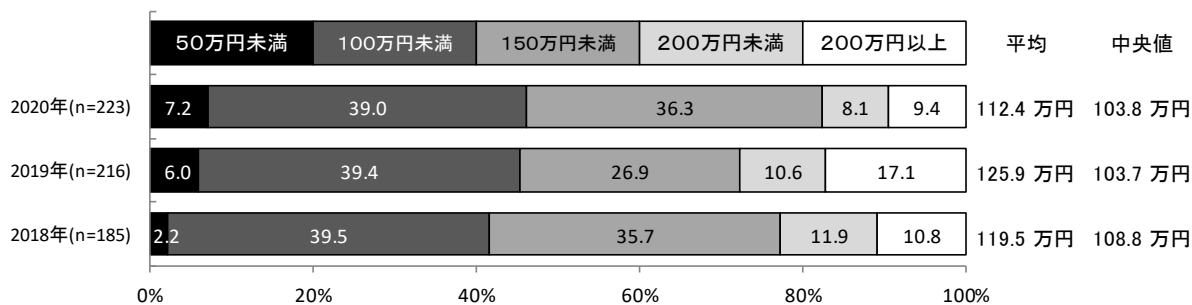
		n	15人以下	20人以下	30人以下	40人以下	40人超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	43	-	4.7%	14.0%	23.3%	58.1%	61.7 人	47.8 人
	800㎡～1,200㎡未満	63	-	9.5%	20.6%	25.4%	44.4%	41.9 人	35.0 人
	1,200㎡～1,600㎡未満	39	5.1%	15.4%	28.2%	17.9%	33.3%	34.9 人	34.3 人
	1,600㎡以上	78	15.4%	16.7%	29.5%	24.4%	14.1%	27.7 人	25.8 人
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	42	-	2.4%	14.3%	23.8%	59.5%	54.1 人	45.6 人
	都市圏・1200㎡以上	21	14.3%	4.8%	23.8%	23.8%	33.3%	35.3 人	34.3 人
	地方圏・1200㎡未満	64	-	10.9%	20.3%	25.0%	43.8%	45.4 人	34.8 人
	地方圏・1200㎡以上	95	11.6%	18.9%	29.5%	22.1%	17.9%	28.8 人	26.8 人

10. 売場1㎡あたり年間売上高

- 売場1㎡あたり売上高は平均112.4万円。
- 売場1㎡あたり売上高は売場面積拡大につれ減少傾向、都市圏での売上高が地方圏に比べ大きい。

売場面積1㎡あたり年間売上高は、全体平均112.4万円で「100万円未満」の店舗が39.0%で最も多い。売場面積別にみると、売場面積800㎡未満の店舗で最も高く、売場面積が広がるにつれ減少している。

図表8-21 売場面積1㎡あたり年間売上高（回答構成比率）



図表8-22 売場面積1㎡あたり年間売上高（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

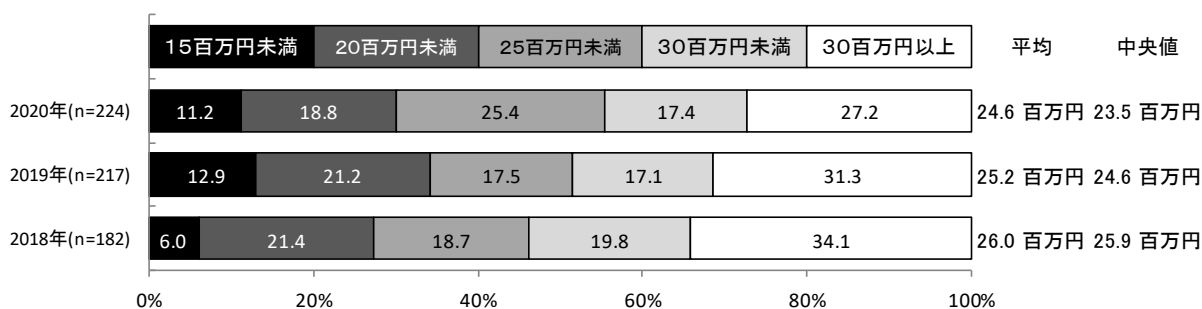
		n	50万円未満	100万円未満	150万円未満	200万円未満	200万円以上	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	43	2.3%	23.3%	30.2%	11.6%	32.6%	159.2万円	141.7万円
	800㎡～1,200㎡未満	65	4.6%	26.2%	52.3%	9.2%	7.7%	120.1万円	116.6万円
	1,200㎡～1,600㎡未満	37	2.7%	51.4%	40.5%	-	5.4%	102.2万円	97.1万円
	1,600㎡以上	78	14.1%	52.6%	24.4%	9.0%	-	90.5万円	88.7万円
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	41	2.4%	22.0%	34.1%	17.1%	24.4%	153.4万円	142.5万円
	都市圏・1200㎡以上	19	-	42.1%	26.3%	26.3%	5.3%	125.2万円	115.2万円
	地方圏・1200㎡未満	67	4.5%	26.9%	49.3%	6.0%	13.4%	125.3万円	114.4万円
	地方圏・1200㎡以上	95	12.6%	54.7%	29.5%	2.1%	1.1%	88.2万円	91.3万円

11. 従業員1人あたり年間売上高

- 従業員1人あたり年間売上高は平均24.6百万円。

従業員1人あたり年間売上高の平均額は24.6百万円となっている。同一の面積区分で見ると、1,200㎡未満の店舗では地方圏、1,200㎡以上の店舗では都市圏の売上高が大きい。

図表8-23 従業員1人あたり年間売上高（回答構成比率）



図表8-24 従業員1人あたり年間売上高（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	15百万円未満	20百万円未満	25百万円未満	30百万円未満	30百万円以上	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	41	19.5%	19.5%	24.4%	17.1%	19.5%	22.6百万円	22.7百万円
	800㎡～1,200㎡未満	60	11.7%	21.7%	25.0%	13.3%	28.3%	24.3百万円	22.9百万円
	1,200㎡～1,600㎡未満	36	11.1%	16.7%	22.2%	25.0%	25.0%	24.6百万円	24.5百万円
	1,600㎡以上	74	4.1%	16.2%	27.0%	20.3%	32.4%	26.4百万円	25.4百万円
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	40	15.0%	22.5%	22.5%	17.5%	22.5%	23.1百万円	22.0百万円
	都市圏・1200㎡以上	19	5.3%	21.1%	5.3%	21.1%	47.4%	28.0百万円	28.4百万円
	地方圏・1200㎡未満	61	14.8%	19.7%	26.2%	13.1%	26.2%	24.0百万円	23.4百万円
	地方圏・1200㎡以上	90	6.7%	15.6%	30.0%	22.2%	25.6%	25.1百万円	24.0百万円

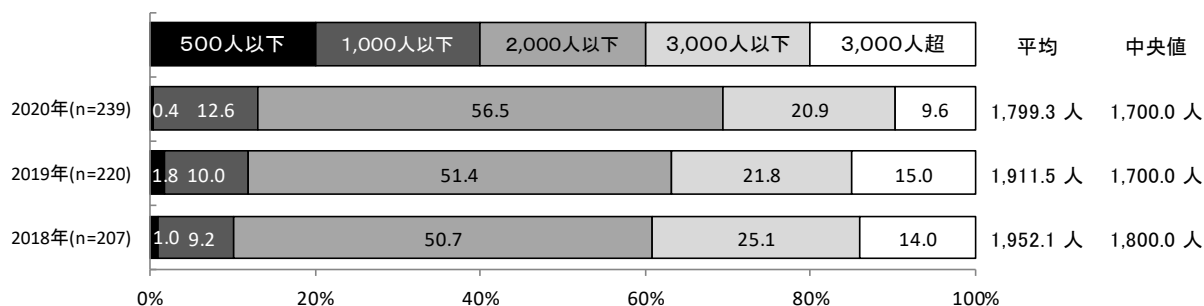
12. 1日平均客数（平日／土日祝）

- 1日の平均客数は、平日では1,799.3人、土日祝では2,069.4人。
- 1日の平均客数は、売場面積拡大とともに上昇傾向、都市圏の平均客数は地方圏に比べ多い。
- 平日対土日祝の客数比は平均1.16倍だが、売場面積800㎡未満では平均1.06倍と差が小さい。
- 売場面積100㎡あたりの1日の客数は、平日では152.9人、土日祝では172.3人。
- レジ1台あたり1日の客数は、平日の平均は263.5人、土日祝の平均は299.6人。

1日の平均客数は、平日では1,799.3人、土日祝では2,069.4人であり、土日祝の客数の方が多くなっている。売場面積が拡大するごとに客数は上昇し、1,600㎡以上の店舗では、平日2340.6人、土日祝2652.7人と最も多くなっている。同一の面積区分であれば、地方圏に比べ都市圏の客数が多い。

平日に対する土日祝の客数比は平均1.16倍となっている。売場面積別にみると、売場面積800㎡未満の店舗では平均1.06倍である一方、売場面積800㎡以上の店舗では1.2倍前後となり、売場面積が大きい店舗で土日祝客数比が高くなっている。売場面積100㎡あたり1日平均客数、レジ1台あたり1日平均客数のいずれも、同一の面積区分であれば地方圏に比べ都市圏の客数が多い。

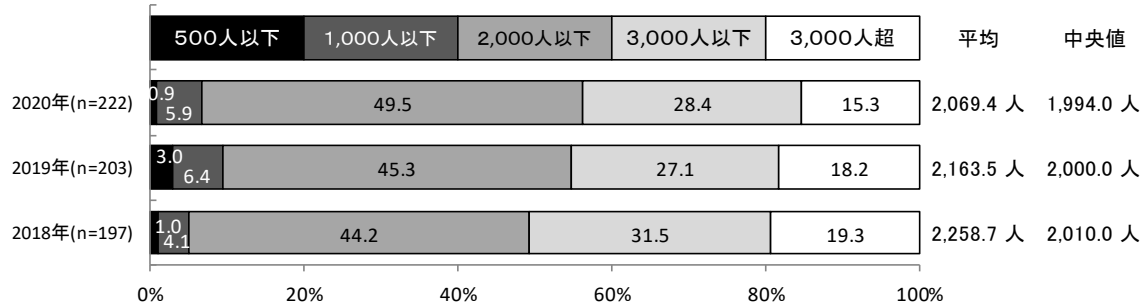
図表8-25 1日平均客数（平日）（回答構成比率）



図表8-26 1日平均客数（平日）（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	500人以下	1,000人以下	2,000人以下	3,000人以下	3,000人超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	44	2.3%	31.8%	54.5%	11.4%	-	1306.0人	1200.0人
	800㎡～1,200㎡未満	64	-	12.5%	68.8%	15.6%	3.1%	1575.6人	1500.0人
	1,200㎡～1,600㎡未満	40	-	10.0%	67.5%	17.5%	5.0%	1701.5人	1640.0人
	1,600㎡以上	77	-	3.9%	45.5%	26.0%	24.7%	2340.6人	2058.0人
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	43	2.3%	18.6%	51.2%	23.3%	4.7%	1623.5人	1670.0人
	都市圏・1200㎡以上	20	-	-	45.0%	15.0%	40.0%	2839.2人	2290.0人
	地方圏・1200㎡未満	65	-	21.5%	70.8%	7.7%	-	1375.0人	1300.0人
	地方圏・1200㎡以上	96	-	7.3%	54.2%	25.0%	13.5%	2002.9人	1936.0人

図表8-27 1日平均客数（土日祝）（回答構成比率）



図表 8-28 1日平均客数（土日祝）（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	500人以下	1,000人以下	2,000人以下	3,000人以下	3,000人超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	38	5.3%	21.1%	60.5%	13.2%	-	1397.5 人	1348.5 人
	800㎡～1,200㎡未満	60	-	5.0%	65.0%	26.7%	3.3%	1813.4 人	1815.5 人
	1,200㎡～1,600㎡未満	38	-	2.6%	50.0%	36.8%	10.5%	2137.3 人	2000.0 人
	1,600㎡以上	73	-	1.4%	32.9%	30.1%	35.6%	2652.7 人	2500.0 人
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	38	5.3%	10.5%	55.3%	23.7%	5.3%	1708.9 人	1605.0 人
	都市圏・1200㎡以上	20	-	5.0%	25.0%	25.0%	45.0%	3167.7 人	2750.0 人
	地方圏・1200㎡未満	60	-	11.7%	68.3%	20.0%	-	1628.3 人	1565.5 人
	地方圏・1200㎡以上	90	-	1.1%	42.2%	33.3%	23.3%	2344.1 人	2188.0 人

図表8-29 売場面積100㎡あたり客数、レジ1台あたり1日の客数、土日祝客数比（対平日）/

売場面積別、都市区分×売場面積別

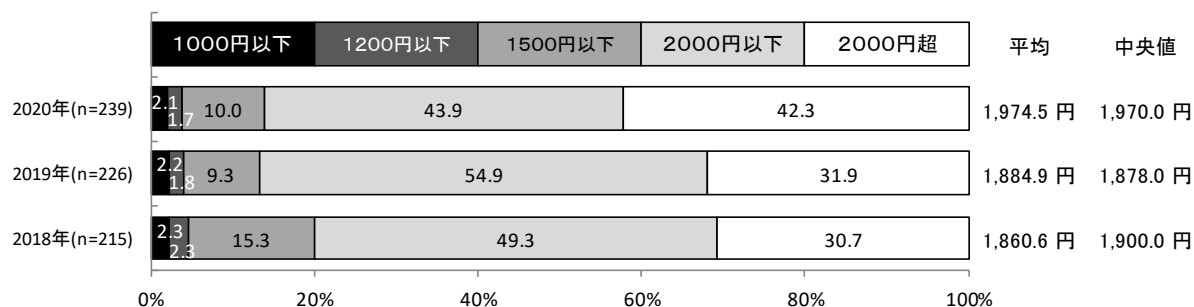
	売場面積100㎡あたり客数						レジ1台あたり1日の客数						土日祝客数比(対平日)			
	平日			土日祝			平日			土日祝			n	平均	中央値	
	n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値	n	平均	中央値				
全国	225	152.9人	136.4人	209	172.3人	158.3人	234	263.5人	250.0人	217	299.6人	287.5人	221	1.16 倍	1.14 倍	
売場面積	800㎡未満	44	254.8人	219.1人	38	273.7人	235.1人	44	279.7人	261.6人	38	290.2人	268.3人	38	1.06 倍	1.00 倍
	800㎡～1,200㎡未満	64	163.5人	160.3人	60	187.4人	191.0人	64	264.9人	248.8人	60	306.0人	303.1人	60	1.18 倍	1.19 倍
	1,200㎡～1,600㎡未満	40	120.9人	115.0人	38	151.5人	138.1人	40	237.1人	247.0人	38	285.8人	280.6人	38	1.24 倍	1.20 倍
	1,600㎡以上	77	115.0人	104.9人	73	132.5人	122.0人	76	261.8人	251.9人	72	299.7人	294.8人	72	1.16 倍	1.14 倍
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	43	239.2人	210.2人	38	249.1人	205.3人	43	303.7人	282.0人	38	330.5人	317.5人	38	1.10 倍	1.10 倍
	都市圏・1200㎡以上	20	158.9人	152.6人	20	178.4人	184.4人	20	292.5人	257.8人	20	331.1人	335.4人	20	1.13 倍	1.10 倍
	地方圏・1200㎡未満	65	173.1人	163.7人	60	199.8人	194.8人	65	252.0人	237.5人	60	281.8人	280.0人	60	1.15 倍	1.17 倍
	地方圏・1200㎡以上	96	110.0人	107.4人	90	130.8人	125.7人	95	245.4人	250.0人	89	288.5人	283.3人	89	1.20 倍	1.17 倍

13. 平均客単価（平日／土日祝）

- 平均客単価は平日 1,974.5 円、土日祝 2,218.2 円。
- 平日・土日祝ともに売場面積 800 m²未満の店舗の平均客単価が低い。

平均客単価は、平日では1,974.5円、土日祝では2,218.2円であり、土日祝の平均客単価の方が高くなっている。売場面積が広がるにつれて平均客単価が概ね高くなり、土日祝の1,200～1,600m²未満の店舗では2460.8円と最も高い。売場面積1,200m²未満の店舗では、平日、土日祝ともに都市圏、地方圏の平均客単価がそれぞれの全体平均客単価を下回っている。

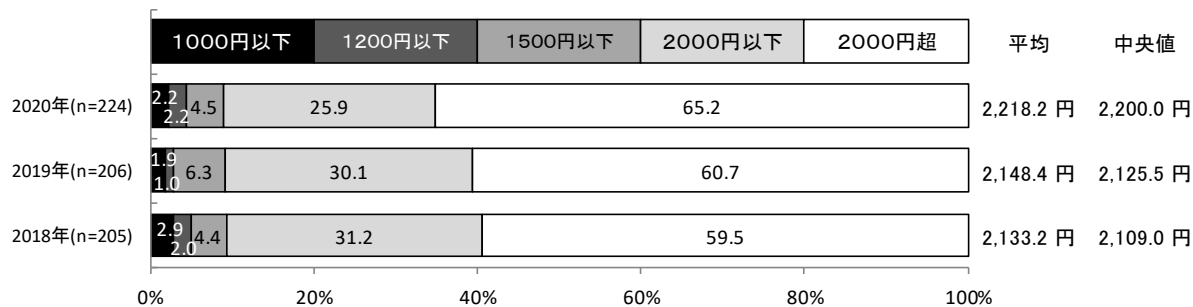
図表8-30 平均客単価（平日）（回答構成比率）



図表8-31 平均客単価（平日）（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	1000円以下	1200円以下	1500円以下	2000円以下	2000円超	平均	中央値
売場面積	800m ² 未満	44	4.5%	4.5%	25.0%	40.9%	25.0%	1,761.6 円	1,700.0 円
	800m ² ～1,200m ² 未満	65	1.5%	1.5%	12.3%	47.7%	36.9%	1,931.3 円	1,950.0 円
	1,200m ² ～1,600m ² 未満	40	-	2.5%	-	47.5%	50.0%	2,111.3 円	2,041.5 円
	1,600m ² 以上	76	1.3%	-	2.6%	40.8%	55.3%	2,076.7 円	2,068.0 円
都市区分×売場面積	都市圏・1200m ² 未満	43	4.7%	2.3%	20.9%	37.2%	34.9%	1,865.2 円	1,800.0 円
	都市圏・1200m ² 以上	19	-	-	5.3%	47.4%	47.4%	2,101.0 円	2,000.0 円
	地方圏・1200m ² 未満	66	1.5%	3.0%	15.2%	50.0%	30.3%	1,864.8 円	1,875.0 円
	地方圏・1200m ² 以上	96	1.0%	1.0%	1.0%	42.7%	54.2%	2,080.4 円	2,068.0 円

図表8-32 平均客単価（土日祝）（回答構成比率）



図表8-33 平均客単価（土日祝）（回答構成比率）/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	1000円以下	1200円以下	1500円以下	2000円以下	2000円超	平均	中央値
売場面積	800㎡未満	39	7.7%	7.7%	10.3%	46.2%	28.2%	1,849.6 円	1,800.0 円
	800㎡～1,200㎡未満	62	-	1.6%	6.5%	25.8%	66.1%	2,186.2 円	2,200.0 円
	1,200㎡～1,600㎡未満	38	-	2.6%	-	15.8%	81.6%	2,460.8 円	2,350.0 円
	1,600㎡以上	72	1.4%	-	1.4%	19.4%	77.8%	2,335.1 円	2,312.0 円
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	39	7.7%	2.6%	10.3%	30.8%	48.7%	1,988.1 円	2,000.0 円
	都市圏・1200㎡以上	19	-	-	-	26.3%	73.7%	2,410.6 円	2,188.0 円
	地方圏・1200㎡未満	62	-	4.8%	6.5%	35.5%	53.2%	2,092.0 円	2,075.0 円
	地方圏・1200㎡以上	90	1.1%	1.1%	1.1%	16.7%	80.0%	2,362.1 円	2,330.5 円

14. 1人あたり平均買上点数

- 1人あたり平均買上点数は平日で9.8点、土日祝で11.0点。
- 売場面積が大きい店舗ほど平均買上点数が増える傾向にある。
- 都市圏と地方圏での大きな差はみられない。

1人あたり平均買上点数は、全体では平日9.8点、土日祝11.0点となった。売場面積別にみると、平日、土日祝ともに売場面積が大きくなるにつれて買上点数が多くなる傾向にある。同一の面積区分では、都市圏と地方圏での大きな差はみられない。

図表8-34 1人あたり平均買上点数/売場面積別、都市区分×売場面積別

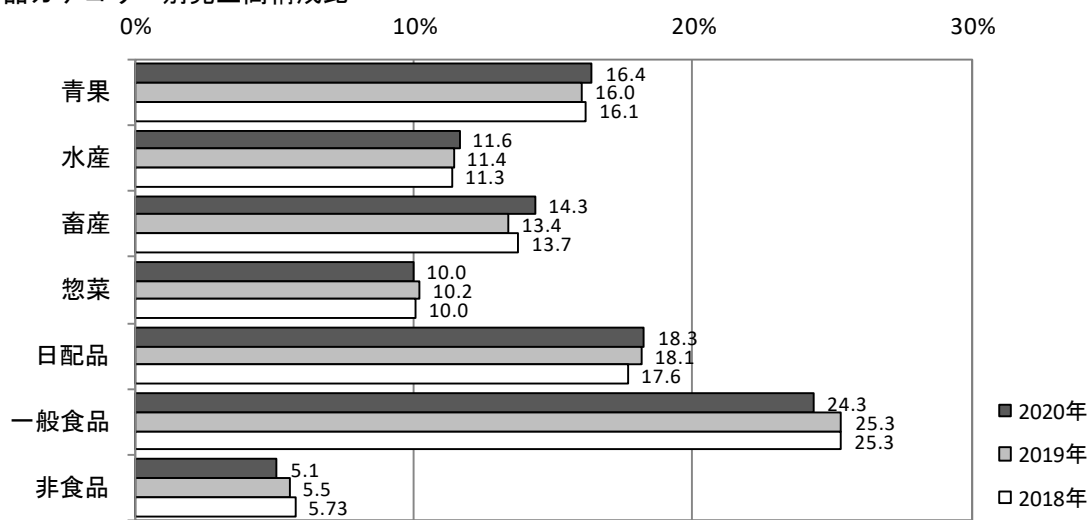
		1人あたり買上点数(平日)			1人あたり買上点数(土日祝)		
		n	平均	中央値	n	平均	中央値
全国		234	9.8 点	9.9 点	223	11.0 点	11.0 点
売場 面積	800㎡未満	42	8.6 点	8.4 点	39	9.2 点	9.0 点
	800㎡～1,200㎡ 未満	62	9.9 点	10.0 点	61	11.1 点	11.0 点
	1,200㎡～1,600㎡ 未満	39	10.1 点	9.8 点	37	11.6 点	11.0 点
	1,600㎡以上	77	10.4 点	10.0 点	73	11.6 点	11.5 点
都市 区分 × 売場 面積	都市圏・1200㎡未満	40	9.1 点	8.6 点	39	10.2 点	10.0 点
	都市圏・1200㎡以上	19	10.5 点	9.6 点	19	11.6 点	10.8 点
	地方圏・1200㎡未満	64	9.5 点	9.5 点	61	10.6 点	10.5 点
	地方圏・1200㎡以上	97	10.3 点	10.0 点	91	11.6 点	11.5 点

15. 商品カテゴリ一別売上高構成比

- 売上高構成比が高いカテゴリは「一般食品」24.3%、「日配品」18.3%、「青果」16.4%。
- 売場面積が大きい店舗ほど「青果」の割合が低い。
- 地方圏に比べ、都市圏の「青果」「日配品」「一般食品」の割合が高い。

商品カテゴリ一別売上高構成比をみると、全体では「一般食品」が24.3%で最も高く、次いで「日配品」が18.3%、「青果」が16.4%と続いている。売場面積別にみると、大型店舗ほど「青果」の構成比が低くなる。同一の面積区分であれば、地方圏に比べ、都市圏の「青果」「日配品」「一般食品」の構成比が高い。

図表8-35 商品カテゴリ一別売上高構成比



図表8-36 商品カテゴリ一別売上高構成比/売場面積別、都市区分×売場面積別

		n	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
売場面積	800㎡未満	45	18.1%	11.7%	15.1%	10.3%	17.5%	22.9%	4.3%
	800㎡～1,200㎡未満	67	16.6%	12.4%	15.2%	9.1%	18.6%	24.0%	4.0%
	1,200㎡～1,600㎡未満	41	16.4%	11.5%	13.7%	9.9%	19.2%	22.9%	6.4%
	1,600㎡以上	82	14.9%	10.8%	13.2%	10.2%	18.3%	26.5%	6.1%
都市区分×売場面積	都市圏・1200㎡未満	44	18.5%	11.3%	15.3%	8.5%	18.8%	25.0%	2.6%
	都市圏・1200㎡以上	21	16.3%	11.2%	12.9%	9.7%	19.0%	25.5%	5.2%
	地方圏・1200㎡未満	68	16.4%	12.8%	15.1%	10.2%	17.8%	22.5%	5.1%
	地方圏・1200㎡以上	102	15.4%	10.9%	13.5%	10.2%	18.5%	25.2%	6.4%

II. 調査結果の要約

今回調査の平均値の業界推計一覧を掲載している。

1. 保有店舗と売場、設備

		2020年	2019年	掲載箇所 (今回図表番号)
		全体(平均値)	全体(平均値)	
セルフレジ設置率		15.8 %	11.4 %	1-9
セルフ精算レジ(セミセルフレジ)設置率		64.0 %	57.9 %	1-13
セルフバーコードスキャン採用率		4.2 %		1-17
医薬品売場設置率		15.3 %	20.6 %	1-21
医薬品売場(第一類医薬品の販売)設置率		10.0 %		
インスタペーカリー設置率		46.7 %	52.6 %	
イートインスペース設置率		60.9 %	63.6 %	
地元産食品コーナー設置率		68.8 %	77.7 %	
オーガニック食品コーナー設置率		35.9 %	37.6 %	
栄養機能性食品コーナー設置率		45.5 %	52.1 %	
スマイルケア食コーナー設置率		19.1 %	20.4 %	
花売場設置率		92.1 %	91.8 %	
目標とする利益率	青果	22.8 %	22.8 %	
	水産	28.1 %	27.8 %	
	畜産	28.4 %	28.5 %	
	惣菜	36.6 %	36.3 %	
	日配品	22.8 %	22.4 %	
	一般食品	19.3 %	18.9 %	
	非食品	20.5 %	20.4 %	
在庫型センター活用率		46.7 %	46.6 %	1-30
商品カテゴリー 活用率	一般食品	41.6 %	45.6 %	1-31
	日配品	18.6 %	17.6 %	
	日用雑貨	25.2 %	27.2 %	
	その他	13.1 %	8.5 %	
通過型センター活用率		65.0 %	65.0 %	1-33
商品カテゴリー 活用率	一般食品	57.8 %	51.9 %	1-34
	日配品	60.2 %	60.0 %	
	日用雑貨	48.3 %	43.0 %	
	その他	23.2 %	22.1 %	
プロセスセンター活用率		45.1 %	40.7 %	1-36
商品カテゴリー 活用率	青果	16.0 %	14.7 %	1-37
	水産	21.3 %	21.2 %	
	畜産	32.9 %	30.7 %	
	惣菜	25.0 %	24.2 %	
	ペーカリー	4.4 %	6.4 %	

2. 人事関連

		2020年 全体(平均値)	2019年 全体(平均値)	掲載箇所 (今回図表番号)
正社員	1店舗あたり正社員数	13.1 人	14.2 人	2-1
	1店舗あたり管理職人数	2.9 人	3.2 人	
	正社員に占める女性割合	24.4 %	24.8 %	2-3
	管理職に占める女性割合	9.9 %	9.5 %	
パート・アルバイト	店舗勤務率	72.0 %	70.9 %	2-5
	本部・その他勤務率	27.5 %	26.9 %	
初任給	大卒	193,052 円	193,735 円	2-7
	高卒	167,273 円	164,807 円	2-8
前年同時期からの正社員平均賃金増減率		+ 1.6 %	+ 1.7 %	2-10
高齢者	正社員の定年年齢	61.2 歳	61.2 歳	2-13
	パート・アルバイトの上限年齢	70.2 歳	70.0 歳	2-15
	60歳以上のパート・アルバイト雇用比率	29.0 %	26.6 %	
外国人従業員	雇用割合	53.8 %	52.5 %	2-17
	従業員比率(雇用企業)	3.6 %	4.4 %	
外国人技能実習生 配属率	惣菜部門	86.1 %		2-21
	水産部門	34.4 %		
	ベーカリー部門	20.2 %		
	プロセスセンター	28.8 %		
	その他部門	5.0 %		
1店舗あたりの 正社員採用人数	中途採用	0.52 人		2-31
	新卒(大卒)	0.12 人		
	新卒(専門卒)	0.02 人		
	新卒(高卒)	0.18 人		
	新卒(高卒)のうち商業高校卒	0.01 人		
想定に対する正社員・ パート・アルバイト充足率	正社員	85.9 %	84.9 %	2-33
	パート・アルバイト	85.7 %	85.2 %	
人手不足対応 取組み実施率	採用活動	94.1 %		2-35
	外注化	36.7 %	44.5 %	2-38
	システム化・機械化	81.7 %	74.6 %	2-41
	労働生産性向上	93.0 %	87.2 %	2-44

3. ポイントカード・決済手段

	2020年 全体(平均値)	2019年 全体(平均値)	掲載箇所 (今回図表番号)
ポイントカード導入率	83.6 %	84.3 %	3-1
今後のポイントカード導入意向率	22.7 %	30.1 %	3-5
通常時のポイント還元率	0.6 %	0.6 %	3-7
イベント時の最大ポイント還元率	3.8 %		3-9
ポイント還元率アップ等のポイント企画実施率	91.8 %	95.8 %	3-11
現金以外の決済手段導入率	96.4 %	92.4 %	3-13
今後の現金以外の決済手段導入意向率	41.8 %	72.7 %	3-21

4. 販売促進・サービス

	2020年	2019年	掲載箇所 (今回図表番号)	
	全体(平均値)	全体(平均値)		
新聞折り込みのチラシ発行率	89.0 %	94.5 %	4-1	
週あたり新聞折り込みのチラシ発行回数	1.6 回	1.7 回	4-3	
新聞折り込みチラシ以外の販促手段実施率	89.4 %	90.4 %	4-7	
店舗外販売・ 配送サービス実施率	ネットスーパー	15.4 %	12.8 %	4-9
	注文宅配サービス	23.3 %	30.4 %	
	店舗販売分の配送サービス	48.1 %	54.6 %	
	移動スーパー	25.1 %	26.5 %	
	ピックアップサービス	1.1 %	26.5 %	

5. PB商品

	2020年	2019年	掲載箇所 (今回図表番号)
	全体(平均値)	全体(平均値)	
PB商品の導入率	70.6 %	67.0 %	5-1
PB商品の売上高比率	7.7 %	9.9 %	5-5
PB商品の取扱い率	食品(ドライグロサリー)	98.0 %	5-9
	生鮮・日配	93.1 %	
	日用雑貨	76.5 %	
	その他	38.7 %	
PB商品の売上高率	食品(ドライグロサリー)	51.1 %	5-15
	生鮮・日配	36.1 %	
	日用雑貨	6.6 %	
	その他	6.1 %	

6. 環境対策

	2020年	2019年	掲載箇所 (今回図表番号)	
	全体(平均値)	全体(平均値)		
資源リサイクルの取組み実施率	90.1 %	92.1 %	6-1	
資源リサイクルの 取組み実施率	食品トレー	86.2 %		88.5 %
	ペットボトル	60.6 %		63.2 %
	瓶・缶	37.1 %		42.1 %
	牛乳パック	74.3 %		80.1 %
	ダンボール・古紙	37.6 %	41.8 %	
廃棄物リサイクルの取組み実施率	93.7 %	92.6 %	6-3	
廃棄物リサイクルの 取組み実施率	食品残渣	41.0 %		40.5 %
	廃油	77.0 %		78.5 %
	販促資材	5.4 %		5.8 %
	発泡スチロール	59.1 %		53.7 %
	ダンボール・古紙	81.8 %	73.9 %	
	瓶・缶	33.6 %	36.5 %	
食品リサイクル取組み実施率	46.4 %	44.0 %	6-5	
食品リサイクルの 取組み実施率	食品廃棄物のたい肥化	29.2 %		28.1 %
	食品廃棄物の飼料化	31.7 %		24.4 %
	その他	3.9 %	3.2 %	
ロス率	青果	3.3 %	3.4 %	6-7
	水産	7.6 %	7.9 %	
	畜産	6.0 %	6.0 %	
	惣菜	10.3 %	10.1 %	
	日配品	4.2 %	4.2 %	
	一般食品	1.5 %	1.7 %	
	非食品	1.2 %	1.1 %	
食品ロス削減の取組み実施率	98.5 %	98.6 %	6-9	
レジ袋辞退比率	47.4 %	46.1 %	6-13	

7. トピックス/その他

	2020年	2019年	掲載箇所 (今回図表番号)
	全体(平均値)	全体(平均値)	
新型コロナウイルス感染拡大を契機に新たな働き方の導入率	72.8 %		7-1
新型コロナウイルス感染拡大を契機に今後新たな働き方の導入検討率	29.1 %		7-3
防災・危機対策への取組み実施率	68.7 %	66.3 %	7-5
外国人利用者対応実施率	27.1 %	24.9 %	7-7
万引き防止策実施率	100.0 %	98.8 %	7-10

8. 店舗状況

	2020年		2019年		掲載箇所 (今回図表番号)
	全体(平均値)		全体(平均値)		
営業時間	12.1 時間		12.3 時間		8-1
売場1,000㎡あたり専用駐車場台数	97.3 台		92.6 台		8-10
バックヤード比率	29.7 %		29.5 %		8-12
売場1,000㎡あたりレジ台数	6.0 台		5.7 台		8-13
売場1,000㎡あたりセルフレジ・セミセルフレジ台数	2.0 台				8-15
レジ台数に占めるセルフレジ・セミセルフレジ設置率	37.5 %				
売場1,000㎡あたり正社員数	11.5 人		12.9 人		8-17
売場1,000㎡あたりパート・アルバイト人数	38.0 人		39.5 人		8-19
売場1㎡あたり年間売上高	112.4 万円		125.9 万円		8-21
従業員1人あたり年間売上高	24.6 百万円		25.2 百万円		8-23
1日平均客数	平日	1,799.3 人	1,911.5 人		8-25
	土日祝	2,069.4 人	2,163.5 人		8-27
売場100㎡あたり 1日平均客数	平日	152.9 人	155.2 人		8-29
	土日祝	172.3 人	170.3 人		
レジ1台あたり 1日平均客数	平日	263.5 人	278.2 人		
	土日祝	299.6 人	311.6 人		
土日祝客数比(対平日)		1.16 倍	1.14 倍		
客単価	平日	1,974.5 円	1,884.9 円		8-30
	土日祝	2,218.2 円	2,148.4 円		8-32
1人あたり買上点数	平日	9.8 点	9.5 点		8-34
	土日祝	11.0 点	10.7 点		
売上高構成比	青果	16.4 %	16.0 %		8-35
	水産	11.6 %	11.4 %		
	畜産	14.3 %	13.4 %		
	惣菜	10.0 %	10.2 %		
	日配品	18.3 %	18.1 %		
	一般食品	24.3 %	25.3 %		
	非食品	5.1 %	5.5 %		

※売場面積あたりの値は回答結果をもとに算出したものである。

Ⅲ. スーパーマーケット経営指標レポート

1. レポートの目的

本レポートは、スーパーマーケットを主たる業務とする企業を対象に経営指標の集計を行い、スーパーマーケット業界の経営指標の標準値・基準値とすることを目的としている。

2. 使用データ

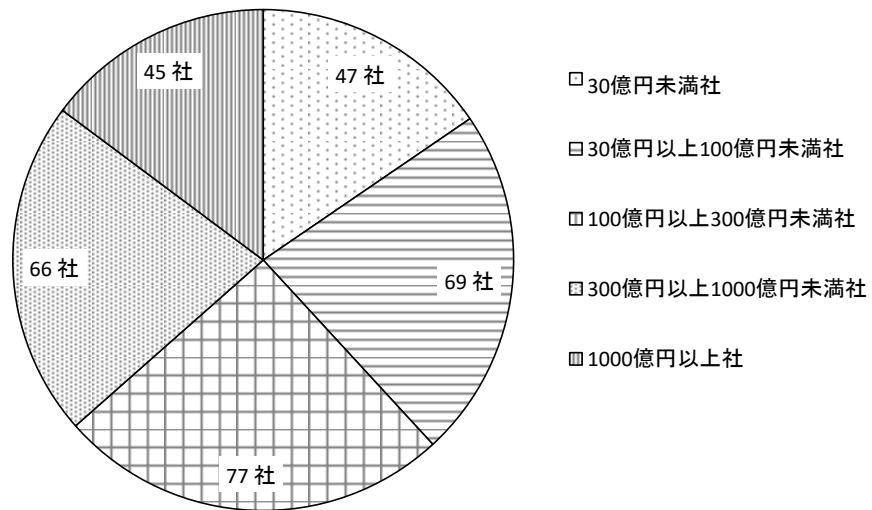
経営指標の集計には、株式会社帝国データバンクの国内最大級企業財務データベース「COSMOS1」を利用している。

※「COSMOS1」からの集計対象企業の抽出条件

株式会社流通企画発行の「食品スーパーマーケット年鑑」に収録されている企業リストを基に、2019年4月から2020年3月までに決算を迎えた企業の最新決算データを抽出。

3. 集計対象企業

集計した304社の売上規模属性分布は以下の通り。



4. 集計指標

- ①売上高総利益率
- ②売上高営業利益率
- ③売上高経常利益率
- ④総資本回転率
- ⑤自己資本比率
- ⑥労働分配率
- ⑦損益分岐点比率

収益性指標

①売上高総利益率

$$\text{売上高総利益率(\%)} = \text{売上高総利益(円)} \div \text{売上高(円)} \times 100$$

売上高総利益（一般に粗利、もしくは荒利ともいう）とは売上高から売上原価を差し引いて得た額をいう。その売上高総利益が売上高の中でどの位の割合になるかを示した指標を売上高総利益率という。この指標が高ければ、その企業が提供する商品やサービスの競争優位性が高いといえる。

売上高規模	集計有効企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	302	25.86 %	25.80 %	7.11
30億円未満	45	25.78 %	25.19 %	3.83
30億円以上 100億円未満	69	25.20 %	25.23 %	5.25
100億円以上 300億円未満	77	26.15 %	25.80 %	10.07
300億円以上 1000億円未満	66	26.43 %	26.76 %	4.11
1000億円以上	45	25.62 %	26.33 %	9.09

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均
全体	302	25.86 %	317	25.74 %	442	26.07 %
30億円未満	45	25.78 %	51	25.49 %	63	28.57 %
30億円以上 100億円未満	69	25.20 %	71	25.09 %	108	24.93 %
100億円以上 300億円未満	77	26.15 %	82	26.10 %	112	25.36 %
300億円以上 1000億円未満	66	26.43 %	65	26.34 %	84	26.13 %
1000億円以上	45	25.62 %	48	25.52 %	75	26.62 %

②売上高営業利益率

$$\text{売上高営業利益率(\%)} = \text{営業利益(円)} \div \text{売上高(円)} \times 100$$

営業利益とは売上高総利益（①説明文参照）から販売活動に要した人件費や光熱費等の諸経費を差し引いて得た額をいう。その営業利益が企業の売上高のどの位の割合になるかを示した指標を売上高営業利益率という。この指標は企業が本業においてどれだけの収益を上げているかを判定するために使用する。一般的に高いほど良い。

売上高規模	集計有効企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	301	0.82 %	0.55 %	1.74
30億円未満	45	-0.35 %	-0.29 %	1.59
30億円以上 100億円未満	69	0.34 %	0.34 %	1.82
100億円以上 300億円未満	77	0.64 %	0.41 %	1.34
300億円以上 1000億円未満	66	1.55 %	1.35 %	1.50
1000億円以上	44	1.98 %	1.46 %	1.61

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均
全体	301	0.82 %	314	1.04 %	439	1.39 %
30億円未満	45	-0.35 %	49	-0.01 %	60	0.41 %
30億円以上 100億円未満	69	0.34 %	71	0.67 %	108	1.00 %
100億円以上 300億円未満	77	0.64 %	82	0.92 %	113	1.20 %
300億円以上 1000億円未満	66	1.55 %	65	1.66 %	83	1.77 %
1000億円以上	44	1.98 %	47	2.06 %	75	2.61 %

③売上高経常利益率

$$\text{売上高経常利益率(\%)} = \text{経常利益(円)} \div \text{売上高(円)} \times 100$$

経常利益とは営業利益（②説明文参照）から受取利息や配当金、雑収入など本業以外の収益を加算し、支払利息など本業以外の費用を減算した額をいう。その経常利益が企業の売上高のどの位の割合になるかを示した指標を売上高経常利益率という。この指標は商品、サービス、販売活動、財務活動など企業の総合的な収益力を判定するために使用する。一般に高いほど良い。

売上高規模	集計有効 企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	301	1.20 %	0.92 %	1.81
30億円未満	45	0.13 %	0.05 %	2.01
30億円以上 100億円未満	69	0.78 %	0.34 %	1.76
100億円以上 300億円未満	77	1.02 %	0.72 %	1.37
300億円以上 1000億円未満	66	1.89 %	1.59 %	1.65
1000億円以上	44	2.23 %	1.91 %	1.66

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効 企業数	平均	集計有効 企業数	平均	集計有効 企業数	平均
全体	301	1.20 %	314	1.39 %	438	1.64 %
30億円未満	45	0.13 %	49	0.48 %	59	0.55 %
30億円以上 100億円未満	69	0.78 %	71	1.10 %	108	1.33 %
100億円以上 300億円未満	77	1.02 %	82	1.20 %	113	1.43 %
300億円以上 1000億円未満	66	1.89 %	65	2.02 %	83	2.05 %
1000億円以上	44	2.23 %	47	2.25 %	75	2.78 %

④総資本回転率

$$\text{総資本回転率(回)} = \text{売上高(円)} \div \text{負債純資産合計(円)} \times 100$$

総資本回転率とは総資本の回転速度であり1年間に総資本の何倍の売上を上げているかを示す。高いほど良く、少ない資産で多くの売上があり資産効率が良いことを示す。

売上高規模	集計有効企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	301	2.66 回	2.34 回	1.42
30億円未満	45	2.99 回	2.84 回	1.65
30億円以上 100億円未満	69	2.85 回	2.45 回	1.69
100億円以上 300億円未満	77	2.69 回	2.46 回	1.25
300億円以上 1000億円未満	66	2.39 回	2.21 回	1.22
1000億円以上	44	2.36 回	2.12 回	1.04

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均
全体	301	2.66 回	314	2.77 回	442	2.60 回
30億円未満	45	2.99 回	49	3.20 回	63	2.88 回
30億円以上 100億円未満	69	2.85 回	71	2.89 回	108	2.94 回
100億円以上 300億円未満	77	2.69 回	82	2.77 回	112	2.69 回
300億円以上 1000億円未満	66	2.39 回	65	2.49 回	84	2.11 回
1000億円以上	44	2.36 回	47	2.53 回	75	2.31 回

安全性指標

⑤自己資本比率

$$\text{自己資本比率(\%)} = \text{純資産合計(円)} \div \text{負債純資産合計(円)} \times 100$$

自己資本比率とは総資本に対する自己資本の割合で、企業資本の調達源泉の健全性、自己資本蓄積の度合いを示す。一般的にはこの指標が高いほど資本構成が安定しておりその経営の安全性が高いことを示す。

売上高規模	集計有効 企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	304	34.29 %	37.97 %	40.09
30億円未満	47	7.13 %	17.84 %	77.16
30億円以上 100億円未満	69	30.04 %	30.41 %	32.82
100億円以上 300億円未満	77	37.56 %	38.59 %	20.85
300億円以上 1000億円未満	66	45.97 %	49.23 %	22.96
1000億円以上	45	46.45 %	44.97 %	17.44

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効 企業数	平均	集計有効 企業数	平均	集計有効 企業数	平均
全体	304	34.29 %	318	34.16 %	451	33.73 %
30億円未満	47	7.13 %	52	8.76 %	69	19.49 %
30億円以上 100億円未満	69	30.04 %	71	33.51 %	108	33.98 %
100億円以上 300億円未満	77	37.56 %	82	37.65 %	114	31.71 %
300億円以上 1000億円未満	66	45.97 %	65	42.01 %	84	39.04 %
1000億円以上	45	46.45 %	48	46.05 %	76	43.46 %

生産性指標

⑥労働分配率

$$\text{労働分配率(\%)} = \text{人件費(円)} \div \text{売上高総利益(円)} \times 100$$

労働分配率とは売上高総利益（①説明文参照）に対する人件費の割合を示す。人件費とは役員報酬、給与手当、賞与、販売員給与、賞与引当金、福利厚生費などが含まれる。この割合が高いほど人件費負担が大きいことを示す。この比率が高すぎれば営業利益（②説明文参照）を圧迫し、低すぎれば社員のモチベーションが下がるため管理には注意する必要がある。

売上高規模	集計有効企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	253	47.60 %	49.34 %	11.25
30億円未満	42	51.42 %	54.95 %	12.38
30億円以上 100億円未満	63	51.69 %	52.02 %	7.29
100億円以上 300億円未満	64	49.29 %	50.48 %	11.13
300億円以上 1000億円未満	53	44.09 %	46.06 %	8.95
1000億円以上	31	36.61 %	38.91 %	11.05

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均	集計有効企業数	平均
全体	253	47.60 %	261	47.89 %	357	44.86 %
30億円未満	42	51.42 %	48	53.86 %	62	47.87 %
30億円以上 100億円未満	63	51.69 %	64	50.51 %	91	49.23 %
100億円以上 300億円未満	64	49.29 %	68	49.52 %	91	45.97 %
300億円以上 1000億円未満	53	44.09 %	45	43.54 %	67	40.83 %
1000億円以上	31	36.61 %	36	37.64 %	46	35.85 %

管理会計

⑦損益分岐点比率

損益分岐点比率(%) =

$$[\text{固定費(円)} \div \{ 1 - (\text{変動費(円)} \div \text{売上高(円)}) \}] \div \text{売上高(円)} \times 100$$

損益分岐点（もしくは損益分岐点売上高）は、企業の損・益がゼロとなる売上高のことをいう。費用は売上高に応じて発生する変動費と売上高の大小に関係なく発生する固定費に分けられる。従って費用を変動費と固定費に分解し、固定費のすべてを回収し採算ベースに乗る点のことを損益分岐点という。俗に「収支とんとん」となる売上高のことである。その損益分岐点が売上高に対してどのくらいの位置にあるかを示したものを損益分岐点比率という。損益分岐点比率は低いほど良く、100%以上になると赤字経営であることを示している。この指標は採算性の検討や将来の利益計画に活用される。ここでは簡易的に固定費を販売管理及び一般管理費、変動費を売上原価として以下の計算を行っている。

損益分岐点比率(%) =

$$\text{販売管理及び一般管理(円)} \div (\text{総利益(円)} \div \text{売上高(円)}) \div \text{売上高(円)} \times 100$$

売上高規模	集計有効企業数	平均	中央値	標準偏差
全体	303	96.76 %	97.81 %	7.24
30億円未満	47	101.07 %	100.85 %	6.20
30億円以上 100億円未満	69	98.90 %	98.87 %	7.03
100億円以上 300億円未満	77	97.47 %	98.20 %	6.01
300億円以上 1000億円未満	66	93.99 %	94.97 %	6.33
1000億円以上	44	91.70 %	94.51 %	7.35

(時系列比較)

売上高規模	2020年		2019年		2018年	
	集計有効 企業数	平均	集計有効 企業数	平均	集計有効 企業数	平均
全体	303	96.76 %	315	95.91 %	445	94.51 %
30億円未満	47	101.07 %	50	100.22 %	66	96.91 %
30億円以上 100億円未満	69	98.90 %	71	97.63 %	108	96.22 %
100億円以上 300億円未満	77	97.47 %	82	96.49 %	113	95.19 %
300億円以上 1000億円未満	66	93.99 %	65	93.52 %	84	93.35 %
1000億円以上	44	91.70 %	47	91.00 %	74	90.15 %

※標準偏差について

個々のデータが、平均からどの程度ばらついているのかを表す指標。

標準偏差が0であると、バラツキが全くないことになり、全データが平均値と同じ値であることを示す。逆に平均値に対して、標準偏差の値が大きい場合には、平均から離れた値が多く存在することを示している。

IV. 調査票

2020年度 スーパーマーケット年次統計調査

調査目的

本調査は、毎年スーパーマーケットの動向を調査し、業界の基礎資料とすることを目的に実施しています。

調査項目

【企業全体に関する調査】

1. 店舗・センター / 2. 人事 / 3. ポイントカード・決済手段 / 4. 販売促進・サービス /
5. PB商品 / 6. 環境対策 / 7. その他

【店舗に関する調査】

回答方法

下記の(1)、(2)からご回答方法をお選びいただけます。

(1)専用アンケートページ(インターネット)でのご回答

下記のURLより、案内に沿ってご回答ください。

(各協会ホームページにもアンケートページへのリンクをご用意しております)

【アンケートページURL】 <https://research.surece.co.jp/nenji/>

【アンケートID】

【アンケートパスワード】

(2)郵送でのご回答

この調査票にご回答の上、下記の回答〆切日までに同封の返信用封筒(切手不要)に入れてご返送ください。

回答内容について

- ・この調査票冊子では、左ページに設問文、右ページに回答欄をまとめております。
左ページの設問文をお読みになった後に右ページにご回答をお願いいたします。
- ・本調査は、個別企業の経営動向を把握するものではありません。
ご回答内容は個別企業が特定されないように集計値のみを利用します。
- ・調査結果は、後日、報告書にまとめ郵送させていただきます。
- ・本調査の実施は、(株)サーベイリサーチセンターに委託しております。

2020年8月17日(月)までにご回答くださいますようお願いいたします。

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会
一般社団法人 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

2020年7月

1. 店舗・センター

～保有のスーパーマーケット店舗について～

問1-1 (すべての方にお伺いします)

どのような業態の店舗を保有されていますか。 ----->

以降の設問は、「スーパーマーケット業の店舗」(以下「店舗」といいます)を保有されている方のみご回答ください。
また、企業内でスーパーマーケット以外の業態の店舗を保有している場合でも、
このアンケートではスーパーマーケットのみについてお答えください。

問1-2 (すべての方にお伺いします)

保有されている店舗は、いくつの都道府県に展開されていますか。 ----->

問1-3 (すべての方にお伺いします)

保有されている店舗について、売場面積別の店舗数をお答えください。 ----->

また、売場面積別に「この1年間で新たに開店した(1年前から増えた)店舗数」および
「この1年間で閉店した(1年前から減った)店舗数」をお答えください。

※新たに開店した店舗、閉店した店舗がない場合はそれぞれ「0」とお答えください

～物流センター・プロセスセンターについて～

問1-4 (すべての方にお伺いします)

物流センターやプロセスセンターの活用(自社で保有または業務委託、一部利用)状況と、
その取扱い商品カテゴリーをお答えください。 ----->

～店舗内の設備・売場について～

問1-5 (すべての方にお伺いします)

(ア)～(ウ)について、店舗内設置状況をお答えください。 ----->

また、今後の設置についてどのようにお考えですか。

※「セルフバーコードスキャン」とは、お客様自身(顧客)がスマホ等でバーコードを読み取りレジ決済を行うシステムです

1. 店舗・センター

問1-1. (該当する数字を **すべて** ○で囲んでください)

1. スーパーマーケット業の店舗を経営	2. スーパーマーケット以外の小売店舗を経営 (100円ショップ、ドラッグストア、ホームセンターなど)
3. 小売業以外の店舗を経営(外食、不動産など)	

問1-2. (該当する数字を **ひとつだけ** ○で囲んでください)

1. 1都道府県のみ	2. 2～3都道府県	3. 4都道府県以上
------------	------------	------------

問1-3. ((ア)～(エ)それぞれで、a～cについて□内に数字をご記入ください)

	【a. 現在の店舗数】	【b. 1年前から 増えた店舗数】	【c. 1年前から 減った店舗数】
(ア) 800㎡未満	□ □ □ 店舗	□ □ 店	□ □ 店
(イ) 800㎡～1,200㎡未満	□ □ □ 店舗	□ □ 店	□ □ 店
(ウ) 1,200㎡～1,600㎡未満	□ □ □ 店舗	□ □ 店	□ □ 店
(エ) 1,600㎡以上	□ □ □ 店舗	□ □ 店	□ □ 店

問1-4. (a～cについて、該当する数字を **すべて** ○で囲んでください)

【a. 在庫型センターの商品カテゴリー】	1. 一般食品	2. 日配品	3. 日用雑貨	4. その他	5. 活用していない	
【b. 通過型センターの商品カテゴリー】	1. 一般食品	2. 日配品	3. 日用雑貨	4. その他	5. 活用していない	
【c. プロセスセンターの商品カテゴリー】	1. 青果	2. 水産	3. 畜産	4. 惣菜	5. ベーカリー	6. 活用していない

問1-5. ((ア)～(ウ)それぞれで、a/bについて該当する数字を **それぞれひとつだけ** ○で囲んでください)

	【a. 設置有無】		【b. 今後の設置意向】			
	設置店舗が ある	設置して いない	新たに 設置したい	設置数を 増やしたい	どちらとも いえない	設置数を 減らしたい
(ア) セルフレジ	1	2	1	2	3	4
(イ) セルフ精算レジ(セミセルフレジ)	1	2	1	2	3	4
(ウ) セルフバーコードスキャン	1	2	1	2	3	4

問1-6 (すべての方にお伺いします)

(ア)～(ケ)について、店舗内設置状況をお答えください。 ----->
また、今後の設置についてどのようにお考えですか。

※「スマイルケア食」とは、かむことや飲み込むことなどの食べる機能が弱くなった人や、
栄養状態がよくない人などを対象とした、新しい介護食品の愛称です

～商品カテゴリーについて～

問1-7 (すべての方にお伺いします)

各商品カテゴリーについて、目標とする利益率、前年からのSKU数の増減をお答えください。 ----->
また、今後のSKU数はどのようにお考えですか。

※該当するカテゴリーの取扱いがない場合は「取扱いなし」を選択してください

※カテゴリーについては、自社のカテゴリー分類に準拠してください

※目標とする利益率は粗利益でお考えください

問1-6. ((ア)~(ケ)それぞれで、a/bについて該当する数字を それぞれひとつだけ ○で囲んでください)

	【a. 設置有無】		【b. 今後の設置意向】			
	設置店舗がある	設置していない	新たに設置したい	設置数を増やしたい	どちらともいえない	設置数を減らしたい
(ア) 医薬品売場	1	2	1	2	3	4
(イ) 医薬品売場(第一類医薬品の販売)	1	2	1	2	3	4
(ウ) インストアベーカリー	1	2	1	2	3	4
(エ) イートインスペース	1	2	1	2	3	4
(オ) 地元産食品のコーナー	1	2	1	2	3	4
(カ) オーガニック食品のコーナー	1	2	1	2	3	4
(キ) 栄養機能性食品のコーナー	1	2	1	2	3	4
(ク) スマイルケア食のコーナー	1	2	1	2	3	4
(ケ) 花売場	1	2	1	2	3	4

問1-7. ((ア)~(キ)それぞれで、aについて□内に数字をご記入ください
また、b/cについて該当する数字を それぞれひとつだけ ○で囲んでください)

	【a. 目標とする利益率】	【b. 前年と比較したSKU数増減】				【c. 今後のSKU数増減意向】		
	□ □ %	前年から増えた	前年と変わらない	前年から減った	取扱いなし	SKU数を増やしたい	どちらともいえない	SKU数を減らしたい
(ア) 青果	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3
(イ) 水産	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3
(ウ) 畜産	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3
(エ) 惣菜	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3
(オ) 日配品	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3
(カ) 一般食品	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3
(キ) 非食品	□ □ %	1	2	3	4	1	2	3

2. 人事

～正社員・パート・アルバイトについて～

問2-1 (すべての方にお伺いします)

正社員数および女性正社員数、管理職人数および女性管理職人数をお答えください。 ----->

問2-2 (すべての方にお伺いします)

従業員に占めるパート・アルバイトの比率はおよそ何%くらいですか。
「店舗勤務」と「店舗勤務以外(本部等勤務)」それぞれお答えください。 ----->

※パート・アルバイトの人数は、総労働時間を8時間で割った人日計算でお考えください

～賃金について～

問2-3 (すべての方にお伺いします)

新卒正社員の初任給をお答えください。 ----->

問2-4 (すべての方にお伺いします)

前年同時期に比べ、正社員の平均賃金はどの程度増減していますか。 ----->

問2-5 (すべての方にお伺いします)

パート・アルバイト募集時の時間給をお答えください。 ----->
また、前年同時期のパート・アルバイト時間給もお答えください。

～高齢者雇用について～

問2-6 (すべての方にお伺いします)

正社員の定年年齢およびパート・アルバイトの上限年齢をお答えください。
また、全店舗のパート・アルバイト総人数に占める60歳以上の高齢者数の割合は
どのくらいですか。 ----->

～外国人雇用について～

問2-7 (すべての方にお伺いします)

全店舗のパート・アルバイト総人数に占める外国人労働者数の割合はどのくらいですか。 ----->
また、外国人雇用を行っている場合、雇用している外国人労働者の在留資格もお答えください。

2. 人事

問2-1. (a～dについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

<p>【a. 正社員数】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 25px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>人</p>	<p>【b. 管理職の人数】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 25px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>人</p>
<p>【c. うち、女性の正社員数】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 25px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>人</p>	<p>【d. うち、女性の管理職の人数】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 25px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>人</p>

問2-2. (a/bについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

<p>【a. 店舗勤務のパート・アルバイト比率】</p> <p>約 <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 25px; display: inline-block;"></div> %</p>	<p>【b. 店舗勤務以外(本部等勤務)のパート・アルバイト比率】</p> <p>約 <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 25px; display: inline-block;"></div> %</p>
--	---

問2-3. (a/bについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

<p>【a. 初任給月額(高卒)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 円	<p>【b. 初任給月額(大卒)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 円
---	---

問2-4 (□内に数字をご記入ください)

【前年同時期からの正社員平均賃金増減率】

約 . %

問2-5. (a～dについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

<p>【a. パート募集時時間給(レジ担当)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 円	<p>【b. パート募集時時間給(品出し担当)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 円
<p>【c. 前年同時期のパート募集時時間給(レジ担当)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 円	<p>【d. 前年同時期のパート募集時時間給(品出し担当)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 円

問2-6. (a～cについて、□内に数字をご記入ください)

<p>【a. 正社員の定年年齢】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 歳	<p>【b. パート・アルバイト上限年齢】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 25px; display: inline-block;"></div> 歳くらい	<p>【c. パート・アルバイト高齢者比率】</p> <p>パート・アルバイトのうち 約 <div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 25px; display: inline-block;"></div> %</p>
---	---	---

問2-7. (aについて、□内に数字をご記入ください
また、外国人雇用を行っている場合は、bについて該当する数字をすべて○で囲んでください)

<p>【a. 外国人雇用の割合】</p> <p>パート・アルバイトのうち</p> <p>約 <div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 25px; display: inline-block;"></div> %</p>	<p>【b. 雇用している外国人労働者の在留資格】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 永住者 2. 留学生 3. 技能実習生
--	--

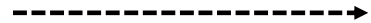
問2-8 (問2-7bで「技能実習生」と回答された方にお伺いします)

雇用している外国人技能実習生について、現在の部門ごとの配属人数をお答えください。



問2-9 (すべての方にお伺いします)

今後、貴社での外国人労働者の雇用についてどのようにお考えですか。



～採用について～

問2-10 (すべての方にお伺いします)

直近1年間の正社員およびパート・アルバイトの求人について、想定に対する実際の求人応募人数はどうでしたか。



問2-11 (すべての方にお伺いします)

直近1年間の正社員採用人数をお答えください。



～人手不足とその対応について～

問2-12 (すべての方にお伺いします)

正社員やパート・アルバイトの従業員数は、想定に対してどの程度の割合ですか。

※想定通りの従業員数を確保できている場合を100%としてお考えください



問2-13 (すべての方にお伺いします)

どのような部門で正社員数が足りないとお考えですか。



問2-8. (a～e)について、それぞれ口内に数字をご記入ください)

【a. 惣菜部門配属人数】 □□□□ 人	【b. 水産部門配属人数】 □□□□ 人	【c. ベーカリー部門配属人数】 □□□□ 人
【d. プロセスセンター配属人数】 □□□□ 人	【e. その他部門配属人数】 □□□□ 人	

問2-9. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

1. 増やしたい	2. 現状を維持したい	3. 減らしたい
4. 現在は雇用していないが、今後雇用したい		

問2-10. ((ア)～(ウ)それぞれで、該当する数字を それぞれひとつだけ ○で囲んでください)

	【直近1年間の求人応募人数】			
	想定以上	想定通り	想定以下	募集していない
(ア) 新卒正社員 (大卒・専門卒・高卒)	1	2	3	4
(イ) 中途採用正社員	1	2	3	4
(ウ) パート・アルバイト	1	2	3	4

問2-11. (a～e)について、それぞれ口内に数字をご記入ください)

【a. 中途採用正社員採用人数】 □□□□ 人	【b. 新卒正社員(大卒)採用人数】 □□□□ 人	【c. 新卒正社員(専門卒)採用人数】 □□□□ 人
【d. 新卒正社員(高卒)採用人数】 □□□□ 人	【e. d.のうち商業高校卒人数】 □□□□ 人	

問2-12. (a/bについて、それぞれ口内に数字をご記入ください)

【a. 想定に対する正社員人数の割合】 約 □□□ %	【b. 想定に対するパート・アルバイト人数の割合】 約 □□□ %
--------------------------------	--------------------------------------

問2-13. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. レジ部門	2. 青果部門	3. 水産・鮮魚部門
4. 精肉部門	5. 惣菜部門	6. 日配部門
7. グロサリー部門	8. 情報システム部門	9. 販売促進部門
10. 商品・仕入れ部門	11. 総務・経理部門	12. その他 (具体的に:)
13. 特にない		

問2-14 (すべての方にお伺いします)

どのような部門でパート・アルバイト人数が足りないとお考えですか。



問2-15 (すべての方にお伺いします)

人手不足対応の取組みとして実施しているものをお答えください。



3. ポイントカード・決済手段

～ポイントカードについて～

問3-1 (すべての方にお伺いします)

どのような種類のポイントカードを導入していますか。

また、今後導入したいポイントカードの種類についてもお答えください。



問2-14. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

- | | | | |
|---------|---------|------------|--------------------|
| 1. レジ部門 | 2. 青果部門 | 3. 水産・鮮魚部門 | 4. 精肉部門 |
| 5. 惣菜部門 | 6. 日配部門 | 7. グロスリー部門 | 8. その他
(具体的に:) |
| 9. 特にない | | | |

問2-15. (a～dについて、それぞれ該当する数字を すべて ○で囲んでください)

【a. 採用活動の取組み】

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. リクルート活動の強化 | 2. 高齢者の再雇用 |
| 3. 女性の積極活用 | 4. 外国人労働者の採用 |
| 5. 労働条件(賃金、勤務日数など)の向上 | 6. パート・アルバイトの正社員化 |
| 7. 定年年齢・雇用上限年齢の引上げ・撤廃 | 8. その他(具体的に:) |
| 9. 特に行っていない | |

【b. 外注化の取組み】

- | | | | |
|---------------|-----------------|----------------|--------------|
| 1. 青果部門の外部委託 | 2. 水産・鮮魚部門の外部委託 | 3. 精肉部門の外部委託 | 4. 惣菜部門の外部委託 |
| 5. 品出し作業の外部委託 | 6. レジ作業の運営外部委託 | 7. その他(具体的に:) | |
| 8. 実施していない | | | |

【c. システム化・機械化の取組み】

- | | | |
|--|---------------------|----------------|
| 1. 自動発注システムの導入 | 2. セルフレジ、セルフ精算レジの導入 | 3. プロセスセンターの導入 |
| 4. 省人化・省力化につながるバックヤード機器の導入
(惣菜キッチンの機器等) | 5. その他(具体的に:) | |
| 6. 実施していない | | |

【d. 労働生産性向上の取組み】

- | | | |
|-------------------|--------------|------------|
| 1. パート・アルバイトの技術向上 | 2. 従業員満足度の向上 | 3. 労働環境の整備 |
| 4. その他(具体的に:) | 5. 実施していない | |

3. ポイントカード・決済手段

問3-1. (a/bについて、該当する数字を すべて ○で囲んでください)

【a. 導入しているポイントカード】

1. 自社独自のポイントカード
2. 商店街等の地域ポイントカード
3. 共通ポイントカード(Tポイント、Ponta等)
4. その他(具体的に:)
5. 導入していない

【b. 今後導入したいポイントカード】

1. 自社独自のポイントカード
2. 商店街等の地域ポイントカード
3. 共通ポイントカード(Tポイント、Ponta等)
4. その他(具体的に:)
5. 導入を考えていない

問3-2 (問3-1aでいずれかのカードを導入していると回答された方にお伺いします)

通常のポイント還元率は、購入価格の何%くらいですか。
また、イベント時の最大ポイント還元率は何%くらいですか。

※100円の購入で1ポイント貯まる場合は「1.0%」、200円の購入で1ポイント貯まる場合は「0.5%」とご記入ください

問3-3 (問3-1aでいずれかのカードを導入していると回答された方にお伺いします)

ポイント還元率アップ等のポイント企画について、どのような企画を行っていますか。

～決済手段について～

問3-4 (すべての方にお伺いします)

導入している決済手段をお答えください(一部店舗での導入含む)。
また、今後導入したい決済手段についてもお答えください。

※ここでは、「商品券等の金券」は現金以外の決済手段には含めません

問3-5 (問3-4aでいずれかの決済手段を導入していると回答された方にお伺いします)

売上高に占める各決済手段利用額の割合はどのくらいですか。

問3-6 (問3-4aでいずれかの決済手段を導入していると回答された方にお伺いします)

現金以外の決済手段利用額の割合について、今後どのように考えていますか。

～キャッシュレス決済推進について～

問3-7 (すべての方にお伺いします)

貴社は、昨年より実施された「キャッシュレス・ポイント還元事業」に参加しましたか。

問3-8 (すべての方にお伺いします)

貴社は、昨年10月以前に比べキャッシュレス決済比率はどのように変わりましたか。

問3-2. (a/bについて、それぞれ口内に数字をご記入ください)

【a. 通常時のポイント還元率】

購入価格の . %

【b. イベント時の最大ポイント還元率】

購入価格の . %

問3-3. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

- | | |
|-------------------------------------|---------------------|
| 1. 特定日・特定曜日の購入ポイント還元率増加 | 2. 特定商品の購入ポイント還元率増加 |
| 3. レジ袋辞退客へのポイント付与 | 4. 来店時のポイント付与 |
| 5. その他(具体的に: <input type="text"/>) | 6. 行っていない |

問3-4. (a/bについて、該当する数字を すべて ○で囲んでください)

【a. 導入している決済手段】

1. クレジットカード
2. 電子マネー(Edy、Suica等)
3. QRコード決済(PayPay、LINEpay等)
4. その他(具体的に:)
5. 導入していない

【b. 今後導入したい決済手段】

1. クレジットカード
2. 電子マネー(Edy、Suica等)
3. QRコード決済(PayPay、LINEpay等)
4. その他(具体的に:)
5. 導入を考えていない

問3-5. (a～eについて、5か所の合計が100になるように口内に数字をご記入ください)

【a. クレジットカード】 % + 【b. 電子マネー】 % + 【c. QRコード決済】 % + 【d. その他】 % + 【e. 現金】 % = 100%

問3-6. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

1. 増やしたい 2. どちらとも言えない 3. 減らしたい

問3-7. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

1. 対象事業者であり、制度に参加した
2. 対象事業者だが、制度には参加しなかった
3. 対象事業者ではなかった

問3-8. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

1. 大きく増加した
2. やや増加した
3. 変わらなかった
4. やや減少した
5. 大きく減少した
6. キャッシュレス決済を導入していない

4. 販売促進・サービス

～販売促進について～

問4-1（すべての方にお伺いします）

新聞折り込みチラシの1週間あたり平均発行回数をお答えください。 ----->
また、今後の発行回数についてどのようにお考えですか。

※新聞折り込みチラシを発行していない場合は「0」回とお書きください

問4-2（すべての方にお伺いします）

新聞折り込みチラシ以外の販促手段について実施しているものをお答えください。 ----->

～店舗外販売・配送サービスについて～

問4-3（すべての方にお伺いします）

店舗外販売・配送サービスを実施していますか。 ----->
また、今後はこれらのサービスについてどのようにお考えですか。

※「ピックアップサービス」とは、ネットで注文した商品を店舗で受け取るサービスです

5. PB商品

～PB商品について～

問5-1（すべての方にお伺いします）

プライベートブランド商品（PB商品）を取扱っていますか。 ----->
取扱っている場合は、総売上高に占めるPB商品売上高の割合についてお答えください。
また、取扱っているPB商品はどこで開発されたものですか。

※ここでは、惣菜（弁当、揚物、おにぎり、インスタペーカー等）はPB商品には含めません

4. 販売促進・サービス

問4-1. (a)について□内に数字をご記入ください。また、b)について該当する数字を **ひとつだけ** ○で囲んでください)

<p>【a. 平均発行回数】</p> <p>1週間あたり <input style="width: 50px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> 回</p>	<p>【b. 今後の発行回数】</p> <p>1. 増やしたい</p> <p>2. どちらともいえない</p> <p>3. 減らしたい</p>
---	---

問4-2. (該当する数字を **すべて** ○で囲んでください)

1. テレビCM	2. ラジオCM
3. 新聞・雑誌の紙面広告	4. 屋外広告・交通広告
5. 電子チラシ(Shufoo!等)	6. メールマガジン
7. SNS(Facebook等)	8. 個人宅へのポスティング(チラシ、クーポン券等)
9. 自社ホームページ内にチラシ掲載	10. 携帯・スマホアプリ
11. シニア優遇サービス(割引等)	12. 子育て優遇サービス(割引等)
13. その他(具体的に: _____)	14. 実施していない

問4-3. ((ア)~(オ)それぞれで、a/b)について該当する数字を **それぞれひとつだけ** ○で囲んでください)

	【a. 現在の実施状況】			【b. 今後の実施意向】		
	ほぼ全店舗で実施	一部店舗でのみ実施	実施していない	積極的に考えている	どちらともいえない	消極的に考えている
(ア) ネットスーパー	1	2	3	1	2	3
(イ) 注文宅配サービス (電話・FAXを利用するもの)	1	2	3	1	2	3
(ウ) 店舗販売分の配送サービス	1	2	3	1	2	3
(エ) 移動スーパー(移動販売)	1	2	3	1	2	3
(オ) ピックアップサービス	1	2	3	1	2	3

5. PB商品

問5-1. (a)について該当する数字を **ひとつだけ**、c)について該当する数字を **すべて** ○で囲んでください
また、b)について□内に数字をご記入ください)

<p>【a. 取扱いの有無】</p> <p>1. 取扱っている</p> <p>2. 取扱っていない</p>	<p>【b. 総売上高に占めるPB商品売上高の割合】</p> <p>約 <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> . <input style="width: 30px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> %</p>	<p>【c. PB商品の開発】</p> <p>1. 自社開発商品</p> <p>2. 共同開発商品</p> <p>3. 加盟団体開発商品</p> <p>4. その他(具体的に: _____)</p>
---	---	--

↓
問6-1へお進みください

問5-2 (問5-1aで「取扱っている」と回答された方にお伺いします)

PB商品のカテゴリーごとに取扱いの有無、売上高に占めるPB商品割合の前年からの変化、
今後のお考えについてお答えください。

----->

問5-3 (問5-1aで「取扱っている」と回答された方にお伺いします)

PB商品のカテゴリーごとにPB商品売上高に占める割合をお答えください。

----->

問5-4 (問5-1aで「取扱っている」と回答された方にお伺いします)

取扱っているPB商品をどのような商品と位置付けていますか。

----->

問5-5 (問5-1aで「取扱っている」と回答された方にお伺いします)

PB商品の取扱いの効果について、感じられているものをお答えください。

----->

6. 環境対策

～リサイクルについて～

問6-1 (すべての方にお伺いします)

資源リサイクルについて、店頭回収を行っているものをお答えください。

----->

問6-2 (すべての方にお伺いします)

店舗から発生する廃棄物のうち、リサイクルを行っているものをお答えください。

----->

問6-3 (すべての方にお伺いします)

食品リサイクルの取組みについて、実施しているものをお答えください。

----->

問5-2. (ア)～(エ)それぞれで、a～cについて該当する数字を それぞれひとつだけ ○で囲んでください)

	【a. 取扱いの有無】		【b. 前年との比較】			【c. 今後の意向】		
	取扱っている	取扱っていない	増加している	変わらない	減少している	増やしたい	どちらともいえない	減らしたい
(ア) 食品(ドライグロサリー)	1	2	1	2	3	1	2	3
(イ) 生鮮・日配	1	2	1	2	3	1	2	3
(ウ) 日用雑貨	1	2	1	2	3	1	2	3
(エ) その他	1	2	1	2	3	1	2	3

問5-3. (a～dについて、4か所の合計が100になるように口内に数字をご記入ください)

【a. 食品(ドライグロサリー)】 【b. 生鮮・日配】 【c. 日用雑貨】 【d. その他】
 % + % + % + % = 100%

問5-4. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 価格が安い商品
2. 高品質な商品
3. 簡便性の高い商品
4. 健康志向の高い商品
5. 環境に配慮した商品
6. 安心・安全の高い商品
7. その他(具体的に: _____)

問5-5. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 製造・流通におけるコスト削減
2. 商品品質の向上
3. 商品の安心・安全の向上
4. 粗利益の確保
5. 企業ブランド価値の向上
6. その他(具体的に: _____)
7. 取扱いの効果を感じていない

6. 環境対策

問6-1. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 食品トレー
2. ペットボトル
3. 瓶・缶
4. 牛乳パック
5. ダンボール・古紙
6. いずれも実施していない

問6-2. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 食品残渣
2. 廃油
3. 販促資材
4. 発泡スチロール (食品トレーを除く)
5. ダンボール・古紙
6. 瓶・缶
7. いずれも実施していない

問6-3. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 食品廃棄物のたい肥化
2. 食品廃棄物の飼料化
3. その他(具体的に: _____)
4. いずれも実施していない

～ロスについて～

問6-4 (すべての方にお伺いします)

商品カテゴリーごとの現在のロス率をお答えください。----->

※カテゴリーについては、自社のカテゴリー分類に準拠してください。

※ロス率とは売上高(実績)に対するロス高の割合です

ロス高とは廃棄ロスと値引きロスを含みます

ロス率(%)=ロス高÷売上高(実績)×100で求められます

問6-5 (すべての方にお伺いします)

食品ロス削減の取組みについて、実施しているものをお答えください。----->

～レジ袋について～

問6-6 (すべての方にお伺いします)

今年7月1日時点のレジ袋の配布状況についてお答えください。----->

※2020年7月1日より、全国でレジ袋の有料義務化が開始されます。有料化の対象/対象外となるレジ袋は以下の通りです

・有料化対象のレジ袋:プラスチック製レジ袋、バイオマス配合25%未満のレジ袋等

・有料化対象外のレジ袋:バイオマス配合25%以上のレジ袋、厚さ50μm以上のレジ袋等

問6-7 (すべての方にお伺いします)

前年度(2019年度)のレジ袋辞退率はどのくらいでしたか。----->

7. その他

～新型コロナウイルス感染予防対策について～

問7-1 (すべての方にお伺いします)

今回の新型コロナウイルス感染拡大を契機に、貴社で新たに導入した働き方および、今後導入を検討している働き方についてお答えください。----->

～防災・危機対策について～

問7-2 (すべての方にお伺いします)

近年の自然災害を受け、防災・危機対策への取組みとして実施しているものをお答えください。----->

問6-4. (a～gについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

【a. 青果ロス率】 □□. □□ %	【b. 水産ロス率】 □□. □□ %	【c. 畜産ロス率】 □□. □□ %	【d. 惣菜ロス率】 □□. □□ %
【e. 日配品ロス率】 □□. □□ %	【f. 一般食品ロス率】 □□. □□ %	【g. 非食品ロス率】 □□. □□ %	

問6-5. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 販売期限の見直し (2分の1ルール含む)	2. 値引きによる売り切り推進	3. 少量販売・小口販売の推進	4. 発注の効率化
5. フードバンクの活用	6. その他(具体的に:)	7. いずれも実施していない	

問6-6. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

1. 省令に基づく有料化対象レジ袋を 有料 で配布	2. 有料化対象外のレジ袋を 有料 で配布
3. 有料化対象外のレジ袋を 無料 で配布	

問6-7. (□内に数字をご記入ください)

【前年度(2019年度)のレジ袋辞退率】

約 □□. □□ %

7. その他

問7-1. (a/bについて、該当する数字を すべて ○で囲んでください)

<p>【a. <u>新たに導入した</u>働き方】</p> <ol style="list-style-type: none"> 店休日の設定 営業時間の変更 オンライン会議や商談の実施 オンライン面接の実施 在宅勤務・テレワークの導入 その他(具体的に:) 導入していない 	<p>【b. <u>今後導入を検討している</u>働き方】</p> <ol style="list-style-type: none"> 店休日の設定 営業時間の変更 オンライン会議や商談の実施 オンライン面接の実施 在宅勤務・テレワークの導入 その他(具体的に:) 検討していない
---	---

問7-2. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 店舗の防災強化(耐震・自家発電等)	2. 店舗内の自家発電機の設置
3. データのバックアップシステム強化	4. 仕入れ先の変更、分散化
5. 配送センターの防災強化(耐震・自家発電等)	6. 上記の取組みをいずれも行っていない

～外国人利用者の対応について～

問7-3 (すべての方にお伺いします)

店舗における外国人利用者への対応について、実施しているものをお答えください。



～万引き対策について～

問7-4 (すべての方にお伺いします)

万引きの防止策について、実施しているものをお答えください。



～HACCP対応状況について～

問7-5 (すべての方にお伺いします)

2020年6月よりHACCP義務化が開始され、2021年には完全義務化となりますが
貴社のHACCPに沿った衛生管理の対応状況についてお答えください。



～SDGs取組状況について～

問7-6 (すべての方にお伺いします)

貴社のSDGs取組状況についてお答えください。

17目標すべてではなく、いずれか1つ以上の取組状況としてお考え下さい

※「SDGs」とは、持続可能な世界を実現するための17目標で構成される2030年までの国際目標です。



～経営について～

問7-7 (すべての方にお伺いします)

経営課題について、最も重視する課題、2番目に重視する課題、3番目に重視する課題を
それぞれお答えください。



問7-8 (すべての方にお伺いします)

今後最も重視する差別化戦略をお答えください。



問7-3. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 1. 免税カウンター(他店舗との共同含む)の設置 | 2. 案内・商品表示の外国語表記 |
| 3. キャッシュレス(銀聯カード、Alipay等)対応 | 4. 外国人向け食料品の取扱い |
| 5. 外国人対応店員の配置 | 6. その他(具体的に: _____) |
| 7. 取組みは特に行っていない | |

問7-4. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

- | | | |
|---------------------|---------------|-------------------|
| 1. 防犯カメラの設置 | 2. 防犯ミラーの設置 | 3. 防犯センサータグの導入 |
| 4. 店舗レイアウトの工夫 | 5. 防犯表示の掲示 | 6. 従業員等による積極的な声かけ |
| 7. 従業員・警備員等の店内巡回 | 8. マニュアル作成 | |
| 9. その他(具体的に: _____) | 10. 対策は行っていない | |

問7-5. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. 5月以前から対応していた | 2. 6月の義務化開始に合わせて対応した |
| 3. 今後、具体的な対応時期が決まっている | 4. 対応時期は決まっていない |

問7-6. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

- | | |
|------------------|-----------------|
| 1. 具体的な取組みを行っている | 2. 取組み予定がある／計画中 |
| 3. 取組み予定はない | |

問7-7. ((ア)~(ウ)について、該当する数字を それぞれひとつだけ ○で囲んでください)

	収益性の向上	人材確保・育成	売上の拡大	新製品・新サービスの開発	事業基盤の強化	後継者の育成	顧客満足度の向上	当てはまるものはない
(ア) 最も重要な経営課題	1	2	3	4	5	6	7	8
(イ) 2番目に重要な経営課題	1	2	3	4	5	6	7	8
(ウ) 3番目に重要な経営課題	1	2	3	4	5	6	7	8

問7-8. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

- | | |
|-------------|-----------------|
| 1. 価格による差別化 | 2. 品揃えによる差別化 |
| 3. 品質による差別化 | 4. サービス向上による差別化 |

【店舗に関する調査 1/2】

貴社のスーパーマーケットの中から『少なくとも1年以上営業実績がある標準的な店舗』を1店舗選択し、その店舗の状況についてお答えください。

問8-1 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗の開店年をお答えください。

問8-2 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗の立地環境について、当てはまるものをお答えください。

問8-3 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗の所在地について、当てはまるものをお答えください。

問8-4 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗への来店時に利用されている来店手段の割合をお答えください。

問8-5 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗の「売場面積」「バックヤード面積」「駐車場台数」「レジ台数」をお答えください。

※売場面積＝延べ面積－バックヤード面積としてお考えください

※駐車場について、共同利用の場合は自店舗分のおおよその台数をご記入ください

問8-6 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗の通常営業時の開店時間および閉店時間をお答えください。

※24時間営業の場合は「0:00」～「24:00」とお答えください

問8-7 (すべての方にお伺いします) ----->
店舗の今年の年始開店日は何日でしたか。

【店舗に関する調査 1/2】

問8-1. (□内に数字をご記入ください)

【開店年】

西暦 年

問8-2. (該当する数字を すべて ○で囲んでください)

1. 駅前	2. 商店街	3. 幹線道路沿い	4. 市街地中心部
5. 郊外	6. 住宅街	7. ショッピングモール	8. 当てはまるものはない

問8-3. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

- 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかにある
- 上記以外の道府県にある

問8-4. (a～cについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

【a. 車での来店割合】	【b. 自転車・バイクでの来店割合】	【c. 徒歩での来店割合】
約 <input type="text"/> <input type="text"/> %	約 <input type="text"/> <input type="text"/> %	約 <input type="text"/> <input type="text"/> %

問8-5. (a～eについて、それぞれ□内に数字をご記入ください)

【a. 売場面積】	【b. バックヤード面積】
<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> m ²	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> m ²
【c. 専用駐車台数】	【d. レジ台数】
<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 台	<input type="text"/> <input type="text"/> 台
	↓ 【e. dのうちセルフレジ・セミセルフレジ台数】 <input type="text"/> <input type="text"/> 台

問8-6. (a/bについて、それぞれ□内に数字を24時間表記でご記入ください)

【a. 開店時間(通常営業時)】	【b. 閉店時間(通常営業時)】
<input type="text"/> <input type="text"/> : <input type="text"/> <input type="text"/> ~	<input type="text"/> <input type="text"/> : <input type="text"/> <input type="text"/>

問8-7. (該当する数字を ひとつだけ ○で囲んでください)

- 1月1日(元日)
- 1月2日
- 1月3日
- 1月4日以降

【店舗に関する調査 2/2】

問8-8 (すべての方にお伺いします)

店舗の「年間売上高」「従業員数」「一日平均客数」「平均客単価」「買上点数」を ----->
お答えください。

※パート・アルバイトの従業員数については、一日あたりの総労働時間を8時間で割った人日計算でお考えください

問8-9 (すべての方にお伺いします)

店舗の商品カテゴリー別の売上高構成比をお答えください。 ----->

※商品カテゴリーについては、自社のカテゴリー分類に準拠してください

【ご連絡先(任意記入)】

■ 貴社名及びご回答担当者様のご連絡先をご記入ください。 ----->

※記入いただいた情報は、このアンケートの回答内容に関する問い合わせ、報告書発送にのみ利用いたします

【店舗に関する調査 2/2】

回答ページ 12

問8-8. (a～i)について、それぞれ口内に数字をご記入ください

<p>【a. 年間売上高】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">百万円</p>	<p>【c. 店舗従業員(パート・アルバイト)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">人</p>
<p>【b. 店舗従業員(正社員)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">人</p>	<p>【e. 一日平均客数(土日祝)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">人</p>
<p>【d. 一日平均客数(平日)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">人</p>	<p>【g. 平均客単価(土日祝)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">円</p>
<p>【f. 平均客単価(平日)】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: right;">円</p>	<p>【i. 1人あたり平均買上点数(土日祝)】</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <p style="text-align: right;">点</p>
<p>【h. 1人あたり平均買上点数(平日)】</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <p style="text-align: right;">点</p>	

問8-9. (a～g)について、7か所の合計が100になるようにそれぞれ口内に数字をご記入ください

<p>【a. 青果】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>	<p>【b. 水産】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>	<p>【c. 畜産】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>	<p>+</p>
<p>【d. 惣菜】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>	<p>【e. 日配品】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>	<p>【f. 一般食品】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>	<p>【g. 非食品】</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p style="text-align: center;">%</p>
<p>= 100%</p>			

【ご連絡先(任意記入)】

貴社名	
所在地	〒
ご所属部署	
役職	
ご氏名	
電話番号	
メールアドレス	

以上でアンケート調査は終了です。
ご協力ありがとうございました。

2020年
スーパーマーケット年次統計調査報告書
第一版：2020年10月21日

作成協力

(株)サーベイリサーチセンター
(株)帝国データバンク

【本調査報告書に関するお問い合わせ】

スーパーマーケット統計調査事務局 長瀬直人

TEL：050-3541-2069

E-Mail：tokei@super.or.jp

報告書内の数値及び分析は回答結果をもとにしたスーパーマーケット統計調査事務局の見解です。

引用される際は出典（2020年スーパーマーケット年次統計調査）を明記してください。

非売品