

平成22年度  
スーパーマーケット年次統計調査報告書

平成23年5月

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

## 〈目次〉

はじめに

スーパーマーケット年次統計調査実施要領

### I. 調査結果概要

1. 経営状況	1
2. 人事	3
3. ポイントカード	5
4. 電子マネー	7
5. P B 商品	8
6. 環境対策	11
7. 少子高齢化対策への取組み	13
8. 医薬品販売	14
9. 店舗外販売（サービス）	15
10. 経営上の課題	17
11. 店舗状況	20

### II. 調査結果（回答結果）

1. 経営状況	22
1-1 平成20年度、21年度（決算年度）店舗数と売場面積	
1-2 平成21年度各商品カテゴリー売上構成比と目標とする利益率	
1-3 平成21年度取り扱いアイテム数（SKU）変化	
2. 人事	28
2-1 平成21年度従業員数	
2-2 平成21年度初任給、時間給	
2-3 平成21年度人件費率（総売上比）	
2-4 新卒・中途の採用方針	
3. ポイントカード	32
3-1 ポイントカード導入状況	
3-2 ポイントカード導入効果	
3-3 平成21年度広告費など販促経費率（総売上比）	
4. 電子マネー	34
4-1 電子マネー導入状況	
4-2 電子マネー利用者数・利用金額の変化	
5. P B 商品	35
5-1 P B 商品（自社開発商品、共同・他社開発商品）取り扱い状況	
5-2 平成21年度P B 商品売上率（総売上比）	
5-3 今後のP B 商品取り扱い数の変化	
5-4 今後のP B 商品への期待	

<b>6. 環境問題</b>	37
6-1 廃棄物削減取り組み状況	
6-2 平成21年度商品カテゴリーロス率	
6-3 環境対策取り組み状況	
6-4 環境対策取り組みによる光熱費削減率	
6-5 平成21年度電気代、ガス代、軽油費など光熱費率（総売上比）	
6-6 レジ袋使用抑制取り組み状況	
6-7 レジ袋年間使用量把握状況	
6-8 店頭回収やりサイクル実施状況	
<b>7. 少子高齢化対策</b>	42
7-1 過去10年間「高齢化等による商圏人口の減少」による撤退店舗	
7-2 今後10年以内「高齢化等による商圏人口の減少」による撤退検討店舗	
7-3 地元からの高齢化対策について検討要請	
7-4 地元への高齢化対策働きかけ実施状況	
<b>8. 医薬品販売</b>	43
8-1 医薬品売場設置状況	
<b>9. 店舗外販売（サービス）</b>	43
9-1 店舗外販売（サービス）実施状況	
<b>10. 経営上の課題</b>	44
10-1 経営上の課題に対する行政や業界団体での取り組みの必要性	
<b>11. 店舗状況</b>	47
11-1 店舗状況（売場面積最大店舗、最小店舗）	
立地環境別集計結果	
<b>Ⅲ. 資料編</b>	
①保有店舗別集計表	56
②平均売場面積別集計表	81
③過去調査結果（参考）	102
<b>Ⅳ. 平成22年度スーパーマーケット年次統計調査票</b>	

## はじめに

本調査は、社団法人新日本スーパーマーケット協会（旧：社団法人日本セルフ・サービス協会）が昭和36年より48回にわたって継続してきた「協会会員経営実態調査」をもとに今年度より「スーパーマーケット年次統計調査」としてリニューアルしたものです。

平成22年5月より、日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、社団法人新日本スーパーマーケット協会のスーパーマーケット業界三団体合同で、月次のスーパーマーケット統計調査（販売統計、景況感調査）を実施し、結果の公表を開始しました。これに伴い、スーパーマーケット業界の販売動向や景況感をリアルタイムで把握することが可能となり、業界の地位向上と確立に寄与しています。

スーパーマーケット年次統計調査では、これまでの経営実態に特化した内容からスーパーマーケット業界の活動実態を把握する内容に調査項目を大幅に見直し、また調査対象も三団体の加盟企業に広がることで、より多くの正確な情報発信を目指しております。また今後さらなる充実を図って参りたいと考えております。

本調査結果が、スーパーマーケット経営や食品流通業全般の様々な場面で活用されることを期待しております。

平成23年5月

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

# スーパーマーケット年次統計調査実施要領

## 1. 調査目的

本調査は、年に一回、日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、(社)新日本スーパーマーケット協会の三団体会員を対象として、そのスーパーマーケットにおける活動や課題についてアンケート調査を実施し、その結果を集計・分析してスーパーマーケットの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. 調査項目

調査項目 1～10 は企業全体についての調査であり、調査項目 11 は、各企業における売場面積が最大と最小の 2 店舗についての調査となっている。

調査内容は多岐にわたっているが、これまでの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大きくリニューアルした。

また従来 of 調査に比べ、記入者の負担を軽減するため、数値記入を減らし選択肢形式の設問を増やすなど大幅な変更を行った。

なお調査対象や調査内容を大きく変更したため、過去の調査と比較することが難しくなった点は否めない。これまでの「経営実態調査」過去の調査結果の一部については、資料編に「参考」として収録している。

### 調査項目

1. 経営状況
2. 人事
3. ポイントカード
4. 電子マネー
5. P B 商品
6. 環境問題
7. 少子高齢化対策
8. 医療品販売
9. 店舗外販売 (サービス)
10. 経営上の課題
11. 店舗調査 (最大、最小 2 店舗の実態)

## 3. 調査の実施期間と調査方法

平成 2 2 年 1 1 月中旬～平成 2 3 年 2 月末

郵送によるアンケート調査

## 4. 有効回答数

三団体会員企業 2 5 4 社

## 5. 集計分類

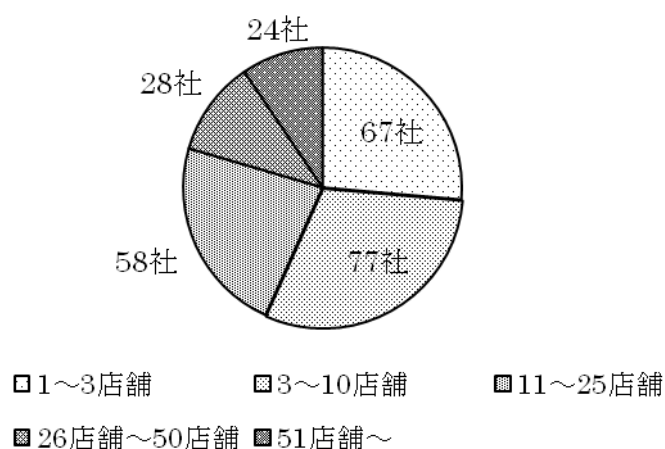
調査結果の集計や分析にあたっては、スーパーマーケットを取り巻く経営環境の違いを考慮し、以下2種類の集計を行っている。

### ①保有店舗別分類（企業規模別分類）

スーパーマーケットを総売上高の大小で区別する代わりに保有店舗数で分類することにより、マネジメントや本部機能の違いに着目した分類を行った。

（文中では、保有店舗数の少ない企業を小規模経営と表記し、多い企業を大規模経営と表記している。）

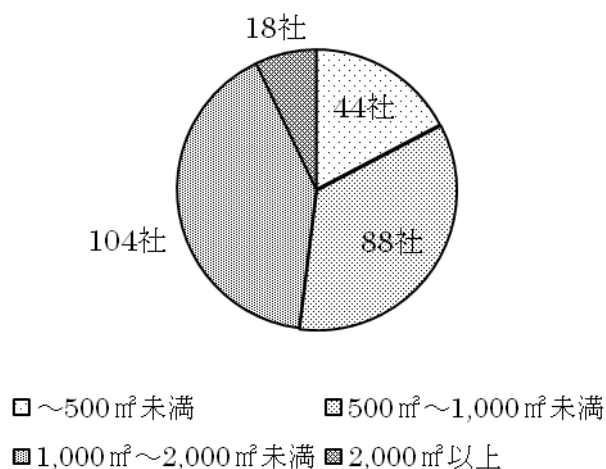
保有店舗数分類による回答企業数



### ②1店舗あたり平均売場面積分類

1店舗あたり平均売場面積は、企業が保有する平均的な店舗の大きさを表わしており、売場面積の大小による違いに着目した分類を行った。

平均売場面積別分類による回答企業数



## 6. 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、豆類、小麦粉、乾麺、嗜好品
日配	豆腐、こんにゃく、納豆、練製品、佃煮、漬物、パン、卵、乳製品、冷凍食品
惣菜	惣菜、折詰料理、揚物、弁当、おにぎり、寿司、インスタベーカー、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・紳士衣料、
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、等)

## 7. 集計方法

本調査の結果集計では、対象企業の分布特性を知るために最小値、最大値、平均値、中央値を掲載している。

平均値（算術平均）と中央値（メディアン）は、分布の位置を示す統計値である。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てしまう。そのため回答値を順番に並べ、その50%（真ん中）に位置する中央値も掲載した。回答分布が対照な場合は、両値は等しくなることが知られている。

最小値、最大値をみることで回答値の範囲と異常値の有無を確認し、平均値と中央値を比較することで分布の偏りの有無を調べられる。なお、平均値と中央値が大きく異なる場合は、中央値を参考にさせていただきたい。