

スーパーマーケット景気動向調査

4月調査結果(3月実績)

三協会会員企業の中核店舗を対象として経営動向や景気判断を調査し、月次でスーパーマーケット経営を取り巻く内外の環境変化を定量的に明らかにすることを目的としています。また、スーパーマーケット販売統計調査における売上変動の要因について補足する役割を果たすことも期待しています。

【経営動向調査】

■調査項目

「売上」、「収益」、「仕入れ価格」、「販売価格」、「客単価」、「来客数」

■調査方法

前年同月との比較、及び前月との比較

「かなり増加」から「かなり減少」までの5段階

DI(Diffusion Index)の算出方法

回答構成比(%)に、以下の点数を乗じてDIを算出

かなり改善+0.5・やや改善+0.25・変わらない±0・やや悪化-0.25・かなり悪化-0.5

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「0」となります。

【景況感調査】

■調査項目

「景気状況」、「消費者購買意欲」、「周辺の競合状況」、「周辺地域の景気」

■調査方法

2~3ヵ月前と比較した現状、及び今後2~3ヵ月の見通し

「かなり改善」から「かなり悪化」までの5段階

DI(Diffusion Index)の算出方法

回答構成比(%)に、以下の点数を乗じてDIを算出

かなり改善+1.0・やや改善+0.75・変わらない+0.5・やや悪化+0.25・かなり悪化+0.0

※すべて企業が「変わらない」と回答した場合、DIは「50」となります。

平成24年4月24日

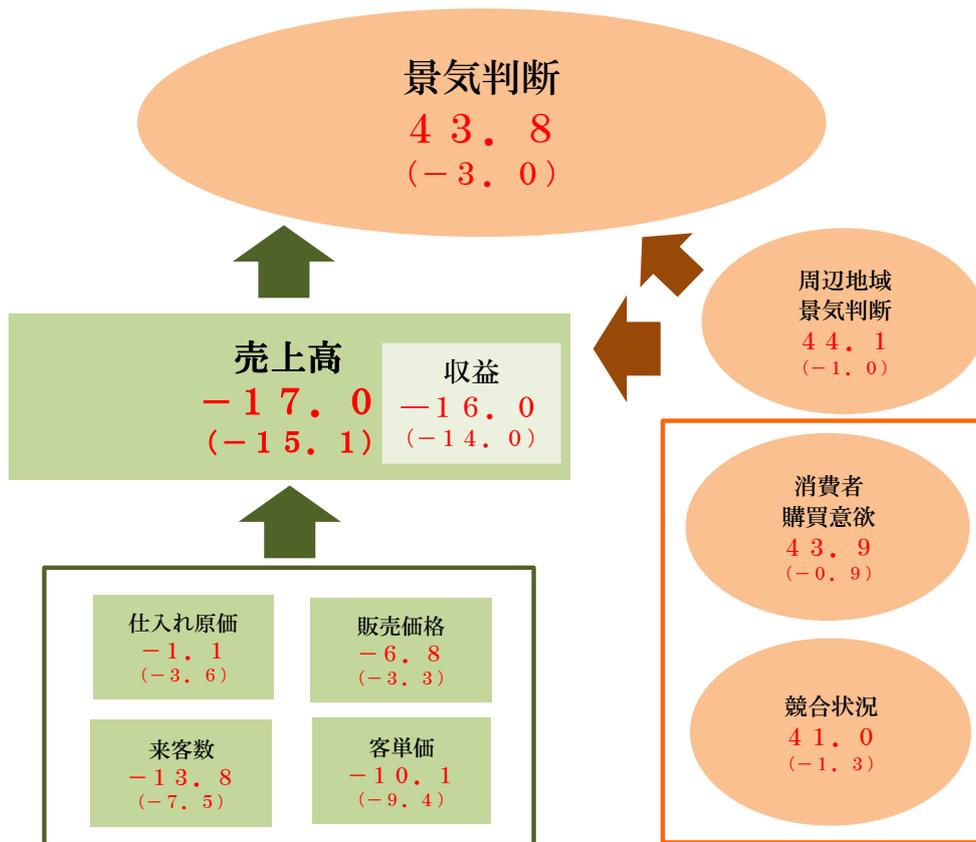
日本スーパーマーケット協会
オール日本スーパーマーケット協会
一般社団法人 新日本スーパーマーケット協会

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

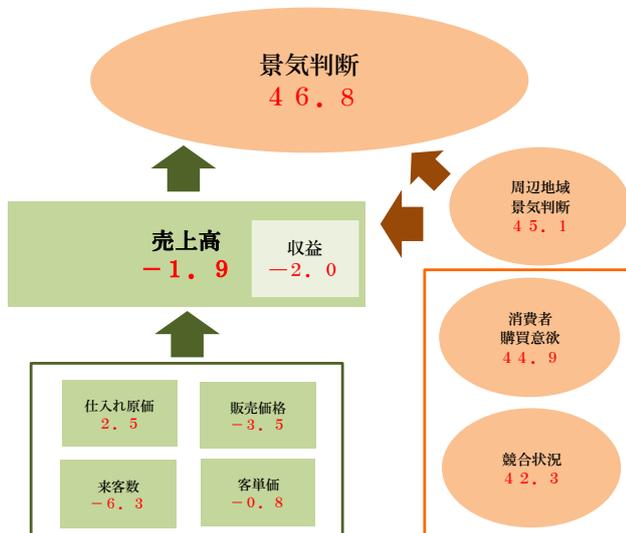
I. スーパーマーケット景気動向調査概況

3月のスーパーマーケット中核店舗における景気判断DIは前月に比べ3.0悪化し43.8となった。昨年3月が震災月でありその反動による影響と考えられる。「売上高」DIは-17.0、「収益」DIも-16.0と極端な落ち込みとなっている。「来客数」及び「客単価」DIの落ち込みが厳しい。仕入価格DIは減少に転じているが、販売価格DIの減少幅が大きく厳しい経営環境であったことがわかる。景況感調査については総じて小幅な減少にとどまっている。特に景気判断と相関の高い消費者購買意欲DIは-0.9となっており、景気判断については反動減による心理的な影響が大きかった可能性がある。競合状況は依然厳しい状況で推移している。

3月中核店舗における景気動向（速報版）



2月中核店舗における景気動向（確報版）



景気動向調査コメントのキーワード TOP3

- ①震災の反動
- ②天候不順(週末の雨、気温)
- ③競合

■ 経営動向調査DI（当月と前年同月との比較）

● 景況感調査DI（現状と2～3ヶ月前との比較）

（ ）は、前月DIとの増減（赤字はDI減少）

2月調査確報版 集計企業数：302社

3月調査速報版 集計企業数：276社

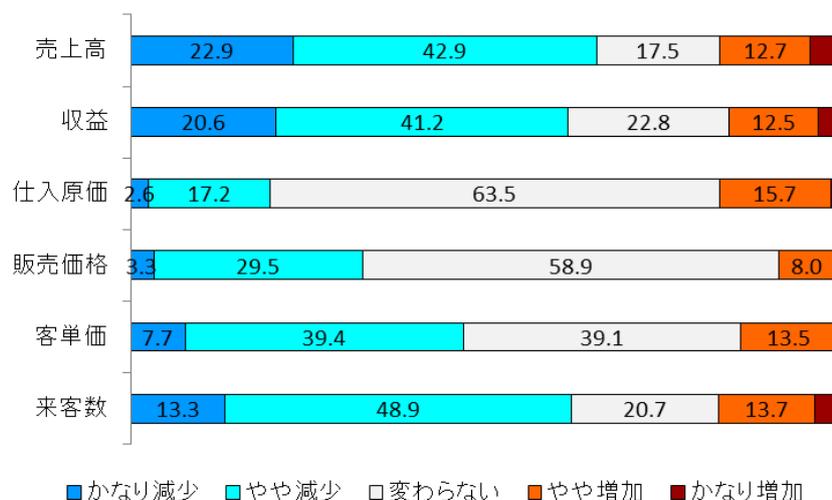
II. スーパーマーケット景気動向調査結果

① 4月経営動向調査：回答構成比（％）

東北大震災発生月の反動により減少が増加しDIは大きく減少。反面一部反動増も見られる。

経営動向調査DI（前年同月と比較した当月の動向）

	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	DI
売上高	22.9	42.9	17.5	12.7	4.0	-17.0
収益	20.6	41.2	22.8	12.5	2.9	-16.0
仕入原価	2.6	17.2	63.5	15.7	1.1	-1.1
販売価格	3.3	29.5	58.9	8.0	0.4	-6.8
客単価	7.7	39.4	39.1	13.5	0.4	-10.1
来客数	13.3	48.9	20.7	13.7	3.3	-13.8

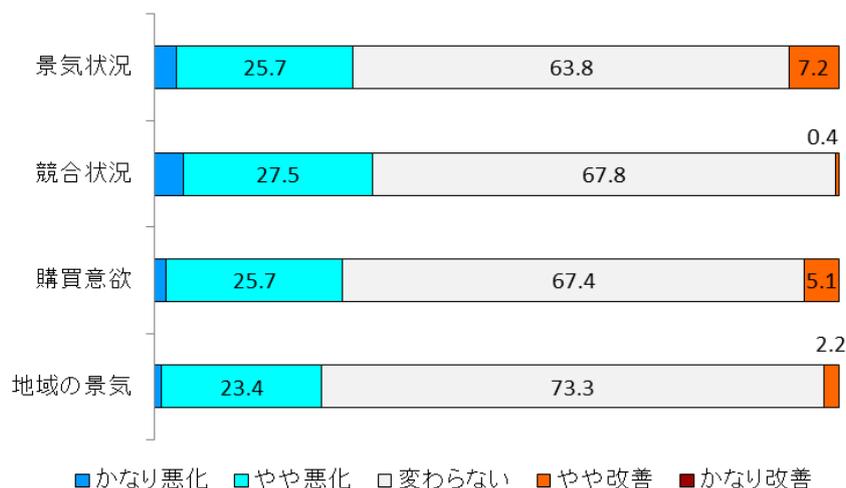


① 4月景況感調査：回答構成比（％）

慎重な見方や悲観的な判断がやや増加している

景況感調査DI（現状判断）

	かなり悪化	やや悪化	変わらない	やや改善	かなり改善	DI
景気状況	3.3	25.7	63.8	7.2	0.0	43.8
競合状況	4.3	27.5	67.8	0.4	0.0	41.0
購買意欲	1.8	25.7	67.4	5.1	0.0	43.9
地域の景気	1.1	23.4	73.3	2.2	0.0	44.1

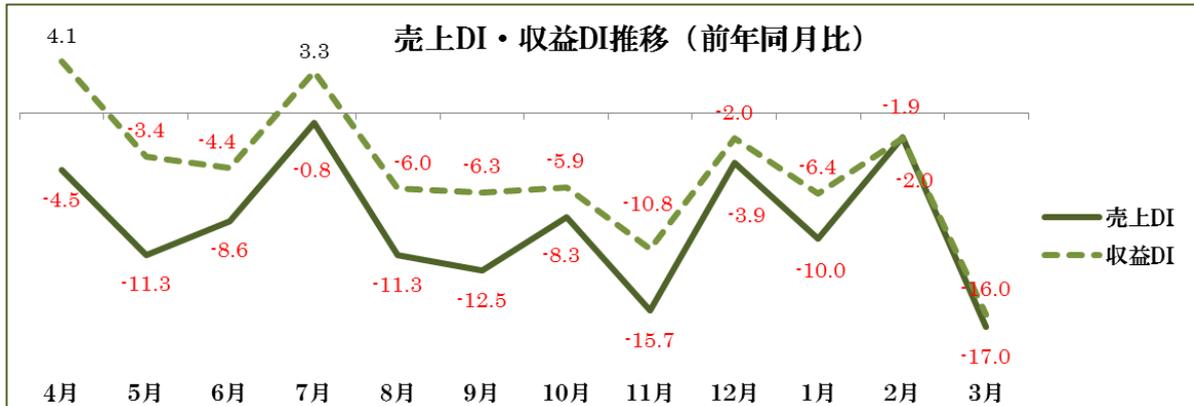


III. 調査結果推移

1. スーパーマーケット経営動向調査結果推移

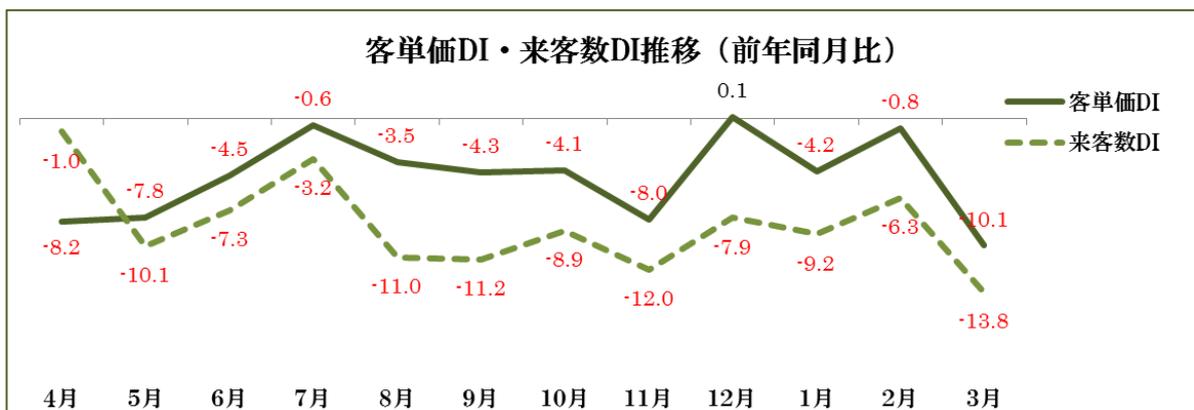
① 売上DI・収益DI

売上DI、収益DI共に震災月の反動で極めて大きく減少



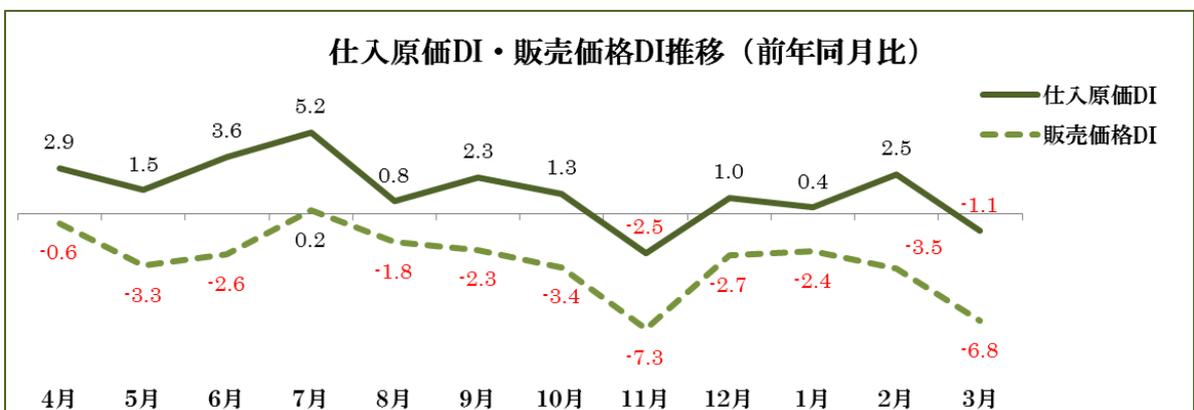
② 客単価DI・来客数DI

客単価DI、来客数DI共に震災月の反動で減少、特に客単価の減少幅が大きい



③ 仕入原価DI・販売価格DI

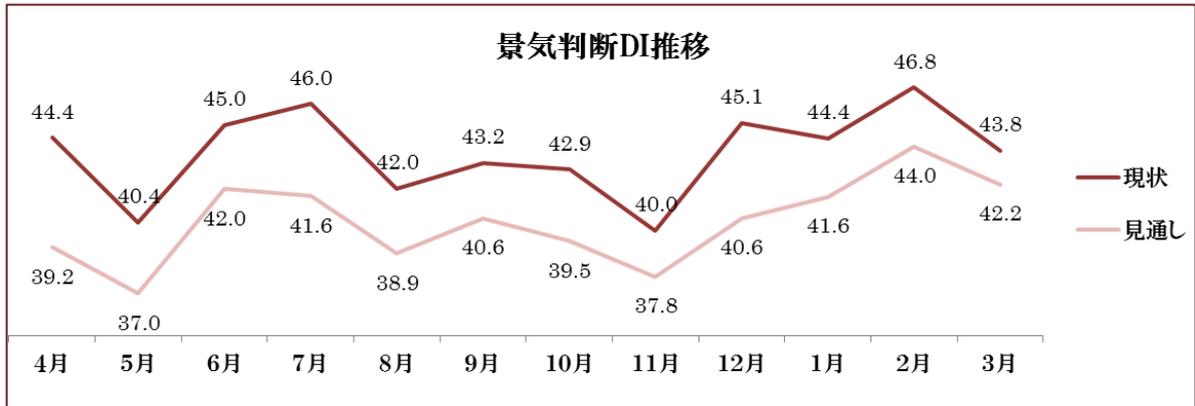
仕入原価DIは青果相場の落ち着きによりやや減少も、販売価格DIはそれ以上の減少



2. スーパーマーケット景況感調査結果推移

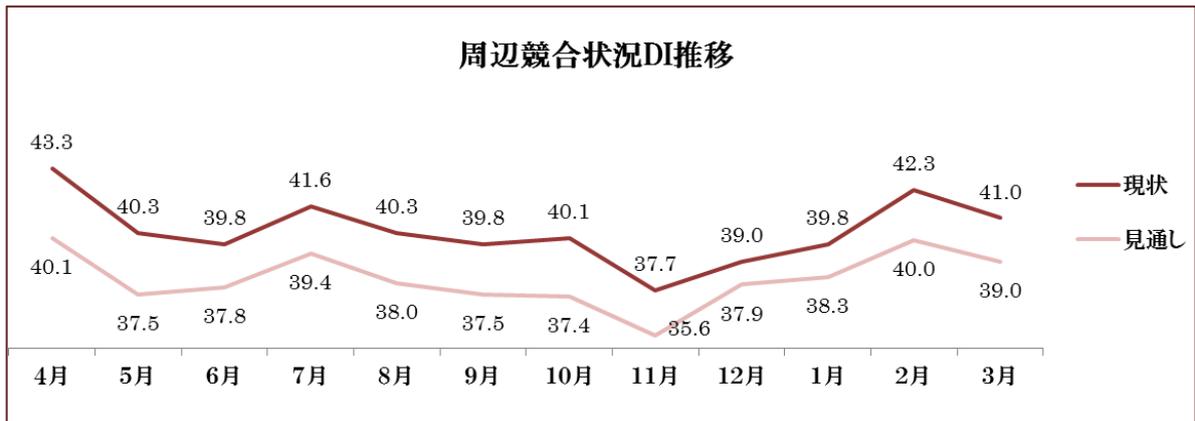
①景気状況 DI（現状判断・見通し）

現状判断、見通し判断共にやや低下



②周辺競合状況 DI（現状判断・見通し）

見通し判断は再び40を割り込み依然として厳しい状況が続いている



③消費者購買意欲 DI（現状判断・見通し）

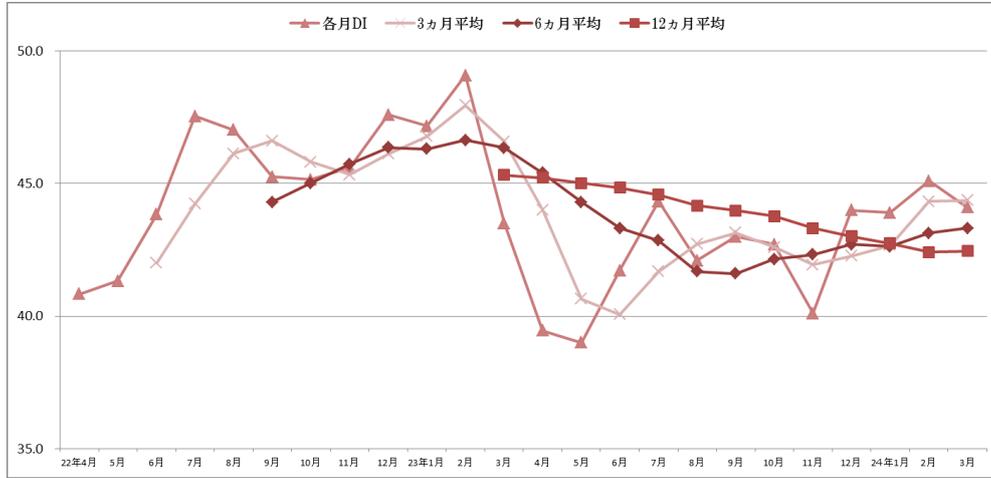
現状判断、見通し判断ともに小幅に低下



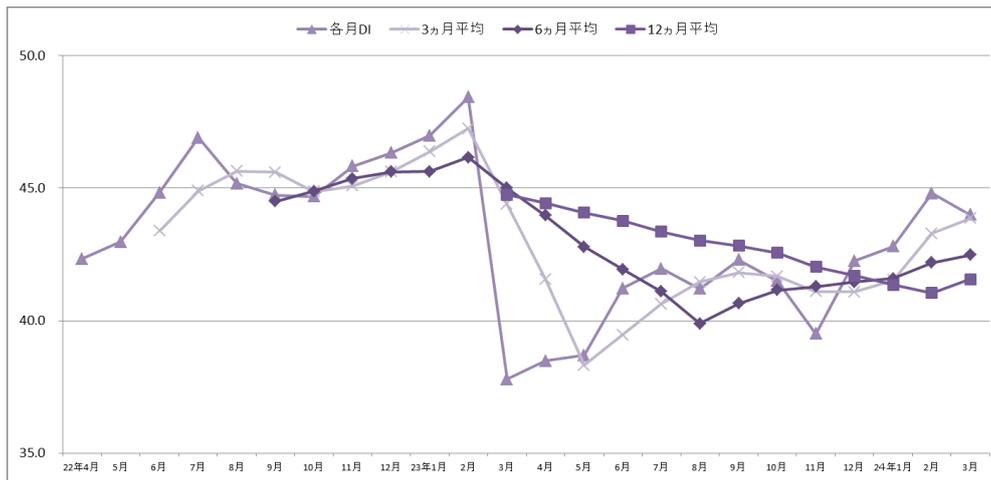
④周辺地域景気DI（現状判断・見通し）

当月DIは44.1と先月に比べ低下しているが、長期的な傾向を示す12ヵ月移動平均線は上向き化した。見通し判断は上向き化がより顕著である。6ヵ月、3ヵ月平均も引き続き上向きが続いている。判断の分かれ目となる50を下回って推移しているものの、周辺地域の景気判断に回復基調と底堅さがみられるようになった。

周辺地域景気DI（現状判断）



周辺地域景気DI（見通し判断）



（参考）3月エリア別各種DIと2月DIとの差

震災月からの「売上」「収益」の反動は首都圏エリア、「客単価」は北海道・東北、首都圏、北信越、「来客数」は四国、首都圏、東海で大きな反動となっている。景況感は、中国・四国、九州で低下している。

			全国	北海道・東北	首都圏	東海	北信越	関西	中国・四国	九州・沖縄
経営動向調査	売上DI	3月DI	-17.0	-4.5	-28.9	-12.0	-22.7	-6.3	-18.9	-12.2
		2月DIとの差	-15.1	-13.6	-25.0	-9.1	-13.4	-3.6	-18.9	-8.0
	収益DI	3月DI	-16.0	-6.3	-30.0	-5.0	-15.9	-9.8	-12.5	-14.3
		2月DIとの差	-14.0	-11.0	-31.4	-3.1	-6.7	-6.4	-8.4	-5.5
客単価DI	3月DI	-10.1	-7.1	-17.4	-5.0	-11.4	-8.0	-7.6	-4.7	
	2月DIとの差	-9.4	-18.8	-14.6	-0.2	-11.4	-2.0	-5.5	-0.6	
来客数DI	3月DI	-13.8	-4.9	-18.1	-11.0	-18.2	-7.7	-15.2	-16.0	
	2月DIとの差	-7.5	-2.8	-8.9	-8.1	-7.4	-4.2	-13.2	-6.2	
景況感調査	景気判断DI (現状判断)	3月DI	43.8	46.0	44.7	45.0	43.9	44.6	42.4	38.5
		2月DIとの差	-3.0	-1.8	-2.7	-0.2	1.8	-2.8	-8.9	-5.9
	景気判断DI (見通し)	3月DI	44.0	44.8	46.4	43.0	44.7	44.6	41.7	39.3
		2月DIとの差	-0.8	-0.9	1.5	-3.2	1.3	-0.2	-2.4	-5.2

※灰色は全国DIを下回るDI、水色は全国平均を下回る差