

平成23年

スーパーマーケット年次統計調査
報告書

平成24年1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

一般社団法人 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. 調査結果概要編

1. 店舗関連	1
2. 人事	6
3. 商品カテゴリー関連	10
4. 販売促進関連	13
5. P B 商品	18
6. 環境問題	21
7. トピックス	26
8. 店舗調査	30

II. 調査結果資料編

1. 経営状況	45
1-1 店舗数・売場面積	
1-1 店舗所在エリア	
1-2 過去一年間の新規出店、改装・改築、閉店	
1-3 現在計画されている今後一年間の新規出店、改装・改築、閉店	
1-4 保有または業務委託しているセンター	
1-5 商品カテゴリー別 売上構成比	
1-5 商品カテゴリー別 目標とする利益率	
1-5 商品カテゴリー別 昨年と比べたSKU数の増減	
2. 人事環境	54
2-1 全従業員数	
2-2 パート・アルバイト数	
2-3 初任給、パート時間給	
2-4 人件費率（対総売上比）	
2-5 直近1年間の採用	
2-6 来期の新卒・中途採用方針	
3. 販売促進	60
3-1 ポイントカード導入状況	
3-2 ポイントカード導入の効果	
3-3 ポイントカード還元費率（対総売上比）	
3-4 1週間あたり新聞折り込みチラシ発行回数	
3-5 販促費率（対総売上比）	

4. 決済手段	66
4-1 現在利用できる現金以外決済手段	
4-2 現金以外の決済手段利用者・利用金額の変化	
4-3 今後導入を検討している現金以外の決済手段	
5. P B 商品	70
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 P B 商品を導入した理由	
5-3 P B 商品売上比率（対総売上比）	
5-4 今後P B商品を強化する商品カテゴリー	
5-5 今後のP B商品への期待	
6. 部門構成	75
6-1 医薬品売場設置状況	
6-2 インストアベーカーリー設置状況	
7. 店舗外販売（サービス）	77
7-1 店舗外販売（サービス）実施状況	
7-2 買物弱者への支援、要請	
7-3 買物弱者対策実施状況	
8. 今後の経営計画	81
8-1-1 今後の店舗運営・展開	
8-1-2 今後の店舗展開コンセプト	
8-1-3 今後の差別化戦略	
8-2 震災対策への取り組み状況	
9. 環境対策	86
9-1 廃棄物の店頭回収、リサイクル取り組み状況	
9-2 商品カテゴリー別 ロス率	
9-3 環境対策への取り組み状況	
9-4 環境対策への取り組み効果の把握	
9-5 環境対策による光熱費削減率	
9-6 光熱费率（対総売上比）	
9-7 レジ袋使用抑制の取り組み状況	
9-8 レジ袋辞退率	

10. 店舗状況

97

1. 立地環境
2. 食品売上比率
3. 店舗売場面積
4. バックヤード面積
5. 駐車場台数
6. レジ台数
7. 開店時間
8. 閉店時間
9. 営業時間
10. 年間休日数
11. 店舗内総SKU数
12. SKU数（醤油）
13. SKU数（納豆）
14. SKU数（カレー）
15. 従業員数（正社員）
16. 従業員数（パート・アルバイト）
17. 1日平均客数（平日）
18. 1日平均客数（休日）
19. 年間売上高
20. 1㎡あたり売上高
21. 平均客単価
22. 従業員一人あたり売上高

III. 平成23年スーパーマーケット年次統計調査票

はじめに

本調査は、一般社団法人新日本スーパーマーケット協会（旧：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、平成 22 年より「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、2 回目の調査実施となります。

リニューアルに伴い、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の業界三団体合同で調査を実施しております。

リニューアル後調査回答数が大幅に増加し、直近のスーパーマーケット活動実態を示す信頼度の高い調査となりました。今後も皆様からのご要望にお応えし、さらなる充実を図ってまいりたいと考えております。

平成 23 年 3 月に東日本大震災が発生しました。それに加え原子力発電所の事故による放射性物質や風評被害等の問題により、スーパーマーケット業界は大きな影響を受けました。それによりこれまで以上に食品の安心、安全を担う「ライフライン」としてその存在意義を広く認識されることとなりました。このような時代であるからこそ、業界の現状を正しく把握し、発信していく必要性が高まっていると考えております。

最後に本調査にご回答をいただきました各団体会員の皆様に心よりお礼を申し上げます。引き続き、皆様のご理解とご協力をお願い申し上げます。

平成 24 年 1 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
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、一般社団法人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、スーパーマーケットの実態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 1～9 は企業全体についての調査であり、調査項目 10 は各企業における店舗売場面積が最大と最小の 2 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。

今回がリニューアル後 2 回目の実施となるが、前回から調査項目の変更や拡充などを行っている。

調査項目

1. 経営状況
2. 人事環境
3. 販売促進
4. 決済手段
5. P B 商品
6. 部門構成
7. 店舗外販売（サービス）
8. 今後の経営計画
9. 環境対策
10. 店舗状況（売場面積最大、最小店舗）

3. 調査の実施期間と調査方法

平成 23 年 8 月中旬～平成 23 年 11 月末
郵送によるアンケート調査

4. 有効回答数

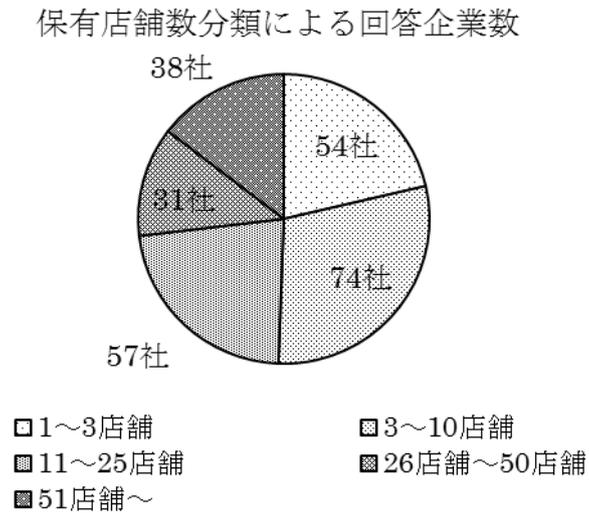
三団体会員企業 253 社

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。

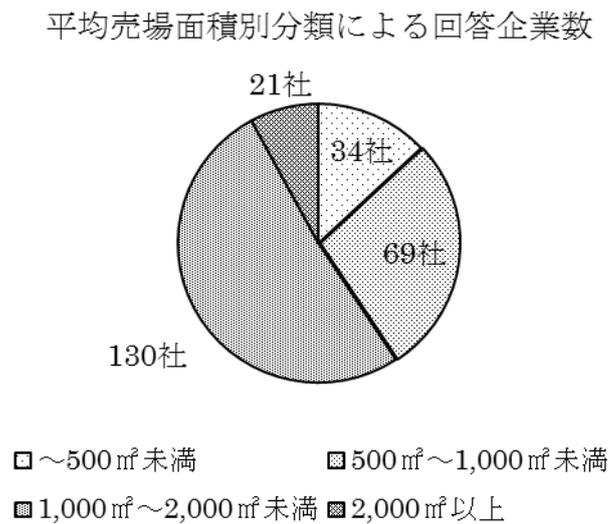
① 保有店舗数別分類（企業規模別分類）

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。



② 1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。



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
日配	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、インスタペーパー、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)

7. 集計についての注意

① 平均値と中央値

「10. 店舗調査」の集計では、店舗面積の最大店と最少店の集計を行っているため平均値、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。

また、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、中央値を参考にしていきたい。

② 択一回答式の集計について

「8. 今後の経営計画（8-1-1～8-1-3）」における回答は、択一回答式となっている。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、その両方の回答を有効回答して集計している。そのため、有効回答数が総回答数の253を上回っていることがある。

I. 調査結果概要

1. 店舗関連

近年スーパーマーケットは出店競争の激化や地域人口の減少による需要減によりオーバーストア（出店過剰）状況といわれている。他方で店舗撤退による買物弱者の増加が社会問題となっている側面もある。

新規出店や閉店など店舗数の推移も重要な指標となるが、改装・改築による既存店の収益向上や医薬品販売、インスタペーパーカー売場の設置など店舗内サービスの向上、さらに店舗外サービス（ネット通販等）への取り組み状況も合わせて動向を注目する必要がある。

1-1 店舗運営

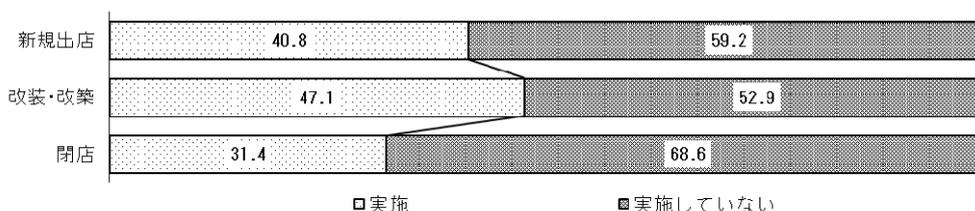
過去一年間で 40.8%の企業が新規出店を行っており、改装改築は 47.1%で実施されている。（図：1-1-1）

今後一年間の予定によると新規出店の計画は、過去一年の実績同様出店意欲が高く（37.6%）、改装・改築もほぼ実績と同水準となっている（46.8%）。閉店を予定している企業の割合は 13.7%と少なくなっている。（図：1-1-2）

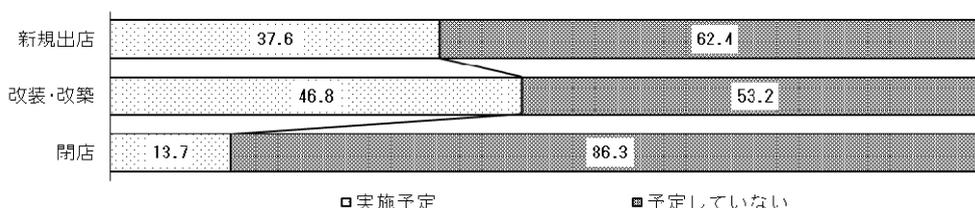
出店を行った企業の平均出店店舗数は 2.7 店舗であり、改装改築が 3.2 店舗、閉店は、2.1 店舗であった。（表：1-1-1）

スーパーマーケットは、新規出店による全店での売上増、改装・改築による既存店の売上増を目指していく戦略が主流となっていることがわかる。

図：1-1-1 平成 23 年 昨年一年間における店舗運営実績（平均%）



図：1-1-2 平成 23 年 今後一年間における店舗運営予定（平均%）



表：1-1-1 平成 23 年 実施企業における平均実施店舗数(店舗数)

	平均実施店舗数	平均実施予定店舗数
新規出店	2.7店舗	2.3店舗
改装・改築	3.2店舗	2.6店舗
閉店	2.1店舗	1.6店舗

1-2 保有・業務委託しているセンター

保有または業務委託しているセンター保有率は、全体平均で70.4%となっている。（図：1-2-1）

保有店舗数別に見ると1～3店舗では35.2%の保有にとどまっているが、26店舗以上になると96.8%が保有しており、この規模になるとセンターはスーパーマーケットにとって必要不可欠な設備となっている。（図：1-2-2）

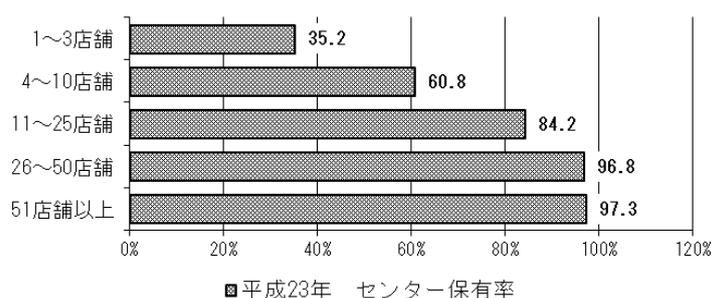
保有するセンターの種類では、スルー型センターの保有率が最も高く、特に日配品と一般食品で50%前後となっている。プロセスセンターは「その他の部門」を除き10%から20%台の保有率となっており、精肉>惣菜>水産>青果の順に保有率が高い。（図：1-2-3）

センターの保有率は保有店舗数が増加するとほぼ全て種類のセンター保有率が増加する傾向がある。（表：1-2-1）

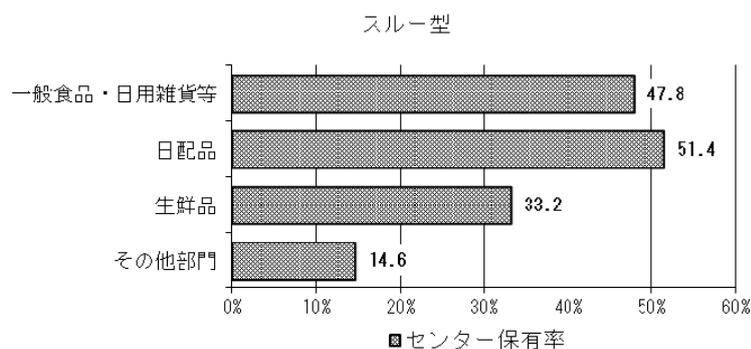
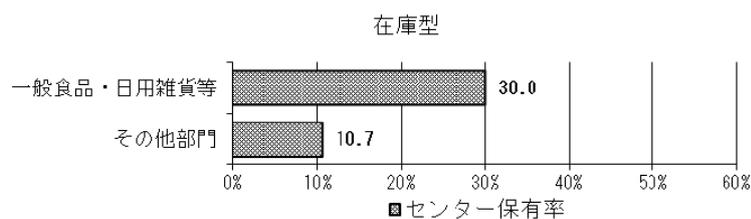
図：1-2-1 平成23年 センター保有率（保有店舗数別、平均%）



図：1-2-2 平成23年 センター保有率（保有店舗数別、平均%）



図：1-2-3 平成23年 センター保有率（種類別、平均%）



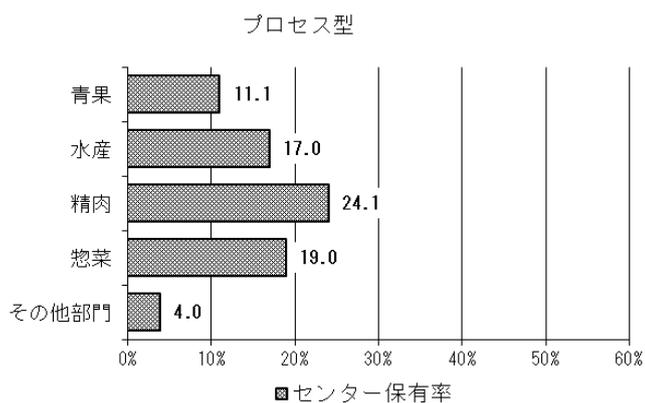


表:1-2-1 平成 23 年 センター保有率 (保有店舗数別、種類別、平均%)

	在庫型センター		スルー型センター			
	一般食品 日用品雑貨等	その他部門	生鮮品	日配品	一般食品 日用品雑貨等	その他部門
1～3店舗	16.7%	5.6%	5.6%	11.1%	13.0%	0.0%
4～10店舗	17.6%	5.4%	20.3%	45.9%	41.9%	14.9%
11～25店舗	43.9%	12.3%	35.1%	56.1%	52.6%	12.3%
26～50店舗	41.9%	25.8%	64.5%	87.1%	80.6%	19.4%
51店舗以上	43.2%	13.5%	70.3%	83.8%	75.7%	35.1%

	プロセス型センター				
	青果	水産	精肉	惣菜	その他部門
1～3店舗	0.0%	0.0%	1.9%	3.7%	0.0%
4～10店舗	4.1%	6.8%	13.5%	12.2%	2.7%
11～25店舗	15.8%	19.3%	22.8%	21.1%	8.8%
26～50店舗	19.4%	29.0%	51.6%	32.3%	6.5%
51店舗以上	27.0%	48.6%	56.8%	40.5%	2.7%

1-3 店舗関連サービス（医薬品販売・インストアベーカーリー・店舗外販売（サービス））

店舗の 20.2%に医薬品売場が設置され、テナント設置を合わせた設置率は 36.4%となり、前回に比べやや増加している。（図：1-3-1）

インストアベーカーリーは 49.6%に設置されており、テナント設置を合わせた設置率は 62.9%となった。（図：1-3-4）

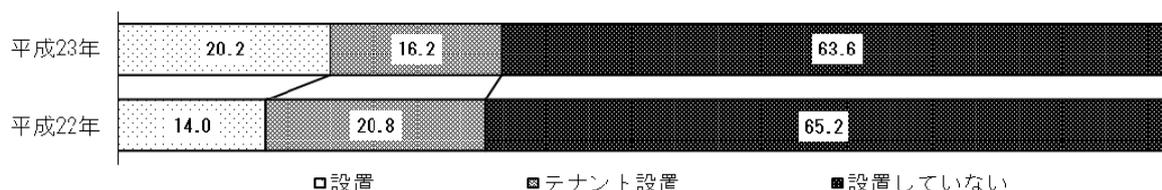
共に平均売場面積や保有店舗数が増加すると設置率は有意に増加する傾向にある。

（図：1-3-2, 1-3-3, 1-3-5, 1-3-6）

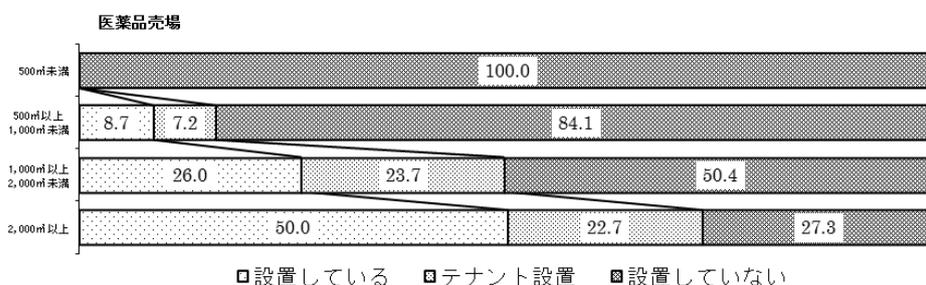
店舗外販売（サービス）は、15.4%でネットスーパーを実施し、18.9%が注文宅配サービスを導入している。消費者からのニーズの高まりにより、実施率は前回に比べやや上昇している。（図：1-3-7）

店舗外サービスは高齢化や買物弱者の増加により社会的ニーズの高まりはあるものの、セルフサービス方式を前提に運営されているスーパーマーケットにとっては、人員確保や費用負担が障害となり、容易に参入できるサービスでないのが現状である。

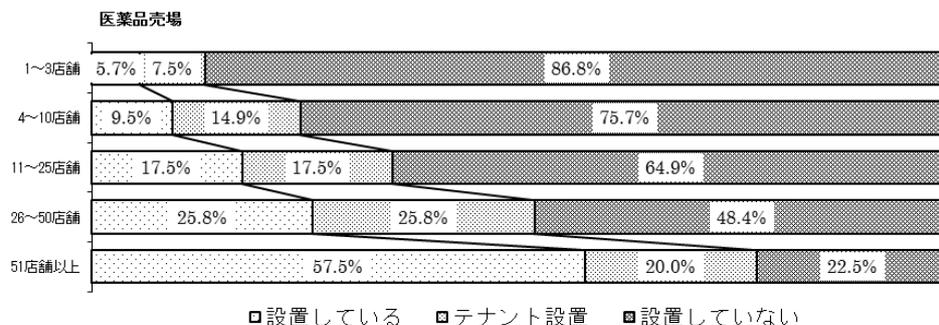
図：1-3-1 平成 23 年 医薬品売場の設置状況（時系列、平均%）



図：1-3-2 平成 23 年 医薬品売場の設置状況（平均売場面積別、平均%）



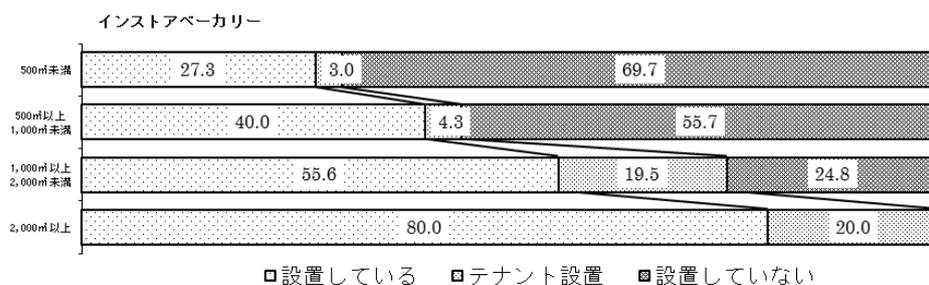
図：1-3-3 平成 23 年 医薬品売場の設置状況（保有店舗数別、平均%）



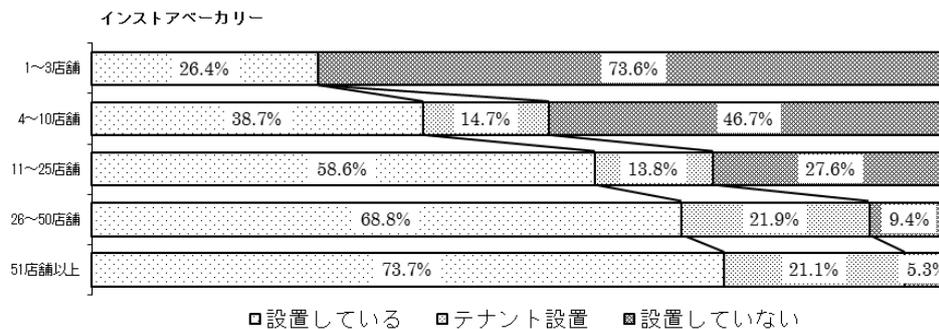
図：1-3-4 平成 23 年 インストアペーカリーの設置状況（平均%）



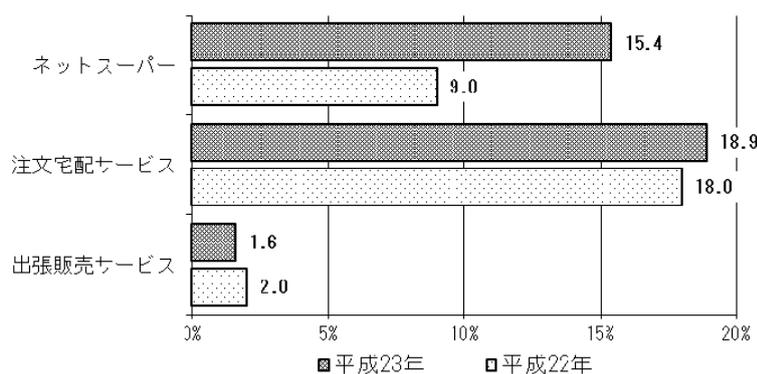
図：1-3-5 平成 23 年 インストアペーカリーの設置状況（平均売場面積別、平均%）



図：1-3-6 平成 23 年 インストアペーカリーの設置状況（保有店舗数別、平均%）



図：1-3-7 平成 23 年 店舗外販売（サービス）の実施状況（時系列、平均%）



2. 人事

多くの産業で長引く不況の影響や先行きの不透明感により採用や給与について厳しい対応が迫られている。スーパーマーケットは景気低迷時であっても業績が比較的堅調であり、雇用環境が安定している業界であると考えられている。

2-1 従業員数、パート比率

スーパーマーケットにおける1店舗あたり従業員数は37.8人となり、正社員14.6人、パート・アルバイト24.7人が平均値となった。(表:2-1-1) またパート比率は61.2%となった。(表:2-1-5) 100㎡あたりでみると従業員数は3.5人となっている。(表:2-1-2)

従業員数は平均売場面積に大きく左右されるほか、保有店舗数の増加により本部組織の大小などに影響を受けるためここで示す平均値はあくまで目安として考える必要がある。

表：2-1-1 平成23年 従業員数（1店舗あたり、店舗・本部その他合計、平均人数）

	従業員数	正社員数	パート アルバイト
平成23年	38.5人	14.6人	24.7人

※パート労働時間 20時間未満を15時間、20～30時間を25時間、30時間以上を35時間勤務と仮定して推計

表：2-1-2 平成23年 従業員数（100㎡あたり、店舗・本部その他合計、平均人数）

	従業員数	正社員数	パート アルバイト
平成23年	3.5人	1.4人	2.3人

※パート労働時間 20時間未満を15時間、20～30時間を25時間、30時間以上を35時間勤務と仮定して推計

表：2-1-3 平成23年 週あたりパート人数（1店舗あたり、店舗・本部その他合計、平均人数）

	20時間未満	20～30時間	30時間以上
平成23年	19人	19.7人	14.5人

表：2-1-4 平成23年 週あたりパート人数（100㎡あたり、店舗・本部その他合計、平均人数）

	20時間未満	20～30時間	30時間以上
平成23年	1.7人	1.7人	1.7人

表：2-1-5 平成23年 パート比率（平均%）

	パート比率
平成23年	61.2%

2-2 初任給、最高、最低時給

スーパーマーケットにおける初任給は、大卒でおよそ 18.9 万円、高卒で 15.6 万円という結果となりほぼ前回と変わらない結果となった。

パート時給の最高額平均は、鮮魚担当や夜間店舗担当者、薬剤師などで平均 1,160 円。最低額平均は、学生アルバイトやレジ、品出し担当者などで 741 円が平均となっている。(表:2-2-1)

保有店舗数の増加によって初任給やパート時給最高額が増加する傾向がみられる。(表:2-2-2)

表 2-2-1: 初任給 (月額)、パート時間給 (最高額、最低額) (時系列、円)

	初任給 (月額)		パート時間給	
	大卒	高卒	最高額	最低額
平成23年	189,250	156,315	1,160.4	741.1
平成22年	189,222	157,311	1,100.0	734.6

表 2-2-2: 初任給 (月額)、パート時間給 (最高額、最低額) (保有店舗数別、円)

	初任給 (月額)		パート時間給	
	大卒	高卒	最高額	最低額
1~3店舗	181,768	154,516	977.6	736.2
4~10店舗	188,767	156,335	1,117.6	749.5
11~25店舗	188,619	154,910	1,152.5	738.4
26~50店舗	191,046	156,641	1,212.7	731.2
51店舗以上	196,178	160,314	1,505.1	742.9

2-3 人件費率

総売上に対する人件費にあたる人件費率は、13.1%と前回とほぼ変わらない水準となった。(表:2-3-1) 人件費率は保有店舗が増えるにしたがい低下する傾向がみられる。(表:2-3-2)

図: 2-3-1 平成 23 年 人件費率 (時系列、平均%)

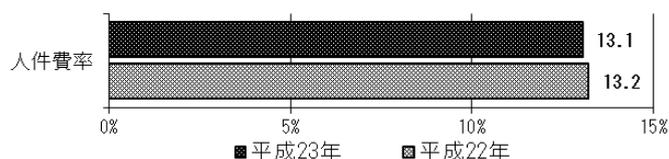
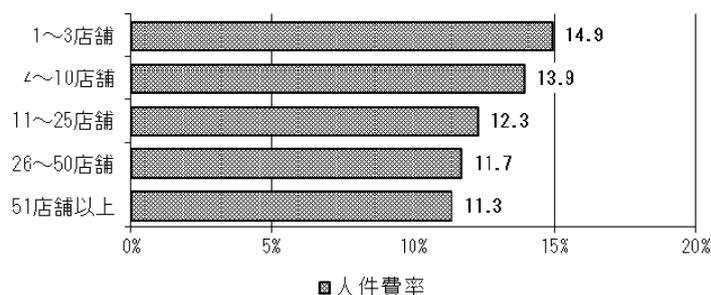


図: 2-3-2 平成 23 年 人件費率 (保有店舗数別、平均%)



2-4 採用

スーパーマーケットにおける採用は、高卒で47%、大卒・専門卒と中途採用は約60%で実施されている。(図:2-4-1) 新卒者採用において10店舗未満が50%未満であるのに対し、11店舗以上では大卒・専門卒で80%を超える実施率となっている。中途採用については、保有店舗数に関係なくおよそ60%前後の企業が実施している。(表:2-4-1)

採用実施企業における採用人数は、中途採用が平均で15人、高卒、専門卒、大卒を合わせた新卒者は約13人となっている。(表:2-4-2)

来期の採用方針については、今期と比べ「採用を見合わせる」とした企業が減少しているほか、「今期以下の採用にとどめる」とした企業数も減少しており、昨年と比べると若干ではあるが採用環境の持ち直し傾向がみられる。(図:2-4-2) 採用方針の改善傾向は、保有店舗数の増加とともに、より顕著に観察できる。(図:2-4-3)

図:2-4-1 平成23年 採用実施率(平均%)

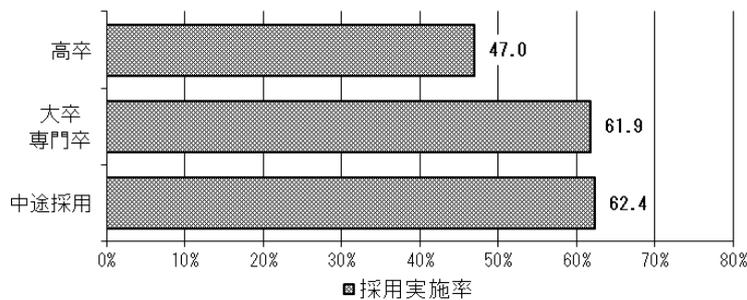


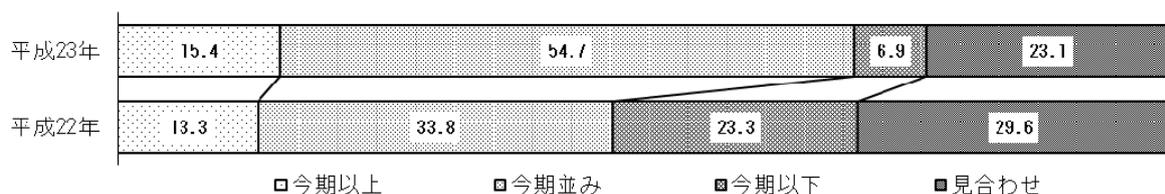
表:2-4-1 平成23年 採用実施率(保有店舗数別、平均%)

	新卒		中途採用
	高卒	大卒・専門卒	
1~3店舗	15.7%	21.6%	66.0%
4~10店舗	37.8%	48.6%	62.2%
11~25店舗	69.1%	83.6%	58.2%
26~50店舗	66.7%	93.3%	63.3%
51店舗以上	59.5%	86.5%	63.9%

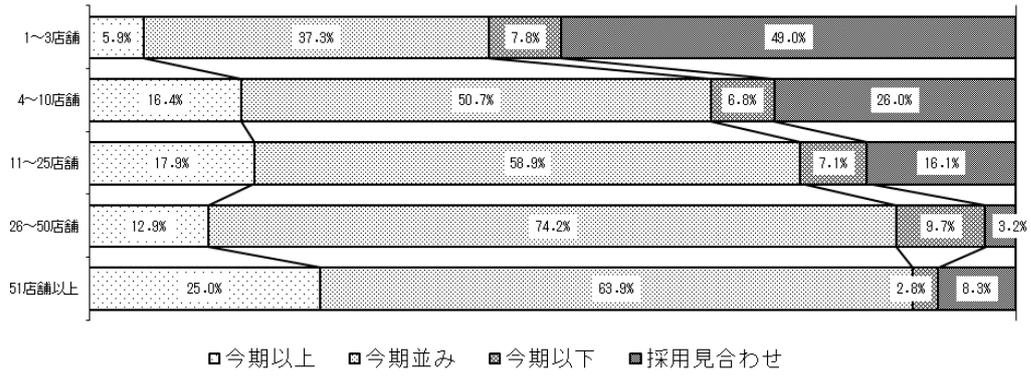
表:2-4-2 平成23年 採用実施企業における採用人数(平均人数)

	新卒		中途採用
	高卒	大卒・専門卒	
平成23年	3.9人	8.9人	15人

図:2-4-2 来年度の採用方針(時系列、平均%)



図：2-4-3 平成23年 来期の採用方針（保有店舗数別、平均%）



3. 商品カテゴリー関連

これまでスーパーマーケットは、生鮮品を中心とした品揃えが主流であったが、近年は少子高齢化や女性の社会進出などライフスタイルの変化の影響により、一般食品や惣菜の構成比が増加するなど少しずつ変化を見せてきている。今後も単身世帯の増加や中食傾向に対応するために商品加工度の高い商品カテゴリーが増加していく可能性がある。

3-1 売上構成比

商品カテゴリー別の売上構成比は、前回調査とほぼ同様の結果となっており、スーパーマーケットにおける標準的な売上構成比と考えられる。(図:3-1-1)

平均売場面積と売上構成比は密接な関係があり、売場面積が大きくなると「非食品」の構成比が増え、相対的に「青果」、「水産」、「畜産」などの生鮮品の構成比は減少する傾向がある。(表:3-1-1)

図:3-1-1 商品カテゴリー別売上構成比 (時系列、平均%)

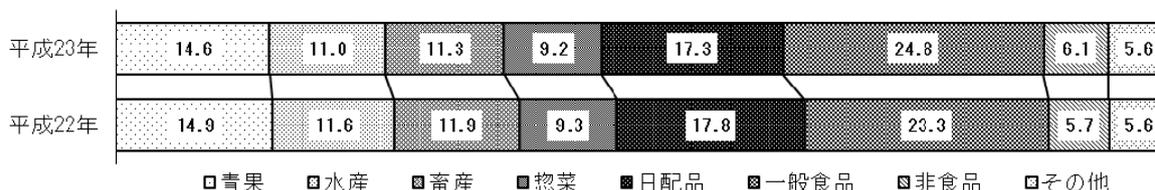


表:3-1-1 平成 23 年 商品カテゴリー別売上構成比 (平均売場面積別、平均%)

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
500㎡未満	16.8%	12.4%	12.5%	12.3%	16.4%	22.2%	3.7%	3.7%
500㎡以上 1,000㎡未満	15.7%	11.8%	11.5%	8.9%	17.0%	25.5%	3.7%	5.9%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	13.8%	10.7%	11.1%	8.7%	17.9%	25.2%	6.8%	5.7%
2,000㎡以上	12.0%	8.6%	9.5%	8.8%	15.9%	24.0%	13.8%	7.4%

3-2 目標とする利益率

商品カテゴリー別目標とする利益率は、前回調査とほぼ同様の結果となっており、スーパーマーケットの平均的な利益率と考えられる。(表:3-2-1)

「惣菜」の利益率が平均で 35.7%と最も高く、「一般食品」の利益率が 18.3%と最も低くなっている。

目標とする利益率は、2,000 m²以上で全体に低くなっているが、これは取扱量が多い「非食品」利益率が高いことが影響していると考えられる。(表:3-2-2)

表:3-2-1 商品カテゴリー別目標とする利益率 (時系列、平均%)

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
平成23年	21.9%	27.5%	28.3%	35.7%	22.8%	18.3%	19.9%	17.3%
平成22年	22.8%	27.0%	27.8%	35.4%	22.6%	18.7%	19.6%	16.2%

表:3-2-2 平成 23 年 商品カテゴリー別目標とする利益率 (平均売場面積別、平均%)

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
500m ² 未満	25.5%	29.6%	31.0%	40.3%	23.4%	21.3%	23.3%	22.1%
500m ² 以上 1,000m ² 未満	23.2%	27.7%	27.5%	35.9%	22.8%	18.2%	19.1%	16.8%
1,000m ² 以上 2,000m ² 未満	20.5%	27.2%	28.5%	35.1%	22.8%	17.6%	19.1%	16.8%
2,000m ² 以上	19.4%	24.2%	24.6%	30.4%	21.9%	17.8%	23.7%	16.0%

3-3 ロス率

商品カテゴリー別ロス率は、前回調査から大きな変化は見られず、スーパーマーケットにおける平均的なロス率と考えられる。「惣菜」が 8.4%で最も高く、「一般食品」が 1.4%と最も低くなっている。目標とする利益率と関係があり、ロス率が高いカテゴリーほど相応に高い利益率を設定していることがわかる。(表:3-3-1)

表:3-3-1 商品カテゴリー別目標とするロス率 (時系列、平均%)

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
平成23年	3.1%	6.6%	5.3%	8.4%	3.2%	1.4%	1.6%
平成22年	3.4%	6.6%	5.2%	8.2%	4.2%	2.2%	1.9%

3-4 前年と比べたSKU数の増減

前年と比べた商品カテゴリー別取り扱いSKU数の変化をみると、「惣菜」を増加したと回答した企業が38.2%と他のカテゴリーに比べ高くなっているのがわかる。「惣菜」は目標利益率も高く、スーパーマーケットが収益を確保できる重要な商品カテゴリーといえる。次いで「青果」のSKU数の増加傾向が強くなっている。一方で「非食品」のSKU数は減少傾向がみられる。(図:3-4-1)

SKU数の増加は、高齢化や単身世帯の増加に対応して小分け販売をはじめとする商品加工度の向上に取り組んでいる表れともいえる。特に平均売場面積 500 m²~1,000 m²の中小型店でSKU数増加の取り組みが積極的に行われているのがわかる。(表:3-4-1)

図:3-4-1 平成 23 年 商品カテゴリー別 SKU 数の増減 (平均%)

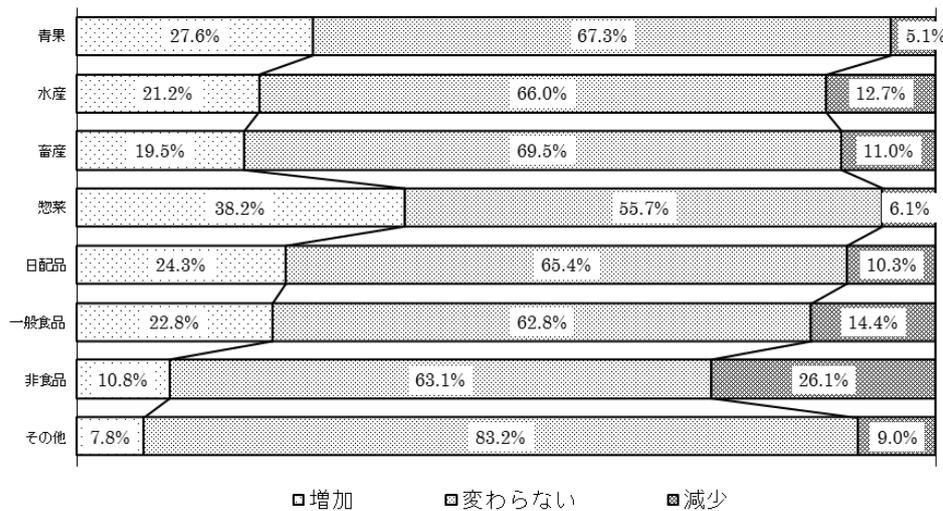


表 3-4-1 : 平成 23 年 商品カテゴリー別 SKU 数の増減 (平均売場面積別、増加%-減少%)

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
500m ² 未満	23.1%	-8.0%	16.0%	28.0%	-3.8%	-3.8%	-9.5%
500m ² 以上 1,000m ² 未満	20.0%	18.5%	3.8%	48.1%	25.9%	7.3%	-17.3%
1,000m ² 以上 2,000m ² 未満	23.5%	7.0%	8.7%	28.7%	13.8%	13.8%	-15.9%
2,000m ² 以上	22.2%	11.1%	11.1%	11.1%	5.6%	-5.6%	-11.8%

4. 販売促進関連

スーパーマーケットは生活必需品を取り扱っており顧客の来店頻度が高いが、顧客は価格に敏感に反応し来店行動が流動的であるため、ポイントや決済手段の多様化といった価格以外のサービスを提供し顧客のロイヤリティを高める努力を行っている。

4-1 ポイントカード導入率

スーパーマーケットにおけるポイントカード導入率は前回と同様に 80%を超えており、すでに多くのスーパーマーケットにおいて導入されている。(図:4-1-1)

ポイントカードの導入率は保有店舗数が少ない企業においても導入率が高くなっているが、特に 25 店舗～50 店舗で導入率が 90.3%と高い。(図:4-1-2)

導入しているポイントカードの内訳は、「自社のポイントカード」が 64.4%で「提携会社のポイントカード」22.1%、「地域」(商店街など)が 4.3%となっている。(図:4-1-3) 他業態でのポイントカード導入が進み、ポイントカードの整理・統合の流れがみられるようになってきており、今後自社独自のポイントカードだけでなく、提携会社のポイントカード導入がどのように進んでいくのか注目される。

図:4-1-1 ポイントカード導入率 (時系列、平均%)

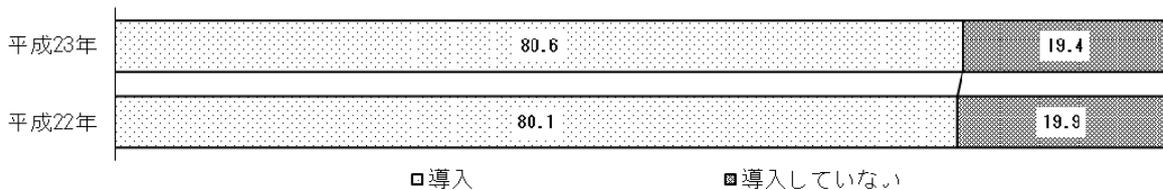
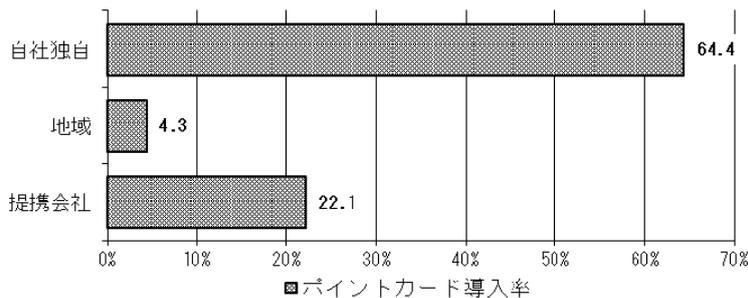


図:4-1-2 平成 23 年 ポイントカード導入率 (保有店舗数別、平均%)



図:4-1-3 平成 23 年 ポイントカード導入率 (種類別、平均%)



4-2 ポイントカード導入の効果

ポイントカード導入の効果については、「固定客確保」の効果が83.7%と最も多く、次いで「来客数増加」の45.0%となっている。前回に比べ、「売上増加」や「顧客情報収集」の効果がやや減少しているが、これは他業界を含めたポイントカードの普及拡大によりその効果がやや低下している可能性が考えられる。(図4-2-1)

「固定客確保」については、保有店舗数に関わらず80%前後の企業が効果を感じていると回答している。その一方で「売上増加」や「来店客増加」に対する効果に対して26店舗～50店舗規模では77.8%、74.1%と他の保有店舗規模に比べ大きな効果を感じている。(表4-2-1)

図:4-2-1 ポイントカード導入の効果 (時系列、平均%)

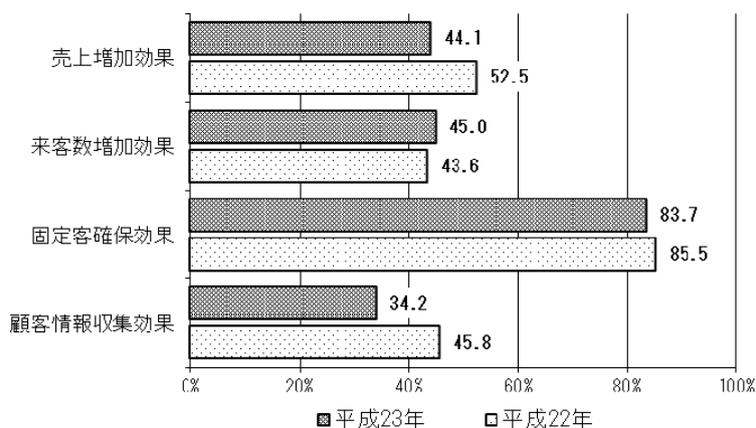


表:4-2-1 平成23年 ポイントカード導入の効果(保有店舗数別、平均%)

	売上増加	来客数増加	固定客確保	顧客情報収集
1～3店舗	25.6%	37.2%	79.1%	32.6%
4～10店舗	40.7%	40.7%	81.4%	30.5%
11～25店舗	44.4%	37.8%	86.7%	28.9%
26～50店舗	77.8%	74.1%	88.9%	37.0%
51店舗以上	46.4%	50.0%	85.7%	50.0%

4-3 販売促進費・ポイント還元費

ポイント還元費を除く総売上に対する販売促進費率は、1.5%となっており、前回に比べやや減少している。(図:4-3-1) 総売上に対するポイント還元費率は、1.2%となっており、こちらは、前回からほぼ横ばいである。(図:4-3-2)

図:4-3-1 販促費率(時系列、平均%)

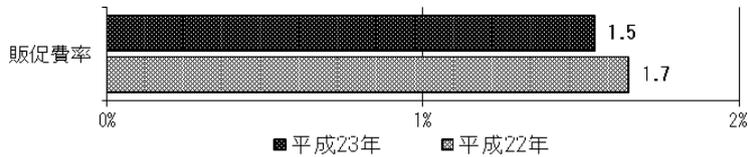
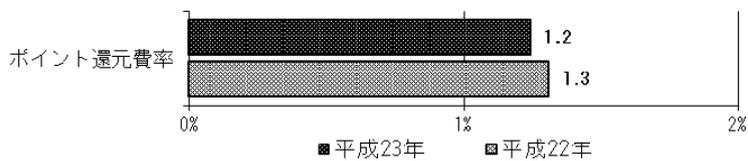


図:4-3-2 ポイントカード還元費率(時系列、平均%)

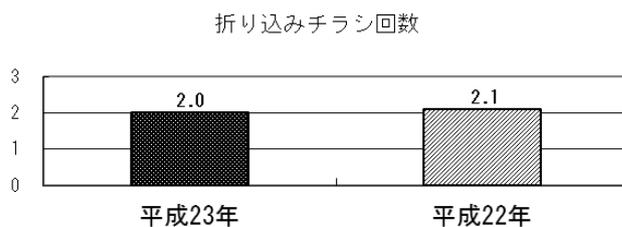


4-4 一週間あたり新聞折り込みチラシ回数

新聞折り込みチラシは、平均で週に2.0回となっている。

地域顧客を重視するスーパーマーケットにとって、折り込みチラシは重要な販売促進手段の一つであったが、新聞購読者の減少やインターネット、スマートフォンの普及が進むなか、今後折り込みチラシ回数がどのように推移していくのかに注目される。

図:4-4-1 1週間あたり折り込みチラシ配布回数(時系列、平均%)



4-5 利用可能な現金以外の決済手段

スーパーマーケットにおける現金以外の決済手段導入率は64.8%であった。(図:4-5-1)

導入されている決済手段の種類をみるとクレジットカードで60.1%、電子マネーが22.9%となっている。(図:4-5-2)

機器導入のコストや購入金額の増加の影響により平均売場面積や保有店舗の増加により導入率が高くなっていると考えられる。(表:4-5-3, 4-5-4)

今後導入を検討している決済手段は、電子マネーが最も多くなっている。(図:4-5-5)

これらの決済手段利用者、利用額については、前回に比べ「増加している」との回答が増え71.3%となっており、「減少している」との回答はわずか2.5%にすぎないため、今後ますますこれらの決済手段の導入がすすんでいくと推察される。(図 4-5-6)

現金以外の決済手段の導入は、キャッシュレスという利便性向上はもちろんのこと、利用額に応じたポイント還元を意識する消費者増加による利用拡大も導入の大きな理由と思われる。特に電子マネーは交通系のカードの普及がすすんでいることが一因であると考えられる。

図:4-5-1 平成23年 利用できる現金以外の決済手段導入率 (平均%)

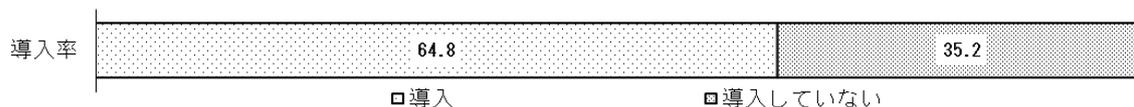


図:4-5-2 平成23年 利用できる現金以外の決済手段導入率 (平均%)

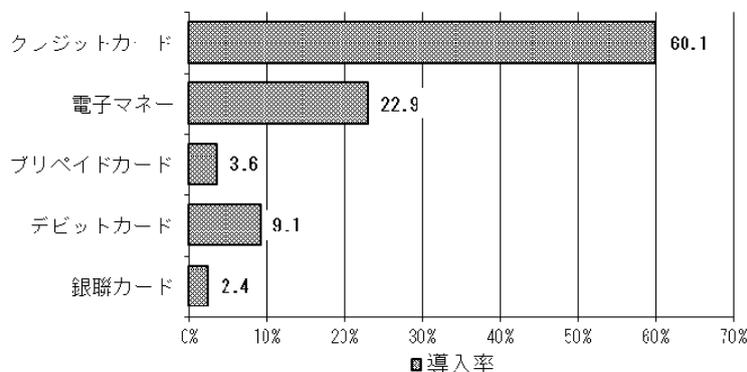


図:4-5-3 平成23年 利用できる現金以外の決済手段導入率 (保有店舗数別、平均%)

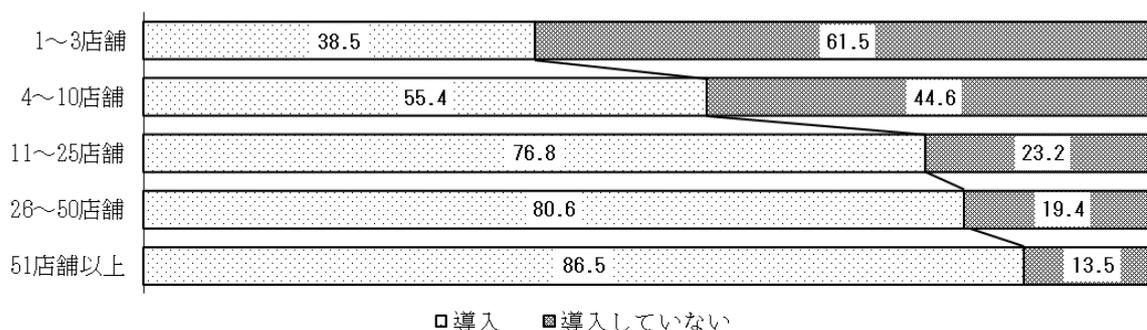


図:4-5-4 平成 23 年 利用できる現金以外の決済手段導入率（平均売場面積別、平均%）

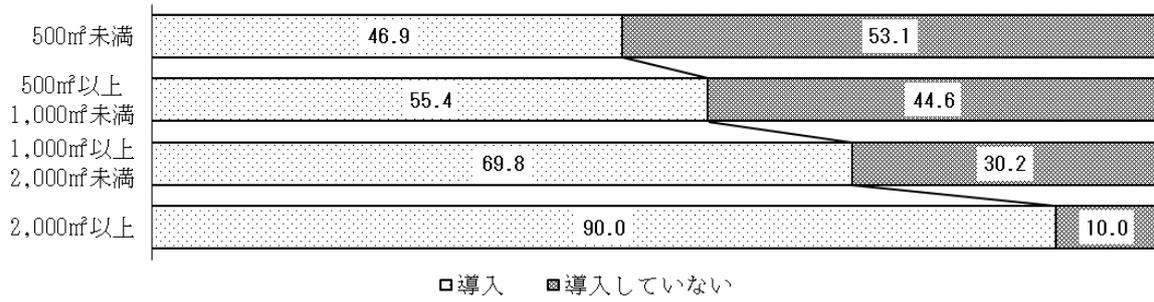


図:4-5-5 平成 23 年 今後導入を検討している現金以外の決済手段（平均%）

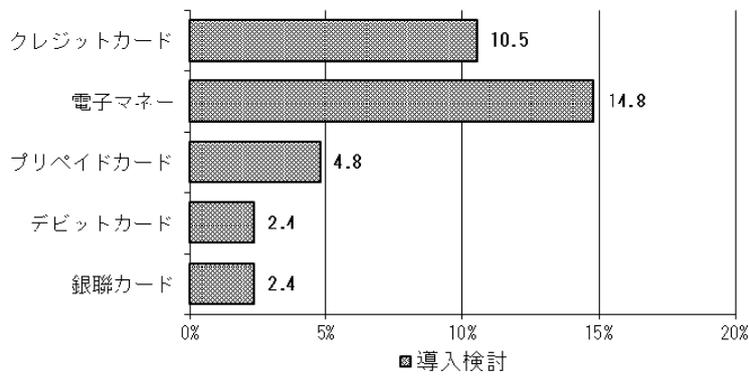
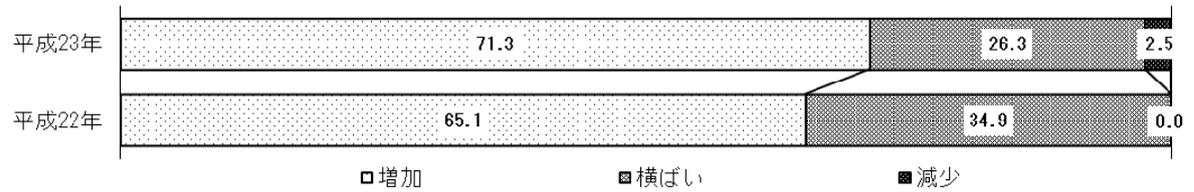


図:4-5-6 現金以外の決済手段の利用者・利用額の増減（時系列、平均%）



5. PB商品

PB商品は、平成18年頃から石油や原材料の高騰などによるナショナルブランド商品の価格上昇や消費者の節約志向の高まりから人気を呼び、その後急速に普及が進んでいる。現在PB商品とは、自社開発商品を指すことが多いが、ここでは共同仕入れ機構による開発商品も含まれていることに留意していただきたい。

5-1 PB商品の導入率

前回調査時の82.2%からさらに増加し88.9%のスーパーマーケットにおいてPB商品の取り扱いがあることがわかる。(図:5-1-1) 保有店舗数の増加とともに導入率はさらに高まり、51店舗以上では97.3%、2,000㎡以上では95%でPB商品が導入されている。

図:5-1-1 PB商品の導入率（時系列、平均%）

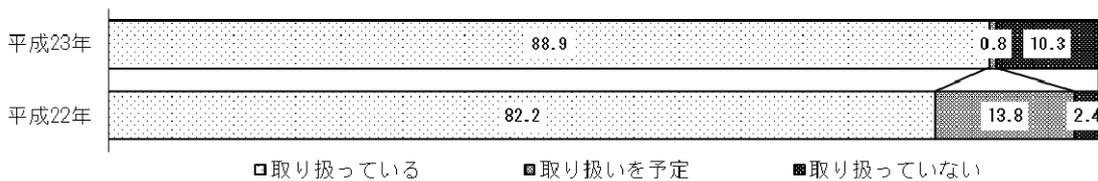


図:5-1-2 平成23年 PB商品の導入率（保有店舗数別、平均%）

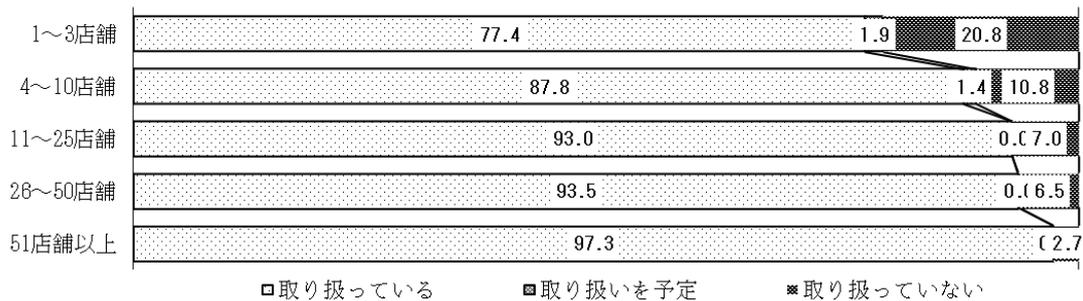
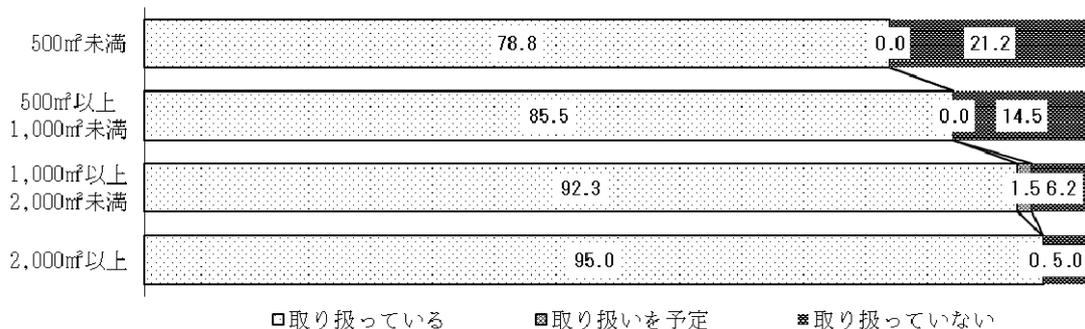


図:5-1-3 平成23年 PB商品の導入率（平均売場面積別、平均%）



5-2 P B 商品導入理由と今後の期待

P B 商品の導入理由では、「価格競争力」が 77.7%で最も多く、次いで「独自性のアピール」が 61.4%となっている。

今後の P B 商品への期待を見ると前回調査に比べ、「自社特徴の活用」が 20.4%とやや上昇した以外はほぼ同様の結果となった。P B 商品の導入がすすみ、「自社特徴」を生かした差別化への期待が増していると推察される。導入理由同様に「価格競争力」に対する期待は大きくなっているが、「高品質」に対する期待が 48.9%と導入理由（37.3%）に比べ増加しており、導入以後、P B 商品の高品質化への期待が高まっていることがわかる。

図:5-2-1 平成 23 年 P B 商品の導入理由(平均%)

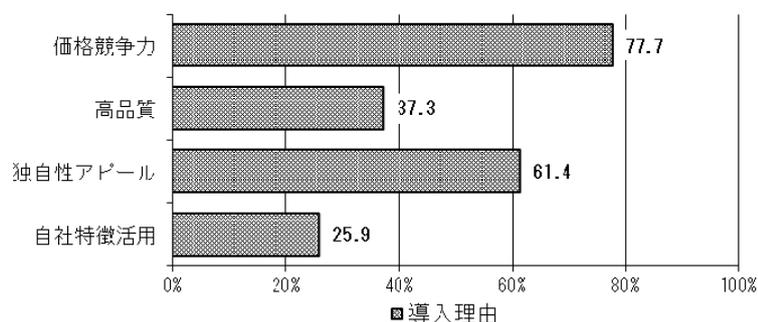
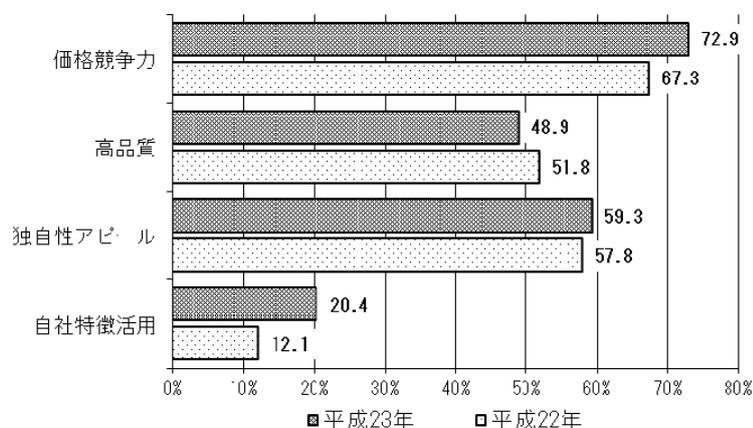


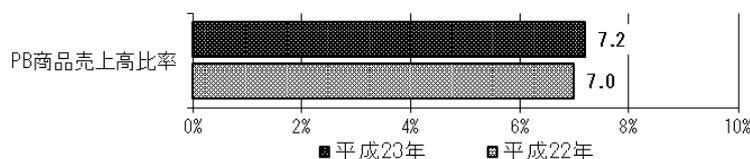
図:5-2-2 今後 P B 商品に期待すること (時系列、平均%)



5-3 P B 商品の売上比率

P B 商品の売上比率は、総売上の約 7.2%とわずかに前回に比べ上昇しており、P B 商品の取り扱い量も依然として増加傾向にあると考えられる。(図 5-3-1)

図:5-3-1 P B 商品売上高比率 (時系列、平均%)



5-4 今後P B商品を強化していくカテゴリ

今後強化していくカテゴリは、「日配品」と「一般食品」でおよそ60%弱となっている。(図5-4-1) 他のカテゴリに比べ、「日配品」は保有店舗数や平均売場面積の増加とともに強化の意向が強くなっている。(表:5-4-1, 5-4-2)

図:5-4-1 平成23年 今後P B商品を強化していくカテゴリ(平均%)

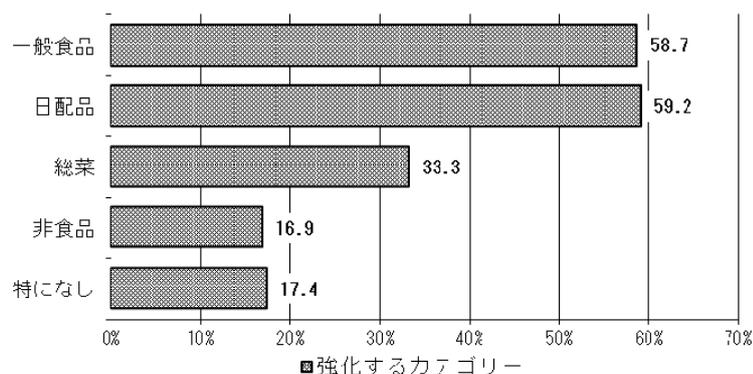


表:5-4-1 平成23年 今後P B商品を強化していくカテゴリ(保有店舗数別、平均%)

	一般食品	日配品	総菜	非食品	特になし
1~3店舗	66.7%	47.2%	33.3%	16.7%	13.9%
4~10店舗	54.0%	55.6%	30.2%	19.0%	23.8%
11~25店舗	54.0%	58.0%	40.0%	14.0%	20.0%
26~50店舗	55.2%	72.4%	34.5%	17.2%	13.8%
51店舗以上	68.6%	68.6%	28.6%	17.1%	8.6%

表:5-4-2 平成23年 今後P B商品を強化していくカテゴリ(平均売場面積別、平均%)

	一般食品	日配品	総菜	非食品	特になし
500㎡未満	58.3%	45.8%	37.5%	16.7%	20.8%
500㎡以上 1,000㎡未満	58.5%	50.9%	39.6%	9.4%	18.9%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	59.0%	63.2%	29.1%	22.2%	16.2%
2,000㎡以上	57.9%	73.7%	36.8%	5.3%	15.8%

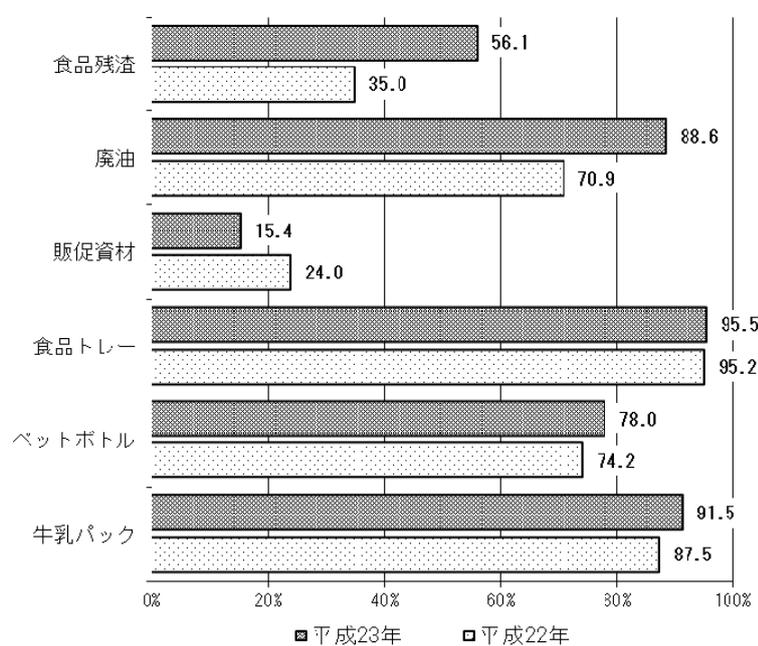
6. 環境問題

環境問題への取り組みは、社会の環境意識の高まりや地域社会との共生をはかるスーパーマーケットにおいて近年重要な課題となっている。

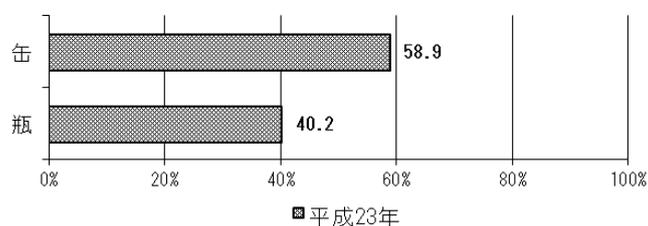
6-1 店頭回収、リサイクル

店頭回収、リサイクルへの取り組みは、販促資材のリサイクルこそ15.4%と取り組みはすすんでいないものの、他すべての項目で実施率が上昇しており、「食品トレー」で95.5%、「牛乳パック」が91.5%（一部店舗での実施を含む）で行われている。「缶」「瓶」のリサイクルは、地方自治体により回収を行っている地域があるため、実施率は50%前後となっている。「食品残渣」については、食品リサイクル法の改正により実施率が上昇したと考えられる。

図:6-1-1 店頭回収、リサイクル実施率(時系列、平均%)



※時系列比較のため「缶・瓶」のみ別



6-2 環境対策への取り組み状況

環境対策への取り組み状況は、日常的な取り組み実施率が全体として前回より小幅に減少しているが、これは省エネ機器の導入率が前回に比べ増加していることが関係していると考えられる。

(図:6-2-1, 6-2-2) また、社内での取り組みをみると「従業員教育」の実施が81.8%と大幅増加となっており、環境問題への意識の高まりがみてとれる。(図:6-2-3)

保有店舗数別にみると、大きな設備投資の必要がなく日常的に取り組める「空調、照明の調整」「従業員教育」は、規模にかかわらず高い関心をもって取り組まれている。一方、大きな設備投資が必要な「省エネ型の冷蔵冷凍機器、空調、照明の導入」や「環境マネジメントシステムの導入」については、規模による実施状況の差が非常に大きくなっている。(表:6-2-1, 6-2-2, 6-2-3)

図:6-2-1 平成 23 年 環境対策への取り組み状況 日常的な取り組み (時系列、平均%)

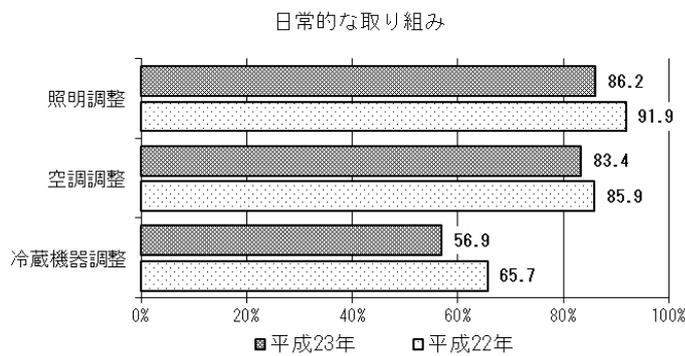


図:6-2-2 平成 23 年 環境対策への取り組み状況 省エネ機器の導入 (時系列、平均%)

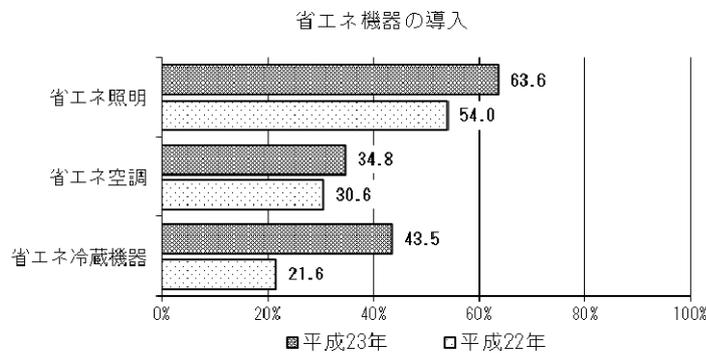


図:6-2-3 平成 23 年 環境対策への取り組み状況 社内での取り組み (時系列、平均%)

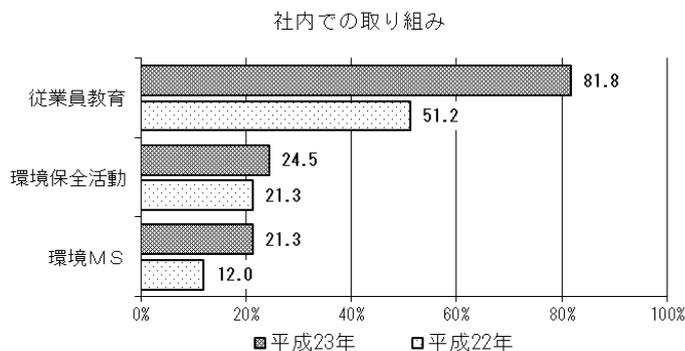


表:6-2-1 平成 23 年 環境対策への取り組み状況 日常的な取り組み (保有店舗数別、平均%)

	日常的な取り組み		
	照明調整	空調調整	冷蔵機器調整
1～3店舗	77.8%	68.5%	40.7%
4～10店舗	79.7%	75.7%	47.3%
11～25店舗	93.0%	91.2%	68.4%
26～50店舗	90.3%	93.5%	71.0%
51店舗以上	97.3%	100.0%	70.3%

表:6-2-2 平成 23 年 環境対策への取り組み状況 省エネ機器の導入 (保有店舗数別、平均%)

	省エネ機器の導入		
	省エネ照明	省エネ空調	省エネ冷蔵機器
1～3店舗	46.3%	16.7%	22.2%
4～10店舗	44.6%	18.9%	24.3%
11～25店舗	75.4%	40.4%	52.6%
26～50店舗	83.9%	51.6%	67.7%
51店舗以上	91.9%	70.3%	78.4%

表:6-2-3 平成 23 年 環境対策への取り組み状況 社内での取り組み (保有店舗数別、平均%)

	社内での取り組み		
	従業員教育	環境保全活動	環境MS
1～3店舗	74.1%	13.0%	1.9%
4～10店舗	73.0%	10.8%	17.6%
11～25店舗	87.7%	33.3%	29.8%
26～50店舗	90.3%	25.8%	22.6%
51店舗以上	94.6%	54.1%	43.2%

6-3 光熱費率と環境問題取り組みの効果

総売上に対する光熱費の割合は、2.1%と前回調査時に比べやや減少する結果となった。環境問題への取り組みの進展により削減率は8.2%と前回に比べ大きく上昇した結果、光熱費率を押し下げたと考えられる。(図 6-3-1, 6-3-2)

環境問題の取り組みによる光熱費削減量の把握方法については、特に専門機器の導入について保有店舗数により導入差が大きくなっている。1~3店舗においては、専門機器の導入率は15.1%であり、49.1%が削減効果を把握できていないと回答している。(図:6-3-4)

これまで以上に企業が主体的に環境対策への取り組みを進めるためには、削減効果の正確な把握を容易にすることが今後の重要な課題といえる。

図:6-3-1 光熱費率 (時系列、平均%)

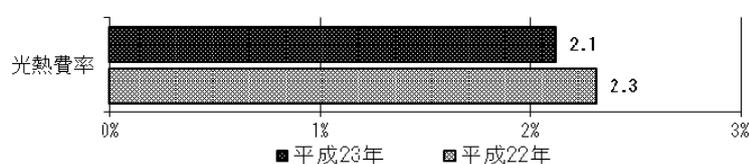


図:6-3-2 環境問題への取り組みによる光熱費削減率 (時系列、平均%)

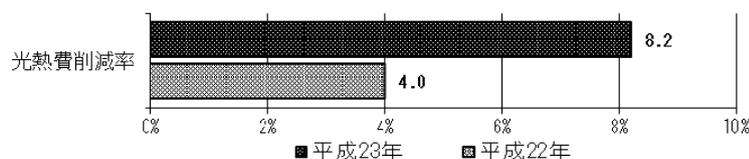
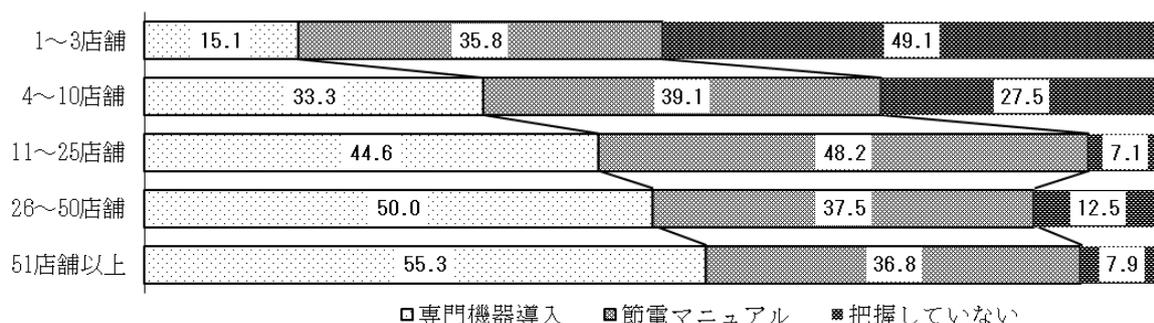


図:6-3-3 平成 23 年 光熱費削減量の把握方法 (平均%)



図:6-3-4 平成 23 年 光熱費削減量の把握方法 (保有店舗数別、平均%)



6-4 レジ袋削減の取り組みと削減率

レジ袋の削減は、顧客と共に行う環境への取り組みである。特にレジ袋の削減については既に様々な取り組みが進んでおり、「特になし」の回答を除くと94.4%のスーパーマーケットでは削減への取り組みを行っていることになる。前回に比べ「マイバッグやマイバスケット」の実施率がやや減少しているが、これはすでに多くの消費者にマイバッグの普及がすすんできたためと考えられる。(図6-4-1)

これらの取り組みの成果によりレジ袋辞退率は46.9%となっている。(図6-4-2)

図:6-4-1 レジ袋削減への取り組み状況 (時系列、平均%)

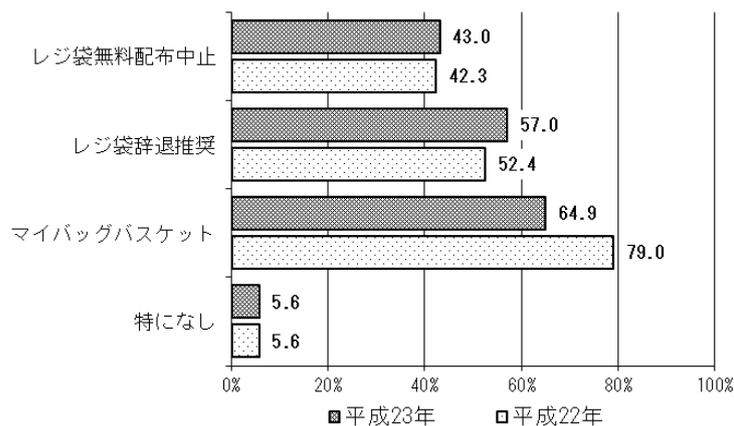
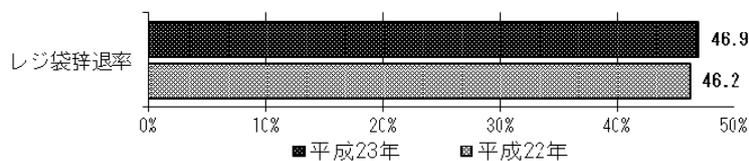


図:6-4-2 レジ袋辞退率 (時系列、平均%)



7. トピックス

7-1 震災後の防災対策への取り組み

震災後の防災への取り組みは、「従業員の防災教育」が81.6%と最も多くなっており、次いで停電に備えた「バックアップシステムの強化」が39.2%となっている。(図:7-1-1) 保有店舗数の多い企業では「配送センターの機能強化」や「配送センターの防災強化」など物流手段への取り組みが行われている。(表:7-1-1)

図:7-1-1 平成23年 震災後の防災対策への取り組み(平均%)

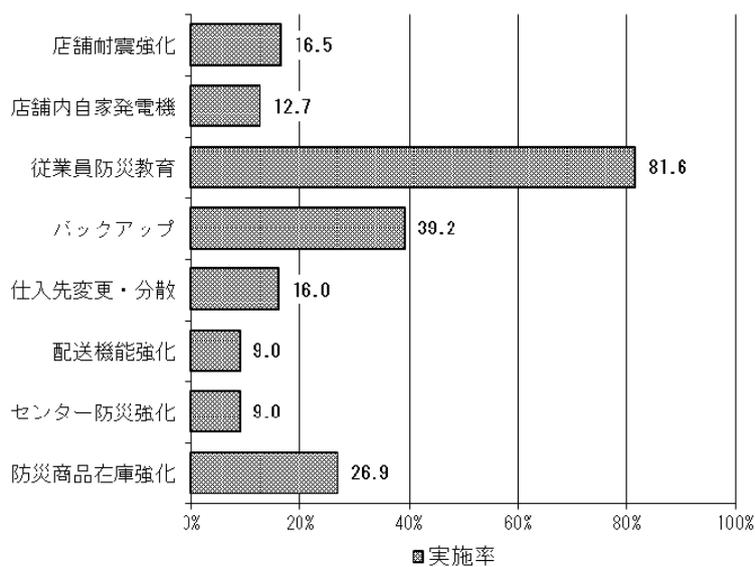


表:7-1-1 平成23年 震災後の防災対策への取り組み(保有店舗数別、平均%)

	店舗耐震強化	店舗内自家発電機	従業員防災教育	バックアップ
1~3店舗	13.3%	15.6%	77.8%	26.7%
4~10店舗	5.5%	5.5%	81.8%	47.3%
11~25店舗	18.0%	20.0%	86.0%	48.0%
26~50店舗	20.7%	6.9%	79.3%	31.0%
51店舗以上	33.3%	15.2%	81.8%	36.4%

	仕入先変更・分散	配送機能強化	センター防災強化	防災商品在庫強化
1~3店舗	11.1%	2.2%	0.0%	13.3%
4~10店舗	14.5%	3.6%	3.6%	20.0%
11~25店舗	14.0%	8.0%	4.0%	40.0%
26~50店舗	20.7%	20.7%	10.3%	24.1%
51店舗以上	24.2%	18.2%	36.4%	39.4%

7-2 買物弱者支援

41.7%のスーパーマーケットが顧客から支援の要請を受けた経験があり、地方自治体からの要請 12.1%と合わせて約半数が支援の要請を受けてきたことになる。(図 7-2-1) 買物弱者が身近な問題となっている現状がみられる。また、すでに「対策を実施した」との回答が 21.2%と前回に比べ倍増する結果となっている。

図:7-2-1 平成 23 年 スーパーマーケットに対する買物弱者支援の要請状況 (平均%)

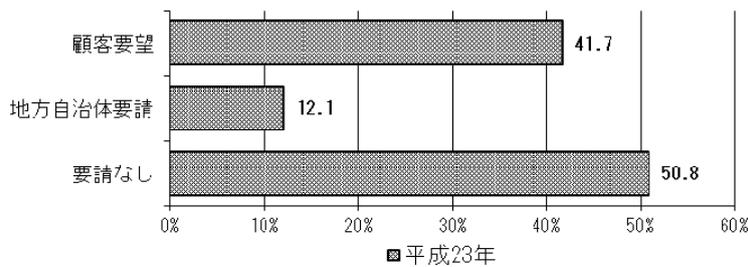
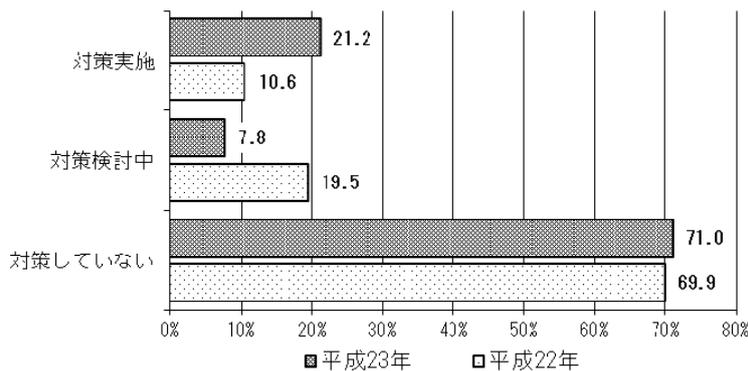


図:7-2-2 スーパーマーケットによる買物弱者対策の実施状況 (時系列、平均%)



7-3 今後の経営方針

今後の店舗運営方針については、「新規出店」と店舗拡大路線を経営方針にしていると回答した企業が依然として36%に達している。それに対し店舗を改装・改築を中心に行い、既存店の収益性を向上させると回答した企業が47.7%という結果になるなど店舗運営を積極的に行う方針である回答が多い。（図：7-3-1）新規出店については保有店舗数が多くなるほど積極的である一方、保有店舗の少ないグループは改装・改築を行っていく方針であることがわかる。（図：7-3-2）

今後展開する店舗コンセプトについては、「コンセプトを統一」してブランドイメージの定着を図っていくと回答したグループがやや多いものの、立地環境や消費者ニーズに対応した「様々なタイプ」の店舗展開を行っていくと回答したグループと真二つに分かれる結果となった。（図：7-3-3）

51店舗以上になると様々なタイプを出店するとした回答が63.2%と半数を超えている。（図：7-3-4）

今後の差別化戦略では、「品揃え」や「品質」「サービス向上」といった価格以外で差別化を図るとした企業が85%以上を占めている。（図：7-3-5）非価格面での差別化への意識は、保有店舗が少ないほどその傾向が強くなっている。（図：7-3-6）

図：7-3-1 平成23年 今後の店舗運営方針（平均%）



図：7-3-2 平成23年 今後の店舗運営方針（保有店舗数別、平均%）

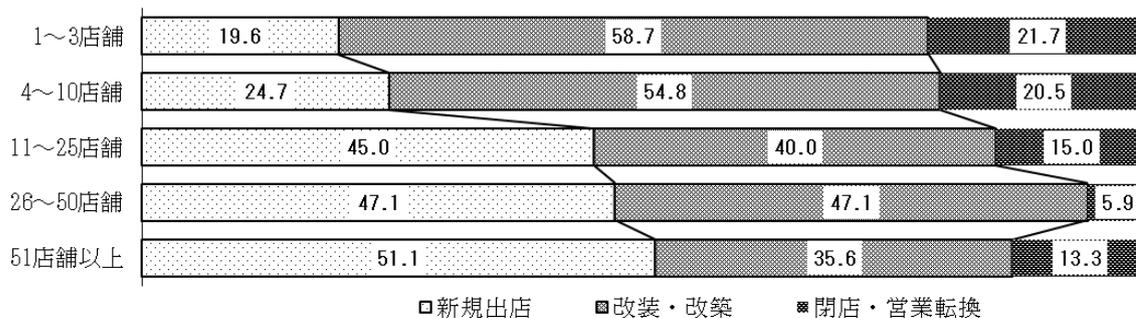


図:7-3-3 平成 23 年 今後の店舗展開コンセプト (平均%)

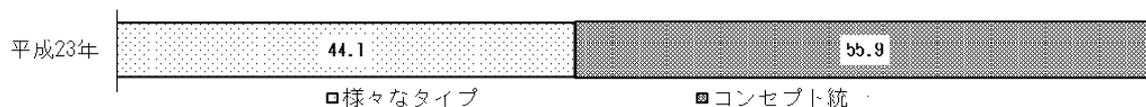


図:7-3-4 平成 23 年 今後の店舗展開コンセプト (保有店舗数別、平均%)

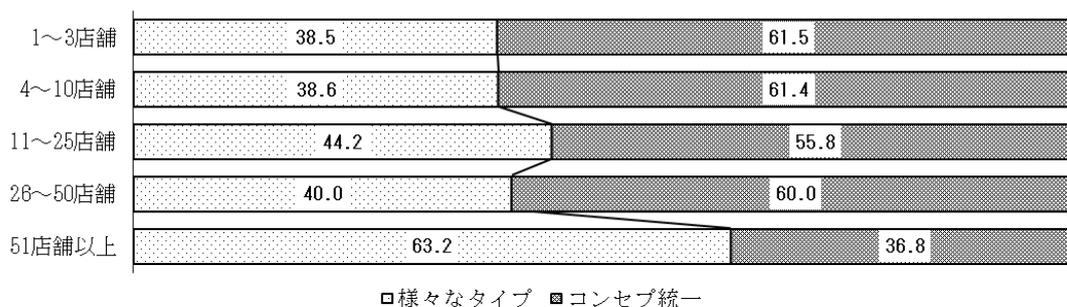
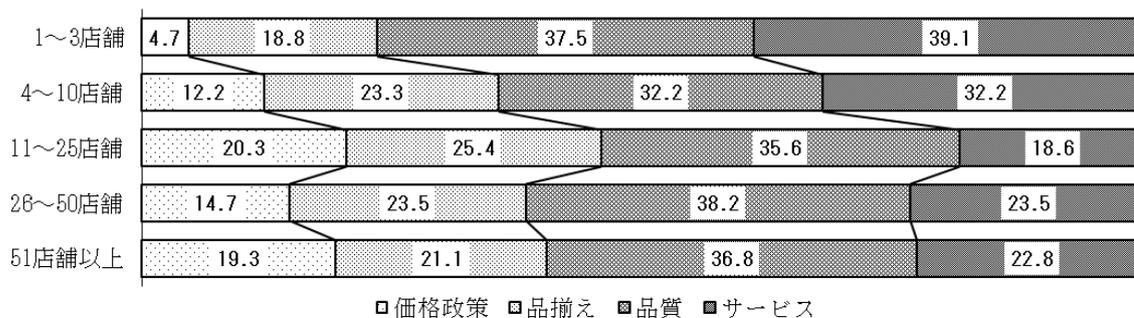


図:7-3-5 平成 23 年 今後の差別化戦略 (平均%)



図:7-3-6 平成 23 年 今後の差別化戦略 (保有店舗数別、平均%)



8. 店舗調査

店舗調査は、調査企業における売場面積の最大店舗と最小店舗について、店舗の概要や営業状況を調査したものである。以下は、最大、最小店舗をあわせた合計 506 店舗の調査結果である。

1. 立地環境

店舗の立地環境を 5 つのタイプに分け選択方式で聞いている。最も多いのは「住宅地域」(46.0%) であり、全体の半数近くを占めている。次いで「幹線道路沿い」(23.7%)、「商店街・商業地」(14.4%)、「駅前・駅構内」(9.5%) の順に多く、「郊外大規模施設」(6.3%) が最も少ない。

表:8-1 立地環境



2. 食品売上比率

回答店舗の大部分が食品スーパーマーケットである。92.0%が食品売上比率「70%以上」と答えている。食品売上比率が 50%未満の店舗は全体の 3.7%に過ぎない。

表:8-2 食品売上比率

	70%以上	50%~70%	50%~30%	30%未満
全体	92.0%	4.3%	3.7%	0.0%
駅前 駅構内	90.2%	7.3%	2.4%	0.0%
商店街 商業地	95.2%	4.8%	0.0%	0.0%
住宅地域	93.1%	2.5%	4.5%	0.0%
幹線道路 沿い	92.1%	2.0%	5.9%	0.0%
郊外大規模 施設	78.6%	21.4%	0.0%	0.0%
~500㎡ 未満	96.6%	3.4%	0.0%	0.0%
~1,000㎡ 未満	91.7%	3.3%	5.0%	0.0%
~2,000㎡ 未満	94.1%	1.0%	5.0%	0.0%
2,000㎡ 以上	84.2%	10.5%	5.3%	0.0%

3. 店舗売場面積

店舗売場面積が最大店舗と最小店舗が調査の対象になっていることから、店舗売場面積は 500 m²未満から 2,000 m²以上までかなり幅広く分散している。平均をとると 1669.9 m²になるが、中央値は 953.0 m²であり、1,000 m²前後が分布の中心である。

立地環境別にみると駅前店は、500 m²未満の店が 42.9%と半数近くを占めているが、2,000 m²以上の大規模店も 2 割強あり駅前店は必ずしも 500 m²未満の小型店ばかりではない。

「幹線沿い」や「郊外大規模施設」では 2,000 m²以上の大規模店が多い。平均値をとると、「郊外大規模施設」が 4,695.1 m²と飛び抜けて大きく、「住宅地域」が 1,176.8 m²で最も小さい。

表:8-3 店舗売場面積

	～500m ² 未満	～1000m ² 未満	～2000m ² 未満	2000m ² 以上	平均	中央値
全体	27.5%	27.1%	23.0%	22.4%	1669.9	953.0
駅前 駅構内	42.9%	23.8%	7.1%	26.2%	2021.4	572.0
商店街 商業地	33.9%	29.0%	19.4%	17.7%	1553.0	796.5
住宅地域	32.5%	34.5%	19.7%	13.3%	1176.8	727.0
幹線道路 沿い	14.4%	17.3%	41.3%	26.9%	1800.5	1477.5
郊外大規模 施設	0.0%	10.7%	14.3%	75.0%	4695.1	2713.5

4. バックヤード面積

バックヤード面積の平均面積は 757.0 m²、中央値は 429.0 m²となっている。バックヤード面積は店舗売場面積に比例しており、店舗売場面積が大きくなるとバックヤード面積も大きくなる。

店舗売場面積に対するバックヤードの割合（バックヤード比率）を見てみると、バックヤード比率は売場面積の 45.3%が平均値となっている。店舗売場面積の規模別にバックヤード比率を比較すると「500 m²未満」では 56.7%、「1,000 m²未満」45.4%、「2,000 m²未満」48.1%、「2,000 m²以上」42.2%と小規模店舗ほどバックヤード比率は高くなっている。また立地環境別にみると「駅前」が 51.0%と最も高く、「商店街」が 37.8%と最も低くなっている。

表:8-4-1 バックヤード面積

	～500m ² 未満	～1000m ² 未満	～2000m ² 未満	2000m ² 以上	平均	中央値
全体	54.7%	26.6%	13.2%	5.5%	757.0	429.0
～500m ² 未満	94.6%	4.3%	1.1%	0.0%	199.6	159.0
～1,000m ² 未満	80.6%	19.4%	0.0%	0.0%	331.1	301.5
～2,000m ² 未満	27.5%	54.9%	16.5%	1.1%	702.0	693.0
2,000m ² 以上	8.5%	29.3%	39.0%	23.2%	1959.0	1181.0

表:8-4-2 バックヤード比率

	バックヤード 比率%
全体平均	45.3%

	バックヤード 比率%
駅前 駅構内	51.0%
商店街 商業地	37.8%
住宅地域	44.5%
幹線道路 沿い	49.5%
郊外大規 模施設	39.1%

	バックヤード 比率%
～500m ² 未満	56.7%
～1,000m ² 未満	45.4%
～2,000m ² 未満	48.1%
2,000m ² 以上	42.2%

※バックヤード比率＝バックヤード平均面積÷売場平均面積×100

5. 駐車場台数

駐車場台数は、立地環境や店舗売場面積によってかなりの差がみられる。

「駐車場なし」の店は、全体の7.7%に過ぎないが、「500㎡未満」の小規模店でみると19.5%を占めている。全体平均をとると212.9台であるが、中央値は88.0台で「2,000㎡以上」大規模店の駐車場台数が平均値を引き上げている。

店舗売場面積別にみると、規模に比例して駐車台数も多くなる。「500㎡未満」の平均は27.4台に過ぎないが、「2,000㎡以上」は、633.8台とおよそ20倍以上となっている。

立地環境別では、「郊外大規模施設」が865.9台と飛び抜けて多く、「幹線道路沿い」(244.2台)、「駅前」(235.7台)がこれに続いている。

表:8-5 駐車場台数

	駐車場なし	～100台	～300台	～500台	501台以上	平均	中央値
全体	7.7%	47.4%	28.9%	5.9%	10.1%	212.9	88.0
駅前 駅構内	37.5%	37.5%	7.5%	5.0%	12.5%	235.7	22.5
商店街 商業地	15.8%	57.9%	8.8%	10.5%	7.0%	150.1	54.0
住宅地域	3.6%	61.5%	29.2%	3.1%	2.6%	117.3	60.0
幹線道路 沿い	2.0%	26.7%	53.5%	7.9%	9.9%	244.2	163.0
郊外大規模 施設	0.0%	10.7%	14.3%	10.7%	64.3%	865.9	704.5
～500㎡ 未満	19.5%	77.0%	3.5%	0.0%	0.0%	27.4	20.0
～1,000㎡ 未満	7.7%	76.1%	16.2%	0.0%	0.0%	63.1	60.0
～2,000㎡ 未満	2.0%	23.2%	62.6%	9.1%	3.0%	189.4	150.0
2,000㎡ 以上	0.0%	3.1%	39.2%	16.5%	41.2%	633.8	400.0

6. レジ台数

レジ台数は売場規模に大きく左右される。平均は7.9台であるが、店舗売場面積に比例して多くなり、「500㎡未満」3.6台、「1,000㎡未満」5.1台、「2,000㎡未満」7.7台と増えている。「2,000㎡以上」は特に多く17.2台が平均値となっている。

表:8-6 レジ台数

	1～2台	3～5台	6～10台	11～20台	21台以上	平均	中央値
全体	5.7%	39.1%	39.1%	12.8%	3.3	7.9	6.0
～500㎡ 未満	20.2%	70.2%	9.6%	0.0%	0.0	3.6	3.0
～1,000㎡ 未満	0.9%	60.7%	38.5%	0.0%	0.0	5.1	5.0
～2,000㎡ 未満	0.0%	12.1%	79.8%	8.1%	0.0	7.7	8.0
2,000㎡ 以上	0.0%	1.1%	32.2%	51.1%	15.6	17.2	12.5

7. 開店時間と閉店時間

開店時間は、「10時」(37.0%)、「9時」(33.6%)、「9時半」(21.2%)の順で多く、これらで9割以上を占めている。立地環境別にみると、「駅前」で開店時間の遅い店が多く、10時開店の店が5割を超えている。開店時間が早い店が多いのは「商店街」で、「幹線道路沿い」がこれに続いている。開店時間には立地環境が影響していると考えられる。

閉店時間は21時台が34.8%と最も多くなっているが、開店時間よりもバラついている。「商店街」や「住宅地域」は閉店時間の早い店が比較的多く、「駅前」や「郊外大規模施設」では遅い店が多い。

開店時間と閉店時間から営業時間を計算すると、11～12時間営業の店が63.8%を占めており、平均値は12.3時間になる。立地による顕著な差はないが、「駅前」は営業時間が短い店と長い店とに分かれ、「幹線道路沿い」や「郊外大規模施設」は営業時間が長い店が比較的が多い。

表:8-7-1 開店時間

	9時以前	9時	9時30分	10時	平均	中央値
全体	8.2%	33.6%	21.2%	37.0%	9.2	9.5
駅前 駅構内	12.2%	17.1%	17.1%	53.7%	9.3	10.0
商店街 商業地	12.5%	37.5%	14.1%	35.9%	9.0	9.3
住宅地域	7.4%	33.0%	20.2%	39.4%	9.2	9.5
幹線道路 沿い	5.7%	38.1%	28.6%	27.6%	9.4	9.5
郊外大規模 施設	7.1%	25.0%	28.6%	39.3%	8.9	9.5

表:8-7-2 閉店時間

	21時以前	21時台	22時台	23時台	24時台以降	平均	中央値
全体	24.8%	34.8%	22.3%	7.1%	10.9%	21.5	21.0
駅前 駅構内	31.7%	24.4%	14.6%	14.6%	14.6%	21.6	21.0
商店街 商業地	35.9%	32.8%	18.8%	4.7%	7.8%	21.1	21.0
住宅地域	25.7%	33.7%	25.2%	6.4%	8.9%	21.4	21.0
幹線道路 沿い	17.1%	40.0%	22.9%	5.7%	14.3%	21.6	21.0
郊外大規模 施設	7.1%	42.9%	25.0%	7.1%	17.9%	21.9	21.5

表:8-7-3 営業時間

	～11時間	～12時間	～13時間	～14時間	14時間超	平均	中央値
全体	34.8%	29.0%	19.2%	6.7%	10.3%	12.3	12.0
駅前 駅構内	46.3%	14.6%	14.6%	4.9%	19.5%	12.3	12.0
商店街 商業地	39.1%	31.3%	15.6%	6.3%	7.8%	12.1	12.0
住宅地域	35.1%	31.2%	20.3%	5.9%	7.4%	12.2	12.0
幹線道路 沿い	28.6%	31.4%	19.0%	7.6%	13.3%	12.3	12.0
郊外大規模 施設	28.6%	25.0%	25.0%	7.1%	14.3%	13.0	12.0

8. 年間休日日数

「1日」（おそらく元旦休業）が44.1%と最も多く、全体の4分の1の店は「年中無休」（24.9%）と答えている。つまり69%の店は「無休」もしくは「1日」休業で営業していることになる。全体の平均休日日数は1.5日となっている。無休は「郊外大規模施設」や「幹線道路沿い」に多くみられ、「駅前」は無休が9.8%と最も少なくなっている。

表:8-8 年間休日日数

	無休	1日	2日	3日	4日以上	平均	中央値
全体	24.9%	44.1%	14.6%	10.5%	5.9%	1.5	4.0
駅前 駅構内	9.8%	39.0%	29.3%	12.2%	9.8%	2.2	2.0
商店街 商業地	24.6%	50.8%	11.5%	6.6%	6.6%	1.4	1.0
住宅地域	24.0%	38.5%	17.0%	13.0%	7.5%	1.5	1.0
幹線道路 沿い	30.4%	53.9%	7.8%	6.9%	1.0%	1.1	1.0
郊外大規模 施設	32.1%	39.3%	10.7%	10.7%	7.1%	1.2	1.0

9. 取扱品目数

SKU でみた取扱品目数は、「5,001～10,000」（42.2%）の店が最も多く、平均は12,147.3、中央値は8,514.0である。店舗売場面積に大きく左右され、店舗売場面積が「500㎡未満」の平均は6,975.7であるが、「2,000㎡以上」では23,305.8と約3.3倍になる。

立地環境別では、「郊外大規模施設」（24,711.8）に次いで、「駅前」（12,411.0）と「幹線道路沿い」（12,325.2）が拮抗している。

表:8-9 取扱品目数（SKU数）

	～5,000	～10,000	～20,000	～50,000	50,001以上	平均	中央値
全体	20.9%	42.2%	29.9%	3.0%	4.1%	12147.3	8514.0
駅前 駅構内	28.6%	33.3%	19.0%	19.0%	0.0%	12411.0	8000.0
商店街 商業地	25.0%	50.0%	21.4%	0.0%	3.6%	10490.9	8000.0
住宅地域	29.1%	42.5%	22.8%	1.6%	3.9%	10665.1	7000.0
幹線道路 沿い	5.8%	44.9%	43.5%	2.9%	2.9%	12525.2	10000.0
郊外大規模 施設	0.0%	33.3%	50.0%	0.0%	16.7%	24711.8	11750.0
～500㎡ 未満	51.5%	38.2%	5.9%	2.9%	1.5%	6975.7	5000.0
～1,000㎡ 未満	17.6%	66.2%	12.2%	1.4%	2.7%	9304.6	7000.0
～2,000㎡ 未満	9.1%	47.0%	42.4%	1.5%	0.0%	10517.9	9870.0
2,000㎡ 以上	3.3%	11.7%	65.0%	6.7%	13.3%	23306.8	13216.0

10. 個別品目のSKU

スーパーの定番商品である醤油、納豆、レトルトカレーの3品目について、その品目数(SKU)を聞いた結果である。醤油は平均37.1(中央値34.0)で30~50品目の店が最も多い。納豆は平均20.0(中央値20.0)と20品目が中心になっている。レトルトカレーは、これらよりも多く、平均47.6(中央値41.0)であるが、売場規模によりかなりの幅がみられる。

全体的として店舗売場面積に比例して品目数も増加する傾向にあるが、レトルトカレーは特にその傾向が強い。

表:8-10-1 個別品目のSKU数(醤油)

	~20	~30	~50	~100	101以上	平均	中央値
全体	22.5%	21.4%	33.6%	22.1%	0.4%	37.1	34.0
駅前 駅構内	33.3%	25.0%	20.8%	20.8%	0.0%	33.0	24.5
商店街 商業地	33.3%	12.1%	30.3%	24.2%	0.0%	36.0	32.0
住宅地域	25.4%	27.7%	33.1%	13.8%	0.0%	32.3	30.0
幹線道路 沿い	11.8%	16.2%	41.2%	29.4%	1.5%	44.5	40.0
郊外大規模 施設	5.0%	10.0%	35.0%	50.0%	0.0%	51.8	49.5
~500㎡ 未満	54.8%	28.8%	12.3%	4.1%	0.0%	22.5	20.0
~1,000㎡ 未満	20.3%	27.8%	44.3%	7.6%	0.0%	32.3	31.0
~2,000㎡ 未満	10.4%	17.9%	44.8%	26.9%	0.0%	40.2	39.0
2,000㎡ 以上	0.0%	8.2%	32.8%	57.4%	1.6%	57.5	56.0

表:8-10-2 個別品目のSKU数(納豆)

	~20	~30	~50	~100	101以上	平均	中央値
全体	58.7%	31.4%	9.2%	0.7%	0.0%	20.0	20.0
駅前 駅構内	60.9%	30.4%	8.7%	0.0%	0.0%	18.3	19.0
商店街 商業地	52.9%	35.3%	11.8%	0.0%	0.0%	18.6	16.5
住宅地域	68.5%	26.9%	3.8%	0.8%	0.0%	18.5	18.0
幹線道路 沿い	51.4%	35.7%	12.9%	0.0%	0.0%	21.6	20.0
郊外大規模 施設	28.6%	42.9%	23.8%	4.8%	0.0%	27.2	27.0
~500㎡ 未満	87.8%	9.5%	2.7%	0.0%	0.0%	13.8	13.0
~1,000㎡ 未満	68.4%	27.8%	3.8%	0.0%	0.0%	18.7	18.0
~2,000㎡ 未満	53.7%	37.3%	7.5%	1.5%	0.0%	21.3	20.0
2,000㎡ 以上	17.5%	55.6%	25.4%	1.6%	0.0%	27.4	26.0

表:8-10-3 個別品目のSKU数（レトルトカレー）

	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
全体	17.2%	14.0%	31.9%	32.6%	4.3%	47.6	41.0
駅前 駅構内	17.4%	17.4%	26.1%	34.8%	4.3%	48.0	45.0
商店街 商業地	17.6%	23.5%	26.5%	26.5%	5.9%	47.1	38.0
住宅地域	21.5%	16.2%	34.6%	23.8%	3.8%	42.0	36.0
幹線道路 沿い	12.1%	6.1%	36.4%	40.9%	4.5%	52.9	48.0
郊外大規模 施設	4.8%	4.8%	14.3%	71.4%	4.8%	68.8	71.0
～500㎡ 未満	45.2%	17.8%	32.9%	4.1%	0.0%	25.7	24.0
～1,000㎡ 未満	9.0%	25.6%	47.4%	15.4%	2.6%	42.0	37.5
～2,000㎡ 未満	9.1%	7.6%	28.8%	51.5%	3.0%	53.1	53.0
2,000㎡ 以上	3.2%	1.6%	14.5%	67.7%	12.9%	74.5	69.0

11. 従業員数

各店舗の従業員数は、正社員が平均 12.9 人、パート・アルバイトが平均 46.2 人で、合計すると 59.1 人になる。従業員数は売場規模に比例して増加し、「500 m²未満」の店の合計 26.6 人（正社員 5.2 人、パート 21.4 人）に対して、「2,000 m²以上」の大規模店は合計 74 人（正社員 25.9 人、パート 48.1 人）と 2.8 倍程度になる。

表:8-11-1 従業員数（正社員）

	～5人	～10人	～20人	～30人	31人以上	平均	中央値
全体	28.8%	24.6%	30.4%	10.2%	6.0%	12.9	10.0
駅前 駅構内	35.0%	17.5%	25.0%	10.0%	12.5%	15.8	10.0
商店街 商業地	35.0%	20.0%	28.3%	10.0%	6.7%	13.1	9.0
住宅地域	34.5%	32.5%	24.4%	7.1%	1.5%	9.5	8.0
幹線道路 沿い	17.0%	18.0%	44.0%	14.0%	7.0%	15.4	13.5
郊外大規模 施設	0.0%	17.9%	35.7%	21.4%	25.0%	24.3	20.0
～500m ² 未満	69.0%	20.7%	7.8%	2.6%	0.0%	5.2	4.0
～1,000m ² 未満	30.0%	41.7%	27.5%	0.8%	0.0%	8.3	8.0
～2,000m ² 未満	7.1%	26.5%	51.0%	9.2%	6.1%	14.9	14.0
2,000m ² 以上	1.1%	6.3%	38.9%	32.6%	21.1%	25.9	22.0

表:8-11-2 従業員数（パート・アルバイト）

	～20人	～30人	～50人	～100人	101人以上	平均	中央値
全体	28.1%	17.9%	23.4%	23.0%	7.7%	46.2	34.0
駅前 駅構内	40.0%	7.5%	17.5%	22.5%	12.5%	50.0	34.0
商店街 商業地	35.0%	21.7%	20.0%	15.0%	8.3%	41.7	29.5
住宅地域	31.5%	19.8%	27.4%	15.7%	5.6%	38.9	30.0
幹線道路 沿い	17.0%	21.0%	24.0%	33.0%	5.0%	51.8	40.3
郊外大規模 施設	7.1%	0.0%	10.7%	57.1%	25.0%	86.0	75.0
～500m ² 未満	61.2%	18.1%	15.5%	5.2%	0.0%	21.4	18.0
～1,000m ² 未満	34.2%	24.2%	30.0%	11.7%	0.0%	30.9	29.5
～2,000m ² 未満	7.1%	26.5%	28.6%	33.7%	4.1%	48.1	43.0
2,000m ² 以上	2.1%	1.1%	18.9%	47.4%	30.5%	93.7	79.0

12. 来客数

一日あたりの平均来客数は、立地条件や店舗規模によってかなり異なるが、平均値をとると、平日が1,865.2人（中央値1,500.0人）、土日が2,146.0人（中央値1,700.0人）と、土日が平日を15%ほど上回っている。

来客数は店舗売場面積に比例しているため、立地環境でみると「郊外大規模施設」が平日3,574.7人、土日4,385.9人と他を圧倒している。最も少ないのが「住宅地域」（平日1,517.2人、土日1,749.1人）である。

平日と土日を比較した客数の伸びをみると、大規模店の多い「郊外大規模施設」や「幹線道路沿い」で2割以上の増加がみられるのに対して、「駅前」では減少している。

表:8-12-1 来客数（平日）

	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
全体	7.1%	22.0%	40.5%	15.9%	14.6%	1865.2	1500.0
駅前 駅構内	5.3%	26.3%	21.1%	26.3%	21.1%	2692.0	1925.0
商店街 商業地	12.1%	20.7%	41.4%	10.3%	15.5%	1702.0	1435.0
住宅地域	7.0%	27.3%	44.9%	14.4%	6.4%	1517.2	1350.0
幹線道路 沿い	6.3%	14.6%	44.8%	18.8%	15.6%	1880.0	1606.0
郊外大規模 施設	0.0%	3.8%	23.1%	15.4%	57.7%	3574.7	3487.5
～500㎡ 未満	23.4%	39.6%	32.4%	4.5%	0.0%	947.1	900.0
～1,000㎡ 未満	2.7%	33.6%	53.1%	8.0%	2.7%	1357.9	1216.0
～2,000㎡ 未満	0.0%	5.2%	54.6%	29.9%	10.3%	2025.7	1851.0
2,000㎡ 以上	0.0%	3.4%	18.2%	25.0%	53.4%	3502.4	3092.5

表:8-12-2 来客数（土・日）

	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
全体	6.9%	16.1%	41.7%	14.8%	20.5%	2146.0	1700.0
駅前 駅構内	13.5%	18.9%	27.0%	13.5%	27.0%	2567.4	1500.0
商店街 商業地	10.9%	18.2%	45.5%	5.5%	20.0%	1934.5	1500.0
住宅地域	5.6%	20.9%	47.5%	14.1%	11.9%	1749.1	1400.0
幹線道路 沿い	5.5%	7.7%	44.0%	20.9%	22.0%	2274.0	2000.0
郊外大規模 施設	0.0%	3.8%	7.7%	23.1%	65.4%	4385.9	4200.0
～500㎡ 未満	21.7%	34.9%	37.7%	5.7%	0.0%	1012.9	907.5
～1,000㎡ 未満	2.8%	21.7%	62.3%	9.4%	3.8%	1438.1	1300.0
～2,000㎡ 未満	0.0%	2.1%	47.9%	30.9%	19.1%	2358.5	2004.5
2,000㎡ 以上	1.2%	1.2%	13.1%	15.5%	69.0%	4236.0	3780.5

表:8-12-3 来客数の平日から土日への伸び率

	平日	土日	土日÷平日 伸び率%
全体	1,865	2,146	15
駅前 駅構内	2,692	2,567	▲4.6
商店街 商業地	1,702	1,935	14
住宅地域	1,517	1,749	15
幹線道路 沿い	1,880	2,274	21
郊外大規模 施設	3,575	4,386	23

13. 年間売上高

年間売上高は、全体平均 1,430.1 百万円（中央値 996 百万円）であり、月あたりでは 1.2 億円の規模になる。これを売場 1 m²あたりに換算すると、平均は 111.2 万円となる。立地環境別に 1 m²あたりの売上高をみると、「駅前」（146.6 万円）が最も高く、「住宅地域」（112.8 万円）がこれに続き、「郊外大規模施設」（90.3 万円）は最も低くなる。

売場規模別にみると、小規模店ほど 1 m²あたりの売上高は大きくなっている。

表:8-13-1 年間売上高

	500百万円未満	1,000百万円未満	2,000百万円未満	3,000百万円未満	3,000百万円以上	平均	中央値
全体	21.9%	28.1%	28.9%	11.4%	9.7%	1430.1	996.0
駅前 駅構内	29.7%	24.3%	16.2%	13.5%	16.2%	1927.9	864.0
商店街 商業地	29.8%	29.8%	26.3%	5.3%	8.8%	1160.5	840.0
住宅地域	25.4%	35.4%	27.6%	8.3%	3.3%	1044.3	800.0
幹線道路 沿い	13.4%	21.6%	38.1%	17.5%	9.3%	1649.3	1288.0
郊外大規模 施設	0.0%	0.0%	29.2%	16.7%	54.2%	3354.6	3105.5
～500m ² 未満	62.0%	27.8%	10.2%	0.0%	0.0%	497.7	427.0
～1,000m ² 未満	17.8%	54.2%	27.1%	0.9%	0.0%	827.5	770.0
～2,000m ² 未満	2.1%	24.0%	54.2%	16.7%	3.1%	1458.3	1300.0
2,000m ² 以上	0.0%	1.1%	25.8%	32.6%	40.4%	3267.3	2612.0

表:8-13-2 年間売上高（1 m²あたり売上高）

	100万円未満	150万円未満	200万円未満	300万円未満	300万円以上	平均	中央値
全体	53.0%	29.3%	9.5%	5.8%	2.5%	111.2	96.2
駅前 駅構内	48.6%	10.8%	16.2%	16.2%	8.1%	146.6	104.3
商店街 商業地	57.1%	23.2%	12.5%	5.4%	1.8%	106.7	90.9
住宅地域	50.0%	33.3%	8.9%	5.6%	2.2%	112.8	99.0
幹線道路 沿い	57.7%	29.9%	6.2%	4.1%	2.1%	102.6	91.0
郊外大規模 施設	54.2%	37.5%	8.3%	0.0%	0.0%	90.3	79.1
～500m ² 未満	39.8%	28.7%	11.1%	12.0%	8.3%	142.5	117.9
～1,000m ² 未満	47.7%	35.5%	11.2%	4.7%	0.9%	113.6	104.3
～2,000m ² 未満	56.3%	30.2%	8.3%	5.2%	0.0%	101.1	90.5
2,000m ² 以上	71.9%	21.3%	6.7%	0.0%	0.0%	81.2	73.8

14. 平均客単価

年間売上高と年間客数をもとに客単価を推計すると、全体平均で1,835.6円になる。客単価は、売場面積「500㎡未満」が1,410.9円、「2000㎡以上」の大規模店で2,494.2円と規模に比例して高くなっている。立地環境でみると「郊外大規模施設」(2,326.3円)、「駅前」(2,001.2円)、「幹線道路沿い」(1,952.8円)の順に高く、「商店街・商業地」(1,653.9円)が最も低い。

表:8-14 平均客単価

	1,000円 未満	1,200円 未満	1,500円 未満	2,000円 未満	2,000円 以上	平均	中央値
全体	5.7%	8.7%	15.5%	39.5%	30.5%	1835.6	1772.0
駅前 駅構内	22.9%	20.0%	14.3%	28.6%	14.3%	2001.2	1286.5
商店街 商業地	10.0%	16.0%	18.0%	30.0%	26.0%	1653.9	1662.1
住宅地域	3.0%	9.6%	21.0%	42.5%	24.0%	1722.0	1687.0
幹線道路 沿い	2.3%	1.1%	8.0%	46.6%	42.0%	1952.8	1923.5
郊外大規模 施設	4.3%	0.0%	0.0%	30.4%	65.2%	2326.3	2189.7
～500㎡ 未満	14.6%	20.8%	27.1%	27.1%	10.4%	1410.9	1319.8
～1,000㎡ 未満	2.1%	9.4%	24.0%	49.0%	15.6%	1661.9	1647.8
～2,000㎡ 未満	3.2%	3.2%	7.5%	50.5%	35.5%	1878.9	1839.4
2,000㎡ 以上	2.5%	0.0%	1.2%	29.6%	66.7%	2494.2	2173.7

15. 従業員 1 人あたり売上高

従業員 1 人あたりの年間売上高を算出すると、平均 2,436.3 万円になる。店舗面積が大きくなると増加する傾向はみられる。立地環境別にみると「郊外大規模施設」(2,976.4 万円)、「駅前」(2,894.8 万円)、「商店街」(2,533.7 万円)の順となっている。

表:8-15 従業員 1 人あたり売上高

	1,000万円未満	2,000万円未満	3,000万円未満	5,000万円未満	5,000万円以上	平均	中央値
全体	2.0%	37.8%	37.8%	19.6%	2.8%	2436.3	2227.7
駅前 駅構内	2.7%	32.4%	35.1%	18.9%	10.8%	2894.8	2467.6
商店街 商業地	1.8%	41.8%	34.5%	18.2%	3.6%	2533.7	2047.4
住宅地域	3.4%	40.4%	37.1%	16.3%	2.8%	2278.5	2070.0
幹線道路 沿い	0.0%	39.4%	42.6%	18.1%	0.0%	2350.9	2253.5
郊外大規模 施設	0.0%	12.5%	37.5%	50.0%	0.0%	2976.4	2994.0
~500㎡ 未満	5.8%	47.1%	34.6%	9.6%	2.9%	2064.4	1919.4
~1000㎡ 未満	1.9%	37.4%	42.1%	16.8%	1.9%	2397.9	2151.1
~2000㎡ 未満	0.0%	40.4%	35.1%	22.3%	2.1%	2461.9	2298.8
2000㎡以上	0.0%	23.3%	39.5%	32.6%	4.7%	2914.1	2659.4

II. 調査結果資料編

1. 経営状況

1-1 店舗数・売場面積

全体結果

	保有店舗数	総売場面積
平成23年	24.8店舗	48751.9㎡
平成22年	19.3店舗	30015.5㎡

平均売場面積別集計

	総店舗数					
	回答数	1～3店舗	4～10店舗	11～25店舗	26～50店舗	51店舗以上
500㎡未満	-	48.5%	36.4%	9.1%	0.0%	6.1%
	33	16	12	3	0	2
500㎡以上 1,000㎡未満	-	31.4%	31.4%	28.6%	5.7%	2.9%
	70	22	22	20	4	2
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	12.3%	30.0%	23.8%	16.2%	17.7%
	130	16	39	31	21	23
2,000㎡以上	-	0.0%	5.0%	15.0%	30.0%	50.0%
	20	0	1	3	6	10

保有店舗数別集計

	総売場面積				
	回答数	500㎡未満	500㎡以上 1,000㎡未満	1,000㎡以上 2,000㎡未満	2,000㎡ 以上
1～3店舗	-	29.6%	40.7%	29.6%	0.0%
	54	16	22	16	0
4～10店舗	-	16.2%	29.7%	52.7%	1.4%
	74	12	22	39	1
11～25店舗	-	5.3%	35.1%	54.4%	5.3%
	57	3	20	31	3
26～50店舗	-	0.0%	12.9%	67.7%	19.4%
	31	0	4	21	6
51店舗以上	-	5.4%	5.4%	62.2%	27.0%
	37	2	2	23	10

1-1-店舗所在エリア

全体結果

	回答数	1都道府県	3都道府県 以内	4都道府県 以上(注1)	4都道府県 以上(注2)
平成23年	-	67.6%	20.6%	4.3%	7.5%
	253	171	52	11	19

注1 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれも含まない

注2 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかを含む

保有店舗数別集計

	回答数	1都道府県	3都道府県 以内	4都道府県 以上(注1)	4都道府県 以上(注2)
1～3店舗	-	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	54	54	0	0	0
4～10店舗	-	83.8%	10.8%	4.1%	1.4%
	74	62	8	3	1
11～25店舗	-	64.9%	28.1%	1.8%	5.3%
	57	37	16	1	3
26～50店舗	-	38.7%	54.8%	3.2%	3.2%
	31	12	17	1	1
51店舗以上	-	16.2%	29.7%	16.2%	37.8%
	37	6	11	6	14

注1 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれも含まない

注2 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかを含む

平均売場面積別集計

	回答数	1都道府県	3都道府県 以内	4都道府県 以上(注1)	4都道府県 以上(注2)
500㎡未満	-	90.9%	3.0%	3.0%	3.0%
	33	30	1	1	1
500㎡以上 1,000㎡未満	-	74.3%	15.7%	5.7%	4.3%
	70	52	11	4	3
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	63.8%	26.2%	3.8%	6.2%
	130	83	34	5	8
2,000㎡以上	-	30.0%	30.0%	5.0%	35.0%
	20	6	6	1	7

注1 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれも含まない

注2 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかを含む

1-2 過去一年間の新規出店、改装・改築、閉店

全体結果

	回答数	実施した	実施していない	平均実施店舗数
新規出店		40.8%	59.2%	2.7店舗
	223	91	132	
改装・改築		47.1%	52.9%	3.2店舗
	223	105	118	
閉店		31.4%	68.6%	2.1店舗
	223	70	153	

保有店舗数別集計

	新規出店	改装・改築	閉店
1～3店舗	5.0%	17.5%	15.0%
4～10店舗	21.3%	24.6%	13.1%
11～25店舗	38.9%	61.1%	35.2%
26～50店舗	64.5%	74.2%	29.0%
51店舗以上	94.6%	73.0%	75.7%

平均売場面積別集計

	新規出店	改装・改築	閉店
500㎡未満	20.8%	20.8%	29.2%
500㎡以上 1,000㎡未満	24.2%	40.3%	21.0%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	48.7%	53.0%	32.5%
2,000㎡以上	70.0%	65.0%	60.0%

1-3 現在計画されている今後一年間の新規出店、改装・改築、閉店
全体結果

	回答数	実施予定	予定して いない	平均実施 予定店舗数
新規出店		37.6%	62.4%	2.3店舗
	205	77	128	
改装・改築		46.8%	53.2%	2.6店舗
	205	96	109	
閉店		13.7%	86.3%	1.6店舗
	205	28	177	

保有店舗数別集計

	新規出店	改装・改築	閉店
1～3店舗	5.3%	13.2%	2.6%
4～10店舗	14.3%	35.7%	3.6%
11～25店舗	47.8%	52.2%	13.0%
26～50店舗	58.1%	77.4%	19.4%
51店舗以上	79.4%	67.6%	38.2%

平均売場面積別集計

	新規出店	改装・改築	閉店
500㎡未満	9.1%	13.6%	4.5%
500㎡以上 1,000㎡未満	20.4%	38.9%	11.1%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	46.8%	54.1%	15.3%
2,000㎡以上	66.7%	66.7%	22.2%

1-4 保有または業務委託しているセンター

全体結果

	回答数	センター 保有	センター なし
平成23年	-	70.4%	29.6%
	253	178	75

	回答数	在庫型		スルー型			
		一般食品 日用雑貨等	その他部門	一般食品 日用雑貨等	日配品	生鮮品	その他部門
平成23年	-	30.0%	10.7%	47.8%	51.4%	33.2%	14.6%
	253	76	27	121	130	84	37

	プロセス型				
	青果	水産	精肉	惣菜	その他部門
平成23年	11.1%	17.0%	24.1%	19.0%	4.0%
	28	43	61	48	10

保有店舗数別集計

	回答数	センター 保有	センター なし
1～3店舗	-	35.2%	64.8%
	54	19	35
4～10店舗	-	60.8%	39.2%
	74	45	29
11～25店舗	-	84.2%	15.8%
	57	48	9
26～50店舗	-	96.8%	3.2%
	31	30	1
51店舗以上	-	97.3%	2.7%
	37	36	1

	回答数	在庫型		スルー型			
		一般食品 日用雑貨等	その他部門	一般食品 日用雑貨等	日配品	生鮮品	その他部門
1～3店舗	-	16.7%	5.6%	13.0%	11.1%	5.6%	0.0%
	54	9	3	7	6	3	0
4～10店舗	-	17.6%	5.4%	41.9%	45.9%	20.3%	14.9%
	74	13	4	31	34	15	11
11～25店舗	-	43.9%	12.3%	52.6%	56.1%	35.1%	12.3%
	57	25	7	30	32	20	7
26～50店舗	-	41.9%	25.8%	80.6%	87.1%	64.5%	19.4%
	31	13	8	25	27	20	6
51店舗以上	-	43.2%	13.5%	75.7%	83.8%	70.3%	35.1%
	37	16	5	28	31	26	13

	プロセス型				
	青果	水産	精肉	惣菜	その他部門
1～3店舗	0.0%	0.0%	1.9%	3.7%	0.0%
	0	0	1	2	0
4～10店舗	4.1%	6.8%	13.5%	12.2%	2.7%
	3	5	10	9	2
11～25店舗	15.8%	19.3%	22.8%	21.1%	8.8%
	9	11	13	12	5
26～50店舗	19.4%	29.0%	51.6%	32.3%	6.5%
	6	9	16	10	2
51店舗以上	27.0%	48.6%	56.8%	40.5%	2.7%
	10	18	21	15	1

平均売場面積別集計

	回答数	センター 保有	センター なし
500㎡未満	-	45.5%	54.5%
	33	15	18
500㎡以上 1,000㎡未満	-	58.6%	41.4%
	70	41	29
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	80.0%	20.0%
	130	104	26
2,000㎡以上	-	90.0%	10.0%
	20	18	2

	回答数	在庫型		スルー型			
		一般食品 日用雑貨等	その他部門	一般食品 日用雑貨等	日配品	生鮮品	その他部門
500㎡未満	-	18.2%	3.0%	27.3%	21.2%	12.1%	9.1%
	33	6	1	9	7	4	3
500㎡以上 1,000㎡未満	-	31.4%	10.0%	30.0%	34.3%	22.9%	8.6%
	70	22	7	21	24	16	6
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	30.8%	10.8%	58.5%	63.8%	39.2%	16.9%
	130	40	14	76	83	51	22
2,000㎡以上	-	40.0%	25.0%	75.0%	80.0%	65.0%	30.0%
	20	8	5	15	16	13	6

	プロセス型				
	青果	水産	精肉	惣菜	その他部門
500㎡未満	0.0%	3.0%	9.1%	15.2%	0.0%
	0	1	3	5	0
500㎡以上 1,000㎡未満	8.6%	12.9%	15.7%	12.9%	5.7%
	6	9	11	9	4
1,000㎡以上 2,000㎡未満	10.0%	18.5%	28.5%	18.5%	4.6%
	13	24	37	24	6
2,000㎡以上	45.0%	45.0%	50.0%	50.0%	0.0%
	9	9	10	10	0

1-5 商品カテゴリー別 売上構成比

全体結果

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
平成23年	14.6%	11.0%	11.3%	9.2%	17.3%	24.8%	6.1%	5.6%
平成22年	14.9%	11.6%	11.9%	9.3%	17.8%	23.3%	5.7%	5.6%

保有店舗数別集計

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
1～3店舗	15.9%	12.1%	12.4%	10.5%	16.3%	22.4%	3.9%	6.5%
4～10店舗	15.1%	12.3%	11.8%	9.6%	17.0%	24.2%	5.4%	4.7%
11～25店舗	14.4%	10.6%	11.2%	8.7%	16.8%	27.5%	5.2%	5.7%
26～50店舗	13.4%	9.8%	10.5%	8.7%	18.4%	25.0%	7.8%	6.3%
51店舗以上	12.9%	8.7%	9.7%	7.9%	19.1%	25.3%	10.7%	5.6%

平均売場面積別集計

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
500㎡未満	16.8%	12.4%	12.5%	12.3%	16.4%	22.2%	3.7%	3.7%
500㎡以上 1,000㎡未満	15.7%	11.8%	11.5%	8.9%	17.0%	25.5%	3.7%	5.9%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	13.8%	10.7%	11.1%	8.7%	17.9%	25.2%	6.8%	5.7%
2,000㎡以上	12.0%	8.6%	9.5%	8.8%	15.9%	24.0%	13.8%	7.4%

1-5 商品カテゴリー別 目標とする利益率

全体結果

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
平成23年	21.9%	27.5%	28.3%	35.7%	22.8%	18.3%	19.9%	17.3%
平成22年	22.8%	27.0%	27.8%	35.4%	22.6%	18.7%	19.6%	16.2%

保有店舗数別集計

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
1～3店舗	23.3%	27.7%	28.1%	37.8%	21.9%	19.4%	20.2%	16.3%
4～10店舗	22.1%	27.8%	29.4%	36.3%	22.8%	17.8%	18.0%	17.8%
11～25店舗	21.2%	27.5%	27.6%	33.7%	22.7%	17.6%	19.7%	17.3%
26～50店舗	21.3%	27.7%	28.3%	36.2%	23.7%	18.4%	20.6%	18.0%
51店舗以上	20.3%	25.7%	27.0%	33.8%	23.6%	18.6%	23.1%	17.9%

平均売場面積別集計

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品	その他
500㎡未満	25.5%	29.6%	31.0%	40.3%	23.4%	21.3%	23.3%	22.1%
500㎡以上 1,000㎡未満	23.2%	27.7%	27.5%	35.9%	22.8%	18.2%	19.1%	16.8%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	20.5%	27.2%	28.5%	35.1%	22.8%	17.6%	19.1%	16.8%
2,000㎡以上	19.4%	24.2%	24.6%	30.4%	21.9%	17.8%	23.7%	16.0%

1-5 商品カテゴリー別 昨年と比べたSKU数の増減

全体結果

		青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
平成23年	回答数	214	212	210	212	214	215	203
	増加	27.6%	21.2%	19.5%	38.2%	24.3%	22.8%	10.8%
		59	45	41	81	52	49	22
	変わらない	67.3%	66.0%	69.5%	55.7%	65.4%	62.8%	63.1%
		144	140	146	118	140	135	128
	減少	5.1%	12.7%	11.0%	6.1%	10.3%	14.4%	26.1%
		11	27	23	13	22	31	53
増加-減少	22.4%	8.5%	8.6%	32.1%	14.0%	8.4%	-15.3%	
平成22年	回答数	238	237	237	239	239	239	231
	増加	26.5%	20.3%	21.9%	43.5%	29.7%	32.2%	11.7%
		63	48	52	104	71	77	27
	変わらない	67.2%	67.1%	69.2%	48.5%	57.7%	54.0%	48.9%
		160	159	164	116	138	129	113
	減少	6.3%	12.7%	8.9%	7.9%	12.6%	13.8%	39.4%
		15	30	21	19	30	33	91
増加-減少	20.2%	7.6%	13.0%	35.6%	17.1%	18.4%	-27.7%	

保有店舗数別集計（増加－減少）

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
1～3店舗	24.4%	20.9%	7.1%	40.9%	29.5%	2.2%	-29.3%
4～10店舗	25.4%	4.8%	17.7%	29.0%	20.3%	18.8%	-11.9%
11～25店舗	23.4%	6.4%	4.3%	38.3%	8.5%	8.5%	-2.2%
26～50店舗	25.0%	-7.1%	0.0%	28.6%	7.1%	7.1%	-33.3%
51店舗以上	9.7%	16.1%	6.5%	19.4%	-6.5%	-3.2%	-6.7%

平均売場面積別集計（増加－減少）

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
500㎡未満	23.1%	-8.0%	16.0%	28.0%	-3.8%	-3.8%	-9.5%
500㎡以上 1,000㎡未満	20.0%	18.5%	3.8%	48.1%	25.9%	7.3%	-17.3%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	23.5%	7.0%	8.7%	28.7%	13.8%	13.8%	-15.9%
2,000㎡以上	22.2%	11.1%	11.1%	11.1%	5.6%	-5.6%	-11.8%

2. 人事環境

2-1 全従業員数

2-2 パート・アルバイト数

1 店舗あたり従業員数

	従業員数	正社員数	パート アルバイト
平成23年	39.3人	14.6人	24.7人

※一人日を8時間勤務として計算

※20時間未満を15時間、20～30時間を25時間、30時間以上を35時間勤務として推計

100㎡あたり従業員数

	従業員数	正社員数	パート アルバイト
平成23年	3.5人	1.4人	2.3人

※一人日を8時間勤務として計算

※20時間未満を15時間、20～30時間を25時間、30時間以上を35時間勤務として推計

1 店舗あたりパート・アルバイト数（週あたり）

	20時間未満	20～30時間	30時間以上
平成23年	19人	19.7人	14.5人

100㎡あたりパート・アルバイト数（週あたり）

	20時間未満	20～30時間	30時間以上
平成23年	1.7人	1.7人	1.7人

パート比率

	パート比率
平成23年	61.2%

2-3 初任給、パート時間給

全体結果

	初任給（月額）		パート時間給	
	大卒	高卒	最高額	最低額
平成23年	189,250	156,315	1,160.4	741.1
平成22年	189,222	157,311	1,100.0	734.6

保有店舗数別集計

	初任給（月額）		パート時間給	
	大卒	高卒	最高額	最低額
1～3店舗	181,768	154,516	977.6	736.2
4～10店舗	188,767	156,335	1,117.6	749.5
11～25店舗	188,619	154,910	1,152.5	738.4
26～50店舗	191,046	156,641	1,212.7	731.2
51店舗以上	196,178	160,314	1,505.1	742.9

平均売場面積別集計

	初任給（月額）		パート時間給	
	大卒	高卒	最高額	最低額
500㎡未満	187,215	157,769	1,015.0	756.9
500㎡以上 1,000㎡未満	188,709	157,881	1,074.1	745.7
1,000㎡以上 2,000㎡未満	189,546	155,515	1,211.9	738.0
2,000㎡以上	190,905	154,445	1,327.1	721.5

2-4 人件費率（対総売上比）

全体結果

	人件費率
平成23年	13.1%
平成22年	13.2%

保有店舗数別集計

	人件費率
1～3店舗	14.9%
4～10店舗	13.9%
11～25店舗	12.3%
26～50店舗	11.7%
51店舗以上	11.3%

平均売場面積別集計

	人件費率
500㎡未満	13.7%
500㎡以上 1,000㎡未満	15.5%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	12.0%
2,000㎡以上	11.5%

2-5 直近1年間の採用

全体結果（採用実施率）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒 専門卒	
平成23年	47.0%	61.9%	62.4%

保有店舗数別集計（採用実施率）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒 専門卒	
1～3店舗	15.7%	21.6%	66.0%
4～10店舗	37.8%	48.6%	62.2%
11～25店舗	69.1%	83.6%	58.2%
26～50店舗	66.7%	93.3%	63.3%
51店舗以上	59.5%	86.5%	63.9%

平均売場面積別集計（採用実施率）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒 専門卒	
500㎡未満	26.7%	26.7%	56.7%
500㎡以上 1,000㎡未満	38.2%	47.1%	61.8%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	54.3%	74.4%	66.1%
2,000㎡以上	60.0%	85.0%	50.0%

全体結果（採用実施企業平均採用人数）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒 専門卒	
平成23年	3.9人	8.9人	15人

全体結果（採用実施企業1店舗あたり採用人数）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒・専門 卒	
平成23年	0.4人	0.5人	1.4人

保有店舗数別集計（採用実施企業1店舗あたり採用人数）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒・専門 卒	
1～3店舗	1.2人	0.9人	2.2人
4～10店舗	0.4人	0.5人	2.5人
11～25店舗	0.4人	0.4人	0.4人
26～50店舗	0.2人	0.5人	0.3人
51店舗以上	0.2人	0.4人	0.3人

平均売場面積別集計（採用実施企業1店舗あたり採用人数）

	新卒		中途採用
	高卒	大卒・専門 卒	
500㎡未満	0.5人	0.7人	0.9人
500㎡以上 1,000㎡未満	0.6人	0.5人	1.3人
1,000㎡以上 2,000㎡未満	0.3人	0.5人	1.7人
2,000㎡以上	0.2人	0.5人	0.2人

2-6 来期の新卒・中途採用方針

全体結果

	回答数	今期以上	今期並み	今期以下	採用 見合わせ
平成23年	-	15.4%	54.7%	6.9%	23.1%
	247	38	135	17	57
平成22年	-	13.3%	33.8%	23.3%	29.6%
	240	32	81	56	71

保有店舗数別集計

	回答数	今期以上	今期並み	今期以下	採用 見合わせ
1～3店舗	-	5.9%	37.3%	7.8%	49.0%
	51	3	19	4	25
4～10店舗	-	16.4%	50.7%	6.8%	26.0%
	73	12	37	5	19
11～25店舗	-	17.9%	58.9%	7.1%	16.1%
	56	10	33	4	9
26～50店舗	-	12.9%	74.2%	9.7%	3.2%
	31	4	23	3	1
51店舗以上	-	25.0%	63.9%	2.8%	8.3%
	36	9	23	1	3

平均売場面積別集計

	回答数	今期以上	今期並み	今期以下	採用 見合わせ
500㎡未満	-	15.6%	34.4%	9.4%	40.6%
	32	5	11	3	13
500㎡以上 1,000㎡未満	-	10.4%	47.8%	10.4%	31.3%
	67	7	32	7	21
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	16.3%	62.0%	4.7%	17.1%
	129	21	80	6	22
2,000㎡以上	-	26.3%	63.2%	5.3%	5.3%
	19	5	12	1	1

3. 販売促進

3-1 ポイントカード導入状況

全体結果

	回答数	導入	導入していない
平成23年	-	80.6%	19.4%
	253	204	49
平成22年	-	80.1%	19.9%
	251	201	50

	回答数	自社独自	地域	提携会社
平成23年	-	64.4%	4.3%	22.1%
	253	163	11	56

保有店舗数別集計

	回答数	導入	導入していない
1～3店舗	-	79.6%	20.4%
	54	43	11
4～10店舗	-	81.1%	18.9%
	74	60	14
11～25店舗	-	78.9%	21.1%
	57	45	12
26～50店舗	-	90.3%	9.7%
	31	28	3
51店舗以上	-	75.7%	24.3%
	37	28	9

	回答数	自社独自	地域	提携会社
1～3店舗	-	59.3%	1.9%	20.4%
	54	32	1	11
4～10店舗	-	62.2%	2.7%	24.3%
	74	46	2	18
11～25店舗	-	63.2%	3.5%	24.6%
	57	36	2	14
26～50店舗	-	74.2%	9.7%	16.1%
	31	23	3	5
51店舗以上	-	70.3%	8.1%	21.6%
	37	26	3	8

平均売場面積別集計

	回答数	導入	導入して いない
500㎡未満		69.7%	30.3%
	33	23	10
500㎡以上 1,000㎡未満		84.3%	15.7%
	70	59	11
1,000㎡以上 2,000㎡未満		83.1%	16.9%
	130	108	22
2,000㎡以上		70.0%	30.0%
	20	14	6

	回答数	自社独自	地域	提携会社
500㎡未満	-	54.5%	9.1%	9.1%
	33	18	3	3
500㎡以上 1,000㎡未満	-	58.6%	2.9%	34.3%
	70	41	2	24
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	70.8%	3.8%	18.5%
	130	92	5	24
2,000㎡以上	-	60.0%	5.0%	25.0%
	20	12	1	5

3-2 ポイントカード導入の効果

全体結果

	回答数	売上増加効果	来客数増加効果	固定客確保効果	顧客情報収集効果
平成23年	-	44.1%	45.0%	83.7%	34.2%
	202	89	91	169	69
平成22年	-	52.5%	43.6%	85.5%	45.8%
	179	94	78	153	82

保有店舗数別集計

	回答数	売上増加効果	来客数増加効果	固定客確保効果	顧客情報収集効果
1～3店舗	-	25.6%	37.2%	79.1%	32.6%
	43	11	16	34	14
4～10店舗	-	40.7%	40.7%	81.4%	30.5%
	59	24	24	48	18
11～25店舗	-	44.4%	37.8%	86.7%	28.9%
	45	20	17	39	13
26～50店舗	-	77.8%	74.1%	88.9%	37.0%
	27	21	20	24	10
51店舗以上	-	46.4%	50.0%	85.7%	50.0%
	28	13	14	24	14

平均売場面積別集計

	回答数	売上増加効果	来客数増加効果	固定客確保効果	顧客情報収集効果
500㎡未満	-	13.0%	21.7%	78.3%	30.4%
	23	3	5	18	7
500㎡以上 1,000㎡未満	-	36.2%	51.7%	74.1%	29.3%
	58	21	30	43	17
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	52.3%	43.0%	89.7%	32.7%
	107	56	46	96	35
2,000㎡以上	-	64.3%	71.4%	85.7%	71.4%
	14	9	10	12	10

3-3 ポイントカード還元费率（対総売上比）

全体結果

	ポイント 還元费率
平成23年	1.2%
平成22年	1.3%

保有店舗数別集計

	ポイント 還元费率
1～3店舗	1.1%
4～10店舗	1.4%
11～25店舗	1.3%
26～50店舗	1.2%
51店舗以上	1.1%

平均売場面積別集計

	ポイント 還元费率
500㎡未満	1.9%
500㎡以上 1,000㎡未満	1.4%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	1.0%
2,000㎡以上	1.2%

3-4 1週間あたり新聞折り込みチラシ発行回数

全体結果

	折り込み チラシ回数
平成23年	2.0回
平成22年	2.1回

保有店舗数別集計

	折り込み チラシ回数
1～3店舗	1.7回
4～10店舗	2.2回
11～25店舗	2.0回
26～50店舗	2.2回
51店舗以上	2.0回

平均売場面積別集計

	折り込み チラシ回数
500㎡未満	2.0回
500㎡以上 1,000㎡未満	1.7回
1,000㎡以上 2,000㎡未満	2.2回
2,000㎡以上	2.3回

3-5 販促費率（対総売上比）

全体結果

	販促費率
平成23年	1.5%
平成22年	1.7%

保有店舗数別集計

	販促費率
1～3店舗	1.8%
4～10店舗	1.5%
11～25店舗	1.3%
26～50店舗	1.5%
51店舗以上	1.7%

平均売場面積別集計

	販促費率
500㎡未満	1.4%
500㎡以上 1,000㎡未満	1.5%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	1.5%
2,000㎡以上	2.4%

4. 決済手段

4-1 現在利用できる現金以外の決済手段

全体結果

	回答数	導入	導入していない
平成23年		64.8%	35.2%
	250	161	89

	回答数	導入				
		クレジットカード	電子マネー	プリペイドカード	デビットカード	銀聯カード
平成23年		60.1%	22.9%	3.6%	9.1%	2.4%
	250	152	58	9	23	6
平成22年			17.9%			
	251		45			

保有店舗数別集計

	回答数	導入	導入していない
1～3店舗		38.5%	61.5%
	52	20	32
4～10店舗		55.4%	44.6%
	74	41	33
11～25店舗		76.8%	23.2%
	56	43	13
26～50店舗		80.6%	19.4%
	31	25	6
51店舗以上		86.5%	13.5%
	37	32	5

	回答数	導入				
		クレジットカード	電子マネー	プリペイドカード	デビットカード	銀聯カード
1～3店舗	-	36.5%	7.7%	3.8%	5.8%	0.0%
	52	19	4	2	3	0
4～10店舗	-	50.0%	16.2%	0.0%	8.1%	0.0%
	74	37	12	0	6	0
11～25店舗	-	75.0%	28.6%	5.4%	10.7%	3.6%
	56	42	16	3	6	2
26～50店舗	-	77.4%	32.3%	0.0%	9.7%	6.5%
	31	24	10	0	3	2
51店舗以上	-	81.1%	43.2%	10.8%	13.5%	5.4%
	37	30	16	4	5	2

平均売場面積別集計

	回答数	導入	導入 していない
500㎡未満		46.9%	53.1%
	32	15	17
500㎡以上 1,000㎡未満		55.1%	44.9%
	69	38	31
1,000㎡以上 2,000㎡未満		69.8%	30.2%
	129	90	39
2,000㎡以上		90.0%	10.0%
	20	18	2

	回答数	導入				
		クレジット カード	電子マネー	プリペイド カード	デビット カード	銀聯カード
500㎡未満	-	46.9%	15.6%	0.0%	12.5%	0.0%
	32	15	5	0	4	0
500㎡以上 1,000㎡未満	-	55.1%	17.4%	2.9%	5.8%	2.9%
	69	38	12	2	4	2
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	63.6%	27.1%	3.1%	10.1%	1.6%
	129	82	35	4	13	2
2,000㎡以上	-	85.0%	30.0%	15.0%	10.0%	10.0%
	20	17	6	3	2	2

4-2 現金以外の決済手段利用者・利用金額の変化 全体結果

	回答数	増加	横ばい	減少
平成23年	-	71.3%	26.3%	2.5%
	160	114	42	4
平成22年	-	65.1%	34.9%	0.0%
	43	28	15	0

保有店舗数別集計

	回答数	増加	横ばい	減少
1～3店舗	-	68.4%	26.3%	5.3%
	19	13	5	1
4～10店舗	-	61.0%	36.6%	2.4%
	41	25	15	1
11～25店舗	-	76.7%	20.9%	2.3%
	43	33	9	1
26～50店舗	-	84.0%	16.0%	0.0%
	25	21	4	0
51店舗以上	-	68.8%	28.1%	3.1%
	32	22	9	1

平均売場面積別集計

	回答数	増加	横ばい	減少
500㎡未満	-	92.9%	7.1%	0.0%
	14	13	1	0
500㎡以上 1,000㎡未満	-	68.4%	28.9%	2.6%
	38	26	11	1
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	66.7%	30.0%	3.3%
	90	60	27	3
2,000㎡以上	-	83.3%	16.7%	0.0%
	18	15	3	0

4-3 今後導入を検討している現金以外の決済手段

全体結果

	回答数	計画している				
		クレジットカード	電子マネー	プリペイドカード	デビットカード	銀聯カード
平成23年	-	10.5%	14.8%	4.8%	2.4%	2.4%
	209	22	31	10	5	5

保有店舗数別集計

	回答数	計画している				
		クレジットカード	電子マネー	プリペイドカード	デビットカード	銀聯カード
1～3店舗	-	4.0%	6.0%	2.0%	2.0%	0.0%
	50	2	3	1	1	0
4～10店舗	-	10.8%	7.7%	1.5%	1.5%	1.5%
	65	7	5	1	1	1
11～25店舗	-	18.4%	20.4%	6.1%	2.0%	4.1%
	49	9	10	3	1	2
26～50店舗	-	12.0%	36.0%	12.0%	4.0%	8.0%
	25	3	9	3	1	2
51店舗以上	-	5.0%	20.0%	10.0%	5.0%	0.0%
	20	1	4	2	1	0

平均売場面積別集計

	回答数	計画している				
		クレジットカード	電子マネー	プリペイドカード	デビットカード	銀聯カード
500㎡未満	-	11.1%	3.7%	0.0%	7.4%	0.0%
	27	3	1	0	2	0
500㎡以上 1,000㎡未満	-	10.2%	6.8%	5.1%	3.4%	0.0%
	59	6	4	3	2	0
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	10.8%	19.8%	3.6%	0.9%	2.7%
	111	12	22	4	1	3
2,000㎡以上	-	8.3%	33.3%	25.0%	0.0%	16.7%
	12	1	4	3	0	2

5. PB商品

5-1 PB商品（自社開発商品、共同・他社開発商品）取り扱い状況

全体結果

	回答数	取り扱っている	取り扱いを予定	取り扱っていない
平成23年	-	88.9%	0.8%	10.3%
	252	224	2	26
平成22年	-	82.2%	13.8%	2.4%
	247	203	34	6

保有店舗数別集計

	回答数	取り扱っている	取り扱いを予定	取り扱っていない
1～3店舗	-	77.4%	1.9%	20.8%
	53	41	1	11
4～10店舗	-	87.8%	1.4%	10.8%
	74	65	1	8
11～25店舗	-	93.0%	0.0%	7.0%
	57	53	0	4
26～50店舗	-	93.5%	0.0%	6.5%
	31	29	0	2
51店舗以上	-	97.3%	0.0%	2.7%
	37	36	0	1

平均売場面積別集計

	回答数	取り扱っている	取り扱いを予定	取り扱っていない
500㎡未満	-	78.8%	0.0%	21.2%
	33	26	0	7
500㎡以上 1,000㎡未満	-	85.5%	0.0%	14.5%
	69	59	0	10
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	92.3%	1.5%	6.2%
	130	120	2	8
2,000㎡以上	-	95.0%	0.0%	5.0%
	20	19	0	1

5-2 P B商品を導入した理由

全体結果

	回答数	価格競争力	高品質	独自性 アピール	自社特徴 活用
平成23年	-	77.7%	37.3%	61.4%	25.9%
	220	171	82	135	57

保有店舗数別集計

	回答数	価格競争力	高品質	独自性 アピール	自社特徴 活用
1～3店舗	-	82.9%	41.5%	51.2%	29.3%
	41	34	17	21	12
4～10店舗	-	76.2%	30.2%	73.0%	20.6%
	63	48	19	46	13
11～25店舗	-	72.5%	41.2%	60.8%	29.4%
	51	37	21	31	15
26～50店舗	-	79.3%	27.6%	51.7%	27.6%
	29	23	8	15	8
51店舗以上	-	80.6%	47.2%	61.1%	25.0%
	36	29	17	22	9

平均売場面積別集計

	回答数	価格競争力	高品質	独自性 アピール	自社特徴 活用
500㎡未満	-	68.0%	48.0%	52.0%	32.0%
	25	17	12	13	8
500㎡以上 1,000㎡未満	-	75.4%	31.6%	57.9%	22.8%
	57	43	18	33	13
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	79.8%	36.1%	65.5%	24.4%
	119	95	43	78	29
2,000㎡以上	-	84.2%	47.4%	57.9%	36.8%
	19	16	9	11	7

5-3 P B商品売上比率（対総売上比）

全体結果

	PB商品 売上高比率
平成23年	7.2%
平成22年	7.0%

保有店舗数別集計

	PB商品 売上高比率
1～3店舗	5.8%
4～10店舗	8.9%
11～25店舗	5.8%
26～50店舗	7.2%
51店舗以上	7.5%

平均売場面積別集計

	PB商品 売上高比率
500㎡未満	5.1%
500㎡以上 1,000㎡未満	9.5%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	6.4%
2,000㎡以上	8.7%

5-4 今後PB商品を強化する商品カテゴリー

全体結果

	回答数	一般食品	日配品	総菜	非食品	特になし
平成23年	-	58.7%	59.2%	33.3%	16.9%	17.4%
	213	125	126	71	36	37

保有店舗数別集計

	回答数	一般食品	日配品	総菜	非食品	特になし
1～3店舗	-	66.7%	47.2%	33.3%	16.7%	13.9%
	36	24	17	12	6	5
4～10店舗	-	54.0%	55.6%	30.2%	19.0%	23.8%
	63	34	35	19	12	15
11～25店舗	-	54.0%	58.0%	40.0%	14.0%	20.0%
	50	27	29	20	7	10
26～50店舗	-	55.2%	72.4%	34.5%	17.2%	13.8%
	29	16	21	10	5	4
51店舗以上	-	68.6%	68.6%	28.6%	17.1%	8.6%
	35	24	24	10	6	3

平均売場面積別集計

	回答数	一般食品	日配品	総菜	非食品	特になし
500㎡未満	-	58.3%	45.8%	37.5%	16.7%	20.8%
	24	14	11	9	4	5
500㎡以上 1,000㎡未満	-	58.5%	50.9%	39.6%	9.4%	18.9%
	53	31	27	21	5	10
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	59.0%	63.2%	29.1%	22.2%	16.2%
	117	69	74	34	26	19
2,000㎡以上	-	57.9%	73.7%	36.8%	5.3%	15.8%
	19	11	14	7	1	3

5-5 今後のPB商品への期待

全体結果

	回答数	価格競争力	高品質	独自性 アピール	自社特徴 活用
平成23年	-	72.9%	48.9%	59.3%	20.4%
	221	161	108	131	45
平成22年	-	67.3%	51.8%	57.8%	12.1%
	199	134	103	115	24

保有店舗数別集計

	回答数	価格競争力	高品質	独自性 アピール	自社特徴 活用
1～3店舗	-	68.3%	36.6%	56.1%	22.0%
	41	28	15	23	9
4～10店舗	-	71.9%	53.1%	56.3%	12.5%
	64	46	34	36	8
11～25店舗	-	75.0%	51.9%	59.6%	23.1%
	52	39	27	31	12
26～50店舗	-	75.0%	50.0%	57.1%	25.0%
	28	21	14	16	7
51店舗以上	-	75.0%	50.0%	69.4%	25.0%
	36	27	18	25	9

平均売場面積別集計

	回答数	価格競争力	高品質	独自性 アピール	自社特徴 活用
500㎡未満	-	53.8%	42.3%	50.0%	23.1%
	26	14	11	13	6
500㎡以上 1,000㎡未満	-	70.9%	47.3%	52.7%	12.7%
	55	39	26	29	7
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	76.9%	48.8%	63.6%	19.0%
	121	93	59	77	23
2,000㎡以上	-	78.9%	63.2%	63.2%	47.4%
	19	15	12	12	9

6. 部門構成

6-1 医薬品売場設置状況

全体結果

	回答数	設置	テナント 設置	設置 していない
平成23年	-	20.0%	16.1%	63.1%
	255	51	41	161
平成22年	-	14.0%	20.8%	65.2%
	250	35	52	163

保有店舗数別集計

	回答数	設置	テナント 設置	設置 していない
1～3店舗	-	5.7%	7.5%	86.8%
	54	3	4	46
4～10店舗	-	9.5%	14.9%	75.7%
	74	7	11	56
11～25店舗	-	17.5%	17.5%	64.9%
	57	10	10	37
26～50店舗	-	25.8%	25.8%	48.4%
	31	8	8	15
51店舗以上	-	57.5%	20.0%	22.5%
	37	23	8	9

平均売場面積別集計

	回答数	設置	テナント 設置	設置 していない
500㎡未満	-	0.0%	0.0%	100.0%
	33	0	0	33
500㎡以上 1,000㎡未満	-	8.7%	7.2%	84.1%
	70	6	5	58
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	26.0%	23.7%	50.4%
	133	34	31	66
2,000㎡以上	-	50.0%	22.7%	27.3%
	22	11	5	6

6-2 インストアペーカリー設置状況

全体結果

	回答数	設置	テナント 設置	設置 していない
平成23年	-	49.6%	13.3%	37.1%
	256	127	34	95

保有店舗数別集計

	回答数	設置	テナント 設置	設置 していない
1～3店舗	-	26.4%	0.0%	73.6%
	53	14	0	39
4～10店舗	-	38.7%	14.7%	46.7%
	75	29	11	35
11～25店舗	-	58.6%	13.8%	27.6%
	58	34	8	16
26～50店舗	-	68.8%	21.9%	9.4%
	32	22	7	3
51店舗以上	-	73.7%	21.1%	5.3%
	40	28	8	2

平均売場面積別集計

	回答数	設置	テナント 設置	設置 していない
500㎡未満	-	27.3%	3.0%	69.7%
	33	9	1	23
500㎡以上 1,000㎡未満	-	40.0%	4.3%	55.7%
	70	28	3	39
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	55.6%	19.5%	24.8%
	133	74	26	33
2,000㎡以上	-	80.0%	20.0%	0.0%
	22	16	4	0

7. 店舗外販売（サービス）

7-1 店舗外販売（サービス）実施状況

全体結果

	回答数	実施	実施 していない
平成23年	-	27.7%	72.3%
	253	70	183
平成22年	-	23.6%	76.4%
	250	59	191

	回答数	ネットスーパー		注文宅配サービス		出張販売サービス	
		自社	業務委託	自社	業務委託	自社	業務委託
平成23年	-	15.4%		18.9%		1.6%	
	-	13.4%	2.0%	14.2%	4.7%	1.6%	0.0%
	253	34	5	36	12	4	0
平成22年	-	9.0%		18.0%		2.0%	
	250	24		46		6	

保有店舗数別集計

	回答数	実施	実施 していない
1～3店舗	-	27.8%	72.2%
	54	15	39
4～10店舗	-	10.8%	89.2%
	74	8	66
11～25店舗	-	28.1%	71.9%
	57	16	41
26～50店舗	-	35.5%	64.5%
	31	11	20
51店舗以上	-	54.1%	45.9%
	37	20	17

	回答数	ネットスーパー		注文宅配サービス		出張販売サービス	
		自社	業務委託	自社	業務委託	自社	業務委託
1～3店舗	-	11.1%	0.0%	9.0%	0.1%	0.1%	0.0%
	54	6	0	6	3	3	0
4～10店舗	-	4.1%	0.0%	18.5%	0.0%	0.0%	0.0%
	74	3	0	4	1	0	0
11～25店舗	-	14.0%	1.8%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%
	57	8	1	12	2	0	0
26～50店舗	-	22.6%	3.2%	10.3%	0.1%	0.0%	0.0%
	31	7	1	3	2	0	0
51店舗以上	-	27.0%	8.1%	3.4%	0.1%	0.0%	0.0%
	37	10	3	11	4	1	0

平均売場面積別集計

	回答数	実施	実施 していない
500㎡未満	-	21.2%	78.8%
	33	7	26
500㎡以上 1,000㎡未満	-	30.0%	70.0%
	70	21	49
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	26.9%	73.1%
	130	35	95
2,000㎡以上	-	35.0%	65.0%
	20	7	13

	回答数	ネットスーパー		注文宅配サービス		出張販売サービス	
		自社	業務委託	自社	業務委託	自社	業務委託
500㎡未満	-	6.1%	0.0%	6.6%	0.0%	0.0%	0.0%
	33	2	0	5	0	1	0
500㎡以上 1,000㎡未満	-	12.9%	0.0%	5.8%	0.1%	0.0%	0.0%
	70	9	0	12	4	2	0
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	14.6%	3.8%	7.6%	0.0%	0.0%	0.0%
	130	19	5	17	6	0	0
2,000㎡以上	-	20.0%	0.0%	10.0%	0.1%	0.1%	0.0%
	20	4	0	2	2	1	0

7-2 買物弱者への支援、要請

全体結果

	回答数	顧客要望	地方自治体 要請	要請なし
平成23年	-	41.7%	12.1%	50.8%
	240	100	29	122

保有店舗数別集計

	回答数	顧客要望	地方自治体 要請	要請なし
1～3店舗	-	43.1%	19.6%	43.1%
	51	22	10	22
4～10店舗	-	31.4%	11.4%	60.0%
	70	22	8	42
11～25店舗	-	50.0%	3.7%	48.1%
	54	27	2	26
26～50店舗	-	42.9%	10.7%	50.0%
	28	12	3	14
51店舗以上	-	45.9%	16.2%	48.6%
	37	17	6	18

平均売場面積別集計

	回答数	顧客要望	地方自治体 要請	要請なし
500㎡未満	-	23.3%	10.0%	70.0%
	30	7	3	21
500㎡以上 1,000㎡未満	-	48.5%	13.2%	39.7%
	68	33	9	27
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	40.7%	9.8%	53.7%
	123	50	12	66
2,000㎡以上	-	52.6%	26.3%	42.1%
	19	10	5	8

7-3 買物弱者対策実施状況

全体結果

	回答数	対策実施	対策検討中	対策していない
平成23年	-	21.2%	7.8%	71.0%
	245	52	19	174
平成22年	-	10.6%	19.5%	69.9%
	246	26	48	172

保有店舗数別集計

	回答数	対策実施	対策検討中	対策していない
1～3店舗	-	23.1%	3.8%	73.1%
	52	12	2	38
4～10店舗	-	9.9%	4.2%	85.9%
	71	7	3	61
11～25店舗	-	18.2%	7.3%	74.5%
	55	10	4	41
26～50店舗	-	43.3%	10.0%	46.7%
	30	13	3	14
51店舗以上	-	27.0%	18.9%	54.1%
	37	10	7	20

平均売場面積別集計

	回答数	対策実施	対策検討中	対策していない
500㎡未満	-	12.5%	0.0%	87.5%
	32	4	0	28
500㎡以上 1,000㎡未満	-	17.6%	7.4%	75.0%
	68	12	5	51
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	24.8%	8.8%	66.4%
	125	31	11	83
2,000㎡以上	-	25.0%	15.0%	60.0%
	20	5	3	12

8. 今後の経営計画

8-1-1 今後の店舗展開・運営（択一回答式）

全体結果

	回答数	新規出店	改装・改築	閉店 営業転換
平成23年	-	36.0%	47.7%	16.3%
	258	93	123	42

保有店舗数別集計

	回答数	新規出店	改装・改築	閉店 営業転換
1～3店舗	-	19.6%	58.7%	21.7%
	46	9	27	10
4～10店舗	-	24.7%	54.8%	20.5%
	73	18	40	15
11～25店舗	-	45.0%	40.0%	15.0%
	60	27	24	9
26～50店舗	-	47.1%	47.1%	5.9%
	34	16	16	2
51店舗以上	-	51.1%	35.6%	13.3%
	45	23	16	6

平均売場面積別集計

	回答数	新規出店	改装・改築	閉店 営業転換
500㎡未満	-	24.1%	51.7%	24.1%
	29	7	15	7
500㎡以上 1,000㎡未満	-	27.1%	50.0%	22.9%
	70	19	35	16
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	40.3%	47.0%	12.7%
	134	54	63	17
2,000㎡以上	-	52.0%	40.0%	8.0%
	25	13	10	2

8-1-2 今後の店舗展開コンセプト（択一回答式）

全体結果

	回答数	様々な タイプ	コンセプト 統一
平成23年	-	44.1%	55.9%
	229	101	128

保有店舗数別集計

	回答数	様々な タイプ	コンセプト 統一
1～3店舗	-	38.5%	61.5%
	39	15	24
4～10店舗	-	38.6%	61.4%
	70	27	43
11～25店舗	-	44.2%	55.8%
	52	23	29
26～50店舗	-	40.0%	60.0%
	30	12	18
51店舗以上	-	63.2%	36.8%
	38	24	14

平均売場面積別集計

	回答数	様々な タイプ	コンセプト 統一
500㎡未満	-	42.3%	57.7%
	26	11	15
500㎡以上 1,000㎡未満	-	42.4%	57.6%
	59	25	34
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	45.5%	54.5%
	123	56	67
2,000㎡以上	-	42.9%	57.1%
	21	9	12

8-1-3 今後の差別化戦略（択一回答式）

全体結果

	回答数	価格政策	品揃え	品質	サービス
平成23年	-	13.8%	22.4%	35.5%	28.3%
	304	42	68	108	86

保有店舗数別集計

	回答数	価格政策	品揃え	品質	サービス
1～3店舗	-	4.7%	18.8%	37.5%	39.1%
	64	3	12	24	25
4～10店舗	-	12.2%	23.3%	32.2%	32.2%
	90	11	21	29	29
11～25店舗	-	20.3%	25.4%	35.6%	18.6%
	59	12	15	21	11
26～50店舗	-	14.7%	23.5%	38.2%	23.5%
	34	5	8	13	8
51店舗以上	-	19.3%	21.1%	36.8%	22.8%
	57	11	12	21	13

平均売場面積別集計

	回答数	価格政策	品揃え	品質	サービス
500㎡未満	-	10.8%	16.2%	32.4%	40.5%
	37	4	6	12	15
500㎡以上 1,000㎡未満	-	9.3%	20.0%	37.3%	33.3%
	75	7	15	28	25
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	16.8%	25.5%	33.5%	24.2%
	161	27	41	54	39
2,000㎡以上	-	12.9%	19.4%	45.2%	22.6%
	31	4	6	14	7

8-2 震災対策への取り組み状況

全体結果

	回答数	店舗耐震強化	店舗内自家発電機	従業員防災教育	バックアップ
平成23年	-	16.5%	12.7%	81.6%	39.2%
	253	35	27	173	83

	仕入先変更・分散	配送機能強化	センター防災強化	防災商品在庫強化
平成23年	16.0%	9.0%	9.0%	26.9%
	34	19	19	57

保有店舗数別集計

	回答数	店舗耐震強化	店舗内自家発電機	従業員防災教育	バックアップ
1～3店舗	-	13.3%	15.6%	77.8%	26.7%
	45	6	7	35	12
4～10店舗	-	5.5%	5.5%	81.8%	47.3%
	55	3	3	45	26
11～25店舗	-	18.0%	20.0%	86.0%	48.0%
	50	9	10	43	24
26～50店舗	-	20.7%	6.9%	79.3%	31.0%
	29	6	2	23	9
51店舗以上	-	33.3%	15.2%	81.8%	36.4%
	33	11	5	27	12

	仕入先変更・分散	配送機能強化	センター防災強化	防災商品在庫強化
1～3店舗	11.1%	2.2%	0.0%	13.3%
	5	1	0	6
4～10店舗	14.5%	3.6%	3.6%	20.0%
	8	2	2	11
11～25店舗	14.0%	8.0%	4.0%	40.0%
	7	4	2	20
26～50店舗	20.7%	20.7%	10.3%	24.1%
	6	6	3	7
51店舗以上	24.2%	18.2%	36.4%	39.4%
	8	6	12	13

平均売場面積別集計

	回答数	店舗耐震強化	店舗内自家発電機	従業員防災教育	バックアップ
500㎡未満	-	17.4%	13.0%	73.9%	34.8%
	23	4	3	17	8
500㎡以上 1,000㎡未満	-	8.6%	8.6%	84.5%	31.0%
	58	5	5	49	18
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	17.5%	13.2%	81.6%	42.1%
	114	20	15	93	48
2,000㎡以上	-	35.3%	23.5%	82.4%	52.9%
	17	6	4	14	9

	仕入先変更・分散	配送機能強化	センター防災強化	防災商品在庫強化
500㎡未満	13.0%	8.7%	0.0%	13.0%
	3	2	0	3
500㎡以上 1,000㎡未満	15.5%	8.6%	6.9%	19.0%
	9	5	4	11
1,000㎡以上 2,000㎡未満	16.7%	7.9%	9.6%	29.8%
	19	9	11	34
2,000㎡以上	17.6%	17.6%	23.5%	52.9%
	3	3	4	9

9. 環境対策

9-1 廃棄物の店頭回収・リサイクル取り組み状況

全体結果

		食品残渣	廃油	販促資材	食品トレー	ペット ボトル
平成23年	回答数	246	246	246	246	246
	実施合計	56.1%	88.6%	15.4%	95.5%	78.0%
		138	218	38	235	192
	全店舗	33.7%	73.6%	13.8%	85.0%	57.3%
		83	181	34	209	141
	一部店舗	22.4%	15.0%	1.6%	10.6%	20.7%
55		37	4	26	51	
平成22年	回答数	254	254	254	251	244
	実施合計	35.0%	70.9%	24.0%	95.2%	74.2%
		89	180	61	239	181

		缶	瓶	牛乳パック
平成23年	回答数	246	246	246
	実施合計	58.9%	40.2%	91.5%
		145	99	225
	全店舗	44.7%	32.1%	76.8%
		110	79	189
	一部店舗	14.2%	8.1%	14.6%
35		20	36	
平成22年	回答数	238		248
	実施合計	55.0%		87.5%
		131		217

保有店舗数別集計

		回答数	食品残渣	廃油	販促資材	食品トレー	ペットボトル
1～3店舗	実施合計		34.7%	79.6%	28.6%	91.8%	67.3%
		49	17	39	14	45	33
	全店舗	X	34.7%	77.6%	26.5%	91.8%	59.2%
			17	38	13	45	29
一部店舗		0.0%	2.0%	2.0%	0.0%	8.2%	
			0	1	1	0	4
4～10店舗	実施合計		41.1%	90.4%	9.6%	95.9%	78.1%
		73	30	66	7	70	57
	全店舗	X	34.2%	82.2%	8.2%	89.0%	63.0%
			25	60	6	65	46
一部店舗		6.8%	8.2%	1.4%	6.8%	15.1%	
			5	6	1	5	11
11～25店舗	実施合計		62.5%	91.1%	17.9%	92.9%	75.0%
		56	35	51	10	52	42
	全店舗	X	37.5%	64.3%	17.9%	80.4%	53.6%
			21	36	10	45	30
一部店舗		25.0%	26.8%	0.0%	12.5%	21.4%	
			14	15	0	7	12
26～50店舗	実施合計		77.4%	90.3%	3.2%	100.0%	83.9%
		31	24	28	1	31	26
	全店舗	X	38.7%	71.0%	3.2%	77.4%	58.1%
			12	22	1	24	18
一部店舗		38.7%	19.4%	0.0%	22.6%	25.8%	
			12	6	0	7	8
51店舗以上	実施合計		86.5%	91.9%	16.2%	100.0%	91.9%
		37	32	34	6	37	34
	全店舗	X	21.6%	67.6%	10.8%	81.1%	48.6%
			8	25	4	30	18
一部店舗		64.9%	24.3%	5.4%	18.9%	43.2%	
			24	9	2	7	16

		缶	瓶	牛乳パック	
1～3店舗	実施合計	55.1%	36.7%	85.7%	
		27	18	42	
	全店舗	X	51.0%	36.7%	83.7%
			25	18	41
一部店舗		4.1%	0.0%	2.0%	
			2	0	1
4～10店舗	実施合計	56.2%	38.4%	87.7%	
		41	28	64	
	全店舗	X	49.3%	37.0%	75.3%
			36	27	55
一部店舗		6.8%	1.4%	12.3%	
			5	1	9
11～25店舗	実施合計	55.4%	46.4%	92.9%	
		31	26	52	
	全店舗	X	42.9%	37.5%	73.2%
			24	21	41
一部店舗		12.5%	8.9%	19.6%	
			7	5	11
26～50店舗	実施合計	61.3%	41.9%	96.8%	
		19	13	30	
	全店舗	X	38.7%	19.4%	74.2%
			12	6	23
一部店舗		22.6%	22.6%	22.6%	
			7	7	7
51店舗以上	実施合計	73.0%	37.8%	100.0%	
		27	14	37	
	全店舗	X	35.1%	18.9%	78.4%
			13	7	29
一部店舗		37.8%	18.9%	21.6%	
			14	7	8

平均売場面積別集計

		回答数	食品残渣	廃油	販促資材	食品トレー	ペットボトル
500㎡未満	実施合計		41.4%	86.2%	17.2%	86.2%	51.7%
		29	12	25	5	25	15
	全店舗	X	31.0%	62.1%	10.3%	65.5%	37.9%
			9	18	3	19	11
一部店舗	X	10.3%	24.1%	6.9%	20.7%	13.8%	
		3	7	2	6	4	
500㎡以上 1,000㎡未満	実施合計		47.1%	83.8%	22.1%	95.6%	76.5%
		68	32	57	15	65	52
	全店舗	X	39.7%	69.1%	20.6%	88.2%	55.9%
			27	47	14	60	38
一部店舗	X	7.4%	14.7%	1.5%	7.4%	20.6%	
		5	10	1	5	14	
1,000㎡以上 2,000㎡未満	実施合計		59.7%	90.7%	10.9%	96.9%	82.2%
		129	77	117	14	125	106
	全店舗	X	34.9%	77.5%	10.1%	88.4%	65.1%
			45	100	13	114	84
一部店舗	X	24.8%	13.2%	0.8%	8.5%	17.1%	
		32	17	1	11	22	
2,000㎡以上	実施合計		85.0%	95.0%	20.0%	100.0%	95.0%
		20	17	19	4	20	19
	全店舗	X	10.0%	80.0%	20.0%	80.0%	40.0%
			2	16	4	16	8
一部店舗	X	75.0%	15.0%	0.0%	20.0%	55.0%	
		15	3	0	4	11	

		缶	瓶	牛乳パック
500㎡未満	実施合計	37.9%	34.5%	82.8%
		11	10	24
	全店舗	27.6%	31.0%	62.1%
		8	9	18
一部店舗	10.3%	3.4%	20.7%	
	3	1	6	
500㎡以上 1,000㎡未満	実施合計	54.4%	41.2%	88.2%
		37	28	60
	全店舗	44.1%	38.2%	73.5%
		30	26	50
一部店舗	10.3%	2.9%	14.7%	
	7	2	10	
1,000㎡以上 2,000㎡未満	実施合計	61.2%	38.0%	94.6%
		79	49	122
	全店舗	49.6%	31.0%	82.2%
		64	40	106
一部店舗	11.6%	7.0%	12.4%	
	15	9	16	
2,000㎡以上	実施合計	90.0%	60.0%	95.0%
		18	12	19
	全店舗	40.0%	20.0%	75.0%
		8	4	15
一部店舗	50.0%	40.0%	20.0%	
	10	8	4	

9-2 商品カテゴリー別 ロス率

全体結果

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
平成23年	3.1%	6.6%	5.3%	8.4%	3.2%	1.4%	1.6%
平成22年	3.4%	6.6%	5.2%	8.2%	4.2%	2.2%	1.9%

保有店舗数別集計

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
1～3店舗	3.7%	5.1%	3.9%	7.3%	3.1%	2.0%	1.5%
4～10店舗	2.6%	6.1%	5.4%	8.4%	3.8%	1.7%	1.4%
11～25店舗	2.9%	7.1%	5.8%	9.1%	3.0%	1.2%	1.6%
26～50店舗	3.1%	7.6%	5.4%	9.7%	3.1%	0.6%	1.2%
51店舗以上	3.6%	8.0%	6.2%	7.7%	2.6%	1.2%	2.1%

平均売場面積別集計

	青果	水産	畜産	惣菜	日配品	一般食品	非食品
500㎡未満	3.7%	5.1%	3.2%	7.0%	2.7%	1.5%	1.6%
500㎡以上 1,000㎡未満	3.3%	5.9%	5.4%	8.2%	3.0%	1.5%	2.0%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	2.9%	7.2%	5.8%	9.0%	3.6%	1.5%	1.6%
2,000㎡以上	2.9%	6.5%	4.6%	6.7%	2.3%	0.7%	0.5%

9-3 環境対策への取り組み状況

全体結果

	回答数	日常的な取り組み			省エネ機器の導入		
		照明調整	空調調整	冷蔵機器調整	省エネ照明	省エネ空調	省エネ冷蔵機器
平成23年	-	86.2%	83.4%	56.9%	63.6%	34.8%	43.5%
	253	218	211	144	161	88	110
平成22年	-	91.9%	85.9%	65.7%	54.0%	30.6%	21.6%
	248	228	213	163	134	76	54

	社内での取り組み		
	従業員教育	環境保全活動	環境MS
平成23年	81.8%	24.5%	21.3%
	207	62	54
平成22年	51.2%	21.3%	12.0%
	127	53	30

保有店舗数別集計

	回答数	日常的な取り組み			省エネ機器の導入		
		照明調整	空調調整	冷蔵機器調整	省エネ照明	省エネ空調	省エネ冷蔵機器
1～3店舗	-	77.8%	68.5%	40.7%	46.3%	16.7%	22.2%
	54	42	37	22	25	9	12
4～10店舗	-	79.7%	75.7%	47.3%	44.6%	18.9%	24.3%
	74	59	56	35	33	14	18
11～25店舗	-	93.0%	91.2%	68.4%	75.4%	40.4%	52.6%
	57	53	52	39	43	23	30
26～50店舗	-	90.3%	93.5%	71.0%	83.9%	51.6%	67.7%
	31	28	29	22	26	16	21
51店舗以上	-	97.3%	100.0%	70.3%	91.9%	70.3%	78.4%
	37	36	37	26	34	26	29

	社内での取り組み		
	従業員教育	環境保全活動	環境MS
1～3店舗	74.1%	13.0%	1.9%
	40	7	1
4～10店舗	73.0%	10.8%	17.6%
	54	8	13
11～25店舗	87.7%	33.3%	29.8%
	50	19	17
26～50店舗	90.3%	25.8%	22.6%
	28	8	7
51店舗以上	94.6%	54.1%	43.2%
	35	20	16

平均売場面積別集計

	回答数	日常的な取り組み			省エネ機器の導入		
		照明調整	空調調整	冷蔵機器調整	省エネ照明	省エネ空調	省エネ冷蔵機器
500㎡未満	-	84.8%	63.6%	39.4%	48.5%	18.2%	24.2%
	33	28	21	13	16	6	8
500㎡以上 1,000㎡未満	-	78.6%	75.7%	48.6%	58.6%	20.0%	32.9%
	70	55	53	34	41	14	23
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	89.2%	91.5%	60.8%	65.4%	41.5%	49.2%
	130	116	119	79	85	54	64
2,000㎡以上	-	95.0%	90.0%	90.0%	95.0%	70.0%	75.0%
	20	19	18	18	19	14	15

	社内での取り組み		
	従業員教育	環境保全活動	環境MS
500㎡未満	72.7%	15.2%	9.1%
	24	5	3
500㎡以上 1,000㎡未満	72.9%	15.7%	8.6%
	51	11	6
1,000㎡以上 2,000㎡未満	86.9%	25.4%	27.7%
	113	33	36
2,000㎡以上	95.0%	65.0%	45.0%
	19	13	9

9-4 環境対策への取り組み効果の把握

全体結果

	回答数	専門機器 導入	節電 マニュアル	把握 していない
平成23年	-	37.5%	39.9%	22.6%
	248	93	99	56

保有店舗数別集計

	回答数	専門機器 導入	節電 マニュアル	把握 していない
1～3店舗	-	15.1%	35.8%	49.1%
	53	8	19	26
4～10店舗	-	33.3%	39.1%	27.5%
	69	23	27	19
11～25店舗	-	44.6%	48.2%	7.1%
	56	25	27	4
26～50店舗	-	50.0%	37.5%	12.5%
	32	16	12	4
51店舗以上	-	55.3%	36.8%	7.9%
	38	21	14	3

平均売場面積別集計

	回答数	専門機器 導入	節電 マニュアル	把握 していない
500㎡未満	-	18.8%	40.6%	40.6%
	32	6	13	13
500㎡以上 1,000㎡未満	-	27.9%	44.1%	27.9%
	68	19	30	19
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	43.7%	39.7%	16.7%
	126	55	50	21
2,000㎡以上	-	59.1%	27.3%	13.6%
	22	13	6	3

9-5 環境対策による光熱費削減率

全体結果

	光熱費削減率
平成23年	8.2%
平成22年	4.0%

保有店舗数別集計

	光熱費削減率
1～3店舗	8.7%
4～10店舗	7.8%
11～25店舗	9.7%
26～50店舗	6.7%
51店舗以上	7.2%

平均売場面積別集計

	光熱費削減率
500㎡未満	7.8%
500㎡以上 1,000㎡未満	8.9%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	8.4%
2,000㎡以上	4.4%

9-6 光熱費率（対総売上比）

全体結果

	光熱費率
平成23年	2.1%
平成22年	2.3%

保有店舗数別集計

	光熱費率
1～3店舗	2.1%
4～10店舗	2.6%
11～25店舗	2.2%
26～50店舗	1.6%
51店舗以上	1.5%

平均売場面積別集計

	光熱費率
500㎡未満	1.9%
500㎡以上 1,000㎡未満	2.3%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	2.1%
2,000㎡以上	1.6%

9-7 レジ袋使用抑制の取り組み状況

全体結果

	回答数	レジ袋無料 配布中止	レジ袋辞退 推奨	マイバック バスケット	特になし
平成23年	-	43.0%	57.0%	64.9%	5.6%
	251	108	143	163	14
平成22年	-	42.3%	52.4%	79.0%	5.6%
	248	105	130	196	12

保有店舗数別集計

	回答数	レジ袋無料 配布中止	レジ袋辞退 推奨	マイバック バスケット	特になし
1～3店舗	-	27.8%	51.9%	48.1%	7.4%
	54	15	28	26	4
4～10店舗	-	39.2%	45.9%	60.8%	10.8%
	74	29	34	45	8
11～25店舗	-	43.6%	63.6%	70.9%	3.6%
	55	24	35	39	2
26～50店舗	-	48.4%	64.5%	74.2%	0.0%
	31	15	20	23	0
51店舗以上	-	67.6%	70.3%	81.1%	0.0%
	37	25	26	30	0

平均売場面積別集計

	回答数	レジ袋無料 配布中止	レジ袋辞退 推奨	マイバック バスケット	特になし
500㎡未満	-	25.0%	40.6%	50.0%	9.4%
	32	8	13	16	3
500㎡以上 1,000㎡未満	-	38.6%	58.6%	58.6%	5.7%
	70	27	41	41	4
1,000㎡以上 2,000㎡未満	-	45.0%	58.9%	68.2%	5.4%
	129	58	76	88	7
2,000㎡以上	-	75.0%	65.0%	90.0%	0.0%
	20	15	13	18	0

9-8 レジ袋辞退率

全体結果

	レジ袋 辞退率
平成23年	46.9%
平成22年	46.2%

保有店舗数別集計

	レジ袋 辞退率
1～3店舗	43.7%
4～10店舗	48.6%
11～25店舗	46.6%
26～50店舗	45.3%
51店舗以上	49.5%

平均売場面積別集計

	レジ袋 辞退率
500㎡未満	47.3%
500㎡以上 1,000㎡未満	43.4%
1,000㎡以上 2,000㎡未満	47.6%
2,000㎡以上	52.7%

10. 店舗状況

1. 立地環境

全体結果

	回答数	駅前 駅構内	商店街 商業地	住宅地域	幹線道路 沿い	郊外大規模 施設
平成23年	-	9.5%	14.4%	46.0%	23.7%	6.3%
	443	42	64	204	105	28

2. 食品売上比率

全体結果

	回答数	70%以上	50%~70%	50%~30%	30%未満
平成23年	-	92.0%	4.3%	3.7%	0.0%
	438	403	19	16	0

店舗立地別集計

	回答数	70%以上	50%~70%	50%~30%	30%未満
駅前 駅構内	-	90.2%	7.3%	2.4%	0.0%
	41	37	3	1	0
商店街 商業地	-	95.2%	4.8%	0.0%	0.0%
	62	59	3	0	0
住宅地域	-	93.1%	2.5%	4.5%	0.0%
	202	188	5	9	0
幹線道路 沿い	-	92.1%	2.0%	5.9%	0.0%
	101	93	2	6	0
郊外大規模 施設	-	78.6%	21.4%	0.0%	0.0%
	28	22	6	0	0

店舗売場面積別集計

	回答数	70%以上	50%~70%	50%~30%	30%未満
~500㎡ 未満	-	96.6%	3.4%	0.0%	0.0%
	118	114	4	0	0
~1,000㎡ 未満	-	91.7%	3.3%	5.0%	0.0%
	120	110	4	6	0
~2,000㎡ 未満	-	94.1%	1.0%	5.0%	0.0%
	101	95	1	5	0
2,000㎡ 以上	-	84.2%	10.5%	5.3%	0.0%
	95	80	10	5	0

3. 店舗売場面積

全体結果

	回答数	～500㎡ 未満	～1,000㎡ 未満	～2,000㎡ 未満	2,000㎡ 以上	平均	中央値
平成23年	-	27.5%	27.1%	23.0%	22.4%	1669.9	953.0
	447	123	121	103	100		

店舗立地別集計

	回答数	～500㎡ 未満	～1,000㎡ 未満	～2,000㎡ 未満	2,000㎡ 以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	42.9%	23.8%	7.1%	26.2%	2021.4	572.0
	42	18	10	3	11		
商店街 商業地	-	33.9%	29.0%	19.4%	17.7%	1553.0	796.5
	62	21	18	12	11		
住宅地域	-	32.5%	34.5%	19.7%	13.3%	1176.8	727.0
	203	66	70	40	27		
幹線道路 沿い	-	14.4%	17.3%	41.3%	26.9%	1800.5	1477.5
	104	15	18	43	28		
郊外大規模 施設	-	0.0%	10.7%	14.3%	75.0%	4695.1	2713.5
	28	0	3	4	21		

店舗売場面積別集計

	回答数	～500㎡ 未満	～1,000㎡ 未満	～2,000㎡ 未満	2,000㎡ 以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	351.9	380.0
	123	123	0	0	0		
～1,000㎡ 未満	-	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	729.5	701.0
	121	0	121	0	0		
～2,000㎡ 未満	-	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	1459.0	1480.0
	103	0	0	103	0		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	4646.0	2958.0
	100	0	0	0	100		

4. バックヤード面積

全体結果

	回答数	～500㎡ 未満	～1,000㎡ 未満	～2,000㎡ 未満	2,000㎡ 以上	平均	中央値
平成23年	-	54.7%	26.6%	13.2%	5.5%	757.0	429.0
	364	199	97	48	20		

店舗立地別集計

	回答数	～500㎡ 未満	～1,000㎡ 未満	～2,000㎡ 未満	2,000㎡ 以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	65.5%	17.2%	6.9%	10.3%	1030.7	165.0
	29	19	5	2	3		
商店街 商業地	-	64.4%	22.2%	8.9%	4.4%	586.9	300.0
	45	29	10	4	2		
住宅地域	-	66.1%	21.4%	10.7%	1.8%	524.1	351.0
	168	111	36	18	3		
幹線道路 沿い	-	34.4%	42.2%	16.7%	6.7%	892.0	724.5
	90	31	38	15	6		
郊外大規模 施設	-	18.5%	25.9%	33.3%	22.2%	1837.7	1097.0
	27	5	7	9	6		

店舗売場面積別集計

	回答数	～500㎡ 未満	～1,000㎡ 未満	～2,000㎡ 未満	2,000㎡ 以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	94.6%	4.3%	1.1%	0.0%	199.6	159.0
	93	88	4	1	0		
～1,000㎡ 未満	-	80.6%	19.4%	0.0%	0.0%	331.1	301.5
	98	79	19	0	0		
～2,000㎡ 未満	-	27.5%	54.9%	16.5%	1.1%	702.0	693.0
	91	25	50	15	1		
2,000㎡ 以上	-	8.5%	29.3%	39.0%	23.2%	1959.0	1181.0
	82	7	24	32	19		

5. 駐車場台数

全体結果

	回答数	駐車場なし	～100台	～300台	～500台	501台以上	平均	中央値
平成23年	-	7.7%	47.4%	28.9%	5.9%	10.1%	212.9	88.0
	426	33	202	123	25	43		

店舗立地別集計

	回答数	駐車場なし	～100台	～300台	～500台	501台以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	37.5%	37.5%	7.5%	5.0%	12.5%	235.7	22.5
	40	15	15	3	2	5		
商店街 商業地	-	15.8%	57.9%	8.8%	10.5%	7.0%	150.1	54.0
	57	9	33	5	6	4		
住宅地域	-	3.6%	61.5%	29.2%	3.1%	2.6%	117.3	60.0
	195	7	120	57	6	5		
幹線道路 沿い	-	2.0%	26.7%	53.5%	7.9%	9.9%	244.2	163.0
	101	2	27	54	8	10		
郊外大規模 施設	-	0.0%	10.7%	14.3%	10.7%	64.3%	865.9	704.5
	28	0	3	4	3	18		

店舗売場面積別集計

	回答数	駐車場なし	～100台	～300台	～500台	501台以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	19.5%	77.0%	3.5%	0.0%	0.0%	27.4	20.0
	113	22	87	4	0	0		
～1,000㎡ 未満	-	7.7%	76.1%	16.2%	0.0%	0.0%	63.1	60.0
	117	9	89	19	0	0		
～2,000㎡ 未満	-	2.0%	23.2%	62.6%	9.1%	3.0%	189.4	150.0
	99	2	23	62	9	3		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	3.1%	39.2%	16.5%	41.2%	633.8	400.0
	97	0	3	38	16	40		

6. レジ台数

全体結果

	回答数	1～2台	3～5台	6～10台	11～20台	21台以上	平均	中央値
平成23年	-	5.7%	39.1%	39.1%	12.8%	3.3%	7.9	6.0
	422	24	165	165	54	14		

店舗立地別集計

	回答数	1～2台	3～5台	6～10台	11～20台	21台以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	8.1%	48.6%	21.6%	13.5%	8.1%	9.6	5.0
	37	3	18	8	5	3		
商店街 商業地	-	10.3%	37.9%	36.2%	10.3%	5.2%	7.5	6.0
	58	6	22	21	6	3		
住宅地域	-	6.1%	47.4%	37.8%	7.7%	1.0%	6.1	5.0
	196	12	93	74	15	2		
幹線道路 沿い	-	2.1%	28.9%	53.6%	13.4%	2.1%	8.9	7.0
	97	2	28	52	13	2		
郊外大規模 施設	-	0.0%	3.7%	25.9%	55.6%	14.8%	16.4	14.0
	27	0	1	7	15	4		

店舗売場面積別集計

	回答数	1～2台	3～5台	6～10台	11～20台	21台以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	20.2%	70.2%	9.6%	0.0%	0.0%	3.6	3.0
	114	23	80	11	0	0		
～1,000㎡ 未満	-	0.9%	60.7%	38.5%	0.0%	0.0%	5.1	5.0
	117	1	71	45	0	0		
～2,000㎡ 未満	-	0.0%	12.1%	79.8%	8.1%	0.0%	7.7	8.0
	99	0	12	79	8	0		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	1.1%	32.2%	51.1%	15.6%	17.2	12.5
	90	0	1	29	46	14		

7. 開店時間

全体結果

	回答数	9時以前	9時	9時30分	10時	平均	中央値
平成23年	-	8.2%	33.6%	21.2%	37.0%	9.2	9.5
	449	37	151	95	166		

店舗立地別集計

	回答数	9時以前	9時	9時30分	10時	平均	中央値
駅前 駅構内	-	12.2%	17.1%	17.1%	53.7%	9.3	10.0
	41	5	7	7	22		
商店街 商業地	-	12.5%	37.5%	14.1%	35.9%	9.0	9.3
	64	8	24	9	23		
住宅地域	-	7.4%	33.0%	20.2%	39.4%	9.2	9.5
	203	15	67	41	80		
幹線道路 沿い	-	5.7%	38.1%	28.6%	27.6%	9.4	9.5
	105	6	40	30	29		
郊外大規模 施設	-	7.1%	25.0%	28.6%	39.3%	8.9	9.5
	28	2	7	8	11		

店舗売場面積別集計

	回答数	9時以前	9時	9時30分	10時	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	14.0%	27.3%	19.0%	39.7%	9.2	9.5
	121	17	33	23	48		
～1,000㎡ 未満	-	5.8%	44.6%	17.4%	32.2%	9.2	9.0
	121	7	54	21	39		
～2,000㎡ 未満	-	5.8%	34.0%	28.2%	32.0%	9.2	9.5
	103	6	35	29	33		
2,000㎡ 以上	-	7.0%	29.0%	22.0%	42.0%	9.1	9.5
	100	7	29	22	42		

8. 閉店時間

全体結果

	回答数	21時以前	21時台	22時台	23時台	24時台以降	平均	中央値
平成23年	-	24.8%	34.8%	22.3%	7.1%	10.9%	21.5	21.0
	448	111	156	100	32	49		

店舗立地別集計

	回答数	21時以前	21時台	22時台	23時台	24時台以降	平均	中央値
駅前 駅構内	-	31.7%	24.4%	14.6%	14.6%	14.6%	21.6	21.0
	41	13	10	6	6	6		
商店街 商業地	-	35.9%	32.8%	18.8%	4.7%	7.8%	21.1	21.0
	64	23	21	12	3	5		
住宅地域	-	25.7%	33.7%	25.2%	6.4%	8.9%	21.4	21.0
	202	52	68	51	13	18		
幹線道路 沿い	-	17.1%	40.0%	22.9%	5.7%	14.3%	21.6	21.0
	105	18	42	24	6	15		
郊外大規模 施設	-	7.1%	42.9%	25.0%	7.1%	17.9%	21.9	21.5
	28	2	12	7	2	5		

店舗売場面積別集計

	回答数	21時以前	21時台	22時台	23時台	24時台以降	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	42.1%	26.4%	16.5%	6.6%	8.3%	21.0	21.0
	121	51	32	20	8	10		
～1,000㎡ 未満	-	24.8%	36.4%	25.6%	4.1%	9.1%	21.4	21.0
	121	30	44	31	5	11		
～2,000㎡ 未満	-	20.6%	34.3%	24.5%	11.8%	8.8%	21.6	21.8
	102	21	35	25	12	9		
2,000㎡ 以上	-	8.0%	43.0%	24.0%	7.0%	18.0%	21.9	21.8
	100	8	43	24	7	18		

9. 営業時間

全体結果

	回答数	～11時間	～12時間	～13時間	～14時間	14時間超	平均	中央値
平成23年	-	34.8%	29.0%	19.2%	6.7%	10.3%	12.3	12.0
	448	156	130	86	30	46		

店舗立地別集計

	回答数	～11時間	～12時間	～13時間	～14時間	14時間超	平均	中央値
駅前 駅構内	-	46.3%	14.6%	14.6%	4.9%	19.5%	12.3	12.0
	41	19	6	6	2	8		
商店街 商業地	-	39.1%	31.3%	15.6%	6.3%	7.8%	12.1	12.0
	64	25	20	10	4	5		
住宅地域	-	35.1%	31.2%	20.3%	5.9%	7.4%	12.2	12.0
	202	71	63	41	12	15		
幹線道路 沿い	-	28.6%	31.4%	19.0%	7.6%	13.3%	12.3	12.0
	105	30	33	20	8	14		
郊外大規模 施設	-	28.6%	25.0%	25.0%	7.1%	14.3%	13.0	12.0
	28	8	7	7	2	4		

店舗売場面積別集計

	回答数	～11時間	～12時間	～13時間	～14時間	14時間超	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	51.2%	19.8%	11.6%	7.4%	9.9%	11.8	11.0
	121	62	24	14	9	12		
～1,000㎡ 未満	-	33.1%	34.7%	19.8%	5.0%	7.4%	12.2	12.0
	121	40	42	24	6	9		
～2,000㎡ 未満	-	27.5%	29.4%	25.5%	8.8%	8.8%	12.4	12.0
	102	28	30	26	9	9		
2,000㎡ 以上	-	23.0%	34.0%	22.0%	6.0%	15.0%	12.8	12.0
	100	23	34	22	6	15		

10. 年間休日数

全体結果

	回答数	無休	1日	2日	3日	4日以上	平均	中央値
平成23年	-	24.9%	44.1%	14.6%	10.5%	5.9%	1.5	1.0
	438	109	193	64	46	26		

店舗立地別集計

	回答数	無休	1日	2日	3日	4日以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	9.8%	39.0%	29.3%	12.2%	9.8%	2.2	2.0
	41	4	16	12	5	4		
商店街 商業地	-	24.6%	50.8%	11.5%	6.6%	6.6%	1.4	1.0
	61	15	31	7	4	4		
住宅地域	-	24.0%	38.5%	17.0%	13.0%	7.5%	1.5	1.0
	200	48	77	34	26	15		
幹線道路 沿い	-	30.4%	53.9%	7.8%	6.9%	1.0%	1.1	1.0
	102	31	55	8	7	1		
郊外大規模 施設	-	32.1%	39.3%	10.7%	10.7%	7.1%	1.2	1.0
	28	9	11	3	3	2		

店舗売場面積別集計

	回答数	無休	1日	2日	3日	4日以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	22.9%	36.4%	22.0%	14.4%	4.2%	1.6	1.0
	118	27	43	26	17	5		
～1,000㎡ 未満	-	20.9%	40.9%	13.0%	14.8%	10.4%	1.7	1.0
	115	24	47	15	17	12		
～2,000㎡ 未満	-	25.2%	52.4%	12.6%	5.8%	3.9%	1.2	1.0
	103	26	54	13	6	4		
2,000㎡ 以上	-	30.6%	49.0%	9.2%	6.1%	5.1%	1.2	1.0
	98	30	48	9	6	5		

11. 店舗内総SKU数

全体結果

	回答数	～5,000	～10,000	～20,000	～50,000	50,001以上	平均	中央値
平成23年	-	20.9%	42.2%	29.9%	3.0%	4.1%	12147.3	8514.0
	268	56	113	80	8	11		

店舗立地別集計

	回答数	～5,000	～10,000	～20,000	～50,000	50,001以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	28.6%	33.3%	19.0%	19.0%	0.0%	12411.0	8000.0
	21	6	7	4	4	0		
商店街 商業地	-	25.0%	50.0%	21.4%	0.0%	3.6%	10490.9	8000.0
	28	7	14	6	0	1		
住宅地域	-	29.1%	42.5%	22.8%	1.6%	3.9%	10665.1	7000.0
	127	37	54	29	2	5		
幹線道路 沿い	-	5.8%	44.9%	43.5%	2.9%	2.9%	12525.2	10000.0
	69	4	31	30	2	2		
郊外大規模 施設	-	0.0%	33.3%	50.0%	0.0%	16.7%	24711.8	11750.0
	18	0	6	9	0	3		

店舗売場面積別集計

	回答数	～5,000	～10,000	～20,000	～50,000	50,001以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	51.5%	38.2%	5.9%	2.9%	1.5%	6975.7	5000.0
	68	35	26	4	2	1		
～1,000㎡ 未満	-	17.6%	66.2%	12.2%	1.4%	2.7%	9304.6	7000.0
	74	13	49	9	1	2		
～2,000㎡ 未満	-	9.1%	47.0%	42.4%	1.5%	0.0%	10517.9	9870.0
	66	6	31	28	1	0		
2,000㎡ 以上	-	3.3%	11.7%	65.0%	6.7%	13.3%	23306.8	13216.0
	60	2	7	39	4	8		

12. SKU数 (醤油)

全体結果

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
平成23年	-	22.5%	21.4%	33.6%	22.1%	0.4%	37.1	34.0
	280	63	60	94	62	1		

店舗立地別集計

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	33.3%	25.0%	20.8%	20.8%	0.0%	33.0	24.5
	24	8	6	5	5	0		
商店街 商業地	-	33.3%	12.1%	30.3%	24.2%	0.0%	36.0	32.0
	33	11	4	10	8	0		
住宅地域	-	25.4%	27.7%	33.1%	13.8%	0.0%	32.3	30.0
	130	33	36	43	18	0		
幹線道路 沿い	-	11.8%	16.2%	41.2%	29.4%	1.5%	44.5	40.0
	68	8	11	28	20	1		
郊外大規模 施設	-	5.0%	10.0%	35.0%	50.0%	0.0%	51.8	49.5
	20	1	2	7	10	0		

店舗売場面積別集計

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	54.8%	28.8%	12.3%	4.1%	0.0%	22.5	20.0
	73	40	21	9	3	0		
～1,000㎡ 未満	-	20.3%	27.8%	44.3%	7.6%	0.0%	32.3	31.0
	79	16	22	35	6	0		
～2,000㎡ 未満	-	10.4%	17.9%	44.8%	26.9%	0.0%	40.2	39.0
	67	7	12	30	18	0		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	8.2%	32.8%	57.4%	1.6%	57.5	56.0
	61	0	5	20	35	1		

13. SKU数（納豆）

全体結果

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
平成23年	-	58.7%	31.4%	9.2%	0.7%	0.0%	20.0	20.0
	283	166	89	26	2	0		

店舗立地別集計

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	60.9%	30.4%	8.7%	0.0%	0.0%	18.3	19.0
	23	14	7	2	0	0		
商店街 商業地	-	52.9%	35.3%	11.8%	0.0%	0.0%	18.6	16.5
	34	18	12	4	0	0		
住宅地域	-	68.5%	26.9%	3.8%	0.8%	0.0%	18.5	18.0
	130	89	35	5	1	0		
幹線道路 沿い	-	51.4%	35.7%	12.9%	0.0%	0.0%	21.6	20.0
	70	36	25	9	0	0		
郊外大規模 施設	-	28.6%	42.9%	23.8%	4.8%	0.0%	27.2	27.0
	21	6	9	5	1	0		

店舗売場面積別集計

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	87.8%	9.5%	2.7%	0.0%	0.0%	13.8	13.0
	74	65	7	2	0	0		
～1,000㎡ 未満	-	68.4%	27.8%	3.8%	0.0%	0.0%	18.7	18.0
	79	54	22	3	0	0		
～2,000㎡ 未満	-	53.7%	37.3%	7.5%	1.5%	0.0%	21.3	20.0
	67	36	25	5	1	0		
2,000㎡ 以上	-	17.5%	55.6%	25.4%	1.6%	0.0%	27.4	26.0
	63	11	35	16	1	0		

14. SKU数 (カレー)

全体結果

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
平成23年	-	17.2%	14.0%	31.9%	32.6%	4.3%	47.6	41.0
	279	48	39	89	91	12		

店舗立地別集計

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	17.4%	17.4%	26.1%	34.8%	4.3%	48.0	45.0
	23	4	4	6	8	1		
商店街 商業地	-	17.6%	23.5%	26.5%	26.5%	5.9%	47.1	38.0
	34	6	8	9	9	2		
住宅地域	-	21.5%	16.2%	34.6%	23.8%	3.8%	42.0	36.0
	130	28	21	45	31	5		
幹線道路 沿い	-	12.1%	6.1%	36.4%	40.9%	4.5%	52.9	48.0
	66	8	4	24	27	3		
郊外大規模 施設	-	4.8%	4.8%	14.3%	71.4%	4.8%	68.8	71.0
	21	1	1	3	15	1		

店舗売場面積別集計

	回答数	～20	～30	～50	～100	101以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	45.2%	17.8%	32.9%	4.1%	0.0%	25.7	24.0
	73	33	13	24	3	0		
～1,000㎡ 未満	-	9.0%	25.6%	47.4%	15.4%	2.6%	42.0	37.5
	78	7	20	37	12	2		
～2,000㎡ 未満	-	9.1%	7.6%	28.8%	51.5%	3.0%	53.1	53.0
	66	6	5	19	34	2		
2,000㎡ 以上	-	3.2%	1.6%	14.5%	67.7%	12.9%	74.5	69.0
	62	2	1	9	42	8		

15. 従業員数（正社員）

全体結果

	回答数	～5人	～10人	～20人	～30人	31人以上	平均	中央値
平成23年	-	28.8%	24.6%	30.4%	10.2%	6.0%	12.9	10.0
	431	124	106	131	44	26		

店舗立地別集計

	回答数	～5人	～10人	～20人	～30人	31人以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	35.0%	17.5%	25.0%	10.0%	12.5%	15.8	10.0
	40	14	7	10	4	5		
商店街 商業地	-	35.0%	20.0%	28.3%	10.0%	6.7%	13.1	9.0
	60	21	12	17	6	4		
住宅地域	-	34.5%	32.5%	24.4%	7.1%	1.5%	9.5	8.0
	197	68	64	48	14	3		
幹線道路 沿い	-	17.0%	18.0%	44.0%	14.0%	7.0%	15.4	13.5
	100	17	18	44	14	7		
郊外大規模 施設	-	0.0%	17.9%	35.7%	21.4%	25.0%	24.3	20.0
	28	0	5	10	6	7		

店舗売場面積別集計

	回答数	～5人	～10人	～20人	～30人	31人以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	69.0%	20.7%	7.8%	2.6%	0.0%	5.2	4.0
	116	80	24	9	3	0		
～1,000㎡ 未満	-	30.0%	41.7%	27.5%	0.8%	0.0%	8.3	8.0
	120	36	50	33	1	0		
～2,000㎡ 未満	-	7.1%	26.5%	51.0%	9.2%	6.1%	14.9	14.0
	98	7	26	50	9	6		
2,000㎡ 以上	-	1.1%	6.3%	38.9%	32.6%	21.1%	25.9	22.0
	95	1	6	37	31	20		

16. 従業員数（パート・アルバイト）

全体結果

	回答数	～20人	～30人	～50人	～100人	101人以上	平均	中央値
平成23年	-	28.1%	17.9%	23.4%	23.0%	7.7%	46.2	34.0
	431	121	77	101	99	33		

店舗立地別集計

	回答数	～20人	～30人	～50人	～100人	101人以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	40.0%	7.5%	17.5%	22.5%	12.5%	50.0	34.0
	40	16	3	7	9	5		
商店街 商業地	-	35.0%	21.7%	20.0%	15.0%	8.3%	41.7	29.5
	60	21	13	12	9	5		
住宅地域	-	31.5%	19.8%	27.4%	15.7%	5.6%	38.9	30.0
	197	62	39	54	31	11		
幹線道路 沿い	-	17.0%	21.0%	24.0%	33.0%	5.0%	51.8	40.3
	100	17	21	24	33	5		
郊外大規模 施設	-	7.1%	0.0%	10.7%	57.1%	25.0%	86.0	75.0
	28	2	0	3	16	7		

店舗売場面積別集計

	回答数	～20人	～30人	～50人	～100人	101人以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	61.2%	18.1%	15.5%	5.2%	0.0%	21.4	18.0
	116	71	21	18	6	0		
～1,000㎡ 未満	-	34.2%	24.2%	30.0%	11.7%	0.0%	30.9	29.5
	120	41	29	36	14	0		
～2,000㎡ 未満	-	7.1%	26.5%	28.6%	33.7%	4.1%	48.1	43.0
	98	7	26	28	33	4		
2,000㎡ 以上	-	2.1%	1.1%	18.9%	47.4%	30.5%	93.7	79.0
	95	2	1	18	45	29		

17.1 日平均客数（平日）

全体結果

	回答数	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
平成23年	-	7.1%	22.0%	40.5%	15.9%	14.6%	1865.2	1500.0
	410	29	90	166	65	60		

店舗立地別集計

	回答数	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	5.3%	26.3%	21.1%	26.3%	21.1%	2692.0	1925.0
	38	2	10	8	10	8		
商店街 商業地	-	12.1%	20.7%	41.4%	10.3%	15.5%	1702.0	1435.0
	58	7	12	24	6	9		
住宅地域	-	7.0%	27.3%	44.9%	14.4%	6.4%	1517.2	1350.0
	187	13	51	84	27	12		
幹線道路 沿い	-	6.3%	14.6%	44.8%	18.8%	15.6%	1880.0	1606.0
	96	6	14	43	18	15		
郊外大規模 施設	-	0.0%	3.8%	23.1%	15.4%	57.7%	3574.7	3487.5
	26	0	1	6	4	15		

店舗売場面積別集計

	回答数	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	23.4%	39.6%	32.4%	4.5%	0.0%	947.1	900.0
	111	26	44	36	5	0		
～1,000㎡ 未満	-	2.7%	33.6%	53.1%	8.0%	2.7%	1357.9	1216.0
	113	3	38	60	9	3		
～2,000㎡ 未満	-	0.0%	5.2%	54.6%	29.9%	10.3%	2025.7	1851.0
	97	0	5	53	29	10		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	3.4%	18.2%	25.0%	53.4%	3502.4	3092.5
	88	0	3	16	22	47		

18.1 日平均客数（土日）

全体結果

	回答数	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
平成23年	-	6.9%	16.1%	41.7%	14.8%	20.5%	2146.0	1700.0
	391	27	63	163	58	80		

店舗立地別集計

	回答数	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	13.5%	18.9%	27.0%	13.5%	27.0%	2567.4	1500.0
	37	5	7	10	5	10		
商店街 商業地	-	10.9%	18.2%	45.5%	5.5%	20.0%	1934.5	1500.0
	55	6	10	25	3	11		
住宅地域	-	5.6%	20.9%	47.5%	14.1%	11.9%	1749.1	1400.0
	177	10	37	84	25	21		
幹線道路 沿い	-	5.5%	7.7%	44.0%	20.9%	22.0%	2274.0	2000.0
	91	5	7	40	19	20		
郊外大規模 施設	-	0.0%	3.8%	7.7%	23.1%	65.4%	4385.9	4200.0
	26	0	1	2	6	17		

店舗売場面積別集計

	回答数	～500人	～1,000人	～2,000人	～3,000人	3,001人以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	21.7%	34.9%	37.7%	5.7%	0.0%	1012.9	907.5
	106	23	37	40	6	0		
～1,000㎡ 未満	-	2.8%	21.7%	62.3%	9.4%	3.8%	1438.1	1300.0
	106	3	23	66	10	4		
～2,000㎡ 未満	-	0.0%	2.1%	47.9%	30.9%	19.1%	2358.5	2004.5
	94	0	2	45	29	18		
2,000㎡ 以上	-	1.2%	1.2%	13.1%	15.5%	69.0%	4236.0	3780.5
	84	1	1	11	13	58		

19. 年間売上高

全体結果

	回答数	500 百万円未満	1,000 百万円未満	2,000 百万円未満	3,000 百万円未満	3,000 百万円以上	平均	中央値
平成23年	-	21.9%	28.1%	28.9%	11.4%	9.7%	1430.1	996.0
	402	88	113	116	46	39		

店舗立地別集計

	回答数	500 百万円未満	1,000 百万円未満	2,000 百万円未満	3,000 百万円未満	3,000 百万円以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	29.7%	24.3%	16.2%	13.5%	16.2%	1927.9	864.0
	37	11	9	6	5	6		
商店街 商業地	-	29.8%	29.8%	26.3%	5.3%	8.8%	1160.5	840.0
	57	17	17	15	3	5		
住宅地域	-	25.4%	35.4%	27.6%	8.3%	3.3%	1044.3	800.0
	181	46	64	50	15	6		
幹線道路 沿い	-	13.4%	21.6%	38.1%	17.5%	9.3%	1649.3	1288.0
	97	13	21	37	17	9		
郊外大規模 施設	-	0.0%	0.0%	29.2%	16.7%	54.2%	3354.6	3105.5
	24	0	0	7	4	13		

店舗売場面積別集計

	回答数	500 百万円未満	1,000 百万円未満	2,000 百万円未満	3,000 百万円未満	3,000 百万円以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	62.0%	27.8%	10.2%	0.0%	0.0%	497.7	427.0
	108	67	30	11	0	0		
～1,000㎡ 未満	-	17.8%	54.2%	27.1%	0.9%	0.0%	827.5	770.0
	107	19	58	29	1	0		
～2,000㎡ 未満	-	2.1%	24.0%	54.2%	16.7%	3.1%	1458.3	1300.0
	96	2	23	52	16	3		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	1.1%	25.8%	32.6%	40.4%	3267.3	2612.0
	89	0	1	23	29	36		

20. 1㎡あたり売上高

全体結果

	回答数	100万円未満	150万円未満	200万円未満	300万円未満	300万円以上	平均	中央値
平成23年	-	53.0%	29.3%	9.5%	5.8%	2.5%	111.2	96.2
	400	212	117	38	23	10		

店舗立地別集計

	回答数	100万円未満	150万円未満	200万円未満	300万円未満	300万円以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	48.6%	10.8%	16.2%	16.2%	8.1%	146.6	104.3
	37	18	4	6	6	3		
商店街 商業地	-	57.1%	23.2%	12.5%	5.4%	1.8%	106.7	90.9
	56	32	13	7	3	1		
住宅地域	-	50.0%	33.3%	8.9%	5.6%	2.2%	112.8	99.0
	180	90	60	16	10	4		
幹線道路 沿い	-	57.7%	29.9%	6.2%	4.1%	2.1%	102.6	91.0
	97	56	29	6	4	2		
郊外大規模 施設	-	54.2%	37.5%	8.3%	0.0%	0.0%	90.3	79.1
	24	13	9	2	0	0		

店舗売場面積別集計

	回答数	100万円未満	150万円未満	200万円未満	300万円未満	300万円以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	39.8%	28.7%	11.1%	12.0%	8.3%	142.5	117.9
	108	43	31	12	13	9		
～1,000㎡ 未満	-	47.7%	35.5%	11.2%	4.7%	0.9%	113.6	104.3
	107	51	38	12	5	1		
～2,000㎡ 未満	-	56.3%	30.2%	8.3%	5.2%	0.0%	101.1	90.5
	96	54	29	8	5	0		
2,000㎡ 以上	-	71.9%	21.3%	6.7%	0.0%	0.0%	81.2	73.8
	89	64	19	6	0	0		

21. 平均客単価

全体結果

	回答数	1,000円未満	1,200円未満	1,500円未満	2,000円未満	2,000円以上	平均	中央値
平成23年	-	5.7%	8.7%	15.5%	39.5%	30.5%	1835.6	1772.0
	367	21	32	57	145	112		

店舗立地別集計

	回答数	1,000円未満	1,200円未満	1,500円未満	2,000円未満	2,000円以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	22.9%	20.0%	14.3%	28.6%	14.3%	2001.2	1286.5
	35	8	7	5	10	5		
商店街 商業地	-	10.0%	16.0%	18.0%	30.0%	26.0%	1653.9	1662.1
	50	5	8	9	15	13		
住宅地域	-	3.0%	9.6%	21.0%	42.5%	24.0%	1722.0	1687.0
	167	5	16	35	71	40		
幹線道路 沿い	-	2.3%	1.1%	8.0%	46.6%	42.0%	1952.8	1923.5
	88	2	1	7	41	37		
郊外大規模 施設	-	4.3%	0.0%	0.0%	30.4%	65.2%	2326.3	2189.7
	23	1	0	0	7	15		

店舗売場面積別集計

	回答数	1,000円未満	1,200円未満	1,500円未満	2,000円未満	2,000円以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	14.6%	20.8%	27.1%	27.1%	10.4%	1410.9	1319.8
	96	14	20	26	26	10		
～1,000㎡ 未満	-	2.1%	9.4%	24.0%	49.0%	15.6%	1661.9	1647.8
	96	2	9	23	47	15		
～2,000㎡ 未満	-	3.2%	3.2%	7.5%	50.5%	35.5%	1878.9	1839.4
	93	3	3	7	47	33		
2,000㎡ 以上	-	2.5%	0.0%	1.2%	29.6%	66.7%	2494.2	2173.7
	81	2	0	1	24	54		

22. 従業員一人あたり売上高

全体結果

	回答数	1,000万円未満	2,000万円未満	3,000万円未満	5,000万円未満	5,000万円以上	平均	中央値
平成23年	-	2.0%	37.8%	37.8%	19.6%	2.8%	2436.3	2227.7
	392	8	148	148	77	11		

店舗立地別集計

	回答数	1,000万円未満	2,000万円未満	3,000万円未満	5,000万円未満	5,000万円以上	平均	中央値
駅前 駅構内	-	2.7%	32.4%	35.1%	18.9%	10.8%	2894.8	2467.6
	37	1	12	13	7	4		
商店街 商業地	-	1.8%	41.8%	34.5%	18.2%	3.6%	2533.7	2047.4
	55	1	23	19	10	2		
住宅地域	-	3.4%	40.4%	37.1%	16.3%	2.8%	2278.5	2070.0
	178	6	72	66	29	5		
幹線道路 沿い	-	0.0%	39.4%	42.6%	18.1%	0.0%	2350.9	2253.5
	94	0	37	40	17	0		
郊外大規模 施設	-	0.0%	12.5%	37.5%	50.0%	0.0%	2976.4	2994.0
	24	0	3	9	12	0		

店舗売場面積別集計

	回答数	1,000万円未満	2,000万円未満	3,000万円未満	5,000万円未満	5,000万円以上	平均	中央値
～500㎡ 未満	-	5.8%	47.1%	34.6%	9.6%	2.9%	2064.4	1919.4
	104	6	49	36	10	3		
～1,000㎡ 未満	-	1.9%	37.4%	42.1%	16.8%	1.9%	2397.9	2151.1
	107	2	40	45	18	2		
～2,000㎡ 未満	-	0.0%	40.4%	35.1%	22.3%	2.1%	2461.9	2298.8
	94	0	38	33	21	2		
2,000㎡ 以上	-	0.0%	23.3%	39.5%	32.6%	4.7%	2914.1	2659.4
	86	0	20	34	28	4		

III. 平成23年スーパーマーケット年次統計調査票

平成23年 スーパーマーケット年次統計調査 調査票

調査内容

1. 経営環境
2. 人事環境
3. 販売促進
4. 決済手段
5. PB商品
6. 部門構成
7. 店舗外サービス
8. 今後の経営計画
9. 環境対策
10. 店舗状況

調査目的

本調査は、毎年一回スーパーマーケットの動向を調査し、スーパーマーケット業界の基礎資料とすることを目的としています。

回答方法

記入要項をご確認のうえ、調査票にご回答ください
無記名にてご回答いただけます。

情報管理

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。

集計結果

調査結果は、集計作業が完了次第、ご協力いただいた皆様に送付させていただきます。

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

平成23年8月

1. 経営環境

1-1 現在の店舗数と売場面積をご記入ください

総売場面積 m²

総店舗数 店舗

店舗所在エリア
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a. 1都道府県
 b. 3都道府県以内
 c. 4都道府県以上
(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれも含まない)
 d. 4都道府県以上
(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、愛知県のいずれかを含む)

1-2 過去一年間における店舗状況についてご記入ください

新規出店 店舗 改装・改築 店舗 閉店 店舗

1-3 現在計画されている今後一年間の店舗状況についてご記入ください

新規出店 店舗 改装・改築 店舗 閉店 店舗

1-4 現在、保有または業務委託しているセンターをお選びください
(該当するものをすべて選択してください)

在庫型センター

- a. 一般食品、日用雑貨等の在庫型センター
 b. その他部門の在庫型センター

スルー型センター

- a. 一般食品、日用雑貨等のスルー型センター
 b. 日配品のスルー型センター
 c. 生鮮品のスルー型センター
 d. その他部門のスルー型センター

プロセスセンター

- a. 青果のプロセスセンター
 b. 水産のプロセスセンター
 c. 精肉のプロセスセンター
 d. 惣菜のプロセスセンター
 e. その他部門のプロセスセンター

1-5 現在の各商品カテゴリーに関してご記入ください

	①売上構成比		②目標とする利益率		③前年度と比べたSKU数の増減		
	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	増加	変わらない	減少
1 青果	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2 水産	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3 畜産	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4 惣菜	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5 日配品	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
6 一般食品	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
7 非食品	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8 その他	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	%	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
合計	<input type="text" value="100"/>	%					

2. 人事環境

2-1 現在の従業員数をご記入ください

	店舗		本部・その他	
正社員	<input type="text"/>	人	<input type="text"/>	人

2-2 現在の1週間あたりのパート・アルバイト数をご記入ください

週のべ労働時間	店舗		本部・その他	
20時間未満	<input type="text"/>	人	<input type="text"/>	人
20時間～30時間	<input type="text"/>	人	<input type="text"/>	人
30時間以上	<input type="text"/>	人	<input type="text"/>	人

2-3 現在の初任給、時間給に関してご記入ください

初任給(大卒) 月額	<input type="text"/>	円		
初任給(高卒) 月額	<input type="text"/>	円		
パート時間給 最高額	<input type="text"/>	円	職種 ()
パート時間給 最低額	<input type="text"/>	円	職種 ()

2-4 人件費は総売上上のどのくらいを占めていますか

現在 % 前年度 %

2-5 直近1年間の採用人数をご記入ください

新卒(高卒)	<input type="text"/>	人
新卒(大卒・専門卒)	<input type="text"/>	人
中途採用	<input type="text"/>	人

2-6 来年度の新卒・中途採用についてどのような方針ですか

(該当するものをひとつだけ選択してください)

来年度の採用について

- a. 今年以上に積極的な採用をする見込み
 b. 今年並みの採用とする見込み
 c. 今年以下の採用とする見込み
 d. 新規採用は見合わせる見込み

3. 販売促進

3-1 現在、ポイントカードを導入していますか(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをすべて選択してください)

- a 自社独自のポイントカードを導入している
 b 商店街など地域のポイントカードを導入している
 c 提携会社のポイントカードを導入している
 d ポイントカードを導入していない

3-2 ポイントカード導入の効果についてどう感じていますか
(該当するものをすべて選択してください)

- a 売上増加に効果を感じる
 b 来店客数増加に効果を感じる
 c 固定客の確保に効果を感じる
 d 顧客情報の収集に効果を感じる

3-3 ポイント還元費は、総売上のどのくらいを占めていますか

現在 % 前年度 %

3-4 新聞折り込みのチラシを週当たり何回発行していますか

現在 回 前年度 回

3-5 広告費など販促費は、総売上のどのくらいを占めていますか
(ポイント還元費を除く)

現在 % 前年度 %

4. 決済手段

4-1 現在、以下の決済手段を利用できますか(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをすべて選択してください)

- a クレジットカード
 b 電子マネー
 c プリペイドカード
 d デビットカード
 e 銀聯カード(ギンレンカード)
 f 導入していない

4-2 現在、現金以外の決済利用者数・利用金額はどう変化していますか
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a 増加している
 b 横ばいである
 c 減少している

4-3 今後導入を計画している決済手段はどれですか
(該当するものをすべて選択してください)

- a クレジットカード
 b 電子マネー
 c プリペイドカード
 d デビットカード
 e 銀聯カード(ギンレンカード)
 f 計画していない

5. PB商品

5-1 現在、PB商品(自社開発商品、共同・他社開発商品)を取り扱っていますか(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a 取り扱っている
 b 取り扱っていない
 c 今後取り扱いを予定している

5-2 PB商品を導入した理由に該当するものをお選びください
(該当するものをすべて選択してください)

- a 価格競争力のある商品
 b 高品質な商品
 c 独自性のアピールできる商品
 d 自社特徴を活用した商品

5-3 PB商品売上高は、総売上上のどれくらいを占めていますか

現在 % 前年度 %

5-4 今後、PB商品を強化するカテゴリーはどれですか
(該当するものをすべて選択してください)

- a 一般食品のPBを強化する
 b 日配品のPBを強化する
 c 惣菜のPBを強化する
 d 非食品のPBを強化する
 e 特に強化するカテゴリーはない

5-5 今後、PB商品に期待することはなんですか
(該当するものをすべて選択してください)

- a 価格競争力のある商品
 b 高品質な商品
 c 独自性のアピールできる商品
 d 自社特徴を活用した商品

6. 部門構成

6-1 現在、売場内に医薬品売場を設置していますか(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a 設置している
 b テナントとして設置している
 c 設置していない

6-2 現在、売場内にインスタベーカリーを設置していますか(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a 設置している
 b テナントとして設置している
 c 設置していない

7. 店舗外販売(サービス)

7-1 現在、店舗外販売(サービス)を実施していますか (一部店舗での導入を含む)
(該当するものをすべて選択してください)

- | | 自社 | 業務委託 |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a ネットスーパーを行っている | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b 注文宅配サービスを行っている
(店舗販売分の配送サービスを除く) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c 出張販売サービスを行っている | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7-2 これまでに買物弱者の支援を要請されたことがありますか
(該当するものをすべて選択してください)

- a. 顧客から要望された店舗がある
- b. 地方自治体から要請された店舗がある
- c. 要請された店舗はない

7-3 地元の自治体やバス会社などと連携して買物弱者対策を行ったことがありますか
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a. 対策を実施した
- b. 対策を検討中である
- c. 対策を行ったことはない

8. 今後の経営計画

8-1 今後の経営計画についてもっとも近いものをお答えください

1. 今後の店舗運営

(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a. 新規出店を積極的にすすめる
- b. 既存店の改装・改築をすすめる
- c. 不採算店の閉店・営業転換など店舗の合理化をすすめる

2. 今後の店舗コンセプト

(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a. 立地により様々なタイプの店舗を展開する
- b. 店舗コンセプトを統一して明確にする

3. 今後の差別化戦略

(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a. 価格政策により差別化を図る
- b. 品揃えにより差別化を図る
- c. 品質により差別化を図る
- d. サービス向上により差別化を図る

8-2 震災対策への取り組みとして実施しているものをお答えください

(該当するものをすべて選択してください)

- a. 店舗の耐震強化
- b. 店舗内の自家発電機の設置
- c. 従業員への防災教育
- d. データのバックアップシステム強化
- e. 仕入れ先の変更、分散化
- f. 配送センターの機能強化(移転・拡張)
- g. 配送センターの防災強化(耐震・自家発電等)
- h. 防災関連商品の在庫強化

9. 環境対策

9-1 廃棄物リサイクルへの取り組みで実施しているものをお選びください
(該当するものをすべて選択してください)

	全ての店舗で実施	一部店舗で実施	実施店舗数
a. 食品残渣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
b. 廃油	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
c. 販促資材	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
d. 食品トレー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
e. ペットボトル	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
f. 缶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
g. 瓶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗
h. 牛乳パック	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 店舗

9-2 現在の商品カテゴリーのロス率をご記入ください

ロス率%	1 青果 <input type="text"/> %	2 水産 <input type="text"/> %	3 畜産 <input type="text"/> %	4 惣菜 <input type="text"/> %
	5 日配品 <input type="text"/> %	6 一般食品 <input type="text"/> %	7 非食品 <input type="text"/> %	

9-3 環境対策への各種取り組みで該当するものをお選びください(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをすべて選択してください)

日常的な取り組み	省エネ機器の導入	社内での取り組み
<input type="checkbox"/> a. 照明調整	<input type="checkbox"/> a. 省エネ照明	<input type="checkbox"/> a. 従業員教育
<input type="checkbox"/> b. 空調調整	<input type="checkbox"/> b. 省エネ空調	<input type="checkbox"/> b. 環境保全活動への参加・協力
<input type="checkbox"/> c. 冷蔵機器調整	<input type="checkbox"/> c. 省エネ冷蔵機器	<input type="checkbox"/> c. 環境マネジメントシステムの導入

9-4 節電効果や環境対策の効果をどのように把握していますか
(該当するものをひとつだけ選択してください)

- a. 専門の機器を導入して把握している
- b. 環境対策・節電マニュアルなどを参考に把握している
- c. 把握していない

9-5 現在、環境対策への取り組みにより、光熱費がどの程度削減されたと考えていますか

現在 % 前年度 %

9-6 現在、電気代、ガス代、軽油費などの光熱費は、総売上のどのくらいを占めていますか

現在 % 前年度 %

9-7 現在、レジ袋使用抑制の取り組みを行っていますか(一部店舗での導入を含む)
(該当するものをすべて選択してください)

- a. レジ袋無料配布の中止(有料化)
- b. レジ袋辞退を推奨するための取り組み(ポイント加算、キャッシュバックなど)
- c. マイバッグ、マイバスケットの販売や配布
- d. 特に行っていない

9-8 現在、レジ袋辞退率はどのくらいですか

現在 % 前年度 %

10. 店舗状況

10-1 現在の売場面積最大と最小店舗について店舗状況をご記入ください

売場面積 最大店舗	立地環境	食品売上比率				
	1 駅前・駅構内	1 70%以上				
	2 商店街・商業地	2 50%~70%				
	3 住宅地域	3 50%~30%				
	4 幹線道路沿い	4 30%未満				
	5 郊外大規模施設					
			売場面積	バックヤード面積	駐車場台数	レジ台数
			<input type="text"/> m ²	<input type="text"/> m ²	<input type="text"/> 台	<input type="text"/> 台
開店時間 (通常営業時)	閉店時間 (通常営業時)	年間休日数	(SKU数) 店舗内総数	(SKU数) 醤油	(SKU数) 納豆	(SKU数) レトルトカレー
<input type="text"/> : <input type="text"/>	<input type="text"/> : <input type="text"/>	<input type="text"/> 日	<input type="text"/> SKU	<input type="text"/> SKU	<input type="text"/> SKU	<input type="text"/> SKU
平均従業員数 (正社員)	平均従業員数 (パート・アルバイト)	一日平均客数 (平日)	一日平均客数 (土日)	年間売上高		
<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 百万円		

売場面積 最小店舗	立地環境	食品売上比率				
	1 駅前・駅構内	1 70%以上				
	2 商店街・商業地	2 50%~70%				
	3 住宅地域	3 50%~30%				
	4 幹線道路沿い	4 30%未満				
	5 郊外大規模施設					
			売場面積	バックヤード面積	駐車場台数	レジ台数
			<input type="text"/> m ²	<input type="text"/> m ²	<input type="text"/> 台	<input type="text"/> 台
開店時間 (通常営業時)	閉店時間 (通常営業時)	年間休日数	(SKU数) 店舗内総数	(SKU数) 醤油	(SKU数) 納豆	(SKU数) レトルトカレー
<input type="text"/> : <input type="text"/>	<input type="text"/> : <input type="text"/>	<input type="text"/> 日	<input type="text"/> SKU	<input type="text"/> SKU	<input type="text"/> SKU	<input type="text"/> SKU
平均従業員数 (正社員)	平均従業員数 (パート・アルバイト)	一日平均客数 (平日)	一日平均客数 (土日)	年間売上高		
<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 百万円		

平成23年
スーパーマーケット年次統計調査報告書

発行：平成24年1月31日

【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

TEL：050-3541-2069

E-Mail：tokei@super.or.jp

担当：長瀬直人

報告書内の数値及び分析は回答結果をもとにした調査事務局としての見解です。
引用される際は出典を明記してください。

非売品