

# 食品スーパーマーケット調査結果

価格競争が激化する中、  
省エネや経費削減に努める企業が増加

時代の趨勢に合わせ、東日本大震災や節電の影響による経費削減節電策を設問に入れた。設問の最初に新たに立地条件、店内サービスを追加した。

◇調査時期 平成23年7月

◇調査対象 市内に店舗をおく食料品スーパーマーケット88店

◇回答を得たのは69店  
(回答率78.4%)

開業年数(回答数62店)	
1~5年	29.0%
6~10年	27.4%
11~20年	21.0%
21年以上	22.6%

開業1年以下の新規出店が8.1%、平均開業年数は13.4年

現在表面化している経営上の問題点 (複数回答・上位3つまで) 表1			
順位		問題点の内容	割合(%)
23年	22年		
1	1	価格競争の激化	73.5
2	5	近隣への同業他店の進出	48.5
3	2	需要の停滞	33.8
3	9	店舗の老朽化	33.8
5	2	人件費の増加	26.5
6	10	駐車場の確保難	22.1
7	6	購買力の他地域への流出	19.1
7	4	消費者ニーズの変化	19.1
9	8	ドラッグストアとの競合	13.2
10	6	仕入コストの増加	5.9

①表面化している経営上の問題点(上位3つまで)

経営上の問題点については「価格競争の激化」が73.5%と最も多かった。なお、昨年30.3%であった「近隣への同



業他店の進出」が今回は48.5%と大きく増加している。これは、先の質問の回答にあったように1年以下の開業(新規出店)が多くあった結果を反映しているのではないかと推測される。  
(表1)



②経営上の問題点に対する対応について

問題点に対する対応策として「他社との価格比較の徹底」が54.4%と最も多い。2番目として「東日本大震災や節電等の影響下での経費削減」が47.1%となっており、その具体策としては「人件費の削減」、「省エネ機器の導入」、「広告宣伝費の削減」の順となっている。  
(表2.3)

東日本大震災や節電等の影響下での経費削減策 表2		
人件費の削減	省エネ機器の導入	広告宣伝費の削減
10	7	4
47.6%	33.3%	19.0%