資料４－１

食料品スーパー業のベンチマーク指標（案）

日本チェーンストア協会
一般社団法人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
オール日本スーパーマーケット協会

平成２９年１２月２５日

日本チェーンストア協会の概要

1. 設　立

昭和42年（1967年）8月2日

2. 目　的

チェーンストアの健全な発展と普及を図ることにより、小売業の経営の改善を通じて、わが国流通機構の合理化、近代化を促進するとともに、国民生活の向上に寄与する。

3. 会員資格

〇通常会員

・チェーンストアを営む小売業法人であって、11店舗以上 または年商10億円以上のもの。

・チェーンストア事業を営む小売業法人を直接の子会社に持つ持株会社。

〇賛助会員

協会の趣旨に賛同し、これに協力する法人。ただし、賛助会員の中から常任理事会の推薦を得る等して特別賛助会員とすることができる。

4. 会員企業数

〇通常会員	57社
〇特別賛助会員	20社
〇賛助会員	436社

5. 会員企業売上高

13兆1,842億円（平成27年度）

（一般社団法人）日本スーパーマーケット協会の概要

1. 設立

   平成11年（1999年）7月12日

2. 目的

   スーパーマーケットの健全な発展と普及を図ることにより、我が国食品流通の近代化・合理化を推進するとともに、より豊かな国民生活の実現に寄与する。

3. 会員資格

   - 通常会員　食料品売上構成比が50%以上のスーパーマーケット。
   - 賛助会員　本協会の目的に賛同し、その事業に協力するもの。

4. 会員企業数

   - 通常会員　87社（6，835店舗）
   - 賛助会員　460社

5. 会員企業売上高

   8兆3，368億円（平成29年11月30日現在）

一般社団法人
新日本スーパーマーケット協会
New Supermarket Association of Japan

一般社団法人　新日本スーパーマーケット協会

所在地

東京都千代田区内神田3-19-8　櫻井ビル4Ｆ

設立

昭和33年3月26日

会員数

正会員327社　賛助会員859社 合計1,186社

役員

名誉会長　清水 信次

株式会社ライフコーポレーション 代表取締役会長兼CEO

会長　横山 清

株式会社アークス 代表取締役社長

副会長　増井徳太郎

株式会社紀ノ国屋 ファウンダー

他理事３７名

オール日本スーパーマーケット協会の概要

1．設立
昭和37年（1962年）7月15日

2．目的
会員相互の親睦を計り、スーパーマーケット経営の研究を通じて、会員の経営改善とその繁栄に資することを目的とする

3．会員資格
〇正会員
・本格的な食品スーパーチェーン構築への熱意がある企業
・正会員A・・・教育、商品を活用し本格的なスーパーマーケットを目指すもの
・正会員B・・・教育のみを活用し本格的なスーパーマーケットを目指すもの
〇賛助会員
・スーパーマーケットのお取引先様やAJSの趣旨に賛同し、協力いただけるもの

4．会員企業数
〇正会員　　国内54社、海外1社
〇賛助会員　389社　　（2016年10月現在）

5．会員企業売上高
国内1兆7,087億円、海外3,125億円　（2016年10月現在）

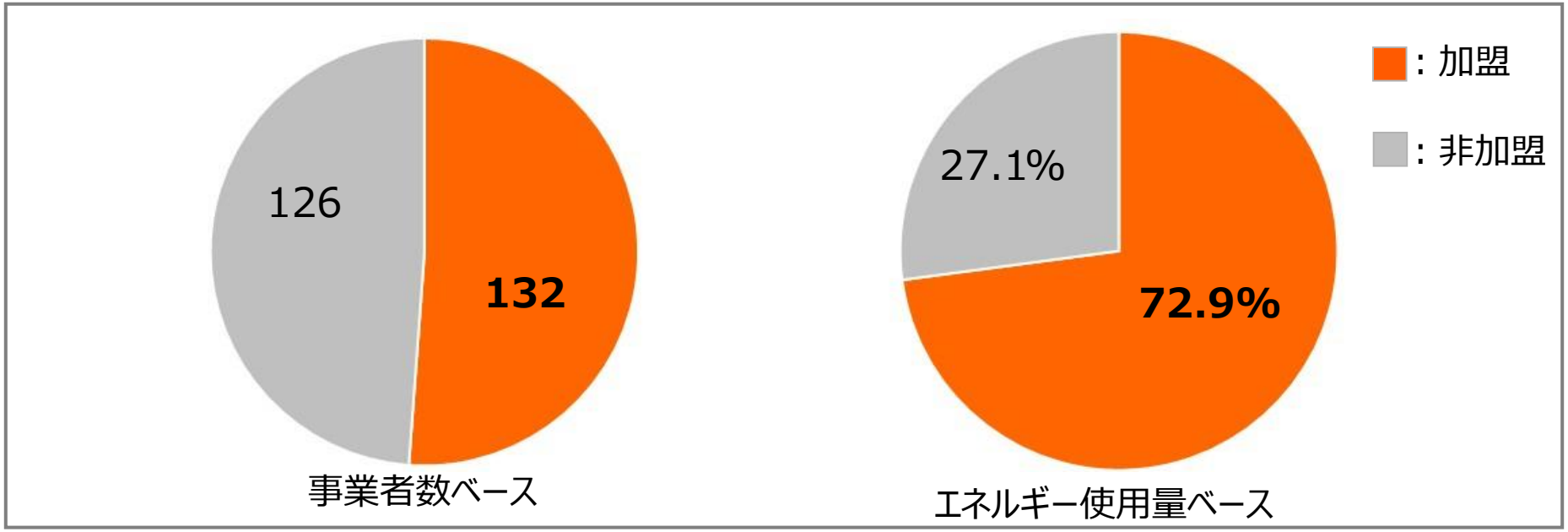
【参考】アンケート対象（業界カバー率）

H28年度定期報告提出事業者（各種食品小売業：5811）の状況

●各協会ごとの定期報告提出対象事業者数（重複加盟あり、加盟社数は2017年4月（アンケート実施）時点）

協会名	日本 チェーンストア協会	日本 スーパーマーケット 協会	新日本 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
加盟社数	59	96	321	54
定期報告対象事業者	20	53	87	20

●定期報告提出対象事業者数の割合



昨年度までの検討経緯

平成27年度　第３回　工場等判断基準ワーキンググループの資料

資料3－2

スーパーマーケット業界における
ベンチマーク制度の検討状況について

日本チェーンストア協会
（一社）日本スーパーマーケット協会

2015年12月

ベンチマーク制度への課題点

1．店舗のグルーピングをどう行うのか

・日本チェーンストア協会においては、大型スーパー、中小型スーパーをはじめ、ホームセンターや100円ショップなどが会員となっており、多様なエネルギー使用が行われており、統一的なベンチマークの設定が難しい。どのような基準を設定してグルーピングを行うのが良いのか。

2．以下の問題点を解決できる原単位をどのように決めるのか

・現状、省エネ法の定期報告で使用している原単位が各社ばらばらになっている。

・同一の延床面積の店舗であっても、立地により売場面積とバックヤードの比率がそれぞれ異なっており、エネルギーの使用状況は一様ではない。

・店舗改装時に省エネ機器を導入したにも関わらず原単位が悪化するケースがある。ベンチマーク導入が個別企業の営業を阻害する要因になるのではないか。

という点については、業界内の賛同が得られ、活用のしやすい制度とするにはどうすべきか、慎重に議論していく必要があると考えている。

6

▶ **スーパーマーケット業界におけるベンチマーク制度導入の検討について、課題点を整理**

昨年度までの検討経緯

平成28年度　第３回　工場等判断基準ワーキンググループでの発表

＜ご参考＞平成27年度　第3回工場等判断基準WGの委員指摘事項

各協会からの報告に対するBM検討の進め方に関するご意見

- ベンチマーク制度導入にあたっての問題点が整理されていたが、概念的な整理にとどまっている。ベンチマークは数値目標であるため、エネルギー消費データを分析し、各問題点がどの程度影響するのか分析するべき。
- まずは、業界におけるエネルギー使用量の内訳（照明、空調等）を把握することが基本のデータになり、そこからとるべき省エネ対策が明確になるのではないか。
- 各業界において課題の整理は進んだため、今後は統計的に処理ができるデータの整理を行っていくべき。完璧な指標を求めすぎず、制度導入に向けて進んでいってもらいたい。

各協会が抱えるベンチマーク検討の課題を具体的に分析していくために、
今後はデータの取得を進める必要がある

2

▶ **ベンチマーク制度導入の検討には「データの取得」が必要との指摘**

昨年度までの検討経緯

平成28年度　第３回　工場等判断基準ワーキンググループでの発表

今年度の検討プロセス

- ベンチマーク指標を検討するため、「事前検討」、「実地調査」を経て、「アンケート調査」を実施。WGでの審議に向けて指標（案）を検討した。

事前検討	・文献調査の実施 ・食料品スーパーのエネルギー使用に関する仮説策定 ・有識者ヒアリングの実施 ・アンケート票（案）の作成
実地調査	・食料品スーパーのエネルギー使用状況に関する実態把握（6～7月、3事業者5店舗を訪問） ・訪問事業者によるアンケート票（案）への回答 ・調査と仮説検証に基づきアンケート票（案）を精査
アンケート調査	・246事業者に回答依頼状を送付（8月19日～）
指標策定	・アンケート結果を元に、指標（案）を策定 ・関係4協会と調整
WG審議	・工場等判断基準WGにて審議を予定 ・WGにて承認後、告示改正、施行

最終的に
40事業者107店舗から回答
内、**有効回答は89店舗**

4

▶ **指摘を受け、指標検討のためのデータ取得から進めた**

昨年度までの検討経緯

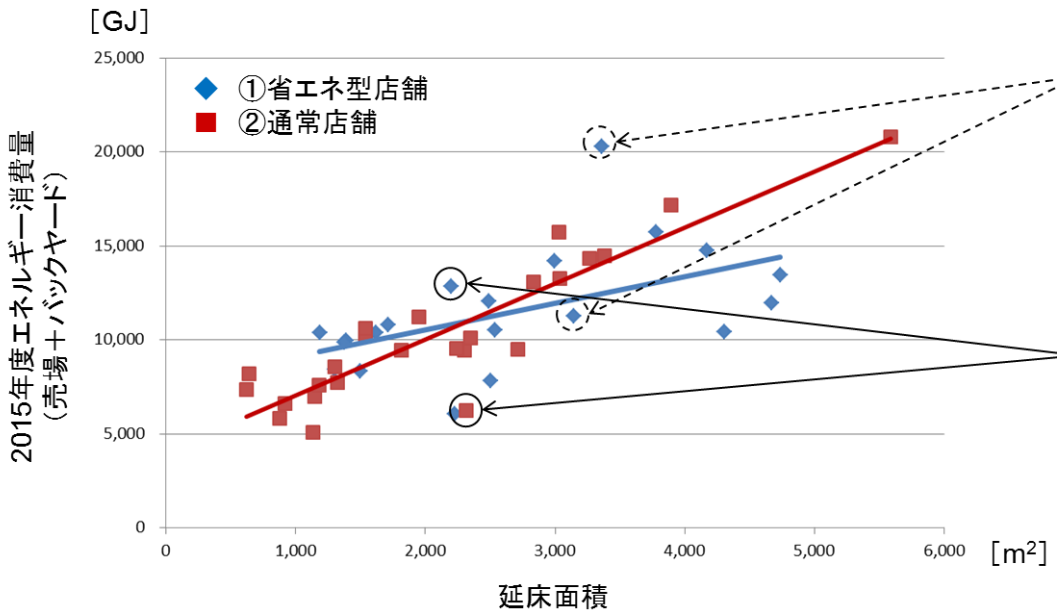
平成28年度　第３回　工場等判断基準ワーキンググループでの発表

指標（案）の検討：エネルギー原単位

- 店舗規模とエネルギー消費量の相関について、エネルギー原単位を確認。
- 店舗の活動量（売上高、営業時間、来店客数）の影響が大きいと考えられる。

店舗データを2つにグルーピング。冷凍冷蔵設備・空調設備のインバータ化、天井・スポット・ショーケース照明のLED化の5項目のうち、4項目以上において台数ベースで70%以上対応している店舗を「省エネ型」と定義。

①省エネ型店舗：20店舗
②通常店舗（①以外）：25店舗
※アンケート集計中での検討のため、N数は45



活動量
↑来店客数：2.8倍
↑売上げ　：1.1倍
↑営業時間：1.7倍

活動量
↑来店客数：1.3倍
↑売上げ　：2.0倍
↑営業時間：1.1倍

5

▶ **エネルギー原単位の指標としての可能性を検討　⇒　店舗の活動量を考慮できない**

昨年度までの検討経緯

平成28年度　第３回　工場等判断基準ワーキンググループでの発表

指標（案）の検討：重回帰式の検討

- 店舗によって**規模、稼働状況、設備が一様で無い**ため、**これらの要素を考慮することが可能な手法**を採用。
- **エネルギー消費量の実績値と、統計的手法に基づいて策定した数式から算出される予測値の比較によって省エネ度合いを評価**する手法をベンチマーク指標案として検討。

＜食料品スーパーのベンチマーク指標のイメージ＞

食料品スーパーのベンチマーク指標 ＝ $\dfrac{\text{評価対象店舗のエネルギー消費量の実績値}}{\text{評価対象店舗と同じ規模、稼動状況、設備の店舗の標準的なエネルギー消費量の予測値}}$

予測値は、統計的手法に基づき策定した下式によって算出

予測値 ＝ a × 規模要因 ＋ b × 稼働要因 ＋ c × 設備要因

※上記a、b、cは、各要素が予測値に与える影響の大きさを表す係数

6

▶ **店舗の活動量を考慮した重回帰式による指標を検討**

昨年度までの検討経緯

平成28年度　第３回　工場等判断基準ワーキンググループでの発表

指標（案）の検討：重回帰式候補

- 各案の詳細は、下記に示す通り。

	(1)規模要因		(2)稼働要因				(3)設備要因
案(1) 決定係数 0.960	総延床面積 × 1.130	+	売上高 × 2.527			+	冷ケース尺数 × 8.362
案(2) 決定係数 0.966	総延床面積 × 1.130	+	売上高 × 2.313	+	自店舗営業時間 × 0.513	+	冷ケース尺数 × 5.136
案(3) 決定係数 0.958	総延床面積 × 2.214	+			自店舗営業時間 × 0.612	+	冷ケース尺数 × 5.884
案(4) 決定係数 0.962	総延床面積 × 1.973	+			年間来店客数 × 0.005	+	冷ケース尺数 × 5.389

いずれの指標（案）も決定係数が高く、ベンチマーク指標として採用することに問題はないと考える。

8

▶ **各協会とも案（３）にて検討を継続との意向**

今年度の検討プロセス

- ベンチマーク指標案（３）の重回帰式の精度を高めるため、昨年度よりも多くのデータを取得するための再調査を行った。

➢ 調査の項目

案（３）に用いている変数だけではなく、売上高、来店客数、バックヤード設備（プロセス型センター、冷凍冷蔵庫）の有無、インストアベーカリー有無等、考え得る項目を再度調査。

➢ 調査対象

258事業者に依頼し、95事業者272店舗から回答を得た。
有効回答数は173～180店舗（ベンチマーク指標案により異なる）

昨年度は、
40事業者107店舗から回答
内、**有効回答は89店舗**

➢ 本調査の有効性

平成２６年商業統計の食料品スーパー数を母集団として、今年度調査の有効回答数の統計的優位性について検討。

母集団　：　14,554店舗（食料品スーパー総店舗数、個人事業者除く）
サンプル　：173～180店舗（今年度調査の有効回答数）

信頼度を95%において、誤差範囲は±７%となった。

今年度の検討プロセス

- 調査結果を用いて再び重回分析し、昨年度に候補としていた案（３）の採用が適当であるとの結果となった。

		（1）規模要因		（2）稼働要因		（3）設備要因
●平成28年度検討						
案(3) 決定係数 0.958	N数 89	総延床面積 × 2.214	+	自店舗営業時間 × 0.612	+	冷ケース尺数 × 5.884
●平成29年度検討						
案(3) 決定係数 0.958	N数 180	総延床面積 × 2.543	+	自店舗営業時間 × 0.684	+	冷ケース尺数 × 5.133

N数が大幅に増加しても決定係数は良好な値を維持しており、精度が高いと考えられる。
※新たな変数候補では重回帰式は成立しなかった。