

## 第4章 POSデータからみたPBの販売動向

- 1 POSデータ収集の概要について
- 2 品目別にみたPBの販売額構成比
- 3 品目別にみたPB販売額構成比の変化
- 4 PBの小売価格及び販売数量の変化（主要アイテム事例）

注：POSデータにおけるPBは、狭義のPBであり、ダブルブランドや専用商品は含まない。

## 1 POSデータ収集の概要について

- ① 株式会社 KSP-SP の KSP-POS データによる。
- ② 収集店舗数は、2007 年度 710 店舗（平均）、2008 年度 715 店舗（平均）、2009 年度 673 店舗（平均）。
- ③ 1 店舗当たりの来店客数は、2007 年度約 6 万 1 千人（平均）、2008 年度約 6 万 6 千人（平均）、2009 年度約 6 万 7 千人（平均）。
- ④ 1 店舗当たりの加工食品販売額は、2007 年度約 4 千 3 百万円（平均）、2008 年度 4 千 6 百万円（平均）、2009 年度 4 千 7 百万円（平均）。
- ⑤ 調査対象品目

部 門	品 目
① 畜産加工品	ハム、ソーセージ、牛乳(加工乳含む)、乳酸菌飲料、プレミアムアイス、チーズ
② 水産加工品	ちくわ、かまぼこ、マグロ・カツオ缶詰、のり
③ 農産加工品	漬物
④ 製穀粉・同加工品	カップ麺、生麺・ゆで麺、食パン、菓子パン
⑤ 食用油・同加工品	マーガリン・ファットスプレッド類、サラダ油・天ぷら油
⑥ 調味料	みそ、しょうゆ、マヨネーズ、ドレッシング、つゆ
⑦ 大豆・同加工品	豆腐、納豆
⑧ 飲 料	果汁100%飲料、日本茶・麦茶ドリンク、野菜ジュース
⑨ 菓 子	米菓
⑩ 調理食品	冷凍調理、冷凍麺

### ⑥ 調査対象企業

札幌東急ストア、ラルズ、ホクノー、エイチジー、北雄ラッキー、ホクレン農業協同組合連合会、紅屋商事、清水商店、みなとや、マルト、ヤマザワ、伊徳、みやぎ生活協同組合、ウジエスーパー、ベイシア、オータニ、いちやまmart、フレッセイ、相鉄ローゼン、生活協同組合連合会ユーコープネット東急ストア、三和、全日食チェーン、ライフ、ユニオネックス、コモディイイダ、サミット、オザム、OdakyuOX、マルエー、バロー、掛川スーパーマーケット、マルイ、マックスバリュ中部、関西スーパー、京都マイショップ、三ツ丸ストア、トーホー、サボイ、エース、天満屋ストア、仁科百貨店、マルマン、ウシオ、イズミ、丸久、両備ストア、ミハラスーパー、フジ、ハローズ、いずも農業協同組合、波止場スーパー、リッチ、西鉄ストア、中村ストア、マルイチ、マックスバリュ九州、ハローデイ等  
(公表開示のチェーンストアのみ。その他開示不可のチェーンストアあり)

### ⑦ 小売価格（加重平均、消費税抜き）

販売額 ÷ 販売個数

### ⑧ 千人当たり販売数量（個数）

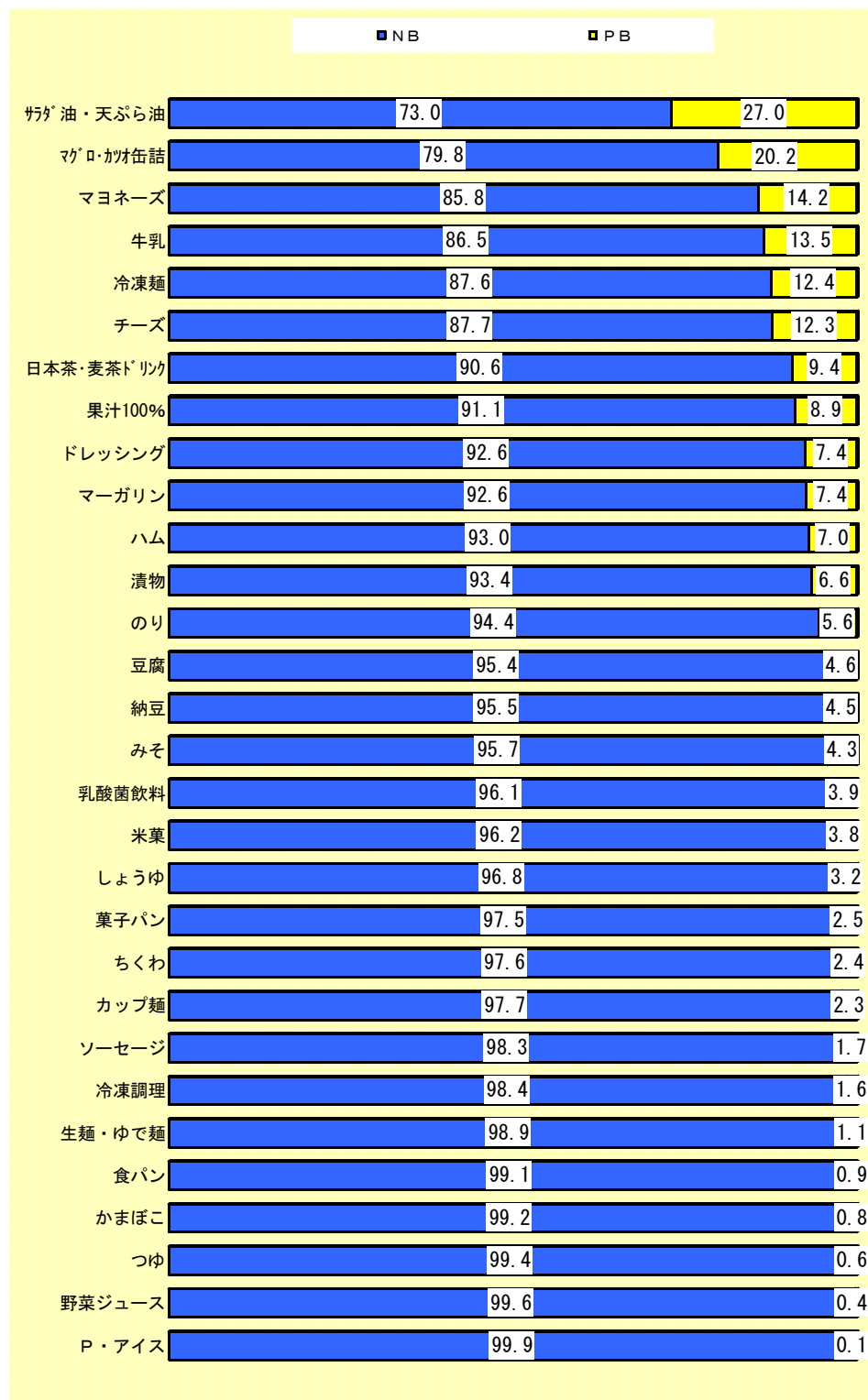
販売数量 ÷ POSレジ通過客数 × 1000

## 2 品目別にみたPBの販売額構成比（2009年1～6月）

## PBの多い品目はサラダ油・天ぷら油、マグロ・カツオ缶詰等

NBとPBの販売額構成比についてみると、PBの多い品目はサラダ油・天ぷら油が27%で最も多く、次いで、マグロ・カツオ缶詰、マヨネーズ、牛乳等の順となっている。逆にプレミアムアイスや野菜ジュース等はPBが極めて少なく、品目によって格差がみられる。

図4-1 NBとPBの販売額構成比



### 3 品目別にみたPB販売額構成比の変化

#### PBが増加した品目は30品目中16品目

販売額に占めるPBの割合について推移をみると、30品目中16品目でPBが増加している。なかでも、2007年から2009年にかけて増加率が高い品目はカップ麺（148%）、納豆（90%）、ソーセージ（75%）、菓子パン（70%）等となっている。

個別にみると、PB比率が最も高いサラダ油・天ぷら油は増加率30%と大幅に上昇している。

表4-1 販売額に占めるPBの割合

	2007年 1～6月	2008年 1～6月	2009年 1～6月	09' / 07' 増減率
ハム	6.2	5.9	7.0	13.5
ソーセージ	0.9	1.1	1.7	74.9
牛乳	15.3	13.6	13.5	▲ 12.0
乳酸菌飲料	3.9	3.5	3.9	▲ 0.3
P・アイス	0.3	0.1	0.1	▲ 74.5
チーズ	9.6	9.6	12.3	29.0
ちくわ	1.9	6.5	2.4	22.0
かまぼこ	1.5	1.5	0.8	▲ 45.1
マグロ・カツオ缶詰	24.9	22.7	20.2	▲ 19.0
のり	6.9	6.5	5.6	▲ 19.2
漬物	6.7	5.7	6.6	▲ 0.3
カップ麺	0.9	3.0	2.3	147.8
生麺・ゆで麺	1.9	1.7	1.1	▲ 39.3
食パン	1.1	1.0	0.9	▲ 17.7
菓子パン	1.5	1.8	2.5	70.1
マーガリン	5.9	5.6	7.4	24.0
サラダ油・天ぷら油	20.7	26.4	27.0	30.2
みそ	4.2	4.7	4.3	1.6
しょうゆ	3.0	3.0	3.2	6.7
マヨネーズ	12.0	13.4	14.2	18.3
ドレッシング	5.5	5.8	7.4	35.6
つゆ	0.5	0.3	0.6	25.9
豆腐	5.1	4.8	4.6	▲ 9.4
納豆	2.4	4.4	4.5	89.6
果汁100%	9.6	7.5	8.9	▲ 6.6
野菜ジュース	0.7	0.7	0.4	▲ 40.9
日本茶・麦茶ドリンク	7.6	8.3	9.4	23.0
米菓	4.9	4.9	3.8	▲ 22.5
冷凍調理	3.1	1.8	1.6	▲ 47.9
冷凍麺	9.1	9.4	12.4	36.0

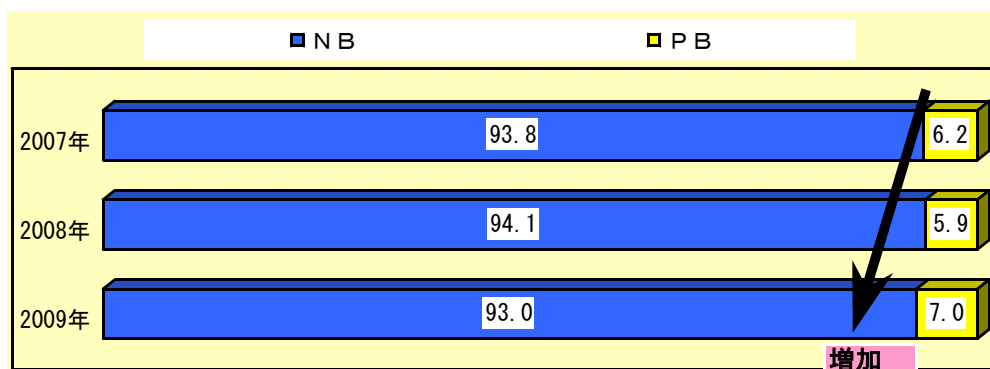
以下、品目別の販売額構成比の変化である。品目によって差異がみられる。

### ハム

ハムの2009年のNBとPBの割合はNB 93%、PB 7%でNBが圧倒的に多い。

過去の推移をみると、PBは2007年及び2008年が6%、2009年は7%と上昇傾向にある。

図4-2 ハム NBとPBの販売額構成比の変化

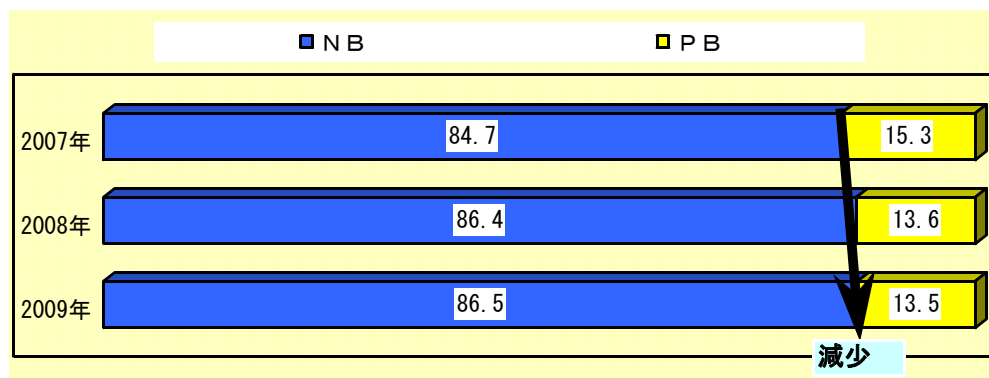


### 牛乳等

牛乳等の2009年のNBとPBの割合はNBが87%、PBが14%でNBが圧倒的に多い。

過去の推移をみると、PBは2007年が15%、2008年が14%、2009年は14%と低下傾向にある。

図4-3 牛乳等 NBとPBの販売額構成比の変化

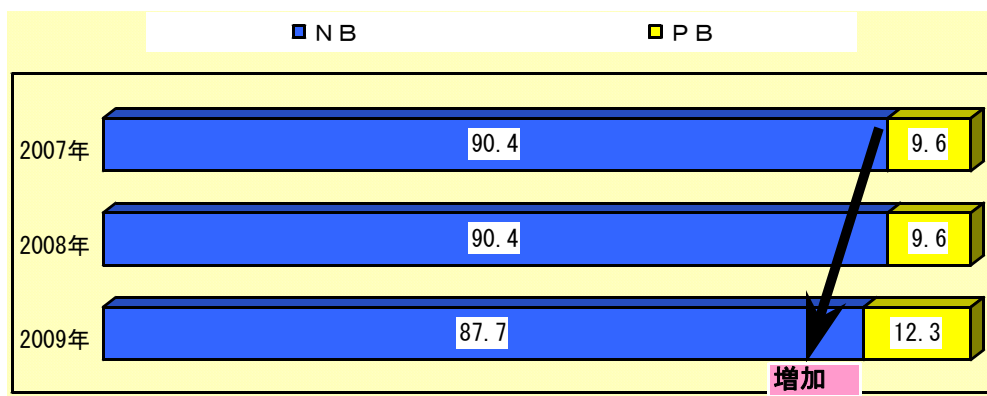


### チーズ

チーズの2009年のNBとPBの割合はNBが88%、PBが12%でNBが圧倒的に多い。

過去の推移をみると、PBは2007年及び2008年が10%、2009年が12%と低下傾向にある。

図4-4 チーズ NBとPBの販売額構成比の変化

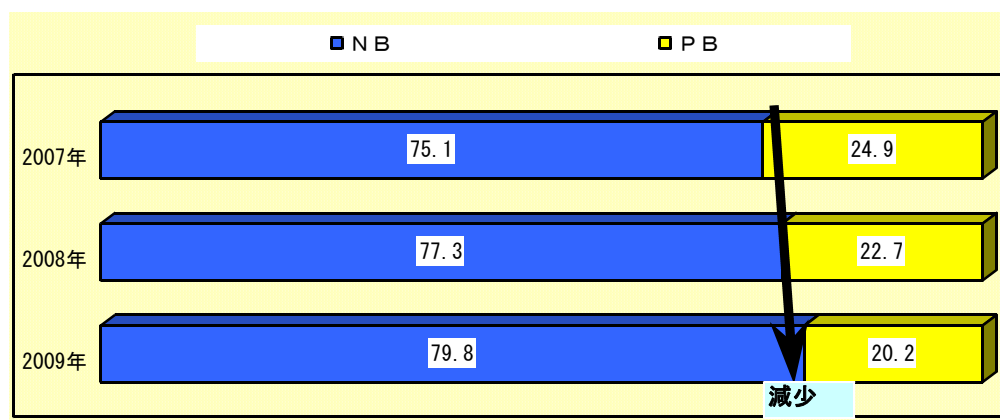


### マグロ・カツオ缶詰

マグロ・カツオ缶詰の2009年のNBとPBの割合はNBが20%、PBが80%でNBが多い。

過去の推移をみると、PBは2007年が25%、2008年が23%、2009年が20%と低下傾向にある。

図4-5 マグロ・カツオ缶詰 NBとPBの販売額構成比の変化

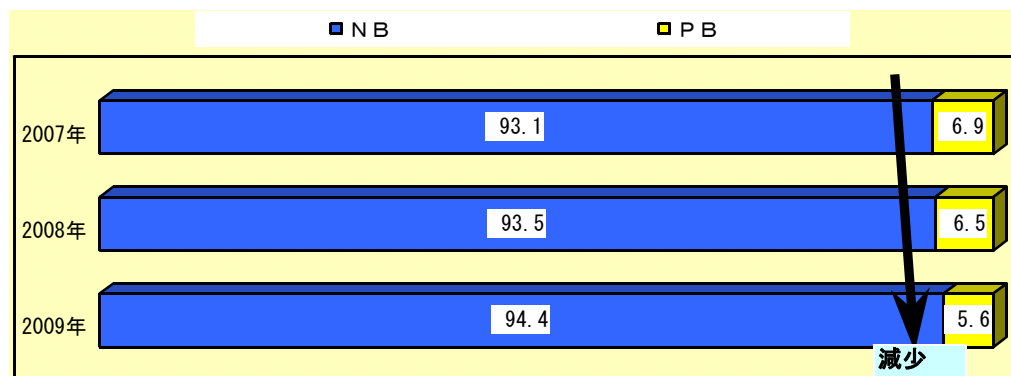


### 味付けのり

味付けのりの2009年のNBとPBの割合はNBが94%、PBが6%でNBが圧倒的に多い。

過去の推移をみると、PBは2007年及び2008年が7%、2009年が6%と低下傾向にある。

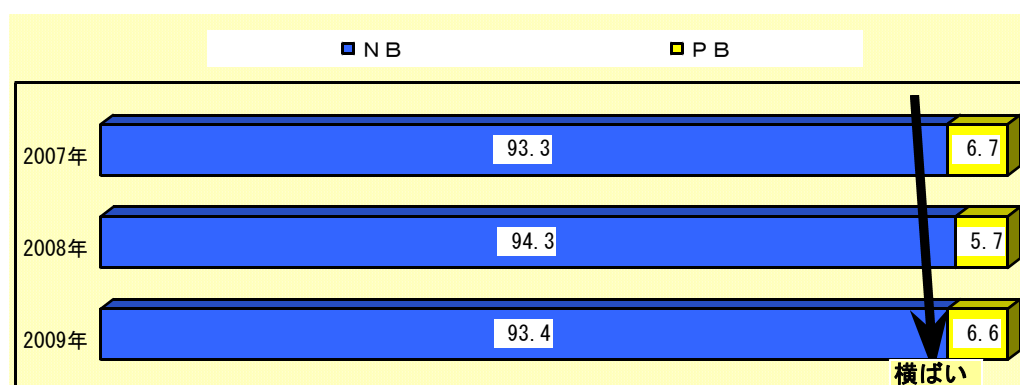
図4-6 味付けのり NBとPBの販売額構成比の変化



### 漬物

漬物の2009年のNBとPBの割合はNBが93%、PBが7%でNBが圧倒的に多い。過去の推移をみると、PBは2007年が7%、2008年が6%、2009年が7%とほぼ横ばいとなっている。

図4-7 漬物 NBとPBの販売額構成比の変化

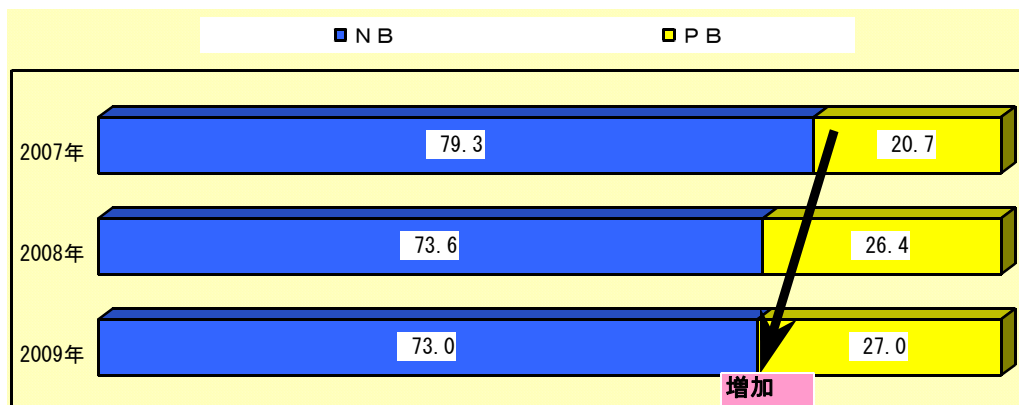


### サラダ油・天ぷら油

サラダ油・天ぷら油の2009年のNBとPBの割合はNBが73%、PBが27%でNBが多い。サラダ油・天ぷら油は調査品目中最もPB比率が高い。

過去の推移をみると、PBは2007年が21%、2008年及び2009年が27%と上昇している。原料価格の高騰を背景にサラダ油の小売価格が上昇した2008年以降PB比率も上昇した結果となっている。

図4-8 サラダ油・天ぷら油 NBとPBの販売額構成比の変化

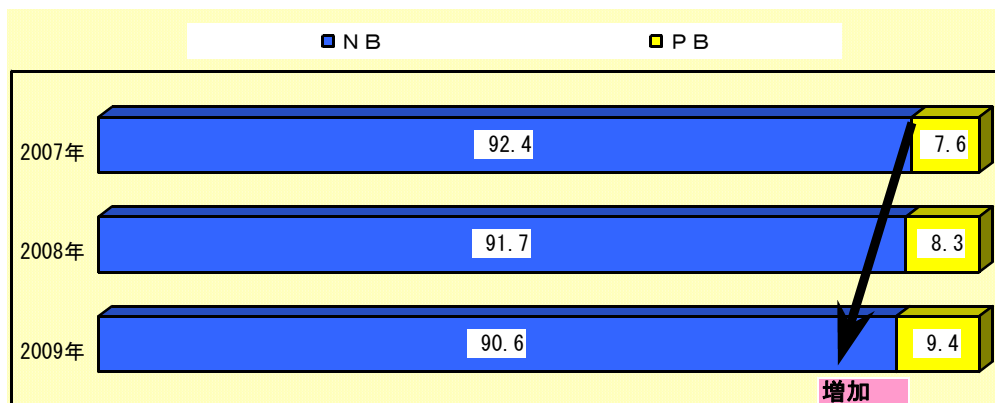


### 日本茶・麦茶ドリンク

日本茶・麦茶ドリンクの2009年のNBとPBの割合はNBが91%、PBが9%でNBが圧倒的に多い。

過去の推移をみると、PBは2007年及び2008年が8%、2009年が9%と上昇している。

図4-9 日本茶・麦茶ドリンク NBとPBの販売額構成比の変化



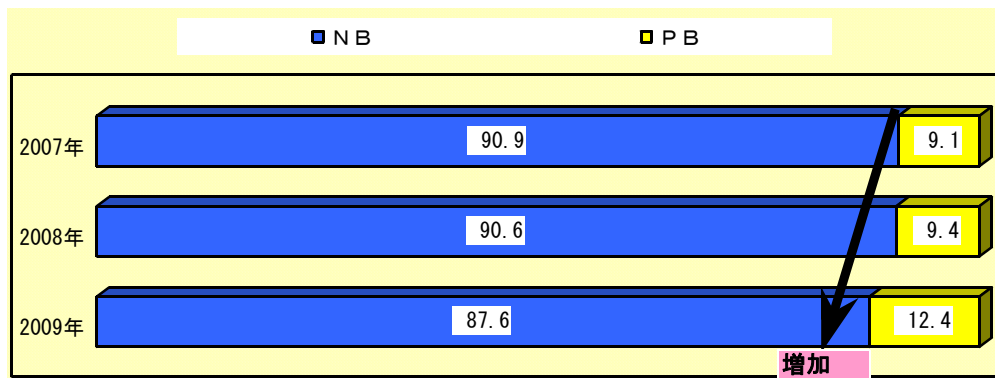
### 冷凍麺

冷凍麺の2009年のNBとPBの割合はNBが88%、PBが12%でNBが圧倒的に多い。

過去の推移をみると、PBは2007年及び2008年が9%、2009年が12%と上昇している。



図4-10 冷凍麺 NBとPBの販売額構成比の変化



#### 4 PBの小売価格及び販売数量の変化（主要アイテム事例）

ここでは、品目ごとに主要なPB及びNBアイテム（上位アイテムで比較容量がほぼ同じもの）の小売価格と販売数量の変化を示した。なお、過去3年間の上半期（1～6月）の推移とした。

##### ロースハム

##### 2009年以降PBの価格低下・販売数量の上昇が顕著

ロースハムの小売価格と販売個数の推移についてみると、2008年まではPB商品とNB商品の数量と小売価格がほぼ同水準で推移していた。しかし、2009年以降はPB商品が価格低下・数量増加し、逆にNB商品は価格前年並み・数量減少したことにより、PB商品は販売数量でNB商品を上回って推移している。

図4-11 小売価格の推移

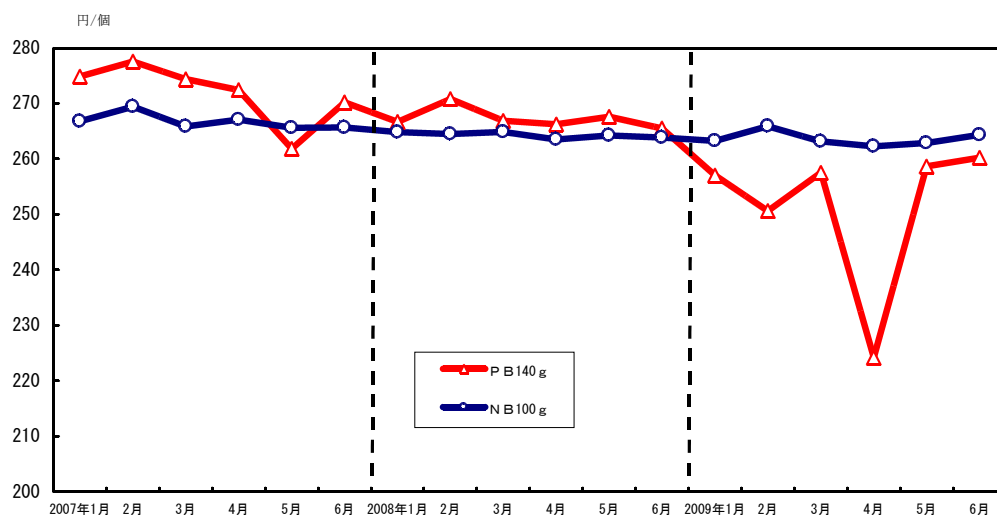
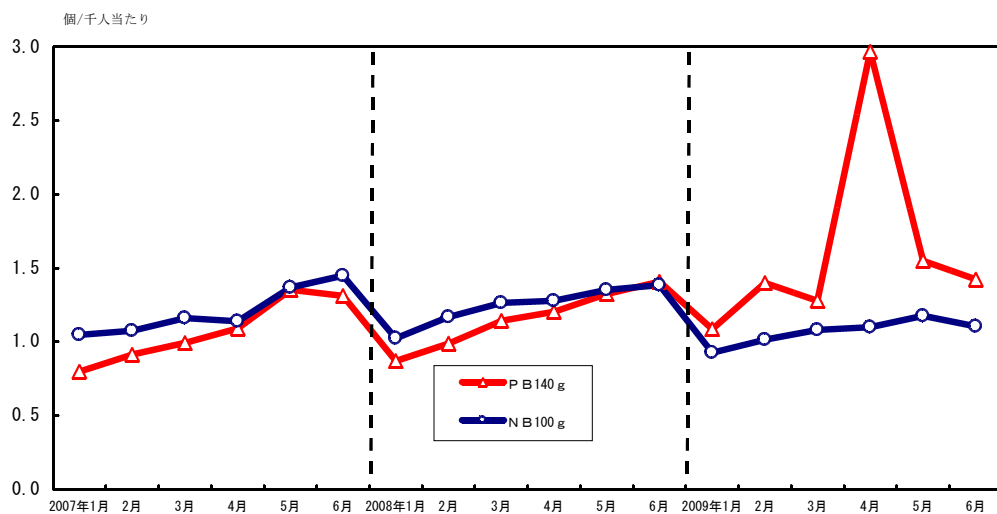


図4-12 販売個数の推移



## 牛乳

## 2008年4月の価格改訂後以降PBの増加が顕著

牛乳の小売価格と販売個数の推移についてみると、2008年3月まではNB商品の販売数量が優位であった。しかし、2008年3月価格改定（値上げ）を行った結果、改訂後の4月以降はNB商品の減少、PB商品の増加が顕著となっている。

図4-13 小売価格の推移

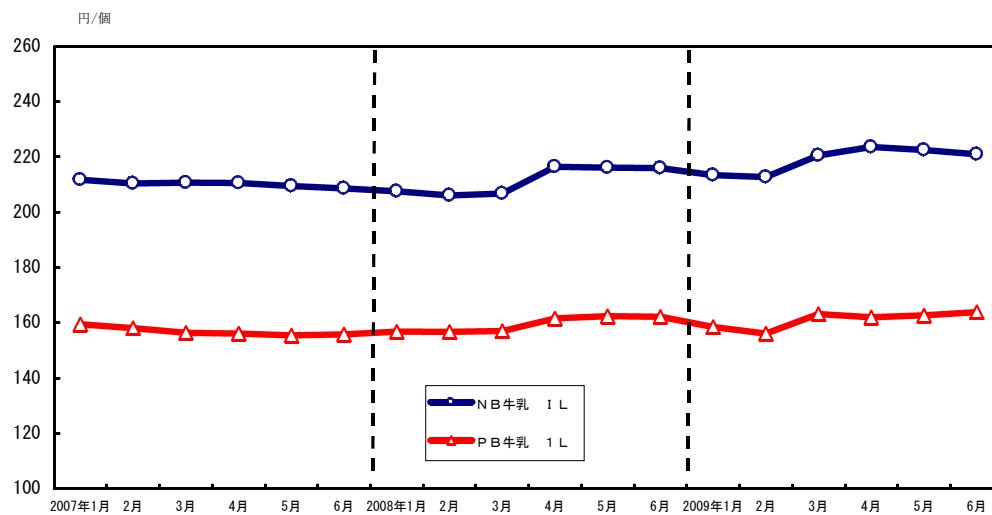
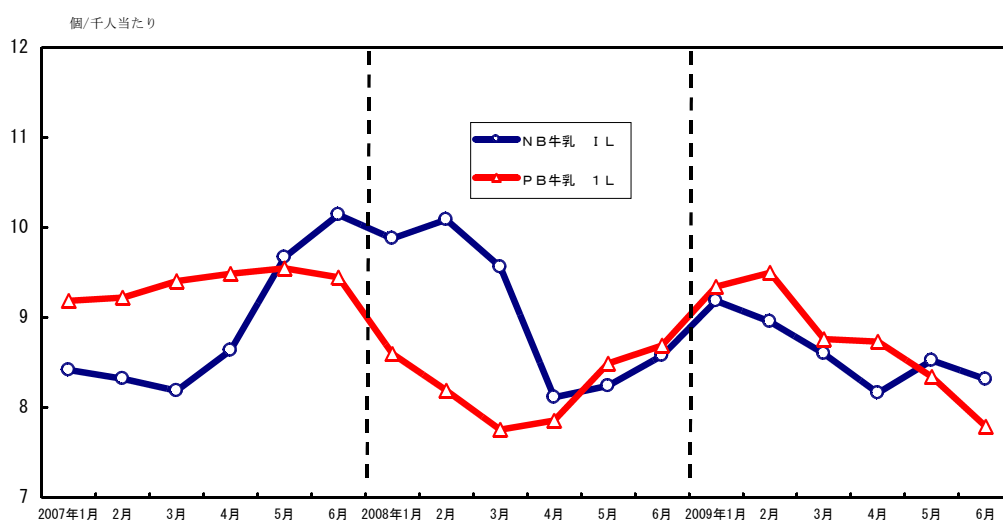


図4-14 販売個数の推移



## プロセスチーズ

### P B商品は低価格で、販売数量が多い

プロセスチーズの小売価格と販売個数の推移についてみると、P B商品の小売価格が概ねNB商品よりも低く、販売数量も上回って推移している。

図4-15 小売価格の推移

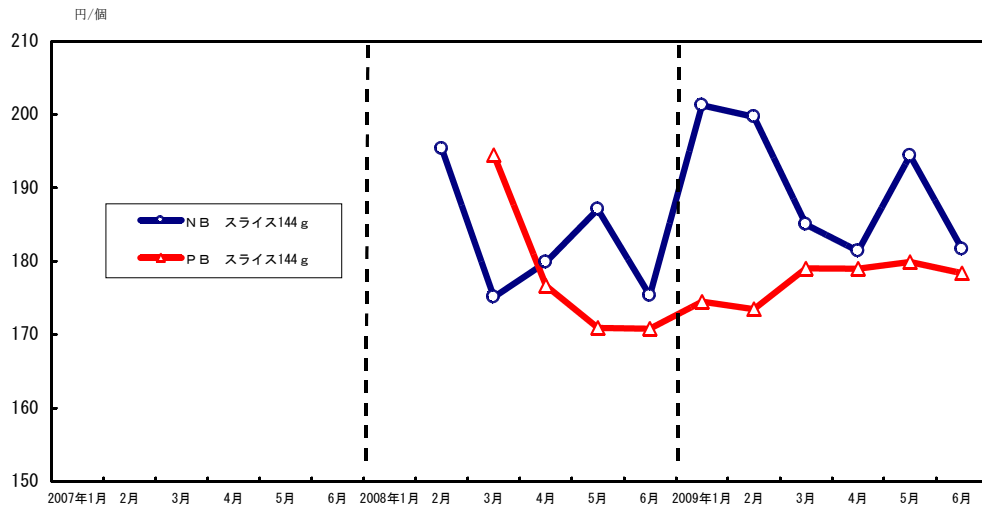
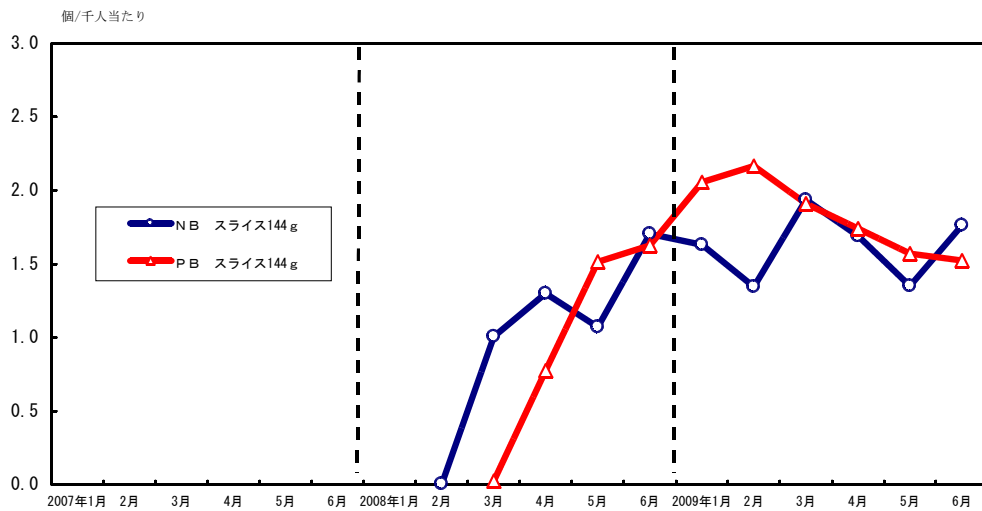


図4-16 販売個数の推移



## マグロ・カツオ缶詰

### マグロ・カツオ缶詰は価格改定の影響等で、PB商品がNB商品を逆転

マグロ・カツオ缶詰の小売価格と販売個数の推移についてみると、2007年のPB商品はNB商品より低価格であったが、販売数量は少なかった。しかし、2007年10月の価格改定（値上げ）でNB商品の小売価格が大きく上昇、PB商品はほぼ横ばいだったために小売価格差が拡大した。そのため、2008年はPB商品とNB商品の販売数量が逆転している。ただし、2009年はNBとPBの小売価格差が縮小したため、販売数量の格差も縮小して推移している。

図4-17 小売価格の推移

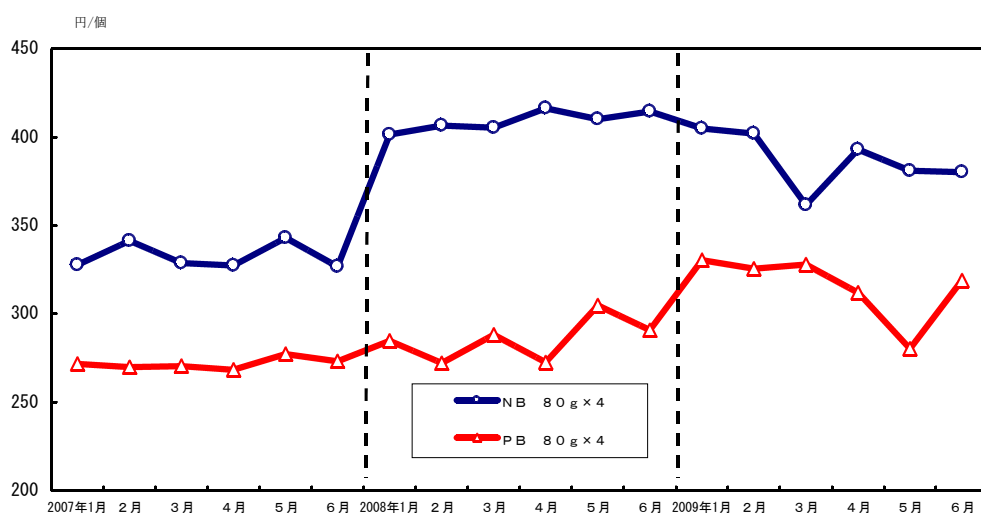
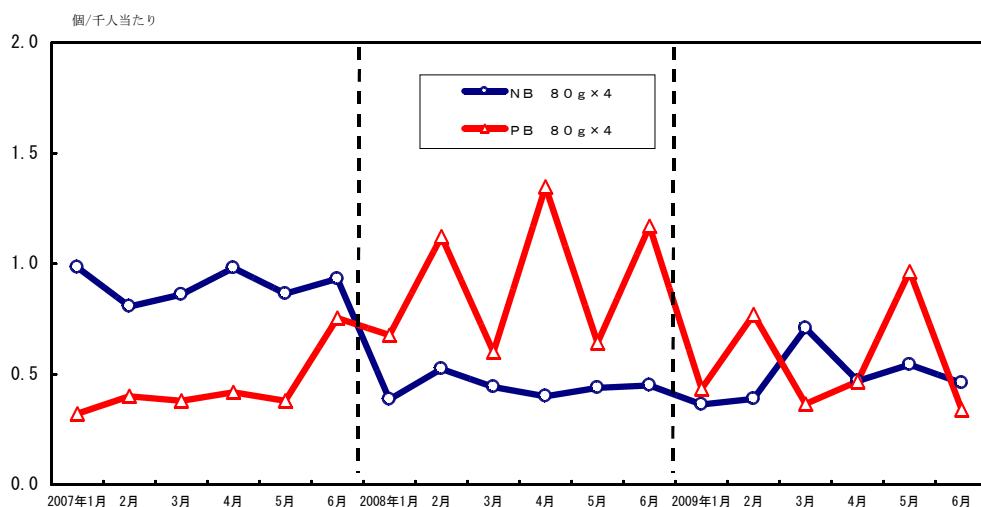


図4-18 販売個数の推移



## キムチ

### NB商品は販売数量でPBに優位

キムチの小売価格と販売個数の推移についてみると、NB商品はPB商品より約50円程度高いものの、販売数量はほぼNB商品がPBを上回っている。ただし、PB商品の小売価格が大きく低下した2007年6月、2009年6月には販売数量がほぼ同水準になっている。

図4-19 小売価格の推移

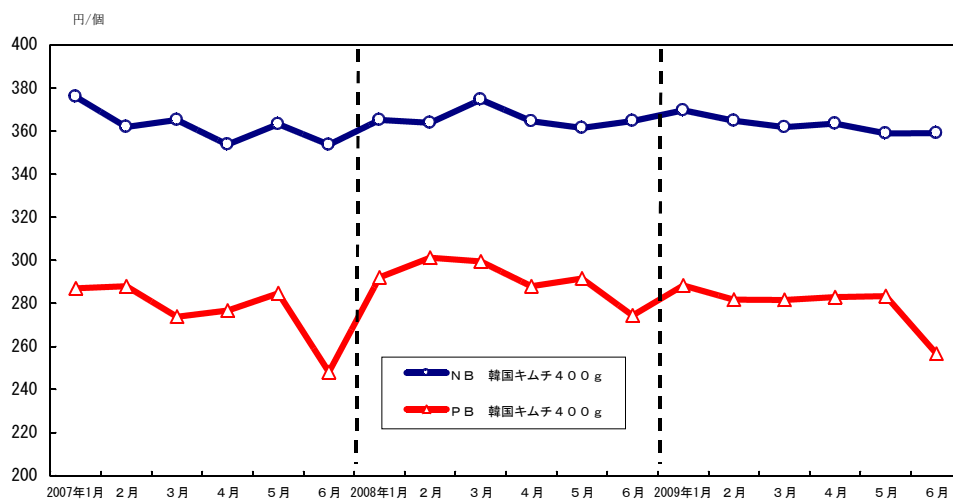
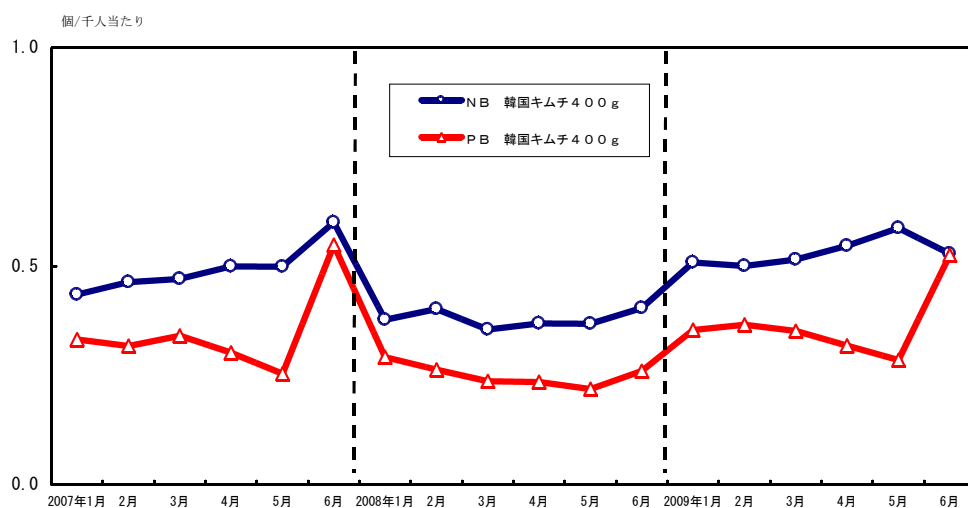


図4-20 販売個数の推移



## サラダ油

## 2009年3月以降、PB商品の販売数量がNB商品を明確に上回る

サラダ油の小売価格と販売個数の推移についてみると、2007年後半から段階的に小売価格を値上げしたことにより2009年1月をピークにNB商品、PB商品ともに価格が上昇している。また、販売数量は月によって差異はあるものの、ほぼ同水準で推移していたが、2009年3月以降は消費者の低価格志向も相まってPB商品の販売数量がNB商品を明確に上回っている。

図4-21 小売価格の推移

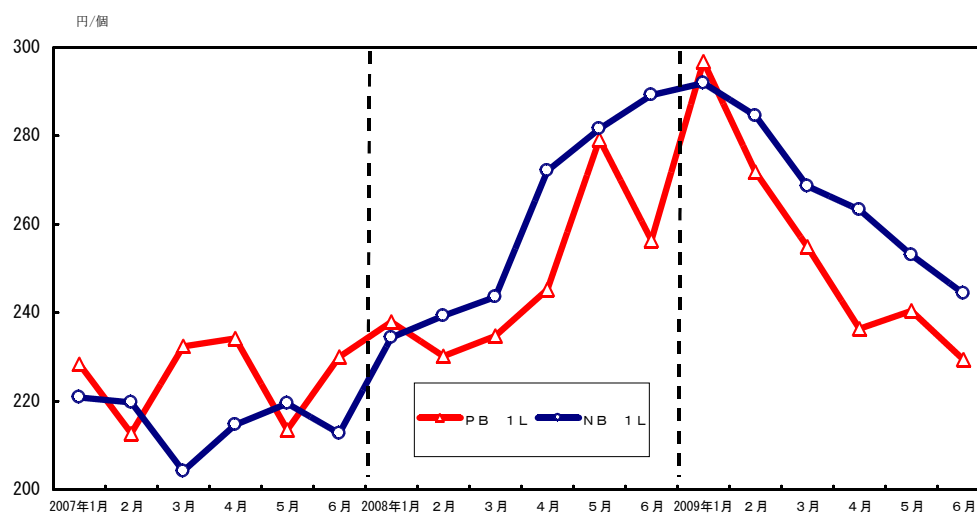


図4-22 販売個数の推移

