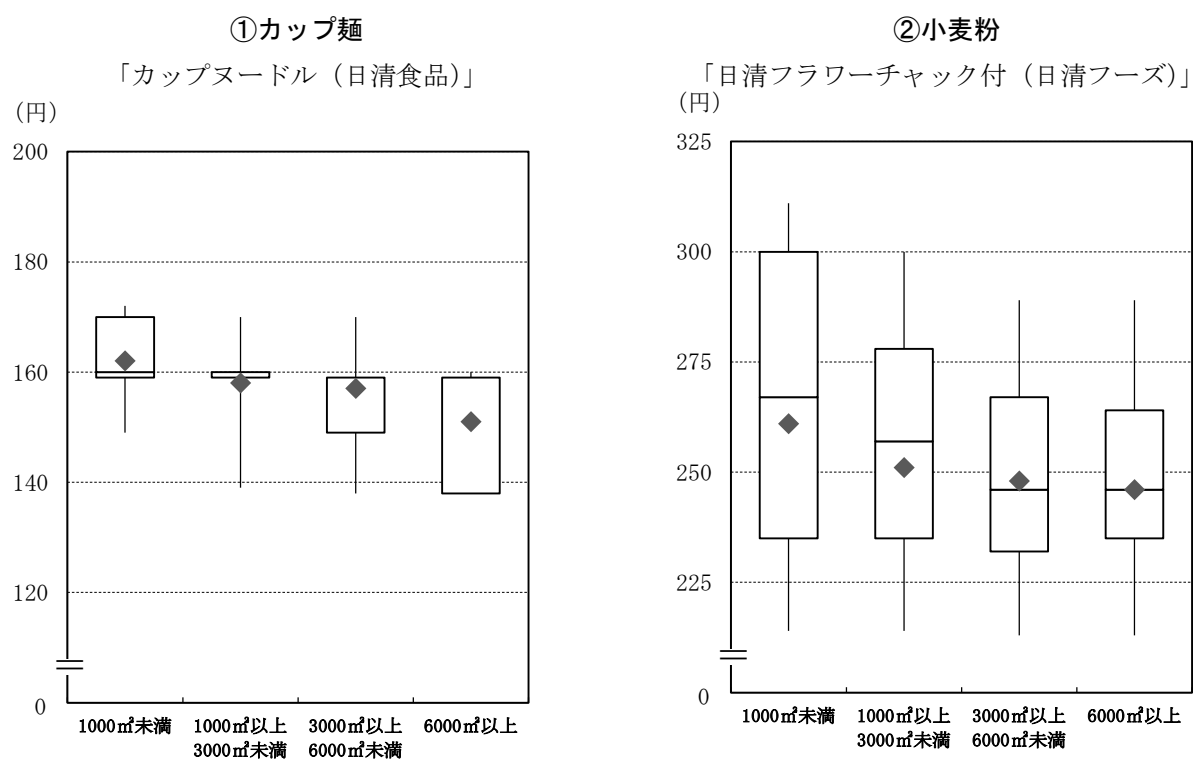


（参考分析）スーパーの売場面積階級別の価格分布

小売物価統計調査は、調査品目ごとに、指定された価格調査地区から、調査員が代表的な店舗を選んで調査を行っています。選ばれた店舗については、従業者数や店舗の形態（スーパー、量販専門店など）、売場面積等の情報を把握するとともに、それらの情報を価格報告者台帳として取りまとめています。

ここでは、スーパーを中心に調査を行っている食料品（品質の違いによる影響を除くため特定の商標を調査しているもの）について、価格報告者台帳を用いて、スーパーの売場面積階級別の価格分布を示します。売場面積が大きい店舗ほど価格が低くなる品目が多い一方で、あまりそうした傾向が見られない品目もあります。

図 スーパーの売場面積階級別の価格分布図（2020年）

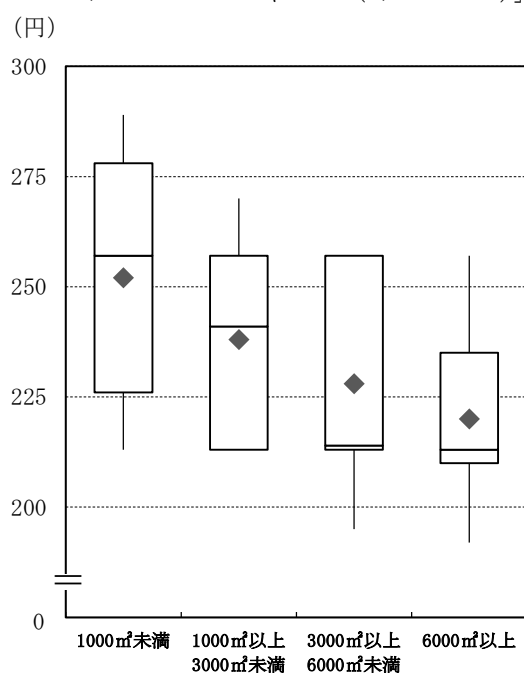


※グラフの見方は、206ページ参照

図 スーパーの売場面積階級別の価格分布図（2020年）（続き）

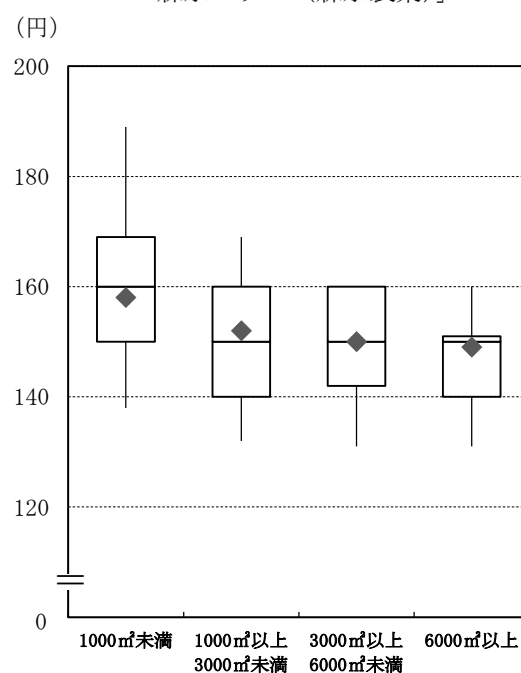
③マヨネーズ

「キューピーマヨネーズ（キューピー）」



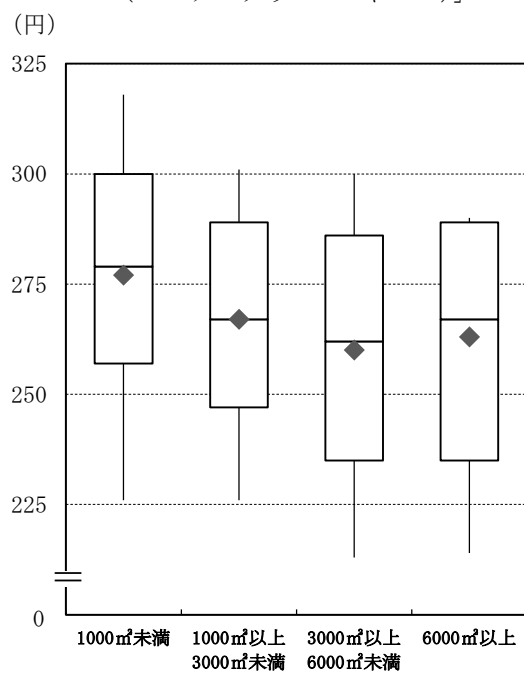
④ビスケット

「森永マリー（森永製菓）」



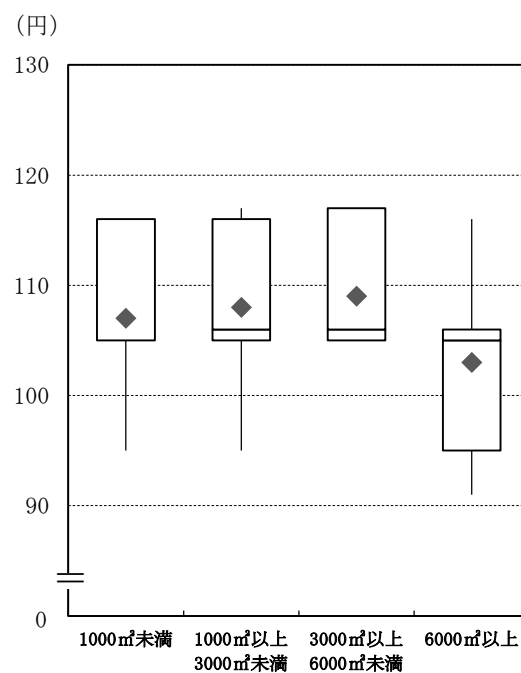
⑤アイスクリーム

「ハーゲンダッツ バニラ
（ハーゲンダッツ ジャパン）」



⑥調理カレー

「カレー屋カレー※（ハウス食品）」

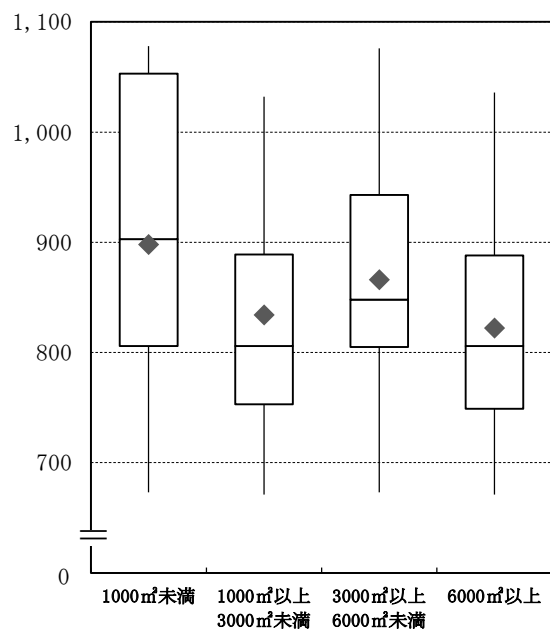


※「カレー屋カレー」の「カレー」は通常表示されない漢字を使用しているため、便宜カタカナでの表記としている。

図 スーパーの売場面積階級別の価格分布図（2020年）（続き）

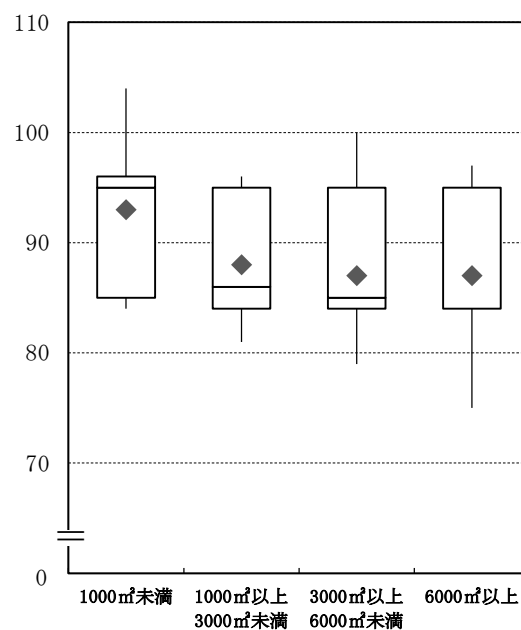
⑦インスタントコーヒー

「ネスカフェ ゴールドブレンド（ネスレ日本）」
(円)



⑧炭酸飲料

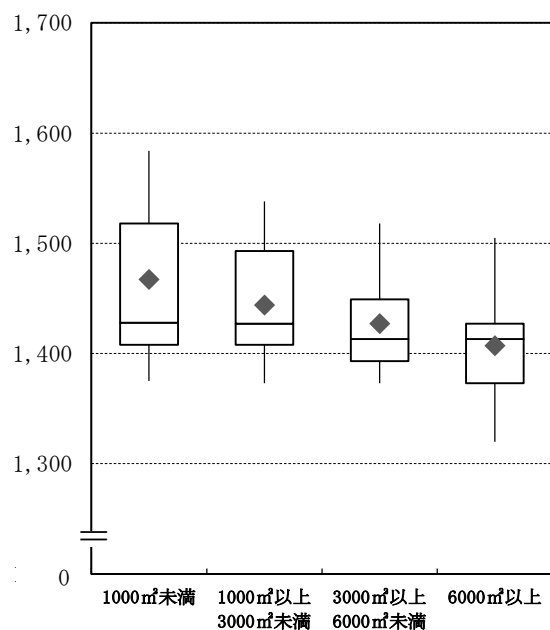
「コカ・コーラ（日本コカ・コーラ）」
(円)



⑨ウイスキー

「サントリーウイスキー 角瓶（サントリー）」

(円)



＜グラフの見方＞

平均価格や各％点の水準を視覚的に表したものです。価格の広がり、四分位範囲をみることで把握することができ、この範囲が小さければ価格の広がりが小さく、大きければ価格の広がりが大きいといえます。

なお、これらの点のうち、2つ以上の点が一致することもあり得ます。

