



日本スーパーマーケット協会

平成20年1月 マンスリー レポート

集計企業数 **60** 社

売上高・前年同月比

	全 店			既 存 店	
	売上高	構成比(前月)	前年同月比(前月)	売上高	前年同月比(前月)
総 額	38,883,037 万円	100.0%	102.7%(103.1%)	36,727,242 万円	99.8%(100.8%)
食 料 品	31,014,161 万円	79.8%(80.8%)	103.5%(103.8%)	29,453,044 万円	100.8%(101.7%)
農 産	4,269,015 万円	11.0%(10.3%)	100.8%(103.8%)	4,074,067 万円	98.1%(101.5%)
水 産	3,578,723 万円	9.2%(9.2%)	101.0%(101.9%)	3,435,970 万円	98.6%(100.1%)
畜 産	3,727,421 万円	9.6%(9.5%)	106.4%(104.5%)	3,543,505 万円	103.5%(102.3%)
惣 菜	3,181,993 万円	8.2%(7.5%)	105.5%(106.5%)	2,999,144 万円	102.1%(103.8%)
日配食品	6,868,202 万円	17.7%(16.8%)	102.3%(103.5%)	6,487,850 万円	99.7%(101.2%)
加工食品	9,388,806 万円	24.1%(27.5%)	104.7%(103.8%)	8,912,508 万円	102.3%(102.0%)
生活関連	3,238,082 万円	8.3%(8.7%)	99.9%(101.0%)	3,091,279 万円	98.2%(99.7%)
衣 料 品	2,109,858 万円	5.4%(4.6%)	99.6%(96.8%)	1,943,429 万円	98.7%(95.6%)
そ の 他	2,520,936 万円	6.5%(6.0%)	99.5%(102.1%)	2,239,490 万円	90.5%(93.0%)

数 値

全店総売上高	38,883,037 万円	店 舗 数	3,515 店舗
総売場面積	6,118,377.3 m ²	総従業員数	185,539 人

店舗平均月商	11,062.0 万円	平均客単価	1,956.4 円
月間m ² 売上(前月)	6.4 万円(8.2 万円)	平均店舗面積	1,740.6 m ²
月間坪売上(前月)	21.0 万円(27.2 万円)	パート比率(前月)	76.6%(76.0%)

注) 総従業員数...パート・アルバイト数は、8時間換算しています

全体概況

- ・ 前月同様に気温の低い日が続き、鍋物商材やホット商材が好調であった
- ・ 年始より焼肉・すき焼き・しゃぶしゃぶの需要が増え、畜産部門が全般的に好調であった
- ・ 原油価格の高騰や商品の相次ぐ値上げにより、財布の紐が固くなってきているものの、高単価でもその価値に見合うものは良い動きが見られた。また、原油高の影響で、カイロ、湯たんぽなどの防寒用品が総じて好調であった
- ・ 中国産冷凍餃子の問題発生以降、中国産品に対する不信感が増し、中国産商品、冷凍食品、餃子が極端に売れなくなった

商品動向

農産

- ・ 野菜については、寒さの影響で、白菜、ねぎ、大根、菌茸類などの鍋物野菜が好調であったが、サラダ野菜は相場高もあって苦戦した
- ・ お正月明けのカレー、シチュー商材の需要により、芋玉類の動きが良かった
- ・ 果実については、相場安の影響により数量ベースでは昨年を上回るものの、金額ベースでは昨年割れとなった。その中でも特にみかんやいちごが不振であった

水産

- ・ 気温が低く、ブリ、カキ、タラ、サケ、貝類などの鍋用商材が好調に動いた。特にカキは前年のノロウイルスによる風評被害の影響があった裏年で大幅な売上増となった
- ・ 切身、大衆魚が好調な動きを見せたが、ウナギ、味付け加工のタコ、イクラ醤油漬は相場高騰により売上が落ち込んだ
- ・ 寿司、刺身盛合せや刺身類など、年末年始共に好調な売上となった。刺身類では高単価の商材が好調な動きをみせた

畜産

- ・ 牛肉については、年始より牛肉すき焼き、和牛しゃぶしゃぶの動きが好調であった。牛肉、和牛とも高級部位が通年のようによく売れた
- ・ 豚肉については、しゃぶしゃぶ、切り落とし用途で好調な動きとなった
- ・ 鶏肉については、相場高の影響を受けたが、鍋用商材の需要が多く好調に推移した

惣菜

- ・ 寒い日が多く、作りたてのお好み焼き、たこ焼き、焼そばなど、好調な動きが見られた
- ・ 季節商品として、菜の花、たけのこ、わけぎ、たらの芽などを各種メニューで品揃えしたところ、好調に推移した
- ・ 受験生応援メニューのカツ丼、串カツなどのカツ商材が好調に推移した

日配・加工食品

- ・ 日配食品では気温が低かったことから、おでん材料、鍋物材料、麺類が好調に推移した
- ・ 値上の影響からか、洋日配が全般的に不振となるも、和日配は比較的堅調に推移した。また、納豆に関しては、昨年テレビ放映（後にやらせが発覚）で大幅に伸長した裏年となり昨年割れとなった
- ・ 中国産冷凍餃子の影響で、冷凍食品、チルド餃子、中華まんに影響が出始めている
- ・ 加工食品においては、気温の低下がプラスとなり、鍋商材を含むホットメニュー関連商品が好調であった
- ・ インスタントラーメン類は、原料価格の高騰に伴うメーカー価格改定後も、競合店価格対応のため、利益面でのダメージが増大した

その他

～正月商戦について～

- ・ 元旦からの営業は多くの企業で実施している。また、営業時間は短縮しているところがほとんどである
- ・ 商品動向としては、刺身の盛り合わせ、すき焼き、握り寿司が好調。特に大型サイズの商品が好調に推移した
- ・ 餅に関しては、年末まで好調に推移した反動からか、年始は苦戦した

～花粉症対策商品の展開について～

- ・ 花粉の飛散量が昨年以上との予測から、販売計画を大幅にアップしている企業が多くある
- ・ 販売の中心は、マスク、ティッシュ、キャンディーの集合陳列。時期によっては、風邪予防のニーズが高いことから、ハンドソープなどを同時に展開しているところもある
- ・ 年々、ローションティッシュの売上が増加していることから、品揃えを強化している企業が多い

～受験生応援商品の動向について～

- ・ 年々増加するお菓子を中心とした受験生を応援する商品(キットカットやウカールなど)は注目度もあり好調に推移している。また、菓子部門では単品の売上増にとどまらず、品群全体の売上が伸びている
- ・ 惣菜部門では、カツ商材をゴロあわせで販促したところは好調に推移した
- ・ また夜食メニューとして、インスタントコーヒーやスープ、レンジ調理商品、個食鍋などが気温の低下もあり好調に推移した
- ・ インスタントラーメンなどは値上げの影響もあり思うように販促をすることができなかつたところが多い

以上