



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成20年2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	36,704,507 万円	100.0%	106.8%(102.7%)	34,514,624 万円	103.1%( 99.8%)
食 料 品	30,246,386 万円	82.4%(79.8%)	107.3%(103.5%)	28,537,278 万円	104.3%(100.8%)
農 産	4,191,348 万円	11.4%(11.0%)	107.1%(100.8%)	3,964,041 万円	104.0%( 98.1%)
水 産	3,252,856 万円	8.9%( 9.2%)	104.0%(101.0%)	3,105,917 万円	101.2%( 98.6%)
畜 産	3,611,399 万円	9.8%( 9.6%)	111.9%(106.4%)	3,412,409 万円	108.4%(103.5%)
惣 菜	2,955,666 万円	8.1%( 8.2%)	107.5%(105.5%)	2,770,240 万円	103.7%(102.1%)
日配食品	6,740,685 万円	18.4%(17.7%)	105.3%(102.3%)	6,325,426 万円	102.2%( 99.7%)
加工食品	9,494,432 万円	25.9%(24.1%)	108.3%(104.7%)	8,959,245 万円	105.7%(102.3%)
生活関連	2,863,166 万円	7.8%( 8.3%)	103.9%( 99.9%)	2,732,451 万円	101.7%( 98.2%)
衣 料 品	1,532,261 万円	4.2%( 5.4%)	106.2%( 99.6%)	1,399,056 万円	103.7%( 98.7%)
そ の 他	2,062,694 万円	5.6%( 6.5%)	103.6%( 99.5%)	1,845,839 万円	89.1%( 90.5%)

### 数 値

全店総売上高	36,704,507 万円	店 舗 数	3,514 店舗
総売場面積	6,139,658.4 m <sup>2</sup>	総従業員数	180,244 人

店舗平均月商	10,445.2 万円	平均客単価	1,959.9 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.0 万円(6.4 万円)	平均店舗面積	1,747.2 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.8 万円(21.0 万円)	パート比率(前月)	75.9%(76.6%)

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

- ・ うるう年で、週末の金曜日が昨年より一日多いこともあり、売上は好調であった
- ・ 原材料高騰により、小麦粉を中心に値上ラッシュとなったが、価格凍結や特売で価格訴求した商品など、値上を追い風にした戦略が好調であった
- ・ 中国産冷凍餃子の問題を受けて、冷凍食品や中国産が敬遠されるようになったが、その一方で国産や手作り・安全といった需要が高まり、マイナスばかりでなく、プラスの効果も見られた

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜については、気温低下で相場高傾向であったが、白菜、ねぎ、大根、菌茸類などの鍋物野菜は好調であった。逆にレタス、トマト、胡瓜など、サラダ野菜類の動きが悪かった
- ・ 果実については、相場安のみかんが値ごろ感もあり、気温低下の中でよく動いた。また、いちごは中旬以降に相場が下がり、また各品種とも入荷量が多く販売強化に繋がり好調であった
- ・ 伊予柑など柑橘類は、相場安の影響で不振であった

### 水産

- ・ 気温低下により、鍋物材料、おでん材料が好調に推移するも、刺身類や生食関連は不振となる
- ・ マグロ、ウナギ、いくらなど相場高で不振であった
- ・ 中国産冷凍餃子問題以降、冷凍食品離れによる手作りニーズの影響からか、ブリ、タラ、サワラ、サバなど、切身が好調に推移した

### 畜産

- ・ 牛肉については、原油高による生活防衛と値上による影響で、単価の高い牛肉から、単価の低い蓄種ヘシフトしたため苦戦する
- ・ 豚肉については、中国産冷凍餃子問題以降の国産志向の高まりや、気温が低いこともあり、鍋用のしゃぶしゃぶ、切り落とし、餃子関連の挽肉など好調な動きとなった
- ・ 鶏肉については、気温が低く鍋需要もあり好調に推移した。また手作り志向により鶏唐揚げなどのお弁当商材が好調な売上となった

## 惣菜

- ・ 節分イベントもあり、巻き寿司が好調に推移するも、ちらし寿司は気温低下の影響もあり苦戦した
- ・ 中国産冷凍餃子問題以降、国内産原料・無添加などの安心感のある商品が好調であった
- ・ 冷凍商品が全体的に不振である影響からか、インスタ加工のお好み焼きが好調であった

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では気温の低い日が続き、おでん材料、鍋物材料、麺類が好調に推移したが、逆に飲料、デザートが不振であった
- ・ 中国産冷凍餃子問題により、和食のニーズが高まり、和日配は好調に推移したが、洋日配は冷凍食品全体の売上が大きく減少し、苦戦を強いられた
- ・ 加工食品においては、先月同様に気温が低く、鍋やホット商材関連の動きが活発であったが、ペットボトル飲料の動きは鈍かった
- ・ 値上となったインスタラーメンなどは、販売点数は落ち込んだものの、単位アップにより減少分をカバーした。また、価格凍結で訴求した商品は売上の伸び率が高くなっている

## その他

～節分の売上げ動向について～

- ・ 恵方巻は、曜日周りが良く、日曜日ということもあり、好調に推移した。特に海鮮巻などの単価の高い商品が大きく伸長した
- ・ 節分いわしについては、焼いわし、いわし甘露煮などのすぐに食べられる商品が年々需要が高くなっている
- ・ 節分豆に関しては、国産大豆が好調であったが、冷凍餃子のあおりを受け、中国産落花生の売上が伸び悩み、販売が非常に厳しい状況となった
- ・ 節分関連商品の取り組み強化により、節分豆パン、茶碗蒸し、節分そば、うどんなど各カテゴリーとも好調であった

～バレンタインデーの売上げ動向について～

- ・ 「友チョコ」などの需要で、手作りチョコの傾向が高まり、手作り商材の板チョコ、割れチョコ、手作りチョコセット、ホイップなどが好調に動いた
- ・ 低単価チョコは好調であったが、500円を超える高額チョコは動きが鈍く不振であった
- ・ 子供向けのキャラクター商品（ポケモン、アンパンマン）は良く動いた。また、子供キャラクターハンカチギフトも好調に推移した
- ・ 昨年以上に手作りチョコの需要が高まっていることから、売上については昨年比100%以上のところが多かった

～中国産商品の売上動向について～

- ・ 中国産商品は全般的に大幅不振となった。特にチルド餃子や、冷凍食品全般の売上が落ち込んだ。チルド餃子に関しては、「国内生産」のアピールもしているが売上の回復はしていない
- ・ 冷凍食品以外では、惣菜の焼餃子、鰻蒲焼き、甘栗、果実缶詰など売上を大きく落としている。また加工食品の中華商材もあおりを受け低迷する
- ・ 中国産冷凍餃子問題以降の手作り需要の増加により、餃子の皮、挽肉、ニラ、キャベツ、白菜などの餃子材料が大きく伸長した。特に豚肉、鶏肉の販売が好調であった
- ・ 冷凍商品不振により、畜産のウィンナー、ハンバーグ、ミートボールなどの弁当商材が好調であった
- ・ 今後の取り扱いについては、中国産商品の取り扱い縮小、国産品の強化、国内の製造工場商品に変更など、各社対応に工夫がみられる

以上