

平成20年4月25日



日本スーパーマーケット協会

平成20年3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	38,909,681 万円	100.0%	106.5%(106.8%)	36,524,310 万円	102.0%(103.1%)
食 料 品	31,573,941 万円	81.1%(82.4%)	106.8%(107.3%)	29,742,500 万円	103.3%(104.3%)
農 産	4,506,934 万円	11.6%(11.4%)	108.2%(107.1%)	4,252,786 万円	104.7%(104.0%)
水 産	3,457,304 万円	8.9%(8.9%)	103.1%(104.0%)	3,284,625 万円	99.6%(101.2%)
畜 産	3,583,352 万円	9.2%(9.8%)	109.8%(111.9%)	3,379,936 万円	106.0%(108.4%)
惣 菜	3,146,545 万円	8.1%(8.1%)	107.1%(107.5%)	2,946,706 万円	103.2%(103.7%)
日配食品	6,961,852 万円	17.9%(18.4%)	104.5%(105.3%)	6,525,327 万円	101.0%(102.2%)
加工食品	9,917,955 万円	25.5%(25.9%)	108.0%(108.3%)	9,353,121 万円	104.8%(105.7%)
生活関連	3,034,886 万円	7.8%(7.8%)	103.3%(103.9%)	2,882,270 万円	100.8%(101.7%)
衣 料 品	1,731,652 万円	4.5%(4.2%)	103.8%(106.2%)	1,591,176 万円	100.1%(103.7%)
そ の 他	2,569,202 万円	6.6%(5.6%)	108.7%(103.6%)	2,308,364 万円	89.3%(89.1%)

数 値

全店総売上高	38,909,681 万円	店 舗 数	3,602 店舗
総売場面積	6,206,097.1 m ²	総従業員数	184,185 人

店舗平均月商	10,802.2 万円	平均客単価	1,970.0 円
月間m ² 売上(前月)	6.3 万円(6.0 万円)	平均店舗面積	1,723.0 m ²
月間坪売上(前月)	20.7 万円(19.8 万円)	パート比率(前月)	76.3%(75.9%)

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

- ・ 曜日まわりが良く、日曜日が一日多いこともあり好調に推移した
- ・ 全体的に農産、畜産、水産は相場高傾向であったが、特に魚介類の国産品の市場価値が高く、販売が困難な状況であった。安心、安全が一層見直された感がある
- ・ 依然として商品値上が続く状況がある。中国産冷凍餃子問題により、産地などへのこだわりが増したことで、商品の値上を助長している面も出てきた。特に加工食品は一品単価が前年より高くなり、買上点数が厳しいものとなった
- ・ 中国産冷凍餃子問題の影響が大きく、冷凍食品の低迷が続いている。内食率アップの影響か、比較的経済性のある米穀や米関連商品が好調であった

商品動向

農産

- ・ 野菜については、中国産から国産へシフトしたためか、全体的に相場高傾向であった。気温が高くなり、キャベツ、レタス、トマト、キュウリなどのサラダ材料の動きが好調であった
- ・ 果実については、入荷量が増え、相場安であったいちごが品質も良く好調に推移した。柑橘類は比較的味は良いものの、数量が伸びず不振であった

水産

- ・ 先月に続き全体的に入荷量少なく相場高が続いた。気温の上昇に伴い、刺身、生食商材が動き始める
- ・ ブリ、鯛など養殖魚が安定入荷し、売上が好調であった
- ・ 中国産の風評と国産の値上によりウナギ、はまぐりが不振であった。また、旬のかつおについては不漁のため落ち込んだ

畜産

- ・ 中国産冷凍餃子問題、値上による影響で、家計に占める食費の調整からか、単価の高い牛肉から挽肉、豚肉、鶏肉などの低価格商品に移行している傾向が見られる
- ・ 豚肉については相場高であったが、しゃぶしゃぶ用中心の好調な動きとなった
- ・ 鶏肉については、中国食品問題から焼鳥カテゴリーが不振であった

惣菜

- ・ にぎり寿司、オードブルはひな祭りや卒業式などの行事が多かった事もあり、大型サイズの商品が注文を含めよい動きとなったが、原料高で値上げした商品は動きが鈍かった
- ・ 油の高騰により、家庭での揚げ物を控えているためか、天ぷら、フライ物の動きが好調であった

日配・加工食品

- ・ 日配食品では内食回帰により、佃煮などの和日配品が好調に推移した。また、インスタントラーメン値上げによりチルド麺全般が好調であった
- ・ 中国産冷凍餃子問題の影響が大きく、冷凍食品、チルド餃子、中華惣菜の低迷が続いている
- ・ 加工食品においては、2月以降の値上による買い控えにより、インスタントラーメンの買上点数が落ち込んだ。特売を中心に安さをアピールし、なんとか売上を伸ばしている
- ・ 春休み関連、花見需要も含めて、竹輪、魚肉練り製品、魚肉ハムなどの、おつまみ商材が値上の影響もあり売上に貢献した

その他

～ひな祭りの売上げ動向について～

- ・ はまぐりは、中国産は敬遠され、国産は高値であったため苦戦を強いられた。ひな祭りにはまぐりを食べる風習は、年々低下の傾向と思われる。関連販売したあさり は、前年を大きく上回り好調な売上となった
- ・ 中国産冷凍餃子問題の影響によるものか、ちらし寿司については手作り関連商材の需要が高く、いくら、まぐろ、刺身用サーモン、ほたて貝柱など好調に推移した。また、手巻き寿司ネタとして、刺身短冊類も好調であった
- ・ 雑あられ、桜餅などの和菓子は堅調であった。また、焼プリン、カップデザートなどの洋生菓子が大きく伸長した

～ホワイトデーの売上げ動向について～

- ・ バレンタインデーほどの売上の伸びはなかった。バレンタインの義理チョコが減少しているため、お返しが減ってきている傾向にある
- ・ バレンタインの「お返し」という事もあり、銘店ブランド商品、パッケージのしっかりした商品が好まれ、単価の高い商品から順に売れている。また手づくり需要が年々高まっている
- ・ 子供向けのキャラクター商品はよく動いたが、オーソドックスなクッキー、300円以下の低単価のものなどは動きが鈍く不振であった

～お彼岸の売上動向について～

- ・ 天候の影響もあったが、曜日周りがよく好調に推移した。昨年と比較し国産原料商品へのシフトが目立ってきている
- ・ おはぎは、お供え用だけではなく、実需商品としても人気の高いアソート商材(おはぎ+桜餅)が好調であった。また、シュークリームなどの洋生菓子やばら売りの焼き菓子も好調であった
- ・ 寿司、刺身ともに春分の日の上売りが好調であった。特に刺身に関しては、単品盛が不調も、真鯛や中トロ入りの盛合わせは好調であった
- ・ 天候に左右され、仏花、墓花共に動きが悪く、特に墓花が大きくダウンした

以上