



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成20年4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	38,740,188 万円	100.0%	103.7%(106.5%)	36,617,252 万円	99.9%(102.2%)
食 料 品	31,608,437 万円	81.6%(81.1%)	104.6%(106.8%)	29,937,118 万円	101.7%(103.3%)
農 産	4,461,389 万円	11.5%(11.6%)	103.9%(108.2%)	4,232,736 万円	100.9%(104.7%)
水 産	3,334,919 万円	8.6%( 8.9%)	100.5%(103.1%)	3,186,600 万円	98.3%( 99.6%)
畜 産	3,617,712 万円	9.3%( 9.2%)	107.5%(109.8%)	3,432,698 万円	104.3%(106.0%)
惣 菜	3,179,714 万円	8.2%( 8.1%)	104.8%(107.1%)	2,911,084 万円	101.4%(103.2%)
日配食品	7,114,903 万円	18.4%(17.9%)	103.9%(104.5%)	6,702,508 万円	100.8%(101.0%)
加工食品	9,899,801 万円	25.6%(25.5%)	106.0%(108.0%)	9,471,493 万円	103.2%(104.8%)
生活関連	3,031,560 万円	7.8%( 7.8%)	99.9%(103.3%)	2,891,335 万円	97.8%(100.8%)
衣 料 品	1,756,305 万円	4.5%( 4.5%)	97.0%(103.8%)	1,640,259 万円	94.4%(100.1%)
そ の 他	2,343,886 万円	6.1%( 6.6%)	100.9%(108.7%)	2,148,540 万円	84.5%( 89.3%)

### 数 値

全店総売上高	38,740,188 万円	店 舗 数	3,719 店舗
総売場面積	6,340,191.0 m <sup>2</sup>	総従業員数	191,487 人

店舗平均月商	10,416.8 万円	平均客単価	1,876.5 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円(6.3 万円)	平均店舗面積	1,704.8 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.2 万円(20.7 万円)	パート比率(前月)	76.0%(76.3%)

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

- ・ 前年と比べ日曜日が一日少なく3連休がなかったことで、売上は低調であった。また客数は横ばいも、買上点数が若干減少しており、値上の影響で買い控えも感じられる
- ・ 農産、水産の不振が続いている。特に農産は、生育期の低温や灯油高による生産コスト増、また年初からの冷凍餃子事件の影響による国産志向もあり高値で推移したため、前年を下回る売上となった
- ・ 中国餃子問題に端を発した冷凍食品の低迷もやや回復傾向にはあるが、前年実績まで戻るにはまだ時間が必要な状況である

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜については、国産へのシフトが強まり全体的に相場高傾向であった。また、なす、ピーマン、キャベツ、菌茸類などの炒め物商材は好調に動くも、サラダ商材は不振であった
- ・ 果実については、いちご、りんご、国産柑橘類が好調も、輸入柑橘類は総じて不振であった

### 水産

- ・ 原油高や中国産問題もあり、全体的に入荷量少なく相場高が続いた
- ・ 旬のアジ、貝類、海藻は好調であったが、マグロは原価高騰による売りやすい価格帯の商品不足により、売上減に歯止めがかからず低迷した
- ・ 中国産うなぎの入荷減による国産うなぎの高騰から、うなぎの販売減が続いている

### 畜産

- ・ 全体的な値上の影響からか、前月に引き続き単価の高い牛肉より、比較的単価の低い豚肉、鶏肉が売れる傾向が続いている
- ・ 気温の上昇に伴い、焼物商材が全般的に順調であった
- ・ 豚肉については、バラ焼肉用がよい動きとなり、サラダ用に冷しゃぶも好調であった
- ・ 鶏肉については、品薄・高値安定の傾向であったが、ブラジル・アメリカ産で対応などの販促強化により好調に推移した。中国食品問題から焼鳥が不振であった

## 惣菜

- ・ お花見、行楽シーズンで惣菜弁当の需要が高まり、惣菜全体の数値を押し上げている。寿司、おにぎり、焼そば、弁当などが好調な動きとなった
- ・ 気温が上昇し、うどんセット、ざるそば、ぶっかけそばなどの涼味麺が大幅に伸長した
- ・ 気温の上昇に伴いサラダ類が伸長した

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、和日配全体が好調に推移し、特にチルド麺が大きく伸長した。冷凍食品、中華惣菜は中国ギョーザ事件の影響で不振が続いている
- ・ 気温上昇により、涼味商材が好調であった。また品不足による価格上昇から乳製品の売上が増加したが、全体の底上げには至らず前年割れとなった。
- ・ バターの供給量逼迫により、バターの代替でマーガリンの需要が拡大した
- ・ 加工食品においては、洋風調味料・和風調味料・乾物が内食回帰もあり好調であった。また気温の上昇でお茶、ミネラルウォーター中心にペットボトル飲料の動きが活発となった
- ・ 値上げラッシュで低迷していたカップ麺は、販売点数は大幅ダウンも売上は回復傾向であった

## その他

～お花見・行楽マーケットの売上動向について～

- ・ 弁当商材については、冷食から手作りにシフトしているためか、おにぎり商材の塩鮭、ふりかけ、海苔、釜飯の素などが大きく伸長した。一方では簡便ニーズとして予約の行楽弁当や花見弁当なども好調であった
- ・ 例年好評の焼き鳥は中国問題の影響により不振となった
- ・ 飲料はペットボトル商品中心に好調な動きとなった。また酒類では、ビール類を中心に値上げの影響を受け売上は好調に推移した。特に発泡酒、第三のビールが好調であった
- ・ あらゆる商品の値上がりが続き、買い控え傾向がみられ、買上点数で昨年より減少となった

～ 異物混入問題への対策について～

- ・ 対策については、会議にて警備強化の案内、防犯カメラ増設、監視中の掲示および定期的な店内巡回強化などの実施報告があった
- ・ 事件の続いたペットボトル飲料に関しては、コーナーの商品補充や陳列見直しの頻度を増やす。また、開店前に飲料の目視による開栓確認実施、注意喚起を促すPOPを取り付けるなどの対策がなされた
- ・ 取引先でのチェック体制の強化（主に目視 + 金属探知機）。また、バイヤーによる工場視察の強化を実施するなど、取引先への指導や確認も行っている

以上