



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成20年5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	39,321,765 万円	100.0%	103.6%(103.7%)	37,223,231 万円	99.3%(99.9%)
食 料 品	32,278,234 万円	82.1%(81.6%)	104.6%(104.6%)	30,613,786 万円	101.9%(101.7%)
農 産	4,636,164 万円	11.8%(11.5%)	103.6%(103.9%)	4,416,405 万円	100.6%(100.9%)
水 産	3,375,672 万円	8.6%( 8.6%)	100.5%(100.5%)	3,230,321 万円	97.6%( 98.3%)
畜 産	3,694,572 万円	9.4%( 9.3%)	108.4%(107.5%)	3,505,587 万円	105.1%(104.3%)
惣 菜	3,214,058 万円	8.2%( 8.2%)	102.8%(104.8%)	3,025,604 万円	102.1%(101.4%)
日配食品	7,340,394 万円	18.7%(18.4%)	104.2%(103.9%)	6,922,767 万円	101.2%(100.8%)
加工食品	10,017,375 万円	25.5%(25.6%)	106.1%(106.0%)	9,513,103 万円	103.3%(103.2%)
生活関連	2,936,380 万円	7.5%( 7.8%)	99.2%( 99.9%)	2,811,178 万円	97.5%( 97.8%)
衣 料 品	1,843,821 万円	4.7%( 4.5%)	97.4%( 97.0%)	1,718,724 万円	94.9%( 94.4%)
そ の 他	2,263,331 万円	5.8%( 6.1%)	100.0%(100.9%)	2,079,544 万円	76.3%( 84.5%)

### 数 値

全店総売上高	39,321,765 万円	店 舗 数	3,714 店舗
総売場面積	6,337,409.5 m <sup>2</sup>	総従業員数	191,730 人

店舗平均月商	10,587.4 万円	平均客単価	1,878.8 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.2 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1706.4 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.5 万円(20.2 万円)	パート比率(前月)	75.9%(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

- ・ ゴールデンウィークはガソリン高の影響や休みが分散された事もあり、遠出よりも近場で過ごす人が多かったからか、弁当商材、アウトドア商材は好調な動きとなった
- ・ ガソリンの値上げ報道や原料値上げの影響で、食料品の買い控えなど節約ムードが高まった
- ・ 果実、水産の不振が続いている。中国冷凍餃子問題による冷食の低迷は回復しつつあるが、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、玉葱、人参などの根土物、菌茸類が好調となった
- ・ 旬のアスパラは、サラダや天ぷら需要と値ごろ感から好調に推移した。
- ・ 果実については、国産さくらんぼ、すいか、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。特にマグロの高騰、生イカなどの漁獲量の不足で厳しい状況となった
- ・ 旬のかつおについては、前半の相場高や出回りの遅れなどの影響により、昨年を下回る売上のところが多かった
- ・ 国産うなぎの相場高、中国産うなぎの不振により、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、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
- ・ 牛肉については、ゴールデンウィーク期間のバーベキュー、焼肉商材が好調であった
- ・ 豚肉については、気温の上昇とともに冷しゃぶ商材が好調であった。国産豚の高騰により輸入豚に切り替えたところ好調な動きとなった
- ・ 鶏肉については、相場高により特売価格がアップするも好調に推移した。また国産の品薄対策として輸入鶏へシフトしたところも好調であった

## 惣菜

- ・ 行楽向けの需要により、焼そば、おにぎり、弁当が好調な動きとなった
- ・ 油の価格が上がり、家庭で揚げ物を控える傾向もあり、から揚げや天ぷらなどの揚げ物が好調であった
- ・ 気温の上昇に伴いサラダ類が好調に推移した

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、チルド麺やアイスクリームは好調に推移するも、ところてん、豆腐、飲料が不振となった
- ・ 冷凍食品、中華惣菜は中国餃子事件の影響で不振が続いている
- ・ バター原料不足に伴い、マーガリン、チーズなど酪品が伸長した。またバター不足から料理に生クリーム等を入れる方が増えているとの情報で対応したところ、好調な売れ行きとなったとの報告がきている
- ・ 加工食品においては、涼味関連の乾麺、つゆなど昨年よりも若干高めの売価設定のものもある中、好調に推移した。また、洋風調味料・和風調味料が内食回帰もあり好調であった
- ・ 依然として値上げのないペット飲料は気温の上昇もあり好調な動きが続いたが、他は節約傾向、買い控え傾向から目立った動きはなかった

## その他

### ～ゴールデンウィークの売上動向について～

- ・ 今年は曜日回り悪く分散型のゴールデンウィークとなり、遠出よりも近場で過ごした人が多かったと思われ、お弁当やおつまみ商材などのニーズが高かった。また、中国冷凍餃子事件の影響を受け、冷凍食品のお弁当商材は不振であった
- ・ また、焼肉商材やバーベキューセットが好調であった
- ・ また、アウトドア関連で缶チューハイの低単価商品が値上ブームの関連で動きが活発となった。第三のビール、発泡酒も行楽需要により好調な動きとなった
- ・ 子供の日関連商材である、柏餅やちまきは好調な売れ行きとなった。また、和菓子のほかに洋生菓子も好調に動いた
- ・ 相次ぐ商品の値上がりで買い控え傾向が見られた。年々こどもの日の消費が低下してきている感がある

～母の日の動向について～

- ・ 母の日のフラワーギフトについては、カーネーションがやや縮小となり、アレンジ花が好調な動きをみせた
- ・ 定番となったカレー商材は、大手メ - カ - のTVCM集中投下や価格訴求効果もあり好調に推移した。またナンカレーの取り組みで、ナンが好調な売れ行きとなった
- ・ 手作りニーズ高く手巻き寿司セット商材が好調であった。また寿司、刺身盛り合わせ、惣菜オードブルセットも好調に推移した
- ・ ゴールデンウィーク同様に買い控えが見られた。また値上げが続く中、内食需要拡大により素材、調味料関係が好調に推移した。

～お酒の販売動向について～

- ・ 物価上昇による生活防衛意識から、価格の高いビール・発泡酒から、価格の安い第三のビールへ需要がシフトしている
- ・ また、健康志向ニーズにより糖質オフ、カロリーオフや野菜系チューハイなどが好調に推移している
- ・ ビール類は納価が上がっているにもかかわらず、大手を中心とした競合店が価格を据え置いているため、売価が上げられず苦慮している

以上