



日本スーパーマーケット協会

平成20年6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	39,447,932 万円	100.0%	104.7%(103.6%)	37,458,729 万円	101.3%(99.3%)
食 料 品	32,156,566 万円	81.5%(82.1%)	105.8%(104.6%)	30,547,063 万円	102.9%(101.9%)
農 産	4,605,210 万円	11.7%(11.8%)	105.7%(103.6%)	4,391,087 万円	102.7%(100.6%)
水 産	3,281,646 万円	8.3%(8.6%)	102.0%(100.5%)	3,146,540 万円	99.2%(97.6%)
畜 産	3,612,191 万円	9.2%(9.4%)	109.6%(108.4%)	3,432,806 万円	106.4%(105.1%)
惣 菜	3,102,996 万円	7.9%(8.2%)	106.2%(102.8%)	2,934,081 万円	102.9%(102.1%)
日配食品	7,377,063 万円	18.7%(18.7%)	104.6%(104.2%)	6,986,901 万円	101.8%(101.2%)
加工食品	10,177,460 万円	25.8%(25.5%)	106.5%(106.1%)	9,655,648 万円	103.8%(103.3%)
生活関連	3,085,654 万円	7.8%(7.5%)	100.2%(99.2%)	2,970,815 万円	98.5%(97.5%)
衣 料 品	1,983,299 万円	5.0%(4.7%)	97.4%(97.4%)	1,869,196 万円	94.8%(94.9%)
そ の 他	2,222,413 万円	5.6%(5.8%)	102.7%(100.0%)	2,071,655 万円	90.2%(76.3%)

数 値

全店総売上高	39,447,932 万円	店 舗 数	3,720 店舗
総売場面積	6,392,639.1 m ²	総従業員数	192,736 人

店舗平均月商	10,604.3 万円	平均客単価	1,889.9 円
月間m ² 売上(前月)	6.2 万円(6.2 万円)	平均店舗面積	1718.5 m ²
月間坪売上(前月)	20.4 万円(20.5 万円)	パート比率(前月)	76.1%(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

- ・ 去年は気温が高く夏物は順調に推移したが、本年は天候不順、気温も昨年を満たさず苦戦した
- ・ ガソリンの高騰や食品の相次ぐ値上げに伴い、買い控えなど生活防衛意識が一層強まっている。特に衣料品の影響が大きかった
- ・ 果実、水産の不振が続いている。水産については、原油高騰による休漁などの影響で、水揚量が減少し相場高となった。また、うなぎの産地偽装問題により大きく売上を落とした

商品動向

農産

- ・ 野菜については、気温の低い日が続きサラダ商材が不振となったが、菌茸類、根土物の需要が伸びたため前年を上回った
- ・ 旬のゴーヤ、とうもろこしは好調であったが、梅とらっきょうは天候の影響で動きが悪く不調であった
- ・ 果実については、バナナ、キウイなど輸入フルーツは好調も、スイカ、メロンなどの季節果実は天候不順により売上が伸び悩んだ

水産

- ・ 原油高騰による休漁や不漁により価格が高騰し、依然厳しい状況が続いている
- ・ 刺身に関しては、生まぐろ類が好調に推移した。また、生かつお、かつおのタタキも好調であった
- ・ 生するめいかは、不漁で休漁問題も発生し入荷量が落ち込み高値であった
- ・ うなぎの産地偽装問題、中国産の不調も重なり売上が伸び悩んだ。7月の土用丑商戦に向けて非常に厳しい状況

畜産

- ・ 牛肉については、和牛の高級部位の動きは鈍いが、週末の焼肉需要により焼肉商材が好調であった
- ・ 豚肉については、国産豚肉の高騰により値ごろ感のある輸入豚肉へとシフトしたところ好調な動きとなった
- ・ 鶏肉については、品薄・相場高であったが、昨年を上回り好調に推移した。中国産問題により焼き鳥は不振であった

惣菜

- ・ 父の日の寿司需要で、巻き寿司を中心に惣菜寿司が好調であった
- ・ 低温の影響もあり涼味商材が落ち込むが、焼き物や揚げ物は伸張した
- ・ 和惣菜では、季節の和え物が好調に推移した

日配・加工食品

- ・ 日配食品では、昨年に比べ6月の気温が上がらず、涼味麺、チルド飲料など夏向け商品の動きが少し鈍かった。また値上げの影響もあり、アイスクリームや涼菓子が不振であった
- ・ 二度にわたるパン値上げにも関わらず、マーガリン、チーズが売上2桁伸張で今後マーガリン不足が懸念される
- ・ 加工食品においては、飲料、ビール類、乾麺などの夏型商材が天候不順の影響を受け苦戦した
- ・ 物価の先高感を背景に、買い置きの効く商品を中心に買いだめの動きがあり、前年を上回った。また内食回帰により米、調味料が好調であった

その他

～父の日の動向について～

- ・ 父の日も家族団らんで焼肉、すきやきへと変わってきている。また物価上昇に伴う消費者の生活防衛の動きの中で、和牛・ステーキといった高級商材が苦戦している
- ・ 寿司関連については、母の日よりも動きが良く。中トロ入りの刺身盛合わせ、寿司種セット、手巻き寿司、にぎり寿司が好調であった
- ・ おつまみの菓子・珍味が好調であった。また、ビール、発泡酒は苦戦したが、第三のビール、ウィスキー、焼酎は好調に動いた
- ・ マーケットニーズとしては、母の日ほどの売上はないものの、おつまみ類や酒類を中心にいつもより少しだけ高品質な商品の動向が良い

～サマーギフトの動向について～

- ・ 中心価格帯は例年通り3,000円が最も多く、売上目標は100%～105%で取り組んでいるところが多い
- ・ 昨今の物価上昇の影響を受けて、市況での値上がりの大きい商材にギフトの動きが連動している。コーヒー、乾麺、油などはギフトとして人気が高いが、今年は特に食用油の動きが良かった
- ・ こだわりの商品では、北海道のスイーツや有名店のアイスなどの、夏のスイーツギフトが好調であった
- ・ 本年は、値上げに伴う消費者の自己防衛の影響がかなり大きく、最終売上も苦戦と予測される

～梅雨対策について～

- ・ 食中毒対策の徹底により、手洗い励行、衛生管理の徹底、温度管理強化を行った
- ・ 食欲が減退し疲労が増すので、あっさり食べられる涼味商材の売り込みや、反対にしっかりと体力をつける中華商材の訴求を行った
- ・ 生活関連では、室内干し衣料洗剤、除湿剤、カビ取り洗剤、室内用洗濯角ハンガーを強化し拡販した
- ・ 衣料品では、ファッション性のあるレインコートやレインシューズが天候与件もあり大幅伸長した

以上