



日本スーパーマーケット協会

平成20年8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	43,402,778 万円	100.0%	103.8%(104.8%)	41,175,758 万円	100.4%(101.2%)
食 料 品	35,854,022 万円	82.6%(81.5%)	104.5%(105.3%)	34,076,015 万円	101.6%(102.3%)
農 産	5,140,158 万円	11.8%(11.4%)	99.6%(104.4%)	4,918,286 万円	96.9%(101.4%)
水 産	3,592,349 万円	8.3%(8.3%)	101.4%(98.9%)	3,437,121 万円	99.2%(96.1%)
畜 産	3,989,652 万円	9.2%(8.8%)	110.6%(104.8%)	3,786,357 万円	106.5%(101.5%)
惣 菜	3,764,335 万円	8.7%(8.0%)	106.1%(106.1%)	3,544,278 万円	102.7%(102.5%)
日配食品	7,871,084 万円	18.1%(18.4%)	104.0%(105.9%)	7,417,800 万円	100.8%(102.7%)
加工食品	11,496,444 万円	26.5%(26.5%)	105.7%(107.6%)	10,972,173 万円	103.1%(104.7%)
生活関連	3,006,602 万円	6.9%(7.9%)	99.0%(100.8%)	2,890,665 万円	97.1%(99.1%)
衣 料 品	1,560,130 万円	3.6%(4.7%)	98.1%(104.9%)	1,458,706 万円	94.7%(101.8%)
そ の 他	2,982,025 万円	6.9%(5.9%)	103.2%(102.7%)	2,750,372 万円	93.5%(90.0%)

数 値

全店総売上高	43,402,778 万円	店 舗 数	3,656 店舗
総売場面積	6,268,828.3 m ²	総従業員数	188,650 人

店舗平均月商	11,871.7 万円	平均客単価	1,930.5 円
月間m ² 売上(前月)	6.9 万円(6.7 万円)	平均店舗面積	1,714.7 m ²
月間坪売上(前月)	22.9 万円(22.0 万円)	パート比率(前月)	76.1%(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

- ・ 盆までは気温が高く推移し好調であったが、盆明けから各地で低温、天候不順が続き、夕方のピーク時間帯に豪雨という状況も連日発生し、夏物商材の動きが鈍化した
- ・ 原料高騰による相次ぐ値上げ報道の影響で、消費者に生活防衛意識が高まり、低価格志向が顕著になる
- ・ ガソリン高の影響で遠出する人が減ったこと、夕方以降北京オリンピックをテレビ観戦する人が多かったことで、飲料や惣菜などの需要が増えた。また、オリンピック期間では、夜間の来店客が伸びず夕方以降苦戦した店舗もあった

商品動向

農産

- ・ 野菜については、特に月前半の相場安が響き単価が伸びず売上不調に終わる。中旬以降は気温低下により、土物、根菜、菌茸類などが前倒しで好調に推移した
- ・ 果物については、スイカ、ぶどう、桃などの季節果実やバナナなどの輸入果実は好調に推移したが、盆商戦における果実ギフトは高単価商品敬遠の動きから販売不振となった

水産

- ・ 燃料高騰を背景とする相場高などの影響により、依然厳しい状況が続いている。特にまぐろは、相場高騰により価格訴求ができず苦戦した
- ・ 旬のかつお、生さんま、秋鮭は豊漁による入荷安定で好調に推移した
- ・ うなぎについては、産地偽装事件以降、一時売上が回復したものの、相場高騰による買い上げ点数の低下により苦戦となった

畜産

- ・ 牛肉については、焼肉商材は好調であったが、消費者の生活防衛意識の高まりで、ロースなど的高額部位は不調であった
- ・ 豚肉については、焼き用途中心に全般的に好調を継続させた。盆明けからは急に気温が低下した影響で焼肉商材、冷しゃぶ材の販売数量が落ちた
- ・ 鶏肉も安価がうけて好調。相場高な国内産より輸入ブロイラーが伸張

惣菜

- ・ 食用油の高騰を背景にフライ、コロッケ、天ぷらなどの揚げ物が大きく伸びた
- ・ 夏休み期間中ということもあり、昼間は巻寿司やいなり寿司、弁当、丼メニュー、夜はオリンピック放送もあり、たこ焼き、お好み焼きなどスナックメニューが好調であった

日配・加工食品

- ・ 日配食品では、お盆過ぎまでは気温高く、涼味麺などの夏物商材の動きが顕著であったが、後半は低温の影響で飲料、アイスクリームが落ち込み、代わって肉まんなどホット商材が伸び、売れるものに変化が生じた
- ・ 牛乳、ヨーグルト、果汁飲料、野菜飲料は苦戦するも、冷凍食品は前年並みに回復した
- ・ 加工食品においても、盆明けの気温低下は夏物商材の売れ行きに悪影響を及ぼしたが、中旬までの猛暑で飲料、乾麺、つゆ類などが売上が押し上げた
- ・ 値上げ報道を背景とする買い溜め需要から、食用油、カレーなどの売上が伸張した

その他

～お盆商戦について～

- ・ オリンピック開催もあり、在宅率が高かったのか、オードブル、刺身、焼肉、にぎり寿司などの大型高単価商品は敬遠傾向で、中～小サイズ中心の動きとなった。また、お盆セットや手土産も低価格帯の動きが目立った
- ・ 酒類については、お供え用を含めた日本酒は低調であったが、缶酎ハイ、発泡酒、第三のビール、プレミアム系は好調であった
- ・ 落雁については、昨年と大きく違い早々から動きを見せ好調に推移した。お供え生菓子は平年並みであったが、焼き菓子や洋菓子の需要が高まってきている

～北京オリンピック期間中の販売動向について～

- ・ 消費の冷え込みも影響してか、家でオリンピック観戦されるお客様も多く、畜産中心に内食ニーズが高く売上は堅調であった
- ・ オリンピック開催に合わせ、チラシにオリンピック特集を掲載。催事コーナーにスポーツ飲料、酒類、菓子、珍味などを展開。スナック菓子、おつまみ、飲料、ビール類など、盆需要とあわせて好調であった
- ・ お盆期間にゴールデンタイムのオリンピック放映が重なり、単純に好調要因を特定することは難しい

以上