

平成17年4月27日



日本スーパーマーケット協会

平成17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	34,234,338 万円	100.0%	100.2%(98.8%)	32,507,020 万円	97.4%(95.5%)
食 料 品	27,536,200 万円	80.4%(81.3%)	100.4%(99.0%)	26,212,099 万円	97.8%(95.7%)
農 産	4,105,762 万円	12.0%(12.0%)	101.8%(99.1%)	3,888,065 万円	98.5%(95.8%)
水 産	3,246,423 万円	9.5%(9.4%)	95.5%(93.2%)	3,092,985 万円	92.7%(90.4%)
畜 産	3,076,771 万円	9.0%(9.3%)	102.7%(103.1%)	2,923,647 万円	99.3%(96.6%)
惣 菜	2,625,205 万円	7.7%(7.6%)	101.8%(100.6%)	2,490,461 万円	98.8%(97.3%)
日配食品	6,342,292 万円	18.5%(18.9%)	100.7%(99.2%)	6,042,243 万円	98.2%(96.4%)
加工食品	8,139,747 万円	23.8%(24.3%)	100.4%(99.1%)	7,774,698 万円	98.1%(96.4%)
生活関連	2,837,408 万円	8.3%(8.2%)	99.3%(97.3%)	2,666,054 万円	96.7%(94.9%)
衣 料 品	1,750,868 万円	5.1%(4.8%)	92.3%(94.8%)	1,671,333 万円	91.0%(92.6%)
そ の 他	2,109,862 万円	6.2%(5.6%)	105.4%(101.1%)	1,957,534 万円	98.5%(95.8%)

数 値

全店総売上高	34,234,338.0 万円	店 舗 数	3,350 店舗
総売場面積	5,726,141.3 m ²	総従業員数	162,283 人

店舗平均月商	10,219.2 万円	平均客単価	1,859.5 円
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円(5.5 万円)	平均店舗面積	1709.3 m ²
月間坪売上(前月)	19.8 万円(18.3 万円)	パート比率(前月)	74.0%(74.4%)

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

- ・ 曜日周りの影響はなかったものの、特に西日本で前半に気温の低い日が続き、春物商材の動きが鈍かった
- ・ 昨年月末に消費税の総額表示に対する駆け込み需要があった影響から、下旬の売上が昨年対比では低調となり、全体として昨年実績を下回る売上となった
- ・ 競合店とのチラシ合戦の影響と、ドラッグストア、ホームセンターなどとの価格競争の影響から、客単価が伸びを欠いている
- ・ 今年は桜の開花が4月にずれたところが多いため、花見需要がなくなったが、アルコール、行楽商材は堅調な売れ行きであった。またひな祭り、お彼岸、ホワイトデーなどのカレンダーマーケットも総じて好調な売上となった

商品動向

農産

- ・ 野菜は、たけのこなどの春物商材が若干出遅れ、全体の売上も伸びなかった
- ・ 果物は、イチゴ、柑橘類などが高値となり売上は好調に推移している。しかし利益面では苦しい状況となっている

水産

- ・ 依然として厳しい状況は続き、回復の兆しは見えていない。各社とも特に生魚への対策を打っているが、目立った効果はでていない

畜産

- ・ BSE、鳥インフルエンザなどの影響から完全に脱し、ほぼ本来の売上を取り戻している
- ・ 特に鶏肉は昨年の鳥インフルエンザの反動から、昨年比120～130%と非常に好調となっている

惣菜

- ・ 桜の開花が4月にずれたところが多かったが、行楽商材は堅調な売れ行きであった。中でも米飯、から揚げの売上が好調であった

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、上旬に気温の低い日が続いたため、おでん種などの練製品、中華まんなどが好調に売れた
- ・ 卵の相場高が依然として続いており、売上は好調に推移しているが、価格訴求しにくい状況となっている
- ・ 加工食品は、ホワイトデーの売上が好調であったこと、花粉症対策でキャンディーの売上が好調だったことなどにより、菓子が全体的に好調に推移した
- ・ 米の相場安が続いており、売上も低調となっている
- ・ 春の新商品が一斉に発売されたが、去年の伊衛門のようなヒット商品は今のところ見当たらない

その他

- ～ひな祭りの売上動向について
- ・ ひなあられは年々単価が下落しているが、点数増によりおおむね昨年を上回る売上となった
 - ・ はまぐりは、国産品の相場が高かったもののほぼ昨年並みの売上となった
 - ・ 寿司の売上が年々伸びている。逆に刺身などの素材の売上は縮小している
 - ・ 特に惣菜のちらし寿司は非常に売上を伸ばしており、2倍近くの売上となったところもある
 - ・ 寿司を除き単価は下落したが、点数が大きく伸びたため全体としてはほぼ平年並みかそれ以上の売上となった

～お彼岸の売上動向について

- ・ ぼたもちはインスタ生産・ばら売りの拡充により売上はおおむね好調であった
- ・ 今年は3連休となったところが多く、お彼岸商材というよりもバーベキューなどの行楽商材の売れ行きが好調であった
- ・ 花きは平年並みに売れたものの、刺身などのご馳走メニューは少量化が進んでおり、大型パックの動きは鈍い
- ・ 昨年よりも曜日周りが良かったことから、全体的な売上は昨年を上回ったところが多い。しかし、少量化が進んでおり、付加価値をつけた商品の展開が今後の課題としてあがっている

～花粉症対策商品の売上動向について

- ・ 今年は花粉の飛散量が非常に多かったため、関連商品は軒並み大きな売上アップとなった
- ・ のど飴などのキャンディーやマスクはインフルエンザの流行も相まって、昨年比2～3倍になるところが多くあった
- ・ プレーンヨーグルトもヨーグルト全体が伸び悩むなか、昨年を大きく上回る売上となった
- ・ その他ローションティッシュ、目薬、感冒薬、スプレーなど軒並み非常に好調な売れ行きとなった
- ・ 反面、機能性飲料、甜茶などのお茶は期待したほどの売上にはならなかった
- ・ 花粉の飛散する期間も延びることが予想されているため、各社とも展開を継続し拡販している