



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成17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	33,939,908 万円	100.0%	102.5%(100.2%)	32,510,669 万円	99.6%( 97.4%)
食 料 品	26,976,270 万円	79.5%(80.4%)	102.7%(100.4%)	25,921,881 万円	100.0%( 97.8%)
農 産	3,887,770 万円	11.5%(12.0%)	103.1%(101.8%)	3,714,007 万円	99.8%( 98.5%)
水 産	3,092,477 万円	9.1%( 9.5%)	99.8%( 95.5%)	2,969,436 万円	97.1%( 92.7%)
畜 産	2,990,991 万円	8.8%( 9.0%)	104.2%(102.7%)	2,864,690 万円	101.1%( 99.3%)
惣 菜	2,715,988 万円	8.0%( 7.7%)	105.6%(101.8%)	2,599,217 万円	102.3%( 98.8%)
日配食品	6,209,697 万円	18.3%(18.5%)	102.2%(100.7%)	5,977,142 万円	99.6%( 98.2%)
加工食品	8,079,347 万円	23.8%(23.8%)	102.4%(100.4%)	7,797,389 万円	100.3%( 98.1%)
生活関連	2,916,854 万円	8.6%( 8.3%)	102.0%( 99.3%)	2,754,881 万円	98.7%( 96.7%)
衣 料 品	1,986,548 万円	5.9%( 5.1%)	97.5%( 92.3%)	1,911,686 万円	95.6%( 91.0%)
そ の 他	2,060,236 万円	6.1%( 6.2%)	106.6%(105.4%)	1,922,221 万円	99.6%( 98.5%)

### 数 値

全店総売上高	33,939,908.0 万円	店 舗 数	3,325 店舗
総売場面積	5,737,302.0 m <sup>2</sup>	総従業員数	162,600 人

店舗平均月商	10,207.5 万円	平均客単価	1,867.1 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	5.9 万円( 6.0 万円)	平均店舗面積	1,725.5 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.6 万円(19.8 万円)	パート比率(前月)	74.8%( 74.0%)

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

- ・ 昨年の総額表示による売上の落ち込みがあった裏年だったが、全体の売上は昨年を若干下回る結果となった
- ・ 桜の開花がほとんどの地域において4月になったこと、ゴールデンウィーク前半の天候に恵まれたことなどから、行楽商材は各部門ともに概ね好調な売れ行きとなった
- ・ 日々の気温の変化が非常に大きかった。それに伴い売れ筋も大きく変化し、売り場の展開に非常に苦慮した
- ・ 一部地域においては、競合店の出店が相次ぎ、激しい価格競争となり、売上、利益を圧迫している

## 商品動向

### 農産

- ・ 春野菜、スイカ、メロンなどは出荷遅れにより、出足が鈍かった。春野菜は下旬の気温の上昇によりカバーしたが、スイカ、メロンの売上は不調に終わる
- ・ 気温の上昇に伴い、サラダ商材、カットフルーツが好調に推移した

### 水産

- ・ 旬のかつおは、各地の入荷状況がそのまま売上へ影響するかたちとなった。入荷が遅れた地域は厳しい売上となり、全体の売上も低調であった
- ・ 各社ともクロスMD、料理法の提案、規格変更など様々な対策を打っている。その結果売上も徐々に上向いているが、依然として厳しい状況は続いている

### 畜産

- ・ 鶏肉は昨比100～120%と引き続き好調な売上となった。また、国産牛の相場が非常に高いこともあり全体の売上も好調に推移した

## 惣菜

- ・ 桜の開花が4月だったことから、行楽商材中心に概ね好調な売上となった
- ・ サラダ商材や米飯と冷やし麺のセットは中旬の低温によりやや動きが鈍ったが、全体的には堅調な売れ行きとなった

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、卵の相場が依然として高いため、各社特殊卵を含めた販促を実施し、売上は概ね好調に推移している
- ・ ヨーグルトなどの花粉症対策関連商品は、先月に続き非常に好調な売れ行きとなった
- ・ 加工食品は、行楽商材の好調に伴い、タレ、海苔などが好調に売れた
- ・ 飲料は新商品の発売もあり、概ね好調に売れたが、異業態との価格競争に巻き込まれている店舗も多く出ている

## その他

- ～お花見・行楽商材の動向について
- ・ 天候の影響により、全国的に開花期間が短くなったため、満開の曜日と天候により、大きく売上を左右された
  - ・ アルコールは、チューハイが引き続き140～160%の売上と非常に好調。ビールは堅調も、発泡酒は第3のビールの影響で低調に終わった
  - ・ 大型のオードブルの売れ行きは鈍いが、中型、小型のオードブルは好調に売れた
  - ・ 昨年不調であった、牛焼肉商材が好調。それに関連して、タレなども好調に売れた
  - ・ 惣菜の売れ行きが各社軒並み好調であった。自宅で料理して行楽に行く、という人が減ってきているのでは、との指摘もあった

~ゴールデンウィークの売上動向について（速報）

- ・ 昨年に比べ曜日周りも良く、大型連休となった。天候にも恵まれたため、バーベキュー商材などのアウトドア商品が特に好調な売れ行きであった
- ・ 全体を通して気温が高く、涼味商材が好調な売れ行きとなった
- ・ 一方で、外出する方が多く、売上が外食に流れるなど、マイナス面を指摘する声も聞かれた
- ・ 大型連休であった割には単価は上がり、逆に刺身においては単価の下落傾向が強まっている
- ・ アルコールはチューハイを中心に、発泡酒を除いては好調に売れている