



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成17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	33,482,423 万円	100.0%	101.6%(102.5%)	31,910,792 万円	98.3%( 99.6%)
食 料 品	26,696,608 万円	79.7%(79.5%)	101.4%(102.7%)	25,536,227 万円	98.5%(100.0%)
農 産	3,848,595 万円	11.5%(11.5%)	102.7%(103.1%)	3,661,133 万円	99.0%( 99.8%)
水 産	2,974,555 万円	8.9%( 9.1%)	98.5%( 99.8%)	2,840,672 万円	95.4%( 97.1%)
畜 産	3,010,620 万円	9.0%( 8.8%)	101.9%(104.2%)	2,871,356 万円	98.5%(101.1%)
惣 菜	2,638,605 万円	7.9%( 8.0%)	105.1%(105.6%)	2,508,635 万円	101.4%(102.3%)
日配食品	6,220,380 万円	18.6%(18.3%)	101.2%(102.2%)	5,956,979 万円	98.4%( 99.6%)
加工食品	8,003,853 万円	23.9%(23.8%)	100.8%(102.4%)	7,697,452 万円	98.4%(100.3%)
生活関連	2,770,621 万円	8.3%( 8.6%)	101.2%(102.0%)	2,601,176 万円	97.5%( 98.7%)
衣 料 品	2,011,059 万円	6.0%( 5.9%)	99.0%( 97.5%)	1,934,674 万円	97.1%( 95.6%)
そ の 他	2,004,135 万円	6.0%( 6.1%)	107.8%(106.6%)	1,838,715 万円	99.4%( 99.6%)

### 数 値

全店総売上高	33,482,423.0 万円	店 舗 数	3,373 店舗
総売場面積	5,760,115.2 m <sup>2</sup>	総従業員数	164,850 人

店舗平均月商	9,926.6 万円	平均客単価	1,834.4 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	5.8 万円( 5.9 万円)	平均店舗面積	1,707.7 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.2 万円(19.6 万円)	パート比率(前月)	75.1%( 74.8%)

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

- ・ 北日本・東日本において、特に中旬から記録的な低温となった。そのため夏物商材が振るわず、全体としても昨年を下回る売上となった
- ・ ゴールデンウィークの売上は天候、曜日回りともに恵まれたため堅調であったが、その他の土日は低温が響き、厳しい売上となった
- ・ 客単価、商品単価の下落が続いている一方、健康志向、簡便商材は高単価であるにもかかわらず好調となっている。このことから、価格の二極化が進んでいるとの声も多く聞かれる

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜は、レタスなどが特に中旬から安値となる。そのため数量は伸びているものの、売上はほぼ前年並みとなった
- ・ 果物は、メロン、スイカ、グレープフルーツの生育が悪く、果物全体も厳しい状況となっている

### 水産

- ・ 全体的に厳しい状況は続いているが、マグロは週末中心に各社堅調な売れ行きとなっている。課題は平日の生魚の売上対策となっている

### 畜産

- ・ 鶏肉は先月に続き、昨比110～120%と好調に推移している
- ・ 牛肉、豚肉ともに相場が非常に高い状態が続いており、各社の利益を圧迫している

## 惣菜

- ・ ゴールデンウィークの行楽商材の好調と、中食市場の定着により全体的に好調な売れ行きとなった
- ・ 揚げ物のバイキングなどのばら売りが各社定着し、売上も概ね好調。今後は飽きられない工夫が重要となってくる

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、低温の影響により、アイスクリーム、冷やし中華などの涼味商材が軒並み低調であった
- ・ 子供の日、母の日の売上が貢献し、おはぎ、柏餅などの和菓子の売上が好調であった
- ・ ヨーグルト、豆乳などの健康商材は引き続き好調を維持している
- ・ 加工食品は、低温の影響により乾麺、麺つゆが出遅れた。反面、茶飲料は新商品の売れ行きが良く、全体の売上も好調であった
- ・ アルコールは焼酎、チューハイが引き続き好調を維持している。反面発泡酒は第3のビールの影響で、昨比70～80%と低調であった

## その他

- ～ ゴールデンウィークの販売動向について
- ・ 全体を通して天候に恵まれ、行楽商材を中心に全般的に売上は好調であった
- ・ 刺身は概ね好調な売れ行きとなった。特にマグロの動きが良かった
- ・ 惣菜は、米飯が好調であった。その他の行楽商材も概ね好調な売上となった
- ・ オードブルは、企業ごとに好不調が大きく分かれている。展開・提案によってはまだまだ売れる余地はあると思われる
- ・ 子供の日関連商品は、柏餅、ちまき中心にほぼ昨年並みの売上であった。今年は売上の大きな山がなく、期間を通してコンスタントに売れた
- ・ 加工肉などのお弁当商材が低調であることから、全体的に手作り商材から簡便商材へ売上が大きくシフトしているとの声が聞かれる

～母の日の販売動向について

- ・ 今年は大連休の最終日となり、寿司は好調に売れたが、その他のご馳走メニューの動きは鈍かった。全体的な売れ行きとしてはベーシック商品の動きが良かったこともあり、概ね好調であった
- ・ 花は、カーネーションの動きは若干鈍かったが、それ以外の花の動向が良かった。特に鉢植えの動きが良い
- ・ 昨年好調だったカレー商材が今年は伸び悩んだ。逆に、パスタや簡便商材の動きが良かった

～最近の売れ筋商品の傾向について

- ・ 昨年に続き、安心、健康、美味、簡便がキーワードとなっている。それに加え、サプリメントなど美容に良い商品も軒並み伸びている
- ・ 農産ではバナナ、トマト、カット野菜・フルーツ、水産ではワカメ、モズク、生サーモン、畜産では銘柄豚・鳥の動きが特に良い
- ・ 反面、生魚のように手間のかかる商品の売れ行きは総じて悪い
- ・ 沖縄県産の商品が普及してきており、ゴーヤー、マンゴーなどの売れ行きが伸びている
- ・ 各社とも、これらのキーワードに合致する商品の積極的な展開と提案をしていくとともに、TV放映などに対する情報収集を行い、すばやい対応をすることでこれらのマーケットへのアプローチを図っている