



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成17年7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	35,223,621 万円	100.0%	100.7%( 99.9%)	33,597,991 万円	98.2%( 97.5%)
食 料 品	27,889,716 万円	79.2%(79.3%)	100.7%( 99.7%)	26,639,032 万円	98.1%( 97.1%)
農 産	3,757,817 万円	10.7%(11.3%)	96.8%( 95.0%)	3,582,000 万円	94.0%( 91.9%)
水 産	3,157,808 万円	9.0%( 8.7%)	101.3%( 98.2%)	3,011,244 万円	98.6%( 95.5%)
畜 産	2,995,307 万円	8.5%( 8.7%)	103.3%(100.6%)	2,851,906 万円	100.3%( 97.7%)
惣 菜	2,758,326 万円	7.8%( 7.5%)	104.5%(103.9%)	2,616,305 万円	101.1%(100.7%)
日配食品	6,537,403 万円	18.6%(18.8%)	100.1%(100.2%)	6,250,274 万円	97.6%( 97.7%)
加工食品	8,683,055 万円	24.7%(24.3%)	100.7%(100.6%)	8,327,303 万円	98.6%( 98.4%)
生活関連	2,985,018 万円	8.5%( 8.5%)	100.4%(100.7%)	2,777,675 万円	96.6%( 97.7%)
衣 料 品	2,137,581 万円	6.1%( 6.4%)	100.3%(100.0%)	2,066,656 万円	99.0%(100.4%)
そ の 他	2,211,306 万円	6.3%( 5.7%)	100.9%(101.5%)	2,114,628 万円	101.2%( 99.4%)

### 数 値

全店総売上高	35,223,621 万円	店 舗 数	3,393 店舗
総売場面積	5,808,124.2 m <sup>2</sup>	総従業員数	164,231 人

店舗平均月商	10,381.3 万円	平均客単価	1,809.5 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円( 5.8 万円)	平均店舗面積	1,711.8 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.0 万円(19.3 万円)	パート比率(前月)	74.9%( 75.3%)

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

- ・ 昨年の猛暑の裏年であることが大きく影響し、涼味商材が軒並み低調に終わった。日曜日が昨年よりも1日増であったが売上は昨年に届かなかった
- ・ 農産物の相場安が依然として続いており、全体の売上に大きく影響を及ぼした
- ・ 鳥インフルエンザの影響は、全国的にはほとんどなく、畜産全体の売上も好調に推移している

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜は、キャベツ、レタスなどの相場安が続いており、単価が大きく下がり、低調な売上に終わった
- ・ 果物は、スイカが昨年よりも気温が低かったことから特に丸物が低調だった

### 水産

- ・ 依然として昨年を割る売上ではあるが、刺身を中心に徐々に売上は回復している
- ・ うなぎは、国産中心の展開で、売上は概ね堅調であった（後述）

### 畜産

- ・ 鳥インフルエンザの影響が心配されたが、鶏肉の売上は昨比を上回ったところが多く、大きな影響はなかった
- ・ 全般的に売上は好調に推移しているが、牛肉、豚肉の相場が非常に高く、利益を圧迫している

## 惣菜

- ・引き続き部門全体で好調を維持している。特に米飯、麺セットの売上が好調であった

## 日配・加工食品

- ・日配食品は、去年の猛暑の反動で、アイス、冷やし中華などの涼味商材が軒並み大幅に売上を落とした
- ・TV放映されたところてん、寒天が引き続き好調。商品の供給が間に合わない状態が続いている
- ・加工食品も、去年の猛暑の反動で飲料、麺つゆ、乾麺などの涼味商材が軒並み低調となった
- ・反面、昨年猛暑により苦戦した菓子部門は、好調な売上となった

## その他

- ~サマーギフトの動向について
- ・去年の猛暑の反動により、飲料などの涼味商材は低調であったが、ビールは堅調な売れ行きであった
- ・乾麺、洗剤などの売れ行きが年々落ちている。逆に、メロン、マンゴー、かになどの売上が伸びている
- ・各社、安全・安心・健康に特化した商品の品揃えを強化している。売上も昨年比1.5倍になったところがあるなど、好調に推移している
- ・早期割引が各社に浸透したこともあり、売上の山がなくなっている、との声も聞かれる

～土用の丑の日について

- ・ うなぎの相場の上昇により、単価が上がった。そのため点数は昨年に届かないが売上は昨年並みであったところが多い
- ・ 国産中心の売上は昨年と変わらず、特に少量パックの売上が良い
- ・ 焼き売りなどの実演販売を実施するところが増え、もう一段の差別化が必要となっている
- ・ うなぎなどの丼ものに代表される簡便商材の売上が伸びている。その結果、水産部門よりも惣菜部門の売上の伸びが高い
- ・ 来年は簡便商材、高付加価値商品などの拡充により、品揃えを強化する、という声が多くあがっている