



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成17年12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	40,847,128 万円	100.0%	103.2%(101.5%)	38,838,371 万円	100.1%( 98.4%)
食 料 品	31,787,459 万円	77.8%(77.7%)	102.6%(100.5%)	30,084,510 万円	99.1%( 97.3%)
農 産	4,140,477 万円	10.1%(10.4%)	99.2%( 93.6%)	3,922,194 万円	95.8%( 90.4%)
水 産	3,952,376 万円	9.7%( 9.0%)	103.0%(101.8%)	3,742,697 万円	99.5%( 98.4%)
畜 産	3,740,890 万円	9.2%( 9.2%)	105.9%(105.1%)	3,537,848 万円	101.8%(101.1%)
惣 菜	3,157,788 万円	7.7%( 7.6%)	104.7%(104.0%)	2,934,735 万円	100.4%(100.1%)
日配食品	7,038,225 万円	17.2%(18.1%)	101.7%( 99.0%)	6,664,982 万円	98.2%( 96.1%)
加工食品	9,757,703 万円	23.9%(23.4%)	102.6%(101.6%)	9,282,054 万円	99.6%( 98.7%)
生活関連	3,739,825 万円	9.2%( 9.4%)	101.9%(102.9%)	3,557,084 万円	99.6%( 99.8%)
衣 料 品	2,707,333 万円	6.6%( 7.1%)	114.0%(108.5%)	2,653,804 万円	113.2%(108.3%)
そ の 他	2,612,511 万円	6.4%( 5.9%)	102.6%(103.8%)	2,542,973 万円	100.3%(100.9%)

### 数 値

全店総売上高	40,847,128 万円	店 舗 数	3,443 店舗
総売場面積	5,950,826.2 m <sup>2</sup>	総従業員数	169,112 人

店舗平均月商	11,863.8 万円	平均客単価	2,174.0 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.9 万円( 5.8 万円)	平均店舗面積	1,728.4 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	22.7 万円(19.3 万円)	パート比率(前月)	75.6%( 75.0%)

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

- ・ 記録的な低温により、鍋物商材・冬物衣料などの売上が急伸した。一方で北日本においては大雪となり、一部地域では大規模な停電やお客様の足に影響がでるなど、マイナス面の報告もあった
- ・ 上旬においては、野菜の相場安もあり売上は若干伸び悩んだが、中旬から一気に気温が下がり、鍋物商材などの売上が大きく伸び、既存店は昨年を上回った
- ・ 昨年の年末が雪だった地域が多く、今年は軒並み売上が好調に推移し、全体の売上を押し上げた

## 商品動向

### 農産

- ・ 前半は先月に引き続き野菜の相場は安値で推移したが、後半から低温と雪の影響により、相場が高騰した
- ・ 全体的には果物も主力のみかんが安値だったこともあり、売上は低迷した

### 水産

- ・ 低温の影響から、たら・生カキなどの鍋物商材が好調に推移した
- ・ 部門全体の不振が続いてきたが、売上もほぼ昨年並みに戻りつつある

### 畜産

- ・ 先月に引き続き全体的に好調となっている。特に牛うす切りが、すき焼き需要の上昇により二桁の伸びを示した

### 惣菜

- ・ 米飯は引き続き好調を維持している。また、チキン・オードブルなど、クリスマス・年末商材が軒並み好調だったことが売上を押し上げた

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、低温の影響によりおでん種などの鍋物商材が大きく売上を伸ばした
- ・ 後半から野菜の相場が高騰したが、漬物の売上は伸びなかった。一部からは寄生虫問題により、韓国産キムチの低迷が続いていることが影響している、という声も聞かれた
- ・ 加工食品は、鍋物需要の上昇により、ポン酢・鍋つゆ、特にストレートタイプの鍋つゆが好調であった
- ・ 味噌・しょうゆなどの基礎調味料も堅調に推移した

## その他

- ～クリスマス商戦について
- ・ 今年は曜日周りがよく、25日まで売上が好調に推移し、3日間トータルでも昨年を4～6%上回ったところが多い
- ・ チキンレッグは各社国産品の拡充などアップグレード商品に力を入れたこともあり、軒並み好調な売上となった
- ・ スパークリングワインが広く認知され、非常に好調であった。各社二桁の伸びとなっており、予約も非常に増えている
- ・ ケーキは予約が中心であるが、大手が店頭売りをしないところが出てきたこともあり、当日売りで大きく売上を伸ばしたところもある
- ・ スポンジケーキなど手作り材料は伸び悩んでいる。ホテルケーキなどは堅調に売上を伸ばしている
- ・ 少量化の傾向はあるものの、寿司・刺身・ステーキなどのご馳走メニューは総じて好調な売上となった

～年末商戦について

- ・ 昨年が雪のため売上を落としたこともあり、期間通して売上は好調に推移し、概ね昨年以上の売上となった。特に29日の売上が伸びた企業が多い
- ・ 30日の売上が相対的に悪く、売上の山は徐々に無くなってきている、との声が多く聞かれる
- ・ 農産は出荷量の減少により、物量の確保に苦労したところが多かった。全体的な売上はほぼ前年を上回った。手作りおせち材料の需要が年々減っている、との指摘も聞かれる
- ・ 水産は、総じてアップグレード商品の売上が好調であった。特に刺身は本マグロなどの売上が伸びた。えび・かにについても同様の動きであった
- ・ 畜産は、すき焼き用が和牛中心に好調に推移し、二桁の伸びとなったところもある。一方、豚ブロック・鶏雑煮用は単価が下落し、昨年並みの売上となった
- ・ 惣菜は、昨年31日の雪の反動から、天ぷらの売上が好調に推移した。おせちは単品の売れ行きは落ちているものの、おせちセットの売上が好調であった
- ・ 日配食品は、概ね昨年並みの売上となったが、黒豆は原料値上がりの影響により低調であった。おせちは、セット物の売上は好調なものの、単品材料の需要の減少を指摘する声も聞かれる
- ・ 加工食品は、切り餅・鏡餅ともに堅調な売れ行き。特に切り餅の売れ行きが良い。酒は、ビール・日本酒ともに非常に好調。特に銘柄酒の売上が好調であった
- ・ 全部門を通して、アップグレード商品が総じて好調であった
- ・ おせちは単品からセット物への移行が進んでいる

年始の動向について

- ・ 刺身・寿司など、ハレ型商品で、かつ簡便商材の売れ行きがよい
- ・ 正月商材については少量目の商品の売れ行きが良い
- ・ 2日からほとんどの企業が営業しており、正月営業の売上も頭打ちとなっている
- ・ 1月4日には完全に平日の動向となった。年々お正月の盛り上がりがなくなってきている、との声も聞かれる