



日本スーパーマーケット協会

平成18年2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	32,074,532 万円	100.0%	100.7%(101.1%)	30,416,106 万円	97.0%(98.3%)
食 料 品	26,109,432 万円	81.4%(78.3%)	101.0%(102.0%)	24,688,912 万円	97.0%(98.8%)
農 産	3,702,771 万円	11.5%(11.1%)	98.8%(102.4%)	3,492,809 万円	95.4%(98.9%)
水 産	3,047,985 万円	9.5%(9.7%)	103.0%(102.3%)	2,875,076 万円	99.5%(98.9%)
畜 産	2,943,636 万円	9.2%(9.1%)	101.6%(101.6%)	2,770,975 万円	97.9%(98.2%)
惣 菜	2,587,023 万円	8.1%(8.0%)	104.8%(105.3%)	2,395,242 万円	101.0%(101.4%)
日配食品	5,849,942 万円	18.2%(17.6%)	99.7%(101.0%)	5,521,877 万円	96.5%(98.0%)
加工食品	7,978,075 万円	24.9%(22.9%)	100.7%(101.5%)	7,632,933 万円	95.7%(98.5%)
生活関連	2,600,444 万円	8.1%(8.9%)	99.6%(98.0%)	2,443,937 万円	96.1%(96.8%)
衣 料 品	1,540,374 万円	4.8%(6.4%)	98.0%(94.8%)	1,520,482 万円	97.0%(94.4%)
そ の 他	1,824,282 万円	5.7%(6.4%)	101.5%(101.0%)	1,762,775 万円	99.0%(98.6%)

数 値

全店総売上高	32,074,532 万円	店 舗 数	3,421 店舗
総売場面積	6,001,703.8 m ²	総従業員数	168,867 人

店舗平均月商	9,375.8 万円	平均客単価	1836.3 円
月間m ² 売上(前月)	5.3 万円(6.0 万円)	平均店舗面積	1754.4 m ²
月間坪売上(前月)	17.7 万円(19.8 万円)	パート比率(前月)	75.7%(76.1%)

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

- ・ 気温の寒暖の差が激しく売り込み商品が絞りにくい月であった。また、地区によっても気温の差が激しく、冬物商品から春物商品への移行は地域によりバラつきが出た
- ・ カレンダーマーケットについては好調に推移した。特に節分では惣菜部門の売上げが大きく伸張した
- ・ 原料高騰による商品価格の値上げ、アメリカ産牛肉の問題や天候不順による生鮮品の価格高騰などの影響を受け、消費動向は一向に上向きに転じる気配が見えない中、競合との価格競争は激しさを増しており、売上げ確保が厳しい状況が続いている

商品動向

農産

- ・ 前半は気温が低かったことから、白菜、ねぎ、きのこ類などの鍋商材が好調に推移
- ・ いちごは生育不足による品質の低下、さらには相場高が重なり、前年割れの実績となった企業が多かった
- ・ 春野菜の展開が始まったが、まだまだ顔見せ程度の売れ行きとなっている

水産

- ・ ブリは先月に引き続き相場が安定していることから好調に推移した
- ・ カキは加熱用、生食用ともに好調に推移した

畜産

- ・ 輸入牛の売上げ不振に加え、国産牛の相場高が重なり、牛肉は全般的に不振となる
- ・ 豚肉は先月に引き続き薄切りを中心に堅調に推移した
- ・ 中旬以降は、焼き物商材（焼肉・しょうが焼き）が伸び始めてきた

惣菜

- ・ 恵方巻きは各社とも昨年を大きく上回る売上げを作った
- ・ 旬商材を使った天ぷらやおこわ、煮物が好調に推移した

日配・加工食品

- ・ 西日本では鍋物商材（鍋つゆ、ポン酢、おでん）が予想以上に健闘し、昨年を上回る売上げとなったが、北日本、特に関東地区では中旬以降の気温の上昇を受け、鍋物商材は総じて不振となる
- ・ 日配食品は、牛乳が引き続き不振となっているが、ヨーグルトについては花粉症対策などの取り組みをしたところは好調に推移した
- ・ 加工食品は、受験シーズンの夜食として需要の高いはるさめヌードルやカップ入りパスタ、即席めんが好調に推移した

その他

～節分の売上げ動向について～

- ・ 恵方巻きは具材のバリエーションの増加や中巻きや太巻きなどサイズのバリエーションも増やすことで単価アップに成功し、前年比110%～187%と本年も大幅売上げ増となった。また、予約マーケットとしても定着しており、売上げアップに貢献した
- ・ 節分いわしについては、生いわし、塩いわしとも昨年比100%～110%と堅調な売上げとなった
- ・ 節分豆についても昨年比100%～120%と堅調な売上げとなった。その中でも小袋入りの豆は後片付けの手間が省けるなどの理由から昨年同様に好調な売上げを示している
- ・ また、豆関連として青果部門では落花生を売り込んでおり、千葉県産を中心に展開することで単価アップを図っている
- ・ 節分そばについては、取り組みは少ないが販売している企業では堅調な売上げを示している
- ・ 鬼にちなんできび団子を販売するなど、趣向を凝らした展開をすることで売上げを伸ばしたという報告もある

～バレンタインデーの売上げ動向について～

- ・ 手作りチョコおよび友チョコ需要が年々拡大している影響で割れチョコや板チョコの売上げが伸びている
- ・ また、有名ホテルのチョコや有名パティシエの商品も高単価にも関わらず好調な売れ行きであり、ブランド志向の傾向が顕著に現れている
- ・ 義理チョコ向けと想定される100円～300円程度の低単価商品の売上げは落ち込んでいる。逆に自分へのご褒美としての需要が増えてきていることから、800円～1000円前後の商品は伸びている
- ・ 販売動向としては昨年とほぼ同様の状況であり、売れ筋は高単価商品へと移行している。しかしながら、売上げは昨年比95%～110%と大きな変化がみられないことから、これまで大きな売上げを占めていた義理チョコ需要が年々低下していると考えられる

～ひな祭りの動向について《速報》～

- ・ ひなあられは昨年よりも消化状況が良く、昨年比102%～107%で推移している
- ・ はまぐりについては、中国産が相場高の影響により昨年比94%～100%と不振。逆に国内産は好調に推移している
- ・ 惣菜のちらし寿司、手巻き寿司、てまり寿司が好調に推移。また、水産の寿司だねセットは好調な企業と不調な企業にわかれている

詳細につきましては来月ご報告いたします