



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成18年3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	34,523,869 万円	100.0%	100.8%(100.7%)	31,870,472 万円	97.9%( 97.0%)
食 料 品	27,634,185 万円	80.0%(81.4%)	100.9%(101.0%)	25,322,868 万円	97.6%( 97.0%)
農 産	3,919,440 万円	11.4%(11.5%)	96.8%( 98.8%)	3,637,172 万円	93.7%( 95.4%)
水 産	3,288,439 万円	9.5%( 9.5%)	102.9%(103.0%)	3,020,900 万円	99.3%( 99.5%)
畜 産	3,055,122 万円	8.8%( 9.2%)	101.8%(101.6%)	2,807,465 万円	98.2%( 97.9%)
惣 菜	2,820,351 万円	8.2%( 8.1%)	105.0%(104.8%)	2,532,308 万円	101.0%(101.0%)
日配食品	6,215,860 万円	18.0%(18.2%)	99.5%( 99.7%)	5,722,908 万円	96.4%( 96.5%)
加工食品	8,334,973 万円	24.1%(24.9%)	101.5%(100.7%)	7,602,115 万円	98.6%( 95.7%)
生活関連	2,887,724 万円	8.4%( 8.1%)	99.2%( 99.6%)	2,702,014 万円	97.0%( 96.1%)
衣 料 品	1,823,689 万円	5.3%( 4.8%)	101.4%( 98.0%)	1,780,027 万円	100.9%( 97.0%)
そ の 他	2,178,271 万円	6.3%( 5.7%)	101.9%(101.5%)	2,065,563 万円	100.8%( 99.0%)

### 数 値

全店総売上高	34,523,869 万円	店 舗 数	3,485 店舗
総売場面積	6,101,890.3 m <sup>2</sup>	総従業員数	170,236 人

店舗平均月商	9,902.3 万円	平均客単価	1,828.4 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	5.7 万円(5.3 万円)	平均店舗面積	1,750.9 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	18.7 万円(17.7 万円)	パート比率(前月)	75.4%( 75.7%)

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

- ・ 先月に引き続き、天候および気温の変化が激しく、売り込み商品が絞りきれない月であった。特に農産部門は、相場が安定せず不振が続いている。逆に水産は、相場高の影響で売上げは昨年を上回ったところが多い
- ・ 客数および買い上げ点数は回復基調にあるが、客単価および1点単価が依然として下落しており、売上げだけでなく、利益確保も厳しい状況は続いている
- ・ お花見、ひなまつり、お彼岸などのカレンダーマーケットについては、全体の売上げが厳しい中、比較的堅調に推移している
- ・ 昨年に比べ、花粉の飛散量が大幅に低下したことから、対策関連商品の売上げが大幅に減少した

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜は、果菜類が相場高の影響で売上げ不振となる
- ・ 春野菜については、生たけのこは出回りが遅く売上げ不振。菜の花や生ふき、新物じゃがいもなどは好調に推移した
- ・ 果実では、いちごの売上げはまずまずだが、グレープフルーツやいよかんなどのかんきつ類が不振のため、売上げは昨年に届かず

### 水産

- ・ たらこ、明太子などの魚卵関係が好調に推移した
- ・ あじ、生さばなどの生魚は不漁の影響で不振が続くも、刺身関係は堅調に推移した

### 畜産

- ・ 先月後半より焼肉商材の売上げが伸び始めたが、国産牛および輸入牛（オーストラリア産）の相場が高く、牛肉全体の売上げは厳しい状況
- ・ 簡便性のある味付け肉が好調に推移した
- ・ 売上げの主力である豚肉に関しては、堅調な売上げを示している

## 惣菜

- ・ 旬の素材（たけのこ・たらの芽・菜の花など）を使用した商品は、全般的に好調に推移している
- ・ 麺類を早期導入したところ、予想以上に好調な売上げを作れたという報告もある

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、牛乳が相変わらず不振。代わって野菜飲料や豆乳などの機能性飲料は好調に推移している
- ・ 和日配は全体的に不調。しかしながら、豆腐品群においては、これまでの低価格志向から、こだわりのある高単価商品へシフトしつつあるという報告もある
- ・ 加工食品は、競合激化の影響をもろに受け、主力商品を中心に価格競争にさらされ、1点単価の落ち込みが激しい
- ・ 酒類に関しては、各社とも好調に推移している

## その他

～ひな祭りの動向について～

- ・ はまぐりは、中国産から国内産中心の販売にシフトしており、国内産を主力に展開したところについては単価もアップし、売上げは昨年をクリアした
- ・ にぎり寿司、ちらし寿司、寿司だね用刺身が全般的に好調に推移した
- ・ ひなあられは低価格商品を中心に好調に推移し、昨比をクリアしている。小袋の詰め合わせ商品の販売が好調
- ・ 寿司の素、のり、桜でんぶなどの寿司関連商品は各社とも好調であり、2ケタの伸びを示した企業もある
- ・ ひなまつりマーケット全体としては、企業の取り組み計画にもよるが、ほぼ前年並みでの推移となる

～お彼岸の動向について～

- ・ 花きについては、100%～120%と各社とも好調に推移した。デラックスで高単価な商品が好調
- ・ おはぎについても、各社とも軒並み前年を上回った状況
- ・ らくがんにについては、セット物が不振でバラ物が好調に推移した。ほぼ前年並みの売上げとなる
- ・ 惣菜部門にて煮物商品を展開強化したところ、好調であったとの報告もある

～花粉症対策商品の動向について～

- ・ 各社ともコーナーを設けるなど取り組みは行ったものの、昨年に比べ花粉の飛散量が少なかったことから、対策商品全般に不調となる
- ・ マスクについては、風邪用の需要もあり年初は昨年並みに動いたものの、花粉のピーク時には昨比35%～80%台と大幅に落ち込んだ。鼻炎薬やアレルギー用目薬については、昨比50%台とさらに厳しい状況となる
- ・ また、甜茶やしそ飲料、のど飴などについても75%～85%と同様に不振。しかしながら、ヨーグルトについては、悪いながらも90%～100%で推移した

～春の新商品の動向について<各社の期待する商品>～

<菓子>

- ・ 高カカオチョコレートの「明治 チョコレート効果」,「ロツテ カカオの恵み」。高カカオチョコレートでコーナー展開しているところもある

<加工食品>

- ・ 飲料の「ペプシ NEX」
- ・ ビールの「キリン 一番搾り無濾過」

<日配食品>

- ・ ヨーグルトの「メグミルク 恵ヨーグルト」
- ・ 乳酸菌飲料の「カゴメ ラブレ」。一時品薄状態になる

<生活関連>

- ・ 日用品の「資生堂 つばきシャンプーシリーズ」