



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成18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	37,929,752 万円	100.0%	102.9%(104.7%)	36,044,008 万円	99.9%(101.9%)
食 料 品	30,482,405 万円	80.4%(81.2%)	103.7%(105.1%)	28,966,958 万円	100.2%(101.9%)
農 産	4,220,689 万円	11.1%(11.8%)	106.6%(107.7%)	4,021,463 万円	103.2%(104.7%)
水 産	3,407,267 万円	9.0%( 9.2%)	103.0%(106.9%)	3,246,146 万円	99.8%(104.0%)
畜 産	3,233,020 万円	8.5%( 8.7%)	103.0%(105.0%)	3,064,276 万円	99.2%(101.6%)
惣 菜	2,994,345 万円	7.9%( 7.6%)	105.2%(107.4%)	2,821,279 万円	101.0%(103.5%)
日配食品	7,083,776 万円	18.7%(18.8%)	102.5%(103.5%)	6,723,695 万円	98.8%(100.2%)
加工食品	9,543,308 万円	25.2%(25.1%)	103.3%(103.9%)	9,090,099 万円	100.1%(100.9%)
生活関連	3,069,996 万円	8.1%( 8.2%)	99.0%(103.1%)	2,929,621 万円	97.8%(101.1%)
衣 料 品	2,102,311 万円	5.5%( 5.5%)	99.0%( 99.6%)	2,031,755 万円	98.3%( 98.9%)
そ の 他	2,275,040 万円	6.0%( 5.1%)	101.4%(106.6%)	2,115,674 万円	101.2%(106.1%)

### 数 値

全店総売上高	37,929,752.0 万円	店 舗 数	3,562 店舗
総売場面積	6,128,290.6 m <sup>2</sup>	総従業員数	172,327 人

店舗平均月商	10,648.4 万円	平均客単価	1,870.7 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.2 万円(6.6 万円)	平均店舗面積	1,720.5 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.5 万円(21.7 万円)	パート比率(前月)	74.7%( 74.9%)

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

- ・ 梅雨明けが遅れた影響で夏物商材が全般的に不振となったものの、農産物の価格高騰などの要因で食料品としては既存昨比を上回った
- ・ 長雨、日照不足などが野菜や果物の育成に影響をおよぼした。特に果物については、糖度不足などをもたらし、売上げに大きく影響した
- ・ 土用の丑の日については、各社とも惣菜で販売するうな重を強化しており、惣菜部門の構成比が上昇している

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜については、相場高により売上げは好調に推移した。しかしながら、長雨や日照不足の影響により、出荷遅れや品不足が一部で発生し商品確保に苦慮した
- ・ 果物については、長雨や日照不足、低温による育成不足が目立ち不振となった

### 水産

- ・ 旬のあじや真イカが好調に推移した。また、まぐろとカツオについても堅調な動きを示した
- ・ 塩干では、ちりめんじゃこが不振となるが、甘塩銀鮭、タラコなどが好調に推移した
- ・ うなぎについては、各社とも国産を中心とした販売にシフトしている。特に本年は相場高の影響により、中国産については割安感が出せず不振となった

### 畜産

- ・ 天候の影響により、焼肉商材の動きが鈍かった。しかしながら、味付け焼肉や野菜と肉のセット商品は比較的好調であった
- ・ 豚肉および鶏肉については、堅調な売上げを示している

## 惣菜

- ・ 気温の上昇とともに、中華惣菜が好調に推移した
- ・ 丑の日にあわせ、ひつまぶしやうな重を拡販したところは非常に好調であった

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品については、梅雨明け遅れの影響を受け夏物商材が軒並み低調となり、既存昨比は下回る結果となった
- ・ 野菜が高値であったことから、浅漬けは好調に推移した。また、デザートおよびヨーグルトも全般的に好調であった
- ・ 加工食品においても、梅雨明け遅れの影響により、飲料や乾麺、つゆなどが不振となる。飲料については、500mlサイズのお茶と機能性飲料の落ち込みが激しい
- ・ 逆にお菓子やパンについては好調に推移した
- ・ 酒類については、第3のビールや缶チューハイを中心に好調に推移した
- ・ TV放映の影響により、玄米の売上げが高かった（ダイエット効果）

## その他

～土用の丑の日について～

- ・ うなぎの相場の上昇および国産物の比率が上がっていることから、各社とも販売価格は上昇している。中心価格帯は980円～1,280円のところが多い
- ・ 店頭販売で焼き売りなどの実演販売を行うところや、予約販売専用で専門店のうなぎを販売するなど、様々な手段で販売促進を行っている
- ・ 簡便性ニーズからか、惣菜で販売するうな重の売上げが伸びており、水産部門よりも惣菜部門の売上げの伸びが高い
- ・ 本年は、土用の丑の日が日曜日であったことから、刺身などの生食商材のウエイトが高く、平日に比べ販売が難しいという声もある

～サマーギフトの動向について～

- ・ 天候の影響はギフトにもあらわれ、飲料やゼリーなどの動きが鈍かった。また、生鮮産地直送ギフトの果物は特に厳しい状況であった
- ・ 酒類のギフトについては全般的に好調であり、特にビールは好調に推移している
- ・ 酒と食品をセットにしたギフトなど、単品ではなく組み合わせ商品が好調であった
- ・ “健康”や“本物・手造り”といったキーワードの商品は年々拡大しており、売上げもそれに比例して増加している
- ・ 中心価格帯は2,500円～3,000円で昨年並だが、単価は上昇傾向にあり、4,000円、5,000円クラスの売上げ構成比が高くなったという報告が多くある

以上