



日本スーパーマーケット協会

平成19年1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	37,281,413 万円	100.0%	103.7%(102.5%)	35,452,689 万円	100.8%(99.2%)
食 料 品	29,348,937 万円	78.7%(78.9%)	103.8%(103.1%)	28,069,227 万円	101.1%(99.6%)
農 産	4,143,279 万円	11.1%(10.5%)	102.9%(105.4%)	3,954,853 万円	100.2%(102.1%)
水 産	3,493,302 万円	9.4%(9.7%)	101.7%(100.3%)	3,352,593 万円	99.1%(97.1%)
畜 産	3,422,552 万円	9.2%(9.1%)	104.7%(101.6%)	3,262,384 万円	101.7%(98.0%)
惣 菜	2,902,727 万円	7.8%(7.8%)	104.7%(104.5%)	2,843,528 万円	101.8%(100.5%)
日配食品	6,650,348 万円	17.8%(17.4%)	104.5%(102.5%)	6,367,557 万円	101.5%(99.3%)
加工食品	8,736,729 万円	23.4%(24.5%)	103.9%(103.8%)	8,288,312 万円	101.4%(100.2%)
生活関連	3,173,284 万円	8.5%(8.8%)	101.8%(100.0%)	3,054,265 万円	99.8%(98.6%)
衣 料 品	2,221,804 万円	6.0%(5.7%)	97.8%(92.3%)	2,111,382 万円	95.5%(89.9%)
そ の 他	2,537,388 万円	6.8%(6.7%)	111.1%(109.8%)	2,217,815 万円	103.6%(103.6%)

数 値

全店総売上高	37,281,413 万円	店 舗 数	3,497 店舗
総売場面積	6,090,583.1 m ²	総従業員数	176,914 人

店舗平均月商	10,661.0 万円	平均客単価	1,987.5 円
月間m ² 売上(前月)	6.1 万円(7.2 万円)	平均店舗面積	1,741.7 m ²
月間坪売上(前月)	20.2 万円(23.7 万円)	パート比率(前月)	76.2%(79.0%)

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

- ・ 先月に引き続き、昨年よりも気温が高く推移したことにより、冬物商材が不振となった。逆に飲料やサラダ材料などは好調に推移した
- ・ 年末の売上不振、また、大手を中心とした元旦営業の活況ぶりを見て、来年については元旦営業を前向きに検討しているところが多い
- ・ テレビ放映の影響により納豆が一時的に欠品するほど急激に伸長した。問題発覚後においても、販売動向は良い

商品動向

農産

- ・ キャベツ、はくさい、大根などが相場安により売上不振。しかしながら、暖冬の影響からか、トマトやレタスなどのサラダ野菜が好調に推移した
- ・ 七草については、生、乾燥ともに好調。また、雑穀七草の売上が大幅にアップした
- ・ 果物については、気温が高めに推移したため、全体的に好調であった。特に、イチゴやリンゴが好調であった

水産

- ・ 旬のブリは全般的に好調であった。逆にタラについては、暖冬であったことや相場高の影響により不振となった
- ・ ノロウイルスの流行により、貝類が不振となる

畜産

- ・ 牛肉すき焼き用については、暖冬の影響で不振となったものの、焼肉用については好調に推移した
- ・ 鶏肉については、鳥インフルエンザの発生により全般的に不振となった。しかしながら少数ではあるが、鳥インフルエンザの影響は受けなかったという報告もある
- ・ 豚肉については、黒豚および国産豚薄切りが大きく伸長した。また、一部の企業からは、受験生応援セールとして国産ロースカツを拡販し、売上を大きく伸ばしたという報告もある

惣菜

- ・ ピザや焼きそばなどのスナック類が好調に推移した。また、寿司や弁当については、堅調な売れ行きをしめしている
- ・ 先月に引き続き、ノロウイルスの影響によりカキフライが不振
- ・ 農産部門と同様に暖冬の影響からか、サラダ類の動きが良かった

日配・加工食品

- ・ 日配食品では、暖冬の影響によりホットメニュー商材が全般的に不振となる。逆にデザートやアイスなどの洋日配は好調であった
- ・ 納豆については、マスコミ報道により商品動向がめまぐるしく変化したが、月間トータルでは、昨比120%~150%と大幅アップとなった
- ・ 乳酸菌飲料や野菜飲料などは好調であったが、牛乳についてはいまだ回復が見られない
- ・ 加工食品においても暖冬の影響により、つゆ類が苦戦した
- ・ 酒類については、引き続き好調に推移している
- ・ 菓子については、新商品のロツテプチチョコパイやエンゼルパイミニなど、ミニタイプの商品が好調

その他

～正月商戦について～

- ・ 元旦から営業する店舗が増えているため、年末31日の売上は落ち込むものの、正月三が日の売上は昨年よりも伸びたところが多い
- ・ 1日営業店舗については営業時間を短縮し、2日もしくは3日から通常営業としているところが多い
- ・ 商品動向としては、お刺身盛り合わせ、すき焼き、握り寿司が好調に推移した
- ・ お正月商材の売上は年々縮小ぎみであるが、餅については昨年並みで推移し、特に生こもちが好調であった

～ノロウイルスの流行による影響について～

- ・ 水産部門では、生カキ、ホタテ貝、ホッキ貝が全く売れなくなった。逆にうなぎ蒲焼、塩鮭、たらこなどが好調に推移している
- ・ 惣菜部門では、カキフライの売上が大幅に減少した
- ・ 生活関連部門では、マスクや薬用手洗いソープ、ハイターの売上が急伸した
- ・ マスコミ報道が多くなるにつれて生もの全体の売上が落ち込み始めたとの報告もある

～暖冬の影響について～

- ・ 長ねぎ、白菜、きのこ類、豆腐、うどん、鍋つゆなどの鍋物関連が全般的に不振
- ・ 鍋物が不振の代わりに、すき焼きや焼肉が好調に推移している。また、焼肉のタレやしゃぶしゃぶのタレについても好調に推移している
- ・ サラダ商材が好調であることから、ドレッシングについても好調
- ・ 紅茶、緑茶、ココアなどが不振となるが、飲料やアイスの売上が高くなっている
- ・ 生活関連部門では、カイロや入浴剤の売上が落ちている
- ・ 衣料品部門では、冬物衣料が大苦戦している

以上