



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成19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	36,928,485 万円	100.0%	104.9%(103.3%)	34,932,702 万円	101.6%(100.3%)
食 料 品	29,805,851 万円	80.7%(81.8%)	105.0%(103.2%)	28,335,313 万円	101.9%(100.3%)
農 産	4,189,473 万円	11.3%(11.3%)	105.2%(100.6%)	3,986,733 万円	102.3%( 97.9%)
水 産	3,395,180 万円	9.2%( 9.1%)	102.4%( 99.8%)	3,228,957 万円	99.1%( 98.0%)
畜 産	3,289,905 万円	8.9%( 9.4%)	105.3%(104.9%)	3,147,010 万円	101.7%(101.6%)
惣 菜	3,039,607 万円	8.2%( 8.1%)	106.2%(105.2%)	2,876,750 万円	102.0%(101.9%)
日配食品	6,760,844 万円	18.3%(18.8%)	104.9%(103.6%)	6,415,069 万円	102.7%(100.8%)
加工食品	9,130,842 万円	24.7%(25.1%)	105.6%(103.9%)	8,680,794 万円	102.2%(100.8%)
生活関連	2,970,118 万円	8.0%( 7.9%)	103.5%(102.4%)	2,801,664 万円	101.2%(100.0%)
衣 料 品	1,729,232 万円	4.7%( 4.5%)	100.3%(100.7%)	1,655,819 万円	97.9%( 98.4%)
そ の 他	2,423,284 万円	6.6%( 5.8%)	108.4%(109.9%)	2,139,906 万円	101.8%(103.5%)

### 数 値

全店総売上高	36,928,485 万円	店 舗 数	3,507 店舗
総売場面積	6,103,891.9 m <sup>2</sup>	総従業員数	172,451 人

店舗平均月商	10,529.9 万円	平均客単価	1,915.3 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.0 万円(5.6 万円)	平均店舗面積	1,740.5 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.0 万円(18.4 万円)	パート比率(前月)	76.1%( 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

- ・ 上旬については、涼味商材の動きが昨年よりも早く好調に推移した。特に惣菜部門および日配食品部門の涼味系麺類が好調であった
- ・ しかしながら中旬以降については、前月までの暖冬傾向から反転し、気温が低くなる日が多く、ホットメニューが急に売れ始めるなど、計画通りに売上が作れず苦慮した。また、春夏商材の導入時期の判断も迷いが出た

## 商品動向

### 農産

- ・ 春野菜が比較的好調に推移するも、トマトについては不作で売上不振となった
- ・ 上旬は気温が高く、相場安で推移し売上確保が難しかったが、後半は一転して気温の低い日が続いたことから、葉物を中心に相場が高騰し、売上は確保できた
- ・ 果物については、りんごやグレープフルーツ、デコポンが好調に推移した

### 水産

- ・ マグロの入荷が厳しいものの、かつおのタタキやブリ、アジの刺身が好調に推移し、刺身全般としては堅調な動きを示している
- ・ 旬のいかなごについては、水揚げ量が少なくサイズが大きかったことから、昨比割れとなった
- ・ 生たら、ぶり、生牡蠣などの鍋商材が3月としては好調に推移した
- ・ 健康志向から、めかぶやもずくなどが好調に推移している。しかしながら、単価が低いことから、売上への貢献度は低い状況

### 畜産

- ・ 牛肉についてはすきやき用が好調に推移するも、焼肉用については不振となる
- ・ 鶏肉については、から揚げ用や手羽先、手羽元などが好調であった
- ・ ウィンナーやフランクフルト、ベーコンが好調に推移した

## 惣菜

- ・ 旬の菜の花や竹の子を使ったパスタや天ぷらが好調に推移した。しかしながら、フライやコロッケは売上不振となった
- ・ ざるそばや冷やし中華などの涼味系麺類の動きが例年より早く、好調な売れ行きを示した

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、花粉症対策や健康志向からかヨーグルトが好調に推移した
- ・ 前月に比べ、気温の変動が大きかったことから、ホットメニューのニーズが例年よりも長続きした。また、春夏商材の導入時期の判断が難しく、レイアウト変更のタイミングに苦慮した
- ・ 前月までの暖冬の影響からか、春商材であるざるラーメンを早期展開したところは好調に推移した
- ・ 加工食品については、カレーや中華商材、カップ麺が好調に推移した。菓子についても全般的に好調であった
- ・ 春商材として、行楽商材やお弁当商材が好調であった

## その他

～ひな祭りの動向について～

- ・ はまぐりは、国産物の価格が高騰、中国産の不振により販売数量大幅ダウン
- ・ 3日が土曜日だったからか、ちらし寿司、握り寿司、手巻き寿司用材料が昨年以上に大幅に伸長した
- ・ ひなあられは低単価傾向が一層強まり、売上については昨年を割る状況。しかしながらキャラクター物については前年並みとなった
- ・ ひなまつりについては、以前までのように全てのひなまつり商材を揃えるのではなく、好みのものだけを買って形式的に済ますというような傾向にある

～お彼岸の動向について～

- ・ ぼた餅については、102%～130%と好調に推移した。単価は昨年並みで、単品物よりもセット物が好調に推移した。特に惣菜部門のぼた餅が好調であった
- ・ 刺身や寿司については、通常時と変わらない動きであった
- ・ 花きについては前年並みで推移したが、花数を増やしたボリュームのある商品が好調であった

～花粉症対策商品の動向について～

- ・ 昨年引き続き花粉の飛散量が平年に比べ少ないとの予測から、花粉対策商品としては目だった動きはあまり見られなかった
- ・ マスクやローションティッシュについては、風邪用の需要もあり比較的好調に推移した。その中でも特に立体マスクが好調であった
- ・ ヨーグルトについては、プレーンタイプよりも機能性の高い商品が健康志向との相乗効果により好調に推移した
- ・ 甜茶などの飲料系商品については売上が大幅に縮小した

以上