



日本スーパーマーケット協会

平成19年5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	37,588,087 万円	100.0%	103.6%(103.8%)	35,686,752 万円	100.8%(100.9%)
食 料 品	30,447,569 万円	81.0%(80.4%)	103.9%(103.8%)	29,092,760 万円	101.2%(101.1%)
農 産	4,437,628 万円	11.8%(11.4%)	104.7%(104.5%)	4,219,492 万円	101.8%(101.8%)
水 産	3,336,675 万円	8.9%(8.9%)	101.4%(101.2%)	3,199,221 万円	98.8%(98.9%)
畜 産	3,410,510 万円	9.1%(9.0%)	103.3%(103.9%)	3,254,497 万円	100.3%(101.1%)
惣 菜	2,977,705 万円	7.9%(8.2%)	104.9%(105.8%)	2,921,910 万円	101.9%(102.7%)
日配食品	6,980,614 万円	18.6%(18.3%)	103.7%(103.6%)	6,678,860 万円	101.0%(100.7%)
加工食品	9,304,438 万円	24.8%(24.5%)	104.6%(103.8%)	8,818,781 万円	101.9%(101.3%)
生活関連	2,959,055 万円	7.9%(8.1%)	101.4%(101.3%)	2,822,195 万円	99.8%(99.2%)
衣 料 品	1,977,544 万円	5.3%(5.0%)	98.8%(101.2%)	1,847,140 万円	97.4%(99.0%)
そ の 他	2,203,919 万円	5.9%(6.4%)	105.9%(108.9%)	1,924,657 万円	99.6%(102.8%)

数 値

全店総売上高	37,588,087 万円	店 舗 数	3,456 店舗
総売場面積	6,036,656.9 m ²	総従業員数	178,955 人

店舗平均月商	10,876.2 万円	平均客単価	1835.7 円
月間m ² 売上(前月)	6.2 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1,746.7 m ²
月間坪売上(前月)	20.6 万円(20.2 万円)	パート比率(前月)	75.5%(75.5%)

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

- ・ 昨年に比べると比較的天候に恵まれ、季節商品、涼味商材が好調に推移した
- ・ ゴールデンウィークが前半と後半に分かれ、遠出をする人が少なかったからか、お弁当商材、行楽商材が大幅に伸長した
- ・ 油、マヨネーズなどの値上げ予告が報道され、値上げ前の駆け込み需要が発生。また、食品の値上げ要請が多発しており、各社とも対応に苦慮している

商品動向

農産

- ・ 気温の上昇とともに、トマトやレタス、アスパラ、ブロッコリー、キュウリなどのサラダ商材が好調に推移した
- ・ しかしながら、土物類は相場下落により売上は伸び悩んだ
- ・ 果物については、旬のメロンが好調に推移した。また、1個売りよりもパイナップルと同様にカット物の売れ行きが年々上昇している

水産

- ・ 気温が比較的高かったことから、刺身が好調であった。特に、アジの刺身やタタキが好調であった
- ・ 運動会や行楽などのお弁当需要もあり、鮭関係が好調に推移した
- ・ 生するめいかについては、相場高により販売量が大幅ダウンとなった。また、生かつおについては、好調、不調が企業の取り組みによりまちまちであった

畜産

- ・ 運動会や行楽のお弁当需要からか、ハム・ソーセージや鶏肉が好調に推移した
- ・ 牛肉については、和牛のステーキ用、焼肉用が好調であった
- ・ 豚肉については相場高の中、冷しゃぶ用切り落としや、薄切り肉が好調に推移した

惣菜

- ・ 農産部門同様に、サラダ類が軒並み好調であった
- ・ 米飯については丼物を中心に好調に推移した。また、揚げ物については、から揚げやコロッケなどのベーシック商品が好調であったことから、売上大幅増となった

日配・加工食品

- ・ 日配食品では、天候も良く気温も高めであったため、冷やし中華や豆腐、浅漬け、アイスなどの涼味商材の売上が大幅に伸長した
- ・ 牛乳については引き続きの不振となっており、さらに単価の下落も続いていることから悪循環に陥っている
- ・ 加工食品についても気温の影響により、飲料やビール、そうめん、めんつゆなどの涼味商材が好調であった
- ・ 梅の出足が悪く、関連のリカーや氷砂糖の動きも鈍かった

その他

～ゴールデンウィークの動向について～

- ・ 比較的天候に恵まれ、気温も高かったことから、飲料やビールを中心とした酒類、おつまみ商材が好調に推移した
- ・ また、休日が前半と後半に分かれていたことから、近場で過ごした人が多かったと思われ、お弁当ニーズおよび行楽帰りの簡便商材ニーズが高かった
- ・ また、バーベキュー用の焼肉商材や鉄板焼きメニューが好調であった
- ・ 子供の日関連商材である柏餅やちまきは例年並の売上となった。また、パックスケーキやケーキバイキングなども好調に推移した
- ・ 玩具こいのぼりや子供の日にちなんだ菓子パンなども好調に推移した
- ・ マヨネーズの値上げ直前であったことから、売上高、販売数とも異常値となった

～母の日の動向について～

- ・ 定番となったカレー商材は、企業の取り組み状況により好不調はまちまちだが、健康に絡めた訴求やちょっと贅沢なカレーなど、趣向を凝らした販促を行ったところは売上を伸ばしている
- ・ 手巻き寿司商材や惣菜のファミリーサイズの寿司なども好調に推移した
- ・ 花きについては、カーネーションだけでなく、アレンジ花なども好調であった
- ・ 好感度の高いTVCMの影響からか、板チョコの売上が大幅に伸長した。母の日ギフトと一緒に板チョコもプレゼントするというニーズがあり、関連陳列をするとより効果的であった
- ・ 健康、ヘルシー、美容といった切り口の訴求やいつもよりもちょっと贅沢な食卓を演出するといったニーズが年々高くなっている

～梅雨対策について～

- ・ 食料品では、スタミナメニューの訴求として、中華やねばねば商材を使ったメニュー提案を行っている
- ・ また、雨＝家にあるもので済ませるというニーズに対応するため、簡単便利なレトルト商品や冷凍食品を訴求しているところが多い
- ・ 梅雨の合間の急激な気温上昇に対応するため、涼味商材の本部緊急送り込み対応をしている企業もある
- ・ 生活関連では、防カビ剤や除湿剤の訴求、キッチンハイター、部屋干し洗剤などの訴求強化を行っている
- ・ 衣料品では、吸汗速乾機能のTシャツや肌着の販促強化をするとともに、梅雨寒対策としての婦人ジャケットやカーディガンなどの羽織物を積極的に訴求している
- ・ お客様サービスとして、無料で傘の貸し出しを行っている企業もある

以上