



日本スーパーマーケット協会

平成19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	41,954,634 万円	100.0%	101.8%(103.0%)	39,882,214 万円	99.2%(100.1%)
食 料 品	34,207,666 万円	81.5%(80.4%)	102.0%(103.4%)	32,746,052 万円	99.6%(100.7%)
農 産	4,561,477 万円	10.9%(11.6%)	102.0%(102.1%)	4,357,262 万円	99.5%(99.3%)
水 産	3,534,552 万円	8.4%(8.6%)	100.7%(101.1%)	3,389,533 万円	98.2%(98.7%)
畜 産	3,729,991 万円	8.9%(8.8%)	104.4%(103.9%)	3,555,355 万円	101.7%(100.9%)
惣 菜	3,249,726 万円	7.7%(7.7%)	103.6%(104.6%)	3,090,433 万円	100.5%(101.6%)
日配食品	7,578,521 万円	18.1%(18.7%)	102.6%(103.1%)	7,257,678 万円	100.1%(100.4%)
加工食品	11,553,399 万円	27.5%(25.1%)	100.7%(104.5%)	11,095,791 万円	98.7%(102.0%)
生活関連	3,538,704 万円	8.4%(8.2%)	102.1%(100.6%)	3,384,873 万円	99.9%(98.1%)
衣 料 品	1,815,119 万円	4.3%(5.7%)	93.5%(100.0%)	1,692,254 万円	91.9%(97.9%)
そ の 他	2,393,145 万円	5.7%(5.7%)	105.5%(103.7%)	2,059,035 万円	98.8%(95.6%)

数 値

全店総売上高	41,954,634 万円	店 舗 数	3,454 店舗
総売場面積	6,342,684.1 m ²	総従業員数	171,054 人

店舗平均月商	12,146.7 万円	平均客単価	1,804.3 円
月間m ² 売上(前月)	6.6 万円(5.9 万円)	平均店舗面積	1,836.3 m ²
月間坪売上(前月)	21.9 万円(19.6 万円)	パート比率(前月)	76.1%(75.2%)

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

- ・ 梅雨が長引き、なおかつ気温が低めに推移したことから、夏物商材が不振となった。特に飲料やビール、衣料品などが不振となった
- ・ 連日の中国産製品の報道により、野菜やうなぎを中心に不振となり、一部商品においては売場から撤去する事態も発生し対応に苦慮した
- ・ 土用の丑の日については、ほとんどの企業が中国産の品揃えを大幅に縮小し、国産物中心の販売となった。また、蒲焼だけではなく鰻まぶしやうなぎにぎりなど、惣菜部門を中心に品揃えの幅が広がってきている

商品動向

農産

- ・ 梅雨が長引いた影響を受け、レタスなどの葉物を中心に品質にバラツキが大きく相場高で推移した。しかしながら、きゅうりやトマトについては好調に推移したところが多い
- ・ 果物についても天候不順、気温が低かった影響により全般的に不振となった

水産

- ・ 旬のするめいかについては小型サイズが多く、販売数、売上ともに苦戦した
- ・ 同じく旬の生かつおやアジについては、好調に推移した
- ・ うなぎについては、中国産報道の影響で国産中心の品揃えにするも、売上に関しては苦戦した

畜産

- ・ 牛肉については、焼肉商材の動きが鈍かった反面、煮込みやすき焼き用については比較的堅調に推移した
- ・ 豚肉については、全体的に売上が鈍いものの、冷しゃぶ用については好調に推移している
- ・ 天候不順の影響からか、フランクフルトや焼き鳥などのバーベキュー商材が不振となった

惣菜

- ・ 夏休み突入とともに、寿司や丼物の米飯だけでなく、たこ焼きやお好み焼きが好調に推移した
- ・ 土用の丑の日に関連して、鰻を使った商品を積極的に展開したところは、好調に推移するも、うなぎについては中国産の影響からか不振となったところが多い

日配・加工食品

- ・ 本来ならば売り込み強化している飲料やデザート、豆腐などの夏物商材が天候不順により売上不振となった。特に牛乳については落ち込みが激しい
- ・ 逆に練り物については比較的好調に推移した
- ・ 加工食品においても天候不順の影響により夏物商材が不振となった。しかしながら、つゆについては比較的堅調に推移した
- ・ 本来ならば売上が縮小していくコーヒーやココア・ジャムなどの売上が好調。また、菓子についても一部値上げの影響はあるものの、チョコレート品群を中心に堅調に推移した

その他

～土用の丑の日について～

- ・ 中国産商品の報道の影響をモロに受け、ほとんどの企業が国産中心の販促となった。しかしながら、中国産の売上ダウン分をカバーしきれず、トータルでは昨年割れとなったところが多い
- ・ 販売価格は年々上昇しており、中心価格帯は1,080円～1,280円で、産地は鹿児島産と愛知産を品揃えしているところが多い
- ・ 惣菜部門を中心に蒲焼だけではなく、うなぎまぶしや鰻尽くし寿司、うなぎにぎりなど、品揃えの幅が広がってきた
- ・ カット済（串なし）の蒲焼や少量サイズなどの需要も増加傾向にある
- ・ 丑の日などの際日に関しては国産のみの品揃えで対応できるが、平日に関してはやはり低単価の中国産の品揃えがないと売上は厳しい状況

～サマーギフトの動向について～

- ・ 売上計画については、昨年並みで設定している企業がほとんどである。また、中心価格帯についても2,200円～3,000円と、昨年までとほぼ同様の状況となっている。5,000円台の高単価商品については、内容とボリュームが見合えば売れ行きは良い
- ・ 昨年厳しかった農産物の産直ギフトに関しては、本年は宮崎産マンゴーや夕張メロンなど、話題性のある商品を中心に好調に推移している
- ・ 全国の銘産ギフトや有名シェフ、ブランドギフトなどは引き続き好調に推移
- ・ “健康”“ヘルシー”を意識した商品の品揃えはまだ多いが、健康油については売上が鈍化したとの報告が多い
- ・ 畜産部門において、ハムなどの加工肉ギフトは昨年並みに推移するも、精肉ギフトを強化することにより売上を大幅に伸ばしている企業が多くある
- ・ 酒類では、昨年同様にプレミアムビールが好調に推移している

以上