



日本スーパーマーケット協会

平成23年12月 マンスリー レポート

集計企業数 60 社

① 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	55,158,317 万円	100.0%	101.9% (100.1%)	52,297,421 万円	99.3% (97.7%)
食 料 品	44,680,297 万円	81.1% (81.9%)	101.7% (100.2%)	42,400,000 万円	98.9% (97.5%)
農 産	6,012,965 万円	10.9% (11.3%)	100.2% (94.8%)	5,741,233 万円	97.5% (92.4%)
水 産	5,068,527 万円	9.2% (8.2%)	101.6% (99.2%)	4,803,403 万円	98.9% (96.5%)
畜 産	5,338,788 万円	9.7% (9.9%)	101.7% (100.1%)	5,057,763 万円	98.9% (97.5%)
惣 菜	4,705,367 万円	8.5% (8.6%)	102.9% (101.9%)	4,441,838 万円	99.7% (99.1%)
日配食品	9,523,314 万円	17.3% (18.5%)	101.3% (100.5%)	9,014,692 万円	98.5% (97.8%)
加工食品	14,031,336 万円	25.5% (25.4%)	102.2% (102.4%)	13,341,071 万円	99.6% (99.7%)
生活関連	4,258,282 万円	7.7% (7.5%)	97.9% (96.8%)	4,054,159 万円	96.3% (95.0%)
衣 料 品	2,336,683 万円	4.2% (4.2%)	106.0% (95.1%)	2,253,244 万円	105.2% (94.6%)
そ の 他	3,883,055 万円	7.0% (6.4%)	107.5% (106.4%)	3,590,018 万円	103.7% (105.1%)

② 数 値

全店総売上高	55,158,317 万円	店 舗 数	4,121 店舗
総売場面積	7,910,946.3 m ²	総従業員数	224,993 人

店舗平均月商	13,384.7 万円	平均客単価 (前年同月比)	2,056 円 (101.6%)
月間m ² 売上(前月)	7.0 万円 (5.7 万円)	平均店舗面積	1,919.7 m ²
月間坪売上(前月)	23.0 万円 (19.0 万円)	パート比率(前月)	76.7% (76.4%)

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 》

- ・例年になく気温が低く、ホットメニュー、鍋物商材も11月に比べ動向が良かった
- ・震災後の影響か、例年になく家族でクリスマス、正月を過ごす家庭が増えたことでクリスマス商戦、年末商戦ともに好調だった
- ・震災以降価格は上がり基調だったが、ここに来て震災前よりデフレ傾向が強い

《 商品動向 》

○ 農産

- ・野菜については、中旬まで相場安で推移したが、下旬になり相場が急騰したことで売上を確保できた
- ・土物や根菜類の相場安で主力の長ネギ、白菜、じゃがいも、玉ねぎ、人参の売上が不振だった
- ・果物は、前半主力のみかん、イチゴの入荷量が多く売上に貢献したが、後半降雪の影響で入荷減。特に福岡産「あまおう」は入荷が少なく売上を落とした

○ 水産

- ・天然ブリは中旬まで豊漁、安値で販売できたが、年末にかけては不漁だった。その分、養殖ブリにシフトして伸長した
- ・近海物は、東北地方の水揚げがなく相場高で推移し、生カキも三陸産のカキがないため広島産カキを中心に販売するが苦戦だった
- ・中旬以降の気温低下にともない一気に鍋物商材のニーズが上がり、生タラ、甘塩たらは月間を通じて好調だった

○ 畜産

- ・国産牛肉は相変わらずセシウム問題の影響が残り、クリスマス、年末も不振だった
- ・豚肉は低価格、低単価商品を中心に売上が好調、鶏モモ肉も月間を通して好調に推移し、牛肉の売上不振をカバーした
- ・ウインナー、ハム等の加工肉は相変わらず好調で、クリスマスには生ハムもサラダ、オードブルとして売上の動向が良かった

○ 惣菜

- ・バラ販売（コロッケ、とんかつ、天ぷら、フライ）は伸び悩んだ半面、唐揚げ、鶏焼物の鶏商材の売上は好調だった
- ・クリスマスのローストチキンは、国産品の動きが良く輸入品は鈍かった
- ・クリスマス、年末にかけてオードブルの予約販売が好調だった。生寿司も2～3人前、4～5人前の寿司盛り合わせの動向が良かった

○ 日配・加工食品

- ・12月に入ってからの気温低下に伴い、ホット商材（こんにゃく、白滝、うどん、おでん、練製品）を中心に動きが良かった
- ・相変わらず簡便需要商品（パン、冷凍食品）が好調、反対に野菜の相場安の影響が続き、漬物が不振だった
- ・気温が下がったことで、ホット飲料（コーヒー、緑茶、ココア）の売上が回復した
- ・従来型の「際物商品」伝統的なおせち商材（栗甘露煮、黒豆、田作り）は全体的に低迷した

○ 「クリスマス商戦」について

- ・予約ケーキは好調だった。また、手造りケーキ材料やパーティ用ピザ、サラダ用生ハムなどの動向も良かった
- ・今年は、ホームパーティの傾向が強く、ローストチキン、オードブル、サラダ、寿司、ワイン等も伸長した
- ・クリスマス商戦は、曜日周りも良くスパークリングワインを中心に好調に推移したが、従来型のブーツの売上は大幅減だった

○ 「年末商戦」について

- ・おせち関連商品（黒豆、栗きんとん、田作り等）は低単価商品にシフトしており、高単価商品が売りにくい状況だった。値ごろ感のあるセット商品の動きが良かった
- ・予約おせちもクリスマスケーキ同様に好調だった。1万円から1万5千円の商品の動きが良かった
- ・相場高騰の中で、かに、たこが好調な半面、マグロ、刺身盛り合わせが苦戦した。特にカニは、ズワイガニ、タラバガニ共に動向が良かった
- ・今年の年末は内食化傾向であり、震災の影響の為か家族の「絆」という意味でも、おせちに関して前年を上回った
- ・年越しそばは比較的高単価な生そばの動向が良かった。エビ天、かき揚げ天は前年売上を確保ながらセット物は好調だった

以上