



一般社団法人日本スーパーマーケット協会

平成28年2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	54,133,887 万円	100.0%	106.0% (104.8%)	51,672,684 万円	104.0% (102.3%)
食 料 品	46,667,891 万円	86.2% (84.0%)	106.6% (105.2%)	44,796,229 万円	104.8% (102.9%)
農 産	6,909,883 万円	12.8% (12.1%)	106.0% (102.3%)	6,631,824 万円	104.0% (100.2%)
水 産	4,536,672 万円	8.4% (8.8%)	104.7% (103.2%)	4,348,145 万円	102.6% (100.9%)
畜 産	5,858,952 万円	10.8% (10.9%)	106.8% (106.8%)	5,589,532 万円	104.3% (104.2%)
惣 菜	5,302,702 万円	9.8% (9.5%)	107.6% (105.2%)	5,064,853 万円	105.6% (102.4%)
日配食品	10,276,724 万円	19.0% (18.5%)	107.4% (106.1%)	9,883,974 万円	105.9% (104.0%)
加工食品	13,782,957 万円	25.5% (24.2%)	106.6% (106.0%)	13,277,901 万円	105.1% (103.9%)
生活関連	3,327,670 万円	6.2% (6.5%)	104.4% (102.7%)	3,198,374 万円	102.9% (101.1%)
衣 料 品	1,279,175 万円	2.4% (3.2%)	97.4% (100.4%)	1,201,801 万円	97.0% (98.9%)
そ の 他	2,859,152 万円	5.3% (6.3%)	101.8% (104.6%)	2,476,281 万円	95.9% (97.1%)

② 数 値

全店総売上高	54,133,887 万円	店 舗 数	4,825 店舗
総売場面積	9,466,928.8 m ²	総従業員数	263,196 人

店舗平均月商	11,219.5 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,891.0 円 (101.7%)
月間m ² 売上(前月)	5.7 万円 (6.1 万円)	平均店舗面積	1,962.1 m ²
月間坪売上(前月)	18.9 万円 (20.2 万円)	パート比率(前月)	78.0% (78.5%)

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 》

- ・ 2月の天候環境は、寒暖の差が大きかったものの、平均すると全国的に暖かく、中旬に大荒れの天候となった北日本を除き、好天であった
- ・ 閏年であり、営業日数を増やした企業が多い。売上への影響は+2%程度
- ・ 青果物の相場は、産地（九州）の天候不順により高騰した土物野菜を除き、概ね安定していた。また、精肉は、引き続き牛肉が相場高である一方、豚肉、鶏肉は、落ち着きをみせた

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 例年と比べ、暖かかった影響により、サラダ材料野菜が好調であった
- ・ 地場野菜の販売を強化している企業が増えており、また、良い結果を残している
- ・ 果実は、主力となるいちごの不振が目立つ。要因は、流通量減少による相場の高騰
- ・ 柑橘類、バナナなどの輸入フルーツの伸長が目立つ

○ 水産

- ・ 前月に引き続き、刺身が好調。要因は気温が高く推移したこと
- ・ 輸入サーモンが好調。刺身のほか、バレンタインでの洋風メニュー提案も支持された
- ・ 鍋材料（たら、ブリなどの切り身）は、不調であった

○ 畜産

- ・ 牛肉の相場高が続いており、一部、焼肉用として訴求し好結果を得た成功事例はあるものの、販促の弱体化もあり、売上不振傾向にある
- ・ 一方、豚肉、鶏肉は相場が安定してきたことにより、牛肉との価格差が広がり、売上が伸長している
- ・ 一部に、加工肉の売上回復鈍化傾向がみられる

○ 惣菜

- ・ 節分における巻き寿司は、非常に好調であった
- ・ 季節素材を使った商品の好調が続いている。特におこわ、炊き込みご飯類は成功している事例が多い

○ 日配・加工食品

- ・ 日配は、インフルエンザ流行の影響により、機能性ヨーグルト、乳酸菌飲料が非常に好調
- ・ 気温の影響により、アイスクリーム、市乳の売上が伸長した
- ・ 加工食品は、鍋つゆの不振を受け、中華関連商品へ訴求の中心を替え、成功した事例が多い
- ・ 健康への関心が高まっており、高機能油や酢などのカテゴリーが伸長している

○ 「節分の状況」について

- ・ 巻き寿司は非常に好調であった。好調アイテムにおけるキーワードは「高単価」「ハーフサイズ」であり、こだわり素材を使用した高付加価値商品や食べやすい少量サイズ商品への支持が広がっている傾向がみられる
- ・ 献立提案として、簡便性、即食性のある商品（惣菜の唐揚げや日配の和惣菜、茶わん蒸し、加工食品のお吸い物など）を併せて訴求する事例が増え、また成功している
- ・ 節分豆も好調であった。特に、こだわり産地や、個包装など付加価値の付いた高単価商品の商品動向が良かった

○ 「バレンタインの状況」について

- ・ 本年は、週末にあたるため、需要の減少が懸念されたが、チョコレート全体では、概ね好調であった
- ・ 有名ブランド商品などの高単価商品や値上げがあった板チョコが特に好調であった
- ・ 一方で、手作り関連商品は全体的に不調であった
- ・ 週末ということを受け、「ファミリーバレンタイン」として、洋風ごちそうメニュー（ステーキ、ローストビーフ、チーズ、ワインなど）提案やロールケーキなどのスイーツを訴求し、成功を収める事例が目立った

以 上