



一般社団法人 日本スーパーマーケット協会

平成28年3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	58,222,841 万円	100.0%	103.4% (106.0%)	55,624,214 万円	101.5% (104.0%)
食 料 品	49,455,660 万円	84.9% (86.2%)	103.8% (106.6%)	47,609,575 万円	102.0% (104.8%)
農 産	7,518,734 万円	12.9% (12.8%)	104.1% (106.0%)	7,243,825 万円	102.1% (104.0%)
水 産	5,023,927 万円	8.6% (8.4%)	102.7% (104.7%)	4,788,919 万円	100.6% (102.6%)
畜 産	5,896,578 万円	10.1% (10.8%)	102.3% (106.8%)	5,710,035 万円	99.9% (104.3%)
惣 菜	5,561,212 万円	9.6% (9.8%)	105.0% (107.6%)	5,319,361 万円	102.4% (105.6%)
日配食品	10,804,642 万円	18.6% (19.0%)	104.9% (107.4%)	10,417,308 万円	102.9% (105.9%)
加工食品	14,650,567 万円	25.1% (25.5%)	103.3% (106.6%)	14,130,126 万円	102.7% (105.1%)
生活関連	3,653,323 万円	6.3% (6.2%)	102.2% (104.4%)	3,512,671 万円	100.5% (102.9%)
衣 料 品	1,613,793 万円	2.8% (2.4%)	96.5% (97.4%)	1,507,908 万円	95.9% (97.0%)
そ の 他	3,500,066 万円	6.0% (5.3%)	103.9% (101.8%)	2,994,060 万円	97.8% (95.9%)

② 数 値

全店総売上高	58,222,841 万円	店 舗 数	4,845 店舗
総売場面積	9,492,774.8 m ²	総従業員数	258,000 人

店舗平均月商	12,017.1 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,888.0 円 (101.5%)
月間m ² 売上(前月)	6.1 万円 (5.7 万円)	平均店舗面積	1,959.3 m ²
月間坪売上(前月)	20.3 万円 (18.9 万円)	パート比率(前月)	77.5% (78.0%)

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 》

- ・ 3月の天候環境は、月を通して平均気温がかなり高くなった。ただし、月内での気温の変動幅が大きかったことが特徴であり、前半は非常に暖かかったが、後半は一転して気温が低下した
- ・ 昨年と比べ、日曜日が1日少なく、売上へマイナスの影響を与えた
- ・ 生鮮品の相場状況は、引き続き牛肉が高値で推移しているほか、青果物において、葉物野菜を中心に、上昇傾向を示している

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 気温が高かったことを受け、「トマト」などのサラダ材料が大きく売上を伸ばした
- ・ 旬を迎えた「筍」は、品質、供給量ともに安定しており、順調に販売できている
- ・ 果実は、供給量が少ない「いちご」の販売不振が続く一方、「バナナ」や「オレンジ」「グレープフルーツ」「ぶどう」などの輸入フルーツが売上を伸ばした

○ 水産

- ・ 「刺身」が売上を伸ばした。要因は、気温が高かったことに加え、ひなまつり、彼岸、卒園・卒業といったカレンダーマーケットにおける需要を取り込めたことがあげられる
- ・ 「貝類」も、ひなまつりでの「はまぐり」を中心に順調な動向を示した。「はまぐり」は国産品への支持が高まっている

○ 畜産

- ・ 牛肉の相場が依然として高いため、特に「和牛」は販売価格を上げざるを得ず、厳しい販売環境が続いている
- ・ 牛肉の高騰を受け、豚肉、鶏肉が売上を伸ばしているほか、簡便ニーズの高まりによる半調理商品が順調に売り上げを増やしている
- ・ 健康への影響報道以降、「加工品」の売上がなかなか回復しない

○ 惣菜

- ・ 「寿司」品群が全体的に大きく売上を伸ばした。ひなまつりにおける「ちらし寿司」が軒並み好調であった事に加え、気温環境やお祝いのカレンダーマーケットが多かったことにより「にぎり寿司」の需要拡大が大きく寄与した
- ・ サラダ類、フライ類が順調な動向を示した。いずれも、気温環境によるところが大きい

○ 日配・加工食品

- ・ 日配は、「ヨーグルト」の売上拡大が顕著。ここ最近の健康への関心の高まりに加え、花粉症対策としての需要拡大が要因
- ・ その他では、気温環境により「アイスクリーム」「果汁飲料」などが売上を伸ばした
- ・ 加工食品は、「飲料」の他、4月からの値上げが報じられた品群の商品が売上を伸ばした

○ 「ひなまつり状況」について

- ・ 全部門を通して概ね好調であった
- ・ 惣菜部門においては、主力商品である「ちらしずし」のほか、パーティーメニューとしての「にぎり寿司」「手巻き寿司セット」「フライドチキン」などが好調であった。特に「ちらしずし」においては、インスタ加工商品を強化し、成功している事例が多い
- ・ 菓子部門の「ひなあられ」や関連商品は、企業により好不調が分かれる結果であった
- ・ 日配部門の洋生菓子、デザートを訴求し成功した事例が多い

○ 「その他カレンダーマーケット（彼岸・ホワイトデー）の状況」について

- ・ 彼岸は、曜日廻りが良く、総じて好調であった
- ・ 農産部門における「花卉（切り花）」が売上を伸ばしている
- ・ 「ぼたもち（おはぎ）」は、品質向上などの取り組みもあり、売上を伸ばしている事例が多い
- ・ ホワイトデーは、マーケットボリュームが縮小傾向である中、お返し用ギフトは、500円前後の単価の商品の動向がよい
- ・ 家庭内でのパーティーを想定した洋食メニューなどの提案を行い、成功している事例がみられる

以上