



一般社団法人日本スーパーマーケット協会

平成29年3月 マンスリー レポート

集計企業数 **55** 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	55,957,780 万円	100.0%	101.0% (99.4%)	53,680,189 万円	98.9% (97.6%)
食 料 品	47,450,083 万円	84.8% (86.2%)	101.3% (99.7%)	45,875,636 万円	98.9% (97.7%)
農 産	7,290,621 万円	13.0% (13.2%)	102.0% (102.7%)	7,048,696 万円	100.0% (100.6%)
水 産	4,607,066 万円	8.2% (8.0%)	97.9% (96.0%)	4,451,798 万円	95.9% (94.0%)
畜 産	5,796,679 万円	10.4% (10.8%)	101.6% (98.9%)	5,589,529 万円	99.3% (96.7%)
惣 菜	5,525,132 万円	9.9% (10.0%)	102.8% (100.2%)	5,316,829 万円	100.3% (97.9%)
日配食品	10,493,769 万円	18.8% (19.1%)	101.1% (99.2%)	10,162,255 万円	99.3% (97.4%)
加工食品	13,736,816 万円	24.5% (25.1%)	101.4% (99.9%)	13,306,529 万円	98.3% (98.2%)
生活関連	3,525,212 万円	6.3% (6.2%)	100.1% (99.1%)	3,414,696 万円	99.6% (98.3%)
衣 料 品	1,591,907 万円	2.8% (2.5%)	97.3% (97.7%)	1,481,936 万円	96.6% (96.8%)
そ の 他	3,390,578 万円	6.1% (5.1%)	100.5% (96.9%)	2,907,921 万円	98.9% (94.6%)

② 数 値

全店総売上高	55,957,780 万円	店 舗 数	4,669 店舗
総売場面積	9,287,820.3 m ²	総従業員数	250,560 人

店舗平均月商	11,985.0 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,888.4 円 (100.0%)
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円 (5.6 万円)	平均店舗面積	1,989.3 m ²
月間坪売上(前月)	19.9 万円 (18.4 万円)	パート比率(前月)	77.9% (78.3%)

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、高気圧に覆われる日が多く、日照時間は沖縄・奄美を除き全国的に多かった。月の平均気温は西日本や沖縄・奄美では寒い日が多かったため低かった一方、北日本では高く、東日本は平年並みだった
- ・ 生鮮品の相場状況は、野菜が前年に比べると単価安の傾向。果物はいちごやかんきつ類などが安定した価格を示した
- ・ 前年と比べ、金曜日が1日多く、火曜日が1日少ない曜日廻りであった。20日締め企業では、前年がうるう年のため、営業日が1日少なく、売上へマイナスの影響を与えた

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 野菜は、相場が上昇したキャベツが好調であった一方、前年より相場安であったトマト、レタス、きゅうりは不調であった
- ・ 前年より気温が低かったため、鍋物材料野菜の動きが良かった
- ・ 果実は、いちごが非常に好調であった。値ごろの価格で販売できたことにより販売点数を増やした
- ・ その他では、みかん、国産柑橘類が売上を伸ばした一方、バナナの動きが悪かった

○ 水産

- ・ 刺身関連が売上を伸ばした。まぐろ、たこが好調だったことに加え、ひなまつりにおける需要を取り込み、刺身盛り合わせ、寿司材料が伸長した
- ・ 不漁による入荷減少の影響で、鮮魚の販売不振が続いている
- ・ 海藻類は売上の減少がみられた。メディアで取り上げられて伸長した前年の反動が要因

○ 畜産

- ・ 牛肉が好調。輸入牛の売り込みを強化している成功事例が多くみられた
- ・ 豚肉は企業により好不調が分かれる結果であった。好調であった企業は、輸入豚で値ごろを打ち出している事例が多い
- ・ 鶏肉は不調であった。一部にブラジルの食肉不正事件の報道によるマイナス影響があったとのコメントがみられた

○ 惣菜

- ・ 寿司が全体的に売上を伸ばした。「ひなまつり」における、ちらし寿司が好調であったことに加え、「お祝い」のカレンダーマーケットの需要拡大により、にぎり寿司が順調に売上を増やした
- ・ その他では、弁当、丼の取り組みによる成功事例が多くみられた

○ 日配・加工食品

- ・ 日配は、新商品の販売が好調に推移したアイスクリームが売上を伸ばしたほか、前月に引き続き甘酒の売上拡大が顕著
- ・ ヨーグルトは好不調が分かれる結果であった。不調とした企業は、前年の反動による売上減少とのコメントが多かった
- ・ 加工食品は、サラダ関連の需要拡大によりドレッシングが好調であったほか、メディアで取り上げられたトマトジュースが売上を伸ばした
- ・ 気温が前年より低かったため、鍋つゆ、スープなどが堅調であった一方、麺類（冷麺）、飲料、ビール類が不調であった

「ひなまつりマーケット」の状況について

- ・ 全部門を通して概ね好調であった
- ・ 惣菜部門においては、主力商品のちらし寿司が非常に好調であったほか、手巻き寿司、オードブルなどのパーティーメニュー商材の動きが良かった
- ・ 手作り寿司関連商品も好調であった。水産の寿司用セット、加工食品の海苔、ちらし寿司の素などの動きが良かった
- ・ 菓子部門のひなあられは、概ね好調であった

「その他カレンダーマーケット」の状況について

- ・ 彼岸は、ぼたもち（おはぎ）が手作り商品の訴求などの取り組みもあり概ね好調であった一方、その他の和菓子は不調とするコメントが多かった
- ・ 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、苦戦した企業が多い
- ・ お祝い関連のカレンダーマーケットでは、寿司、オードブル、刺身などのパーティーメニューの提案を行い、成功している事例がみられた

以 上