

2019年12月20日



一般社団法人 日本スーパーマーケット協会

2019年11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	56,695,496 万円	100.0%	101.0% (99.2%)	53,785,088 万円	99.5% (97.5%)
食 料 品	48,233,967 万円	85.1% (86.3%)	101.7% (100.2%)	45,995,478 万円	100.2% (98.4%)
農 産	7,016,137 万円	12.4% (13.1%)	100.8% (97.0%)	6,765,242 万円	99.3% (95.3%)
水 産	4,442,012 万円	7.8% (7.8%)	102.2% (99.6%)	4,283,307 万円	100.6% (97.8%)
畜 産	6,440,032 万円	11.4% (11.2%)	102.9% (101.4%)	6,190,279 万円	101.2% (99.5%)
惣 菜	5,784,924 万円	10.2% (10.3%)	103.8% (100.9%)	5,559,232 万円	102.0% (99.1%)
日配食品	10,834,693 万円	19.1% (19.7%)	102.4% (101.3%)	9,960,540 万円	100.9% (99.4%)
加工食品	13,716,169 万円	24.2% (24.2%)	100.0% (100.3%)	13,236,878 万円	98.9% (98.8%)
生活関連	3,381,567 万円	6.0% (5.8%)	96.6% (93.7%)	3,242,936 万円	94.1% (92.3%)
衣 料 品	1,693,620 万円	3.0% (2.5%)	94.9% (86.0%)	1,594,268 万円	94.1% (85.5%)
そ の 他	3,386,342 万円	6.0% (5.4%)	99.8% (107.0%)	2,952,406 万円	96.7% (94.5%)

② 数 値

全店総売上高	56,695,496 万円	店舗数	4,877 店舗
総売場面積	9,755,325.2 m ²	総従業員数	261,336 人

店舗平均月商	11,625.1 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,909.6円 (101.5%)
月間m ² 売上(前月)	5.8 万円 (5.9万円)	平均店舗面積	2,000.3 m ²
月間坪売上(前月)	19.2 万円 (19.5万円)	パート比率(前月)	77.4% (77.2%)

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 》

- ・ 11月の天候について、気温は東・西日本と沖縄・奄美で高く、北日本では平年並であった。本州付近は晴れた日が多く、降水量は北・西日本と東日本の日本海側でかなり少なかった
- ・ 生鮮の相場状況について、青果物では野菜が今までの安値から一転、中旬以降高値となった。水産物は、市場への入荷量は前年並であったが、卸売価格はやや相場高であった。畜産物では、和牛が前年価格を下回り、国産の豚肉は前年を上回る状況であった
- ・ 前年同月と比較して土曜日が1回多く、木曜日が1回少ない曜日廻りで、土・日・祝日の休日日数では1日多かった。

《 商品動向 》

○農産

- ・ 気温環境により、「レタス」「トマト」などのサラダ野菜は概ね好調であったが、「大根」「白菜」「菌茸類」などの鍋物野菜は不調であった
- ・ 国産果実では「りんご」「柿」「ぶどう」が好調であった一方、「みかん」は主力品種の出遅れにより不調であった
- ・ 輸入果実では「バナナ」が好調であった

○水産

- ・ 気温環境により、「マグロ」などの刺身類が好調であった
- ・ 「ブリ」「鮭」などの切身が好調であった
- ・ 「生カキ」「サンマ」は好不調にコメントが分かれる結果となった

○畜産

- ・ 牛肉、豚肉は好不調が分かれ、鶏肉、加工肉は概ね好調であった

○惣菜

- ・ 行楽需要により「米飯」「おにぎり」が好調であった
- ・ 「フライドチキン」などスナック類が好調であった

○日配・加工食品

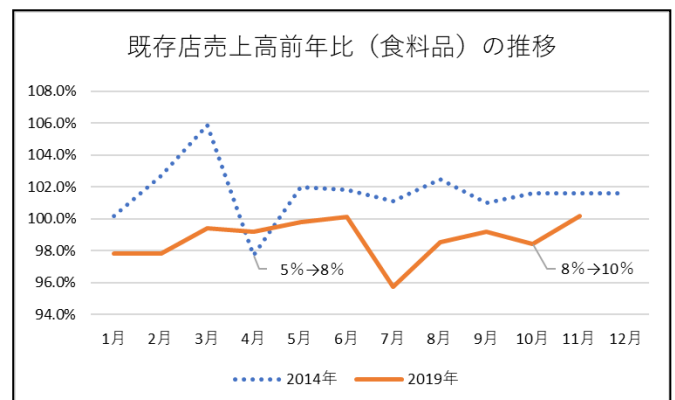
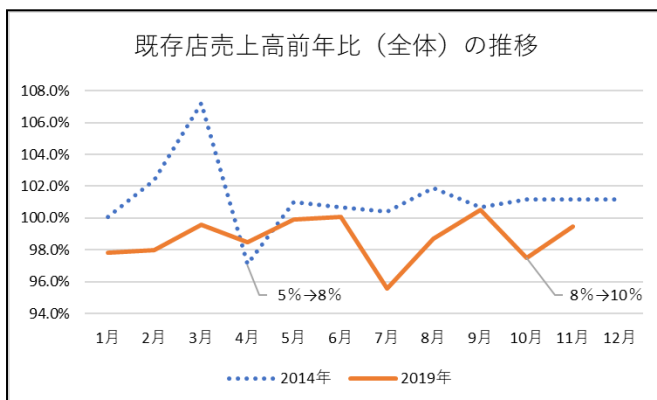
- ・ 気温環境により、「牛乳」「飲料」は概ね好調であったが、練り製品や水物などの鍋物材料及び、「インスタントコーヒー」「スープ」などのホット商材が不調であった
- ・ 「納豆」と「漬物」は前年売り上げを伸ばした裏年にあたり、不調であった
- ・ 酒類は増税前の特需の反動減が続いており、不調であった

○「ボジョレ・ヌーボー」の取り組みと結果について

- ・ 売場展開の縮小や予約販売の中止、前年との解禁日の違いの影響により、実績は前年を概ね下回る結果であった

○消費税増税後の状況について

- ・ 軽減税率制度の導入と各施策の効果により、前回（2014年）の増税時と比べ「駆け込み需要」と「反動減」の振れ幅は小さく、11月は、食料品全体での既存店売上高前年比が前年同月を上回る結果となった



以上