

2020年3月23日



一般社団法人 日本スーパーマーケット協会

2020年2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	56,138,032 万円	100.0%	106.8% (100.1%)	53,756,423 万円	105.2% (98.5%)
食 料 品	48,623,681 万円	86.6% (85.1%)	107.0% (100.5%)	46,784,112 万円	105.3% (98.9%)
農 産	6,998,886 万円	12.5% (12.5%)	102.6% (98.6%)	6,738,533 万円	101.0% (97.1%)
水 産	4,394,079 万円	7.8% (8.4%)	105.6% (101.1%)	4,229,068 万円	103.8% (99.3%)
畜 産	6,234,693 万円	11.1% (11.2%)	108.6% (100.9%)	5,983,496 万円	106.7% (99.1%)
惣 菜	5,807,994 万円	10.3% (10.4%)	107.7% (102.6%)	5,561,606 万円	105.7% (100.8%)
日配食品	10,894,558 万円	19.4% (18.8%)	108.1% (100.8%)	10,498,137 万円	106.5% (99.3%)
加工食品	14,293,471 万円	25.5% (23.7%)	107.7% (99.9%)	13,773,272 万円	106.2% (98.7%)
生活関連	3,510,161 万円	6.3% (6.2%)	113.9% (99.6%)	3,371,378 万円	112.4% (97.1%)
衣 料 品	1,119,739 万円	2.0% (2.7%)	93.1% (91.0%)	1,050,584 万円	93.2% (90.6%)
そ の 他	2,884,451 万円	5.1% (6.1%)	102.4% (100.3%)	2,550,349 万円	100.2% (97.8%)

② 数 値

全店総売上高	56,138,032 万円	店舗数	4,866 店舗
総売場面積	9,762,140.1 m ²	総従業員数	260,399 人

店舗平均月商	11,536.8 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,944.7円 (101.9%)
月間m ² 売上(前月)	5.8 万円 (5.9万円)	平均店舗面積	2,006.2 m ²
月間坪売上(前月)	19.0 万円 (19.4万円)	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 》

- ・ 2月の天候環境について、気温は全国的に高く、東日本ではかなり高かった。西日本では晴れの日が多く、降雪量については全国的に少なかった
- ・ 生鮮の相場状況について、青果では、長らく続いた野菜の相場安は中旬以降 落ち着きを見せ、果実については、リンゴの相場が月間を通して高く推移した。水産物は、市場への入荷量が前年並みとなり、卸売平均価格については前年を下回った。畜産物では、全畜種とも前年を下回った
- ・ 閏年にあたるため営業日数が増えた企業が多く、前年同月と比較して、土曜日と祝日が1回多い 恵まれた曜日廻りであった
- ・ 新型コロナウイルスの国内感染拡大の影響により、保存が利く食料品や、マスク・除菌剤など衛生用品の需要が急激に高まり、一部商品の供給に支障が生じた

《 商品動向 》

○農産

- ・ 野菜は、気温が高かったため、サラダ商材が好調であった。一方で鍋物商材と菌茸類が不調であった
- ・ 前年相場高からの反動により、タマネギが不調であった
- ・ テレビ番組の放映効果により、長芋が好調であった
- ・ 国産果実ではイチゴとミカンを不調とするコメントが多く、リンゴは好不調が分かれた
- ・ 輸入果実ではバナナが好調であった

○水産

- ・ 暖冬の影響により鍋物商材としての生牡蠣が不調、タラは好不調が分かれた一方、刺身やお造りなどの生食関連は好調であった
- ・ 塩干類を好調とするコメントが多く見受けられた

○畜産

- ・ 精肉全畜種、加工肉ともに好調であった
- ・ 用途別では、簡便ニーズの高まりによる味付け肉や、保存用としての大型パック・冷凍品が好調であった

○惣菜

- ・ 節分での恵方巻について、今年は当日が月曜日となったため、直前の週末から売り込む企業が多く、期間計での売り上げは概ね良好、計画どおりであった
- ・ 簡便ニーズの高まりにより、米飯類や揚げ物、冷惣菜など全体的に好調であった

○日配・加工食品

- ・ 新型コロナウイルス国内感染拡大の影響による買いだめ需要が発生、冷凍食品やレトルト食品、チルド麺やインスタント麺、乾麺、パスタ、さらに米、シリアルなどの商品群に特需が見られた
- ・ テレビ番組の放映効果と、免疫力を高める効果への注目により、納豆やヨーグルト、豆乳や野菜飲料の売り上げが伸長している

○「節分」の取り組みと結果について

- ・ 恵方巻の販売について、予約販売では、限定商品の取り扱いや自社ポイント付与などの特典を強化した取り組みが多く、実績は前年を上回り、好調であった。当日販売については、節分当日が平日となったため数量の見直しを行った企業が多く、ほぼ計画どおりの実績となり、廃棄によるロス削減された。ただし一方で、チャンスロス発生についてのコメントも見受けられた
- ・ 商品動向では、インストア加工の恵方巻は好調、アウトパック品はやや不調であった
- ・ 豆まき（福豆、落花生）やいわしの丸干しなど、節分の風習に関連した商品の動向は鈍かった

○「バレンタイン」の取り組みと結果について

- ・ 手作りチョコレート・ギフト用チョコレートともに好不調が分かれる結果であった
- ・ バレンタインマーケットの縮小を示唆するコメントが見受けられた

以上