



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成22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	41,150,129 万円	100.0%	100.4%(100.2%)	38,875,134 万円	96.4%(95.8%)
食 料 品	34,873,826 万円	84.7%(81.9%)	100.7%(100.5%)	32,851,867 万円	96.5%(95.9%)
農 産	5,154,904 万円	12.5%(11.8%)	102.6%(100.1%)	4,874,535 万円	98.9%(95.2%)
水 産	3,703,128 万円	9.0%( 9.1%)	99.7%( 99.0%)	3,490,555 万円	95.4%(94.6%)
畜 産	4,011,273 万円	9.7%( 9.6%)	99.0%( 98.5%)	3,796,942 万円	94.1%(94.1%)
惣 菜	3,376,655 万円	8.2%( 8.2%)	101.2%(100.4%)	3,183,715 万円	97.0%(95.8%)
日配食品	7,801,242 万円	19.0%(18.1%)	100.6%(100.4%)	7,302,353 万円	96.4%(96.0%)
加工食品	10,826,624 万円	26.3%(25.1%)	100.6%(102.3%)	10,203,767 万円	96.7%(97.4%)
生活関連	2,727,785 万円	6.6%( 7.3%)	99.0%( 99.1%)	2,612,701 万円	96.4%(96.0%)
衣 料 品	1,258,304 万円	3.1%( 4.3%)	90.4%( 91.3%)	1,217,130 万円	90.0%(89.7%)
そ の 他	2,290,214 万円	5.6%( 6.5%)	104.0%(103.4%)	2,193,436 万円	98.1%(99.2%)

### ② 数 値

全店総売上高	41,150,129 万円	店 舗 数	3,846 店舗
総売場面積	6,754,928.6 m <sup>2</sup>	総従業員数	205,225 人

店舗平均月商	10,699.5 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,819 円(93.4%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円(6.4 万円)	平均店舗面積	1,756.4 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.1 万円(21.1 万円)	パート比率(前月)	76.7%(76.8%)

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 》

- ・前半の天候不順の影響もあり、まとめ買いが多くみられ客単価は上昇するも、客数ダウンにより売上は低迷した
- ・依然として景気低迷の中、低価格商品・ポイントサービス等の販促で競争は一段と厳しさを増している
- ・第21回バンクーバー冬期オリンピック、節分、バレンタインデー等、商品の動きに変化のある月であったが、売上には直結しなかった

## 《 商品動向 》

### ○ 農産

- ・2月の野菜は、高値安定相場で好調に推移し、特に土物、きのこ類、葉物類が好調であった
- ・果物は、相変わらずバナナの落ち込みで全体の売上は低迷、柑橘類も主力の伊予柑は不調、デコポン等の簡便性が嗜好された
- ・イチゴの販売を強化するが、果物全体の売上を押し上げるまでに至らなかった

### ○ 水産

- ・冬の主力であるブリ、生カキ、生タラは全体的に気温高で不振だった
- ・刺身関連では、値頃、割安間のあるビンチョウマグロ、キハダマグロは好調だった
- ・節分いわしは年々縮小傾向で、いわし丸干・めざしも尾数を減らし単価を下げて販売した

### ○ 畜産

- ・牛肉の苦戦が続く中、安価なひき肉、切り落としにシフトがみられ、単価が上がらなかった
- ・バレンタインデーは、週末に手ごろな価格帯でしゃぶしゃぶを展開することで販売点数を伸ばした

### ○ 惣菜

- ・低価格弁当は相変わらず好調であった
- ・季節の和え物で、菜の花胡麻和え・卵の花辛子和えは好調に推移、反面主力のサラダ類は低迷した

○ 日配・加工食品

- ・日配の主力商品のうどん、ラーメン、練製品、こんにゃく、しらたきなどは全般的に善戦した
- ・節分豆は単品商品から分包タイプへ、通常豆菓子のアソートタイプで代替するなど変化が顕著になった
- ・簡便商品のカップ麺・味噌汁の動向は良かったが、カレー・シチューは不振だった

○ その他

<節分>

- ・年々恵方巻の需要が高まり、各社ともに二桁の伸びを示す。予約販売も好調で2倍伸びた会社もある
- ・価格帯の中心は380円～398円の恵方巻であるが、本年度は高価格帯の海鮮巻アナゴ巻、太巻きハーフも大きく伸びた
- ・豆類、いわし類は年々減少傾向にあり、恵方巻一色である。来年度以降もこの傾向が続くと思われる。元来の伝統行事である「節分」の形態が変わりつつある

<バレンタインデー>

- ・日曜日と重なったこともあり、義理チョコより、若者の間でブームとなっている友チョコが増えている
- ・手作り需要が高く、板チョコを中心に動向良く、ココア・小麦粉等の製菓材料も伸びた

<その他>

- ・花粉症対策エンドの展開を図るが、新型インフルエンザ対応によるマスク等の備蓄が各家庭にあることから動きは鈍い
- ・年金支給日の売場展開として、高齢者が好まれる和菓子コーナーや寿司・特保商品（特定保健用食品）などを展開している

以上