



日本スーパーマーケット協会

平成 21 年 2 月 マンスリー レポート

集計企業数 **60** 社

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	36,808,457 万円	100.0%	100.5%(104.9%)	34,521,617 万円	95.4%(98.8%)
食 料 品	30,646,284 万円	83.3%(80.5%)	101.6%(105.9%)	28,755,435 万円	97.2%(101.1%)
農 産	4,322,373 万円	11.7%(11.5%)	103.4%(110.0%)	4,071,701 万円	99.1%(105.4%)
水 産	3,162,169 万円	8.6%(8.9%)	97.2%(101.4%)	2,982,367 万円	93.1%(97.1%)
畜 産	3,541,260 万円	9.6%(9.7%)	99.1%(106.0%)	3,343,265 万円	94.8%(101.0%)
惣 菜	2,989,300 万円	8.1%(8.1%)	101.6%(104.1%)	2,806,930 万円	96.8%(98.9%)
日配食品	6,886,007 万円	18.7%(17.8%)	102.2%(105.2%)	6,432,509 万円	97.9%(100.5%)
加工食品	9,745,175 万円	26.5%(24.5%)	102.9%(106.8%)	9,118,663 万円	98.2%(102.0%)
生活関連	2,722,488 万円	7.4%(7.8%)	95.6%(99.4%)	2,579,416 万円	92.2%(95.6%)
衣 料 品	1,372,686 万円	3.7%(5.0%)	90.0%(97.8%)	1,275,260 万円	85.1%(91.9%)
そ の 他	2,066,999 万円	5.6%(6.7%)	98.3%(105.5%)	1,911,506 万円	83.8%(83.7%)

数 値

全店総売上高	36,808,457 万円	店 舗 数	3,687 店舗
総売場面積	6,529,232.2 m ²	総従業員数	195,987 人

店舗平均月商	9,983.3 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,952 円(99.6%)
月間m ² 売上(前月)	5.6 万円(6.3 万円)	平均店舗面積	1,770.9 m ²
月間坪売上(前月)	18.6 万円(20.8 万円)	パート比率(前月)	74.7%(75.1%)

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

- ・ 昨年が閏年であり、今年は営業日数が1日少なかったこと、消費マインドの冷え込みが続いていること、また、暖冬の影響で冬物商材が不調であったことなどにより、前月に続き厳しい結果となった
- ・ 節分、バレンタインデーは、ともに昨年と比べ曜日回りが悪く、大きな集客効果にはならなかった
- ・ 中国製冷凍餃子事件の発生から1年が経過し、当時、その影響で売れ行き好調に転じたカテゴリーは、今年はその反動があった

商品動向

農産

- ・ 野菜については、全国的に高い気温が下旬まで続いたため、レタス、キャベツ、トマトなどのサラダ野菜が好調で、鍋野菜、煮物材料は動きが鈍かった
- ・ 果物については、バナナが依然として昨年比50～70%上回る売り上げを維持し、いよかん、ポンカンなどの柑橘類とイチゴも好調であった

水産

- ・ 全国的に気温の高い日が多く、カキ、タラなどの鍋物商材は不調であったが、相場が安定していた、マグロ、タコ、エビは好調であった
- ・ 相場安のブリは主力の刺身、切身が不調で、あら、ぶり大根用などは好調であった
- ・ 刺身盛り合わせや高価格商品が不調で、塩干類は好調であった
- ・ 節分のイワシは、昨年並みの動きであった

畜産

- ・ 昨年1月に起きた中国製冷凍餃子事件の裏年であることと、不況による販売不振も重なってか、各畜種ともに苦戦した
- ・ 暖冬の影響か、鍋用の豚肉、鶏肉の売れ行きが鈍化した
- ・ チラシ掲載商品やバラ売りなどの低価格商品は実績を伸ばしているが、定番商品や高価格商品の動きは鈍くなった

惣菜

- ・ 米飯、寿司は苦戦となるも、和惣菜、餃子、天ぷらは好調であった
- ・ 他部門同様に高価格帯の動きが鈍く、低価格商品中心の動きとなった

日配・加工食品

- ・ 日配食品においては、暖冬の影響でアイス、ヨーグルト、牛乳が好調であったが、おでん商材は苦戦した
- ・ 中国製冷凍餃子事件の裏年にあたり、餃子はチルド、冷凍どちらも伸長し、冷凍食品全体でも回復基調にある
- ・ 加工食品では、インスタントラーメン、酒、味噌などが良い動きだった

その他

～節分の売り上げ動向について～

- ・ 当日は昨年の日曜日に対して、今年は平日であったが、関連商品は好調だった
- ・ 惣菜の恵方巻で動向が良かったのは、割安なハーフサイズと、海鮮巻きなどの高価格商品であり、二極化の傾向であった。年々、伸長している恵方巻は縁起物であると考えられているためか、少々高価な商品でも買い求めようとする動きがみられた。一方、手作り志向も高く、すし酢、手巻き用のり、シーチキン缶が好調であった
- ・ 節分のイワシは、料理用途に関わらず全般的に好調であった。また、めざし、ししゃもなどの塩干商品も好調であった
- ・ 節分豆の動きは良く、低価格商品や、豆が散らばらない個包装品が好調であった

～バレンタインデーの売り上げ動向について～

- ・ 当日が土曜日ということもあり、義理チョコ系の販売点数が減少した
- ・ チョコレートは、洋酒や焼酎が入っているタイプは好調であったが、1,000円以上の高価格帯は不調であった
- ・ 手作りチョコ関連の、板チョコ、手作りチョコセット、ラッピング材料などが好調であった

～花粉症対策商品の動向について～

- ・ 今年は昨年以上の飛散量とあってか、マスク、キャンディー、ローションティッシュを中心に全ての商品が好調であった
- ・ 各社とも、花粉症対策関連の品揃え強化や、売場での展開方法を工夫し、売り込みを強めた

～年金受給日の動向について～

- ・ 年金受給日前後に、和菓子やうなぎの売り上げが好調であった
- ・ 米や基礎調味料の割引販売、各地の銘菓を販売、シルバー層向けの肌着類を限定割引するなど、各社で年金需給日に合わせた取り組みが広がりつつある

以上