



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成20年7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	41,653,652 万円	100.0%	104.8%(104.7%)	39,443,566 万円	101.2%(101.3%)
食 料 品	33,952,088 万円	81.5%(81.5%)	105.3%(105.8%)	32,165,987 万円	102.3%(102.9%)
農 産	4,743,390 万円	11.4%(11.7%)	104.4%(105.7%)	4,527,816 万円	101.4%(102.7%)
水 産	3,477,868 万円	8.3%( 8.3%)	98.9%(102.0%)	3,334,553 万円	96.1%( 99.2%)
畜 産	3,680,131 万円	8.8%( 9.2%)	104.8%(109.6%)	3,511,111 万円	101.5%(106.4%)
惣 菜	3,341,601 万円	8.0%( 7.9%)	106.1%(106.2%)	3,149,240 万円	102.5%(102.9%)
日配食品	7,657,820 万円	18.4%(18.7%)	105.9%(104.6%)	7,218,902 万円	102.7%(101.8%)
加工食品	11,051,278 万円	26.5%(25.8%)	107.6%(106.5%)	10,424,365 万円	104.7%(103.8%)
生活関連	3,311,070 万円	7.9%( 7.8%)	100.8%(100.2%)	3,190,220 万円	99.1%( 98.5%)
衣 料 品	1,939,847 万円	4.7%( 5.0%)	104.9%( 97.4%)	1,823,693 万円	101.8%( 94.8%)
そ の 他	2,450,647 万円	5.9%( 5.6%)	102.7%(102.7%)	2,263,666 万円	90.0%( 90.2%)

### 数 値

全店総売上高	41,653,652 万円	店 舗 数	3,619 店舗
総売場面積	6,254,376.4 m <sup>2</sup>	総従業員数	186,650 人

店舗平均月商	11,509.7 万円	平均客単価	1,893.0 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.7 万円( 6.2 万円)	平均店舗面積	1728.2 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	22.0 万円(20.4 万円)	パート比率(前月)	76.0%(76.1%)

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

- ・ 比較的雨が少ない梅雨で、暑い日が続いたことから夏物は順調に推移した。また、暑さから家庭での調理で火を使うことが敬遠されたため、惣菜部門の売上が好調であった
- ・ 原油価格高騰や値上げにより、消費者の生活防衛感は続いている。必要なものを必要な量のみ買うという意識が強まっている
- ・ 土用の丑の日については、国産の相場高、偽装報道、中国産問題で売上が心配されたが、暑さも影響して昨年を超える売上げを確保した

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜については、夏日が続き野菜のできが早まり、サラダ野菜を中心に単価下落をまねいた
- ・ 夏野菜のゴーヤ、枝豆、とうもろこし、オクラ、トマトは好調であったが、レタス、キャベツ、胡瓜は相場安で動きが悪く不調であった
- ・ 果実については、早い梅雨明けとなりスイカ、桃、ぶどうなどの季節果実が好調に推移した。メロンギフトは消費者の節約志向により、高価格の夕張メロンが不調であった

### 水産

- ・ 燃料高騰を背景とする相場高などの影響により、依然厳しい状況が続いている。特にまぐろは、相場高騰で特売売価見直しなど苦戦をしいられた
- ・ 気温が高いこともあり、切身、生魚類が苦戦したが、お造り用商材(かつおタタキ、いかソーメン、湯だこ)などの「あっさり系メニュー」用途の商品は好調であった
- ・ うなぎについては、丑の日は大幅に売上を伸ばすも、7月全体では国産の相場高、偽装報道、中国産問題で非常に厳しい状況であった

### 畜産

- ・ 牛肉については、和牛の高級部位の動きは鈍いが、週末の焼肉需要により焼肉商材は好調であった
- ・ 豚肉、鶏肉については、冷しゃぶ、味付け商材の動きが好調も、相場高騰で価格訴求ができなかった

## 惣菜

- ・ 暑い日が続いたことから、調理不要な天ぷら、コロッケ、和惣菜が好調であった。また気温の上昇とともに、寿司と冷し麺のセットがよく動いた
- ・ 油の高騰により、揚げ物が全般的に好調であった

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、梅雨明けが昨年と違い上旬に明けたことから、夏物食材、飲料関連が好調に推移した。特にアイスクリームは、月初から堅調な動きで、梅雨明け後は一段と加速した
- ・ 牛乳、乳飲料も高温により好調に推移するも、野菜飲料は不振であった
- ・ 加工食品においては、乾麺、麺つゆ、飲料、レトルトカレーなどの夏型商材が好調も、暑さの影響で菓子是不調となった
- ・ 値上げを意識した商品、サラダ油、マヨネーズ、小麦粉が好調であった

## その他

～土用の丑の日について～

- ・ 中国産商品への信頼低下から、国産需要は例年以上にあった。また、国産は産地偽装報道の影響もあり、各社とも鹿児島、静岡、愛知をメインとした複数産地での訴求が多かった
- ・ 販売価格は年々上昇しており、中心価格帯は1,000円～1,580円で、売上昨年比は気温が高かったこともあり100%以上のところが多かった
- ・ 惣菜部門のうな井、うな重、うなぎまぶしなど好調に動くも、国産原料を使用した寿司系は不振であった
- ・ 中国産については、価格が安いこともあり、丑の日当日は比較的好調な売上となった。また、丑の日期間中は台湾産も好調であった
- ・ 土用しじみのニーズは年々減少している。しじみもうなぎ同様に国内相場は上昇しており、無理して買わない傾向が強まっている

～たばこの販売動向について～

- ・ ほとんどの企業が自動販売機中心の売上であったことから、タスポ導入前は好調であったが、導入後はタスポカード支持率が低いため、自動販売機で購入されるお客様が激減し苦戦を強いられている
- ・ バラ売り、カートン売りを開始するなど販売強化するも、自動販売機の不振をカバーできず大きく売上を落とした
- ・ バラ売り、カートン売りの什器増設、バラ売り実施中の案内ポスターを設置するなど、販促を強化した店舗とそうでない店舗では大きく差がついた。しかしながら、全体的では前年比55%～90%と厳しい状況
- ・ タスポ導入後は、サービスカウンターやレジでのバラ販売を始めたところが多くある。しかしながら、販売するアイテムが限られるため、お客様の要望に応えきれていない
- ・ 年配のお客様からのタスポに対する苦情が多い

以上