

平成15年8月25日



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成15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	34,011,159 万円	100.0%	99.3%( 99.8%)	32,287,693 万円	96.3%( 96.8%)
食 料 品	26,978,505 万円	79.3%(79.3%)	100.1%(100.0%)	25,621,100 万円	97.0%( 96.9%)
農 産	3,907,506 万円	11.5%(12.1%)	97.7%( 98.6%)	3,712,719 万円	94.5%( 95.6%)
水 産	3,225,483 万円	9.5%( 9.2%)	97.7%( 96.3%)	3,063,077 万円	94.4%( 93.2%)
畜 産	3,010,564 万円	8.9%( 8.9%)	101.4%( 99.7%)	2,860,897 万円	98.1%( 96.3%)
惣 菜	2,603,114 万円	7.7%( 7.3%)	101.8%(100.0%)	2,461,451 万円	98.1%( 96.1%)
日配食品	6,186,615 万円	18.2%(18.5%)	100.1%(101.4%)	5,865,372 万円	97.0%( 98.4%)
加工食品	8,045,223 万円	23.7%(23.2%)	101.4%(101.1%)	7,657,584 万円	98.5%( 98.3%)
生活関連	3,030,905 万円	8.9%( 8.8%)	96.2%( 97.5%)	2,873,130 万円	93.8%( 94.8%)
衣 料 品	2,097,271 万円	6.2%( 6.5%)	92.3%( 96.3%)	2,006,015 万円	91.0%( 94.4%)
そ の 他	1,904,478 万円	5.6%( 5.4%)	100.9%(106.1%)	1,787,448 万円	97.5%(102.4%)

### 数 値

全店総売上高	34,011,159 万円	店 舗 数	3,317 店舗
総売場面積	5,557,557.5 m <sup>2</sup>	総従業員数	161,502 人

店舗平均月商	10,253.6 万円	平均客単価	1,849.4 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円( 6.1 万円)	平均店舗面積	1675.5 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.2 万円(20.1 万円)	パート比率(前月)	73.2%( 73.0%)

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

- ・ 異常ともいえる低温・日照不足が売上に大きく影響を及ぼした。特に夏物商材は軒並み大きく昨年を下回る
- ・ 7月いっぱいまで梅雨が続いたこともあり、客足が非常に鈍かった。特に夕方に雨が多く、ピーク時の売上に伸びが無かった
- ・ 発泡酒は増税後の低迷に低温が重なり、昨年を大きく下回ったところが多い
- ・ 悪天候の影響により、農作物に出荷遅れ、品質劣化などの影響がでている。それに伴い売上也低迷
- ・ 「パン」「おでん」「インスタントラーメン」など例年の夏には縮小するような商品が好調に推移している

## 商品動向

### 農産

- ・ 低温により、「スイカ」の動きが非常に悪かった。その他の商品も品質が安定せず全般的に低調に推移
- ・ 「ゴールデンキウイ」がCM効果もあり好調に推移
- ・ 低温・長雨の影響により「桃」の味が乗らず、売上也低調

### 水産

- ・ 中国産の問題に冷夏も重なり「うなぎ」が低調。国産を拡充して対応するも売上をカバーすることはできなかった
- ・ 「めかぶ」「もずく」などの海藻類は依然好調を維持しているが、刺身、お造りなどが不調で、全体としては苦戦が続いている

### 畜産

- ・ 低温・長雨のため焼肉商材・お弁当商材は不調だったが、反面煮物・焼き物商材が好調に推移

## 惣菜

- ・ 少量パックや、一人前の寿司、バラ売りなど、少量対応している商品は好調に売れている
- ・ 「うな重」は、中国産の問題と、冷夏の影響により動きが鈍いが、国産の拡充をしたところは大きく売上が伸びたという報告もある

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は冷夏の影響により、「アイス」「乳飲料」「冷やし麺」「ところてん」などの涼味商材は軒並み昨年を大きく下回る
- ・ 反面この季節売上の落ちる「パン」「おでん類」が非常に好調に推移した
- ・ 「豆腐」は全体的に動きが鈍いが、「おぼろ豆腐」「くみ出し豆腐」などの付加価値商品は好調
- ・ 加工食品も冷夏の影響により、「飲料」「そうめん」「麺つゆ」などの盛夏商材が大きく昨を下回る。一方低温により、菓子部門が全般的に好調な売上となる
- ・ 全体的に動きの鈍いなかで「インスタントラーメン」「コーヒー」は好調に推移

## その他

- ～サマーギフトの動向について
- ・ 点数は昨年を割ったものの、付加価値商品などの品揃えにより、単価が昨年より微増となる。結果、7月末時点では昨年並みの売上を確保している
- ・ 冷夏の影響により、特に飲料・ゼリー・乾麺などの売上が鈍い
- ・ 産直商品や地場商品や健康商品の売れ行きは比較的良い。しかし、アイテム数を増やし大きく展開した割には、売上に大きく結びついていないという声も多く聞かれる
- ・ 早期割引や、無料配達など、特典のついた商品の売れ行きは良い

～土用の丑の日について

- ・ 中国産の問題への対応として、各社国産品を強化・拡充した。それにより単価が上昇した。昨比も前年並みとなり、夏物商戦が苦戦しているなかでは堅調な売れ行きとなった
- ・ 中国産のうなぎは、販売を中止したところもある。販売をしたところでも去年の半分ほどの売上と、非常に売れ行きが悪かった
- ・ 「うな重」「うなぎ寿司」など、簡便性のある商品は好調な売れ行きとなった

～冷夏による夏物商材の動向について

- ・ 各部門とも涼味商材はほぼ全て不調。去年の7月が暑かったこともあり、昨年を大きく下回る
- ・ 農作物においては、気温による売上不振に加え、品質不良、出荷遅れが発生しており、長期に渡り相場、売上に影響がでてくると見られる
- ・ 逆に例年の7月は売上が低いはずの「パン」や、「鍋物商材」「シチュー」「おでん」などのホットメニューの動向が良い