



日本スーパーマーケット協会

平成16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	35,553,622 万円	100.0%	104.7%(102.0%)	33,401,113 万円	100.3%(97.4%)
食 料 品	28,254,886 万円	79.5%(79.8%)	105.1%(102.7%)	26,747,392 万円	101.0%(98.5%)
農 産	4,009,881 万円	11.3%(12.0%)	103.0%(100.5%)	3,799,691 万円	98.9%(96.1%)
水 産	3,179,592 万円	8.9%(9.0%)	99.7%(98.7%)	3,006,761 万円	95.4%(94.3%)
畜 産	3,002,072 万円	8.4%(8.8%)	100.5%(101.3%)	2,834,233 万円	96.3%(96.8%)
惣 菜	2,623,638 万円	7.4%(7.1%)	106.2%(103.9%)	2,469,403 万円	101.4%(99.1%)
日配食品	6,732,573 万円	18.9%(19.0%)	107.1%(103.4%)	6,373,289 万円	103.0%(99.0%)
加工食品	8,707,130 万円	24.5%(23.9%)	108.1%(105.3%)	8,264,015 万円	104.3%(101.4%)
生活関連	3,018,830 万円	8.5%(8.4%)	98.6%(96.5%)	2,848,029 万円	95.3%(93.1%)
衣 料 品	2,167,761 万円	6.1%(6.3%)	102.9%(98.4%)	2,017,834 万円	98.9%(94.1%)
そ の 他	2,112,145 万円	5.9%(5.5%)	111.2%(104.6%)	1,787,858 万円	99.6%(91.8%)

数 値

全店総売上高	35,553,622 万円	店 舗 数	3,279 店舗
総売場面積	5,693,676.4 m ²	総従業員数	165,429 人

店舗平均月商	10,842.8 万円	平均客単価	1,891.8 円
月間m ² 売上(前月)	6.2 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1736.4 m ²
月間坪売上(前月)	20.6 万円(20.0 万円)	パート比率(前月)	73.8%(73.8%)

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

- ・ 昨年の冷夏から一転、今年は記録的な猛暑となった。昨年不振だったアイス、飲料などの涼味商材が爆発的に売れ、品切れも多発した
- ・ 暑さの影響から、ピークタイムが夕方過ぎまでズレこんだ。そのため、商品の陳列や、オペレーションに各社苦労した
- ・ 涼味商材に売上が集中しているため、一部で商品手配が困難になっている。また、異常な高温により、野菜の生育が前倒しになり、一部果物には高温障害が起こるなど、相場にも影響を与えている
- ・ 先月と比べ回復してはいるが、生鮮3部門は依然として昨年を割り込む厳しい状況が続いている

商品動向

農産

- ・ 野菜は猛暑により、サラダ商材中心に好調な売れ行き。しかし、昨年好調だった土物野菜が不調となった
- ・ 果物は、スイカが非常に好調。特にカット物が好調で、売上は昨年を大きく上回った

水産

- ・ 猛暑と丑の日が重なったこともあり、うなぎが非常に好調。各社軒並み昨年を大きく上回った
- ・ 刺身が好調だったほかは、塩蔵干物類、切身など火を使う商材は軒並み不調で、部門としては依然として厳しい状況が続いている

畜産

- ・ 好天に恵まれたが、アメリカ産牛肉が無いため、焼肉商材の売り込みが出来なかった。結果部門全体も昨年を割り込んだ
- ・ 豚肉や、ラム肉を牛肉の代替品として訴求したところは、軒並み好調な売れ行きとなっている

惣菜

- ・ 猛暑により寿司、麺セットが好調。また、めん類のトッピングとして天ぷらも好調に推移した
- ・ 反面インスタアベーカーは、猛暑の影響を受け非常に苦戦した

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、アイス、豆腐、冷やし麺、ゼリーなどの涼味商材が軒並み好調だった。反面練製品、うどんは苦戦した
- ・ 黒酢、豆乳、にがりなどの健康商材は引き続き好調を維持している
- ・ 暑さと、韓国ブームにより、キムチ、ビビンバなどが好調だったという声もあった
- ・ 加工食品は、飲料、そうめんなど、猛暑の恩恵を最も大きく受け、全体の売上も昨年を大きく上回った
- ・ 反面、菓子部門は全体的に苦戦し、昨年を割り込んだところが多い
- ・ 生鮮3部門の不調により、調味料の売上が伸びないという声も聞かれる

その他

～サマーギフトの動向について

- ・ 序盤は早期割引制度を実施しているところも多く、各社とも好調だった。その反動か、後半になって伸び悩み、全体としては昨年を若干上回る程度のところが多い
- ・ 価格帯は2000円から3000円と昨年並みだが、総額表示の影響で単価が下がった、という声も聞かれる
- ・ 気温の影響から、ビール、ゼリー、水羊羹などの涼味ギフトが非常に好調。反面菓子ギフトは非常に苦戦した
- ・ メロンは相場高により、値段が上がり、売れ行きは今ひとつであった。その代わりに、昨年まであまり目立たなかった、マンゴーが好調に売れた
- ・ 特に果物において、産直ギフトが好調に推移した。売上構成比はまだそれほど高くないが、売上は伸びている

～土用の丑の日について

- ・ 曜日回りは昨年よりも悪かったが、猛暑が売上を大きく押し上げ、全体的に昨年来を大きく上回る売上となった
- ・ 店頭販売の強化をしたところも多く、数量は昨年より1～2割上回った
- ・ 各社とも国産品を重点的に訴求したこともあり、単価は昨年来を1～3割ほど上回った。構成比では国産8割、輸入2割というところが多い
- ・ 昨年来は中国産の問題から売上が低迷したことから、今年の数字が極端によく見えるのでは、という声もあった
- ・ 丑の日が平日であったことも影響して、売上がうなぎに一極化し、その他の商品のロスが増大したという声もあった