



日本スーパーマーケット協会

平成17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	31,923,445 万円	100.0%	98.8%(102.3%)	30,402,476 万円	95.5%(98.9%)
食 料 品	25,965,598 万円	81.3%(77.6%)	99.0%(102.2%)	24,701,381 万円	95.7%(99.0%)
農 産	3,822,030 万円	12.0%(11.1%)	99.1%(101.6%)	3,624,718 万円	95.8%(98.0%)
水 産	2,988,478 万円	9.4%(9.7%)	93.2%(97.6%)	2,847,181 万円	90.4%(94.5%)
畜 産	2,971,681 万円	9.3%(9.2%)	103.1%(105.2%)	2,819,875 万円	96.6%(102.2%)
惣 菜	2,414,311 万円	7.6%(7.5%)	100.6%(103.2%)	2,287,255 万円	97.3%(99.3%)
日配食品	6,025,615 万円	18.9%(17.7%)	99.2%(102.2%)	5,736,853 万円	96.4%(99.2%)
加工食品	7,743,483 万円	24.3%(22.4%)	99.1%(102.9%)	7,385,499 万円	96.4%(99.9%)
生活関連	2,618,343 万円	8.2%(9.1%)	97.3%(100.2%)	2,528,078 万円	94.9%(97.8%)
衣 料 品	1,543,876 万円	4.8%(6.8%)	94.8%(101.4%)	1,484,238 万円	92.6%(98.8%)
そ の 他	1,795,628 万円	5.6%(6.5%)	101.1%(107.4%)	1,688,779 万円	95.8%(100.3%)

数 値

全店総売上高	31,923,445.0 万円	店 舗 数	3,350 店舗
総売場面積	5,758,562.2 m ²	総従業員数	163,566 人

店舗平均月商	9,529.4 万円	平均客単価	1,799.1 円
月間m ² 売上(前月)	5.5 万円(6.2 万円)	平均店舗面積	1719.0 m ²
月間坪売上(前月)	18.3 万円(20.4 万円)	パート比率(前月)	74.4%(75.5%)

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

- ・ 昨年ほうう年であったため、営業日が一日減。曜日まわりの影響から日曜日が一日無くなるかたちとなったため、売上は昨年に比べ大幅に落ち込んだ
- ・ 特に北日本において寒い日が続き、雪や雨も多かった。また、日々の気温の変化も非常に激しく、春物商材と冬物商材の展開に非常に苦労した
- ・ 節分、バレンタインと、2月のカレンダーマーケットは総じて好調な売上となった。節分は特に惣菜部門において年々マーケットが拡大している

商品動向

農産

- ・ 果物は、いちごの相場が高く、値ごろ感がだせなかったため低調となった。反面柑橘類、特にいよかんはテレビでも紹介され、好調な売上となった
- ・ 春野菜は、低温が続き出遅れる。反面鍋物商材が好調であった

水産

- ・ マグロはほぼ平年に近い動きであったが、ぶりなどは軒並み低調であるなど、部門全体としても依然厳しい状況が続いている

畜産

- ・ 昨年のBSE、鶏インフルエンザの反動から、牛肉は昨比100～120%、鶏肉は昨比100～130%と非常に好調となった
- ・ 反面、昨年好調であった豚肉は裏年になり、苦戦している

惣菜

- ・ 低温の影響から、グラタンなどのホットメニューが好調であった。反面、寿司は不調に終わった
- ・ 昨年の鶏インフルエンザの反動から、から揚げなどの鶏肉商材が好調に売れた

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、低温によりおでん種などの練り製品が好調な売上となった
- ・ 卵は、昨年の鶏インフルエンザの反動と相場高が重なり、売上は好調であった。利益面は厳しい状況だが、特売時の集客力が非常に強くなっている
- ・ 加工食品は、シチュー、鍋つゆなどのホットメニューが好調であった。
- ・ 発泡酒は「第3のビール」の影響により、低調となった
- ・ 受験シーズンということもあり、簡便商材の売れ行きが好調であった

その他

～節分の売上動向について

- ・ 恵方巻は各社昨比で110～200%と、非常に好調な売上となった。予想を上回る売上となったため、品切れをおこしたところも多くあった
- ・ 節分豆は、低価格のものにシフトが進んでいるため単価は下落しているが、点数が増加しており、昨年並みの売上を確保した
- ・ 後片付けの手間が省けるため、小袋入りの豆の売上が伸びている
- ・ いわしは原料の高騰の影響もあり、生いわしが不調であった。しかし、調理済みのフライなどは好調に売れた
- ・ 特に関東において、節分の恵方巻が急速に認知されてきたため、来年は展開を早める、という声も多い

～バレンタインデーの売上動向について

- ・ 「友チョコ」需要が拡大しており、500円前後の商品と、手作り商材の売上が好調となった
- ・ 反面、義理チョコは年々縮小しており、100～300円の低価格商品の売れ行きは鈍い
- ・ 昨年から、自分のためにチョコを買う方が増えてきたこともあり、1000円前後の高単価商品も売れ行きが良い
- ・ 手作り用の割チョコ、板チョコが伸びた影響から、単価は下落したものの、点数が伸び、全体の売上はおおむね好調であった