



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成18年4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	37,918,619 万円	100.0%	102.4%(100.8%)	36,017,743 万円	99.0%( 97.9%)
食 料 品	30,723,354 万円	81.0%(80.0%)	103.2%(100.9%)	29,046,483 万円	99.3%( 97.6%)
農 産	4,350,859 万円	11.5%(11.4%)	101.3%( 96.8%)	4,123,482 万円	97.7%( 93.7%)
水 産	3,520,905 万円	9.3%( 9.5%)	105.0%(102.9%)	3,331,432 万円	101.1%( 99.3%)
畜 産	3,447,246 万円	9.1%( 8.8%)	104.4%(101.8%)	3,251,996 万円	100.2%( 98.2%)
惣 菜	2,960,479 万円	7.8%( 8.2%)	104.5%(105.0%)	2,777,652 万円	100.0%(101.0%)
日配食品	7,128,527 万円	18.8%(18.0%)	102.1%( 99.5%)	6,730,722 万円	98.1%( 96.4%)
加工食品	9,315,338 万円	24.6%(24.1%)	103.4%(101.5%)	8,831,199 万円	99.8%( 98.6%)
生活関連	3,090,844 万円	8.2%( 8.4%)	99.6%( 99.2%)	2,951,233 万円	97.5%( 97.0%)
衣 料 品	1,959,734 万円	5.2%( 5.3%)	96.0%(101.4%)	1,919,031 万円	95.3%(100.9%)
そ の 他	2,144,687 万円	5.7%( 6.3%)	101.9%(101.9%)	2,100,996 万円	100.4%(100.8%)

### 数 値

全店総売上高	37,918,619 万円	店 舗 数	3,575 店舗
総売場面積	6,173,416.4 m <sup>2</sup>	総従業員数	173,994 人

店舗平均月商	10,606.6 万円	平均客単価	1,842.5 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円(5.7 万円)	平均店舗面積	1,726.8 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.3 万円(18.7 万円)	パート比率(前月)	74.7%( 75.4%)

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

- ・ 昨年に比べ日曜日が1日多いというプラス要因があったにもかかわらず、平年に比べ気温が低めであった地域が多かったことや、変わりやすい天候により、思うように売上げがつかれなかった月であった
- ・ 夏物商材の導入時期が年々早まる中、本年のように気温が低めに推移する状況では、売上げに大きく影響を及ぼしてしまう
- ・ 客単価および1点単価が下げ止まりを見せた、もしくは回復基調にあるという報告が出始めたことはこれまでにない傾向である
- ・ 酒税法の改正に伴う駆け込み需要については、予測したほどの動きはみられなかったという報告が多い

## 商品動向

### 農産

- ・ 4月度も野菜の相場高、育成不足などの影響を受け、厳しい状況が続いた
- ・ 先月不振であった生たけのこは、出回りが遅れたことから4月中心の売り込みとなり、好調に推移した
- ・ 最後の売り込みとなるいちごについては、相場が安定し好調であったものの、デコポンやグレープフルーツなどのかんきつ類は国産、輸入とも不振となる

### 水産

- ・ 旬のかつおについては、相場が比較的高値で推移したものの、タタキを中心に好調に推移した
- ・ 不漁や原油高の影響などにより、国産、輸入とも高値で推移し丸魚は苦戦したものの、刺身や魚卵などが好調に推移した

### 畜産

- ・ 牛肉については、オーストラリア産の高騰により国産の比率を高め訴求するも、売上げは伸び悩みの状況。しかしながら、味付き焼肉はお買い得感があり牛、豚とも好調に推移した

## 惣菜

- ・ おつまみ商材については、お花見・行楽需要もあり好調に推移した
- ・ また、お花見用の弁当などを訴求したところでは、弁当類が好調との報告もある

## 日配・加工食品

- ・ 玉子は、去年の特殊卵販促強化の影響から、点数は昨比をクリアしたものの、売上げは前年割れとなったところが多い
- ・ 気温が低かった影響もあり、涼味商材が苦戦する中、唯一ところてんが好調に推移した
- ・ 新茶については、本年も堅調な売上げを示している
- ・ 気温の影響から、飲料や乾麺、つゆが不振となるが、逆にお菓子品群は好調に推移した

## その他

～お花見・行楽マーケットの動向について～

- ・ お弁当商材については、冷凍食品、魚卵、から揚げ用鶏肉など、全般的に堅調に推移した。各社ともクロス販売などの積極的な販売をおこなっている
- ・ 惣菜のお弁当については不調という報告が多い中、お花見用の弁当を訴求したところ好調な売れ行きを示したとの報告もある
- ・ ブームのカップ酒をお花見用として積極的に販売したところは好調であった
- ・ 桜の開花後、気温の低下により見ごろの期間が延びたことにより、行楽・弁当商材が好調に推移したところ、逆に、開花が昨年よりも早すぎたことにより思うように売上げが作れなかったところなど、地区により様々な報告があった

～酒税法の改正に伴うお酒の販売動向について～

- ・ 増税となる第3のビールを中心に駆け込み需要はあったものの、平成15年の発泡酒の増税時ほどではなかった。また、大手GMSの価格据置報道があったことから、最後の2日間の動きも静かであった
- ・ 4月度酒類昨比は89%～118%、また、第3のビールについては99.5%～200%で120%前後が最も多かった。ワインや清酒については大きな動きはみられなかった
- ・ 価格は改定するが、しばらくの間は奉仕品として訴求を行うことで販売価格を調整するという報告もある

～春のレイアウト変更のポイントについて～

乳製品のレイアウト変更のポイントについて

- ・ 野菜飲料、乳酸菌飲料、デザートコーナーを拡大し、豆乳については縮小するという報告が多い。また、不振の続く牛乳については、アイテムを絞り込み価格訴求を行うとともに、付加価値の高い牛乳の品揃えを充実させることで回復を狙う
- ・ ヨーグルトについては、健康志向への対応および大型新商品の発売を受け、プレーンヨーグルトを拡大する傾向にある
- ・ 期待する商品としては、「カゴメ 乳酸菌ラブレ」、「メグミルク 恵ヨーグルト」

冷凍食品のレイアウト変更のポイントについて

- ・ お弁当商材の品揃えを充実、その中でも健康志向への対応として、和惣菜を強化する傾向にある。逆にフライ商材は縮小している
- ・ 冷凍麺については、伸張が著しいパスタの品揃えを拡大するところが多い
- ・ 期待する商品としては、「カトキチ 和惣亭6種のおかずセット」、「オーマイパスタ」

以上