



日本スーパーマーケット協会

平成18年6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	40,387,086 万円	100.0%	104.7%(102.0%)	38,814,158 万円	101.9%(98.6%)
食 料 品	32,782,886 万円	81.2%(80.7%)	105.1%(102.3%)	31,405,876 万円	101.9%(98.5%)
農 産	4,764,340 万円	11.8%(11.7%)	107.7%(102.1%)	4,587,028 万円	104.7%(98.4%)
水 産	3,711,199 万円	9.2%(9.2%)	106.9%(104.1%)	3,569,321 万円	104.0%(100.1%)
畜 産	3,507,567 万円	8.7%(9.1%)	105.0%(102.4%)	3,348,883 万円	101.6%(98.2%)
惣 菜	3,085,824 万円	7.6%(7.9%)	107.4%(104.9%)	2,934,434 万円	103.5%(100.5%)
日配食品	7,594,420 万円	18.8%(18.7%)	103.5%(101.6%)	7,257,183 万円	100.2%(97.8%)
加工食品	10,119,536 万円	25.1%(24.1%)	103.9%(101.3%)	9,709,027 万円	100.9%(97.9%)
生活関連	3,307,391 万円	8.2%(8.0%)	103.1%(100.6%)	3,194,825 万円	101.1%(98.0%)
衣 料 品	2,236,083 万円	5.5%(5.6%)	99.6%(100.5%)	2,191,414 万円	98.9%(98.5%)
そ の 他	2,060,726 万円	5.1%(5.7%)	106.6%(102.3%)	2,022,043 万円	106.1%(101.2%)

数 値

全店総売上高	40,387,086.0 万円	店 舗 数	3,543 店舗
総売場面積	6,142,310.3 m ²	総従業員数	174,472 人

店舗平均月商	11,399.1 万円	平均客単価	1,885.5 円
月間m ² 売上(前月)	6.6 万円(6.0 万円)	平均店舗面積	1,733.6 m ²
月間坪売上(前月)	21.7 万円(19.9 万円)	パート比率(前月)	74.9%(74.8%)

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

- ・ 気温が平年よりも低かったことから、夏物商材が全般的に不振であったものの、ワールドカップ需要、青果の相場高、紙製品の値上げ前の需要増加などのプラス要因により、衣料品を除き既存昨比を上回った
- ・ 野菜は昨年よりも高値であったが、値ごろを外していないことから売上げに大きく貢献した。しかしながら、果物については、先月に続き低温などの影響により出遅れが目立った
- ・ タバコ増税前の駆け込み需要については、値上げ1週間前より急激に売上げが伸び、最終3日間が売上げのピークとなった。最終的には各社とも売上げを大きく伸ばした

商品動向

農産

- ・ 野菜は主力のきゅうりやトマトなどが高値となった結果、売上げは確保できたが、利益面では厳しい状況となった
- ・ 果物については、気温の影響により主力のスイカ、メロン、アメリカンチェリーなどの出遅れが目立ち、思うように販売が出来ず不振となった

水産

- ・ 生魚を中心として相場高は続いている。特に生まぐろとうなぎは厳しい状況
- ・ 旬のするめいかについては、単価が上昇するも、お造りを中心に好調に推移した
- ・ かつおについては好調に推移し、前年を大きく上回る売上げとなる

畜産

- ・ 豚肉が国産物を中心に高値になるも好調に推移した。特に薄切りが好調であった
- ・ 焼肉商材については、牛のタレ付け焼肉や、牛・豚・鶏のセット物が好調に推移
- ・ ローストビーフやローストポークなどの生食が好調との報告もある

惣菜

- ・ 父の日やワールドカップのおつまみ需要からか、フライ物、焼きとり、スナックが好調に推移した
- ・ 逆に、お弁当を中心に米飯は不振となる

日配・加工食品

- ・ 気温が低めであったことから、夏物商材が全般的に不振となる。逆にパンや和菓子、チョコレートなどは好調に推移した
- ・ 牛乳、卵、アイスは先月に引き続き不振となる
- ・ 青果の相場高により漬物が好調であった
- ・ 昨年、TV放映の影響で大きく伸張したところてんは、その反動を受け大幅に落ち込んだ
- ・ シチューやグラタン、ラーメンなどのホットメニューが好調に推移した
- ・ 酒類については、ワールドカップや父の日需要で好調に推移。また、ワールドカップ需要としてはスナック菓子全般も好調であった

その他

～父の日の動向について～

- ・ 母の日とは違い、おつまみ商材や肉商材の需要が高く、水産・惣菜を中心に好調な売れ行きを示した
- ・ また、普段よりもちょっと高い商品が比較的好調であり、ネタの良い寿司や刺身、プレミアムビールなどの動きが良かった
- ・ “健康・ヘルシー”を意識した商品が母の日同様に好調に推移した
- ・ プレゼント需要としては、クールビズの影響でワイシャツやジャケットが好調に推移した

～サマーギフトについて～

- ・ 中心価格帯は3,000円が最も多いが、4,000円～5,000円の価格帯商品を拡大しているところが多くある
- ・ 販売目標については、昨年比100%～105%で組んでいるところが多い
- ・ アイテム数については、1割程度増加させているとの声が多い。品揃えを強化するカテゴリーとしては、果物、ビール、飲料など
- ・ 生鮮ギフトを中心に産地直送のカタログギフトの売上げが年々伸びていることから、産地直送カタログギフトの品揃えの幅を広げるところが多い
- ・ また、生鮮を中心に地域限定商品や地場商品の品揃えを拡大しているところも多い
- ・ 酒類については、発泡酒からプレミアムビールのギフトにシフトしているという報告もある
- ・ 健康油などの健康訴求ギフトを強化しているとの声が多くある

～タバコの増税に伴う駆け込み需要について～

- ・ 値上げの1週間前より売上げが急激に伸張し、最終3日間で売上げのピークとなった
- ・ 6月度タバコの売上げ前年比は130%～210%で150%前後が最も多かった。また、5月比では125%～220%で、ほぼ前年比と同様の数値であり、予約販売など積極的な販促をおこなったところについては、売上げを大きく伸ばした
- ・ 値上げ直前の日曜日および最終3日間は、カートンの売上げが急増した
- ・ 3年前の値上げ時のデータをもとに計画したが、その時と比べると駆け込み需要は少なかったという報告もある

以上