



日本スーパーマーケット協会

平成19年12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	50,346,233 万円	100.0%	103.1%(103.6%)	47,479,081 万円	100.8%(100.9%)
食 料 品	40,672,229 万円	80.8%(80.1%)	103.8%(104.0%)	38,682,121 万円	101.7%(101.8%)
農 産	5,195,619 万円	10.3%(11.0%)	103.8%(106.6%)	4,950,840 万円	101.5%(104.3%)
水 産	4,609,151 万円	9.2%(8.7%)	101.9%(100.4%)	4,425,561 万円	100.1%(98.6%)
畜 産	4,760,238 万円	9.5%(9.6%)	104.5%(105.5%)	4,540,160 万円	102.3%(103.1%)
惣 菜	3,785,262 万円	7.5%(7.8%)	106.5%(105.2%)	3,564,536 万円	103.8%(102.7%)
日配食品	8,471,700 万円	16.8%(18.3%)	103.5%(102.6%)	7,994,093 万円	101.2%(100.4%)
加工食品	13,850,260 万円	27.5%(24.7%)	103.8%(104.1%)	13,206,932 万円	102.0%(102.2%)
生活関連	4,362,085 万円	8.7%(8.5%)	101.0%(101.4%)	4,166,292 万円	99.7%(99.8%)
衣 料 品	2,310,750 万円	4.6%(5.6%)	96.8%(101.8%)	2,108,201 万円	95.6%(100.0%)
そ の 他	3,001,168 万円	6.0%(5.9%)	102.1%(103.3%)	2,522,466 万円	93.0%(90.5%)

数 値

全店総売上高	50,346,233 万円	店 舗 数	3,527 店舗
総売場面積	6,114,915.7 m ²	総従業員数	181,177 人

店舗平均月商	14,274.5 万円	平均客単価	2,098.4 円
月間m ² 売上(前月)	8.2 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1,733.7 m ²
月間坪売上(前月)	27.2 万円(20.3 万円)	パート比率(前月)	76.0%(75.8%)

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

- ・ 原油・原材料・商品価格高騰や競合増により、前年よりも厳しい状況であった。また灯油の高騰により、食に対する支出が減少し、消費の低迷が危惧された
- ・ 年末年始と気温が低いこともあり、鍋物商材が好調であった
- ・ 年々、お正月用品は縮小傾向にあるが、普段より少し高価な商品を購入する傾向が増えてきている。また、元旦から営業していることが普通になっていることから、まとめ買いすることが少なくなった

商品動向

農産

- ・ 野菜については、相場高と低温の影響により、白菜、ねぎ、大根、菌茸類などの鍋野菜が好調であった
- ・ 果実については、みかんの相場安の影響で、全体的に大きく売上を落とす結果となった。バラ売りや箱売りなどを実施し、点数や単価アップを図ったが、年末の箱売りの単価ダウンの影響が大きく、前年実績に届かなかった
- ・ 南瓜や柚子については、冬至が週末であったことや、気温が高かったことで売上が伸びない状況であったが、相場安により全体の動きは良かった

水産

- ・ 旬のブリは、昨年よりやや相場安であったため、その他の切り身商材に比べお値打ち感があり好調に推移した
- ・ 昨年のノロウイルスによる風評被害で大幅な売上減となったカキは、一昨年並みに回復しつつあり、年末も好調な売上となった
- ・ 刺身盛合せや刺身類など、年末年始共に好調な売上となった

畜産

- ・ 牛肉については、和牛牛肉のすき焼き、しゃぶしゃぶの動きが好調であったが、鶏肉・豚肉は相場高により厳しい状況であった
- ・ 加工肉については、ロースハム、ウインナーなどの主力カテゴリーが低調に終わるも、焼豚、角煮、テリーヌは好調であった

惣菜

- ・ 揚げ物や煮物等、ホットメニューが好調であった
- ・ 旬のカキフライについては、昨年度のノロウイルスの影響で数値を大きく落とす要因となっていたが、今季は逆に大きく数値を伸ばす要因となった
- ・ クリスマスや年末商戦を控え、寿司、チキン、エビフライ、サラダが好調であった

日配・加工食品

- ・ 日配食品では、全般的にホット商材が好調であった。冬休みに入り冷凍米飯が好調も、凍菜は依然として不振であった
- ・ 加工食品においては、気温が高めに推移したにもかかわらず、鍋用調味料が好調な売上であった
- ・ おせち、鏡もち、年越そばなどの年末商品が好調であった
- ・ 値上となったパンは、数量変わらず値上分がプラスとなった。値上による影響はさほど感じられなかった

その他

～クリスマス商戦について～

- ・ 全般的には、単価アップの要因もあり昨比100%～104%と比較的好調に推移した
- ・ クリスマスケーキやお酒などの予約販売については、高品質、高付加価値商品が好調であった
- ・ クリスマスケーキに関しては、予約は好調に推移するも、当日販売に関しては厳しい状況であり、トータルでは昨年を下回る状況
- ・ ローストチキンについては、中国産は不振も、国内産が伸長した。また、鶏肉については、23日は生肉の動きが良く24日は惣菜の動きが良かった
- ・ 酒類に関しては、スパークリングワインおよびプレミアムビールが好調であった。特にスパークリングワインの小ビンが伸長した

～年末商戦について～

- ・ 29日～31日の動向は、売上昨比98%～103%とほぼ前年並みの状況。客単価についてもほぼ前年並みとなった。また、29日、30日は好調に推移するも、31日が不振となったところが比較的多い
- ・ 水産部門では、カニやタコ、刺身などが好調に推移した。数の子については、価格高騰により不振であった
- ・ 畜産部門では、すき焼き用肉、雑煮用鶏肉はほぼ昨年並みの動き。加工肉については、生ハム、焼豚を中心に好調に推移した
- ・ 惣菜部門の天ぷらに関しては、前年並みの売上であったところが多い。特に年越しそば用の海老天のサイズをアップしたところは好調で合った
- ・ 握り寿司に関しては、中トロ入りなどの高単価商品が好調。特に2人前以上の商品が好調であった
- ・ おせちに関しては、セット物の予約が好調に推移した。日配食品を中心とする単品おせちに関しては、ほぼ前年並みの状況。しかしながら、黒豆や田作りなど単品商材を12月初旬から展開したところは比較的好調であった
- ・ 年越しそばに関しては、全体では昨比割れの状況。簡便性の高いゆでそばは不振も、味にこだわった生そばが好調に推移している
- ・ 酒類に関しては、スパークリングワインやプレミアムビールが好調。祝酒に関しても、少量で高品質の商品が好調であった
- ・ 切り餅、鏡餅に関しては、大から小（小型化・少量化）への傾向は変わらない

～風邪やインフルエンザ対策について～

- ・ 大型店を中心にレジ前で集合陳列を実施しており、昨年よりも約1ヶ月ほど早めの動きを見せている
- ・ 売れている商品は、マスク、冷却シート、ノンシュガータイプのど飴。特にウェットマスクなど品揃えを強化しているマスクは大幅に伸長している
- ・ 昨年伸長した薬用手洗い洗剤は不振となる

以上