



日本スーパーマーケット協会

平成24年4月 マンスリー レポート

集計企業数 60 社

① 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	49,031,226 万円	100.0%	102.6% (100.6%)	45,537,337 万円	99.3% (97.7%)
食 料 品	40,828,498 万円	83.3% (83.1%)	102.5% (100.7%)	37,736,661 万円	99.2% (97.7%)
農 産	7,130,583 万円	14.5% (12.9%)	106.4% (107.3%)	5,842,854 万円	103.4% (104.0%)
水 産	3,932,343 万円	8.0% (8.4%)	100.4% (103.1%)	3,730,510 万円	97.1% (99.8%)
畜 産	4,501,897 万円	9.2% (9.3%)	98.7% (98.2%)	4,266,369 万円	95.2% (95.0%)
惣 菜	4,289,734 万円	8.8% (8.7%)	102.1% (107.4%)	4,057,828 万円	98.3% (103.4%)
日配食品	8,732,412 万円	17.8% (18.2%)	101.4% (101.7%)	8,410,797 万円	98.3% (99.0%)
加工食品	12,241,529 万円	25.0% (25.6%)	103.4% (95.3%)	11,428,303 万円	100.3% (92.6%)
生活関連	3,330,362 万円	6.8% (6.9%)	100.0% (91.0%)	3,207,236 万円	98.0% (89.2%)
衣 料 品	1,737,507 万円	3.5% (3.4%)	103.0% (104.6%)	1,670,121 万円	101.0% (102.4%)
そ の 他	3,134,859 万円	6.4% (6.6%)	107.5% (108.6%)	2,923,319 万円	101.8% (103.8%)

② 数 値

全店総売上高	49,031,226 万円	店 舗 数	4,246 店舗
総売場面積	8,170,118.2 m ²	総従業員数	226,633 人

店舗平均月商	11,547.6 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,805 円 (99.7%)
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円 (6.0 万円)	平均店舗面積	1,924.2 m ²
月間坪売上(前月)	19.8 万円 (19.8 万円)	パート比率(前月)	76.6% (76.5%)

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 》

- ・ 昨年の行楽自粛から一転して、今年は花見・行楽商品の動向には期待したが、気温が上がらず花見のピークがずれたため、期待通りの売上が見こめなかった
- ・ 春の嵐や週末の雨が多く、前年日曜日が1日多かったにもかかわらず、3月に引き続き厳しい結果となった
- ・ 昨年の震災特需による影響が残り、部門やカテゴリーによって売れ方にバラツキが出た
- ・ 食品全般として、「すぐに食べられる、火を使わずに済む」即食・簡便商品が節電への関心も相まって依然好調でお客様の食生活に定着している

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 野菜は、サラダ類の販売が好調で、相場高の中、トマト、レタス、きゅうりなどを売り込み、前年を上回った。カット野菜も好調だった
- ・ 昨年風評被害を受けた葉物野菜は、反動で売上を伸ばした一方で、相場安のジャガイモ、にんじん、たまねぎは売上を落とした
- ・ 果物は、3月まで相場高や供給不足の為に不振だったイチゴが出回り好調だった

○ 水産

- ・ イカやアジの主力の大衆魚は、しけの影響で水揚げが大幅減となった。貝類のアサリは旬を迎え水揚げも比較的順調で、身入りの良い大粒を中心に販売できた
- ・ 昨年の震災の影響を受けた海藻類は、生わかめ、めかぶ、生もずくの販売が好調だった
- ・ 旬の初カツオの水揚げが少なく相場高であった為に大幅な売上減となった

○ 畜産

- ・ 花見、行楽と焼肉構成比の高い月にも拘わらず、牛肉は不振だった。放射能セシウム問題の影響も少しずつ回復傾向にあると期待したが、まだ低迷が続いている
- ・ 豚肉、鶏肉は、価格訴求品を中心に拡販出来た。一部国産豚肉が不振だった
- ・ 加工肉は、新学期ということもあり、お弁当材料の皮なしウィンナー、ハンバーグ、ミートボールなどが好調だった

○ 惣菜

- ・青果の相場高の影響でサラダ類が大幅に売上を伸ばした
- ・天候に大きく左右され、行楽・花見シーズンで売るべき商品が落ち込み、惣菜全体の数値に影響した

○ 日配・加工食品

- ・昨年動向の良かった牛乳・パンの反動で前年割れ、気温が低かったことによる涼味商品全般も不振だった
- ・ヨーグルトは依然として好調で、特に昨年商品欠品の影響もあり大きく伸びた
- ・昨年の自粛の中でドリンク・ビールは前年をクリアできた。中でもノンアルコールビールやノンアルコールワイン・チューハイが好調だった
- ・昨年の反動でミネラルウォーター、缶詰、カップ麺、カレー、つゆなどが不振となった。反面、レンジ商品、ドレッシング、パスタソース、米は好調だった

○ 「行楽マーケット」について

- ・桜の開花が全国的に遅れ、3月でなく4月にピークを迎えたことでビール、飲料、おつまみ商品は好調だった
- ・ドリンクの新商品である「オレンジーナ、太陽のマテ茶、メッツコーラ（特保）」が好調だった

○ 「ゴールデンウィーク」について

- ・震災の自粛から一転して、「安・近・短」での外出傾向から、行楽帰りの夕方の惣菜が好調だった
- ・気温が急激に上昇したことで、飲料や涼味商品が好調だった

○ 「その他」について

- ・春の嵐は大きな被害はなかったが、全国的に大雨となり極端に客数が減少した。翌日は反動で良く売れた
- ・放射能物質の新たな基準により、東北・関東周辺の本木シイタケやたけのこが基準超えとなり出荷停止となった。お客様の反応も市場に流通にしている青果物については特に変化は見られない

以上