



# 日本スーパーマーケット協会

## 平成24年5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	48,757,614 万円	100.0%	102.1% (102.6%)	46,463,268 万円	98.9% (99.3%)
食 料 品	40,595,700 万円	83.3% (83.3%)	102.3% (102.5%)	38,724,602 万円	99.1% (99.2%)
農 産	6,193,372 万円	12.7% (14.5%)	106.6% (106.4%)	5,918,673 万円	103.3% (103.4%)
水 産	3,995,284 万円	8.2% (8.0%)	101.2% (100.4%)	3,812,026 万円	97.9% (97.1%)
畜 産	4,588,822 万円	9.4% (9.2%)	98.9% (98.7%)	4,368,910 万円	95.5% (95.2%)
惣 菜	4,345,938 万円	8.9% (8.8%)	103.5% (102.1%)	4,128,628 万円	99.8% (98.3%)
日配食品	9,090,273 万円	18.7% (17.8%)	101.1% (101.4%)	8,666,686 万円	98.1% (98.3%)
加工食品	12,382,011 万円	25.4% (25.0%)	102.3% (103.4%)	11,829,679 万円	99.3% (100.3%)
生活関連	3,257,027 万円	6.7% (6.8%)	99.0% (100.0%)	3,146,259 万円	96.9% (98.0%)
衣 料 品	1,855,711 万円	3.8% (3.5%)	98.9% (103.0%)	1,789,191 万円	96.9% (101.0%)
そ の 他	3,049,176 万円	6.2% (6.4%)	106.1% (107.5%)	2,803,216 万円	100.3% (101.8%)

### ② 数 値

全店総売上高	48,757,614 万円	店 舗 数	4,262 店舗
総売場面積	8,178,506.4 m <sup>2</sup>	総従業員数	225,761 人

店舗平均月商	11,440.1 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,777 円 (98.4%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.0 万円 (6.0 万円)	平均店舗面積	1,918.9 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.7 万円 (19.8 万円)	パート比率(前月)	76.4% (76.6%)

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 》

- ・ 5月は、ゴールデンウィーク、こどもの日、母の日、運動会、行楽等の行事・催事の多い月であり、昨年の自粛ムードの反動から売上を期待したが、思ったより厳しい売上となった
- ・ 青果、鮮魚の相場高や天候の不安定、日曜日が1日少ない等、のマイナス要因を払しょくできず売上を伸ばせなかった

## 《 商品動向 》

### ○ 農産

- ・ 野菜は、4月同様にサラダ類の販売が好調で、相場高の中、トマト、キャベツ、アスパラ、ピーマンなどが特に伸びた。カット野菜も好調だった
- ・ 相場安と放射性物質の風評被害でキノコ類、相場安の土物「ジャガイモ、にんじん、たまねぎ」は売上を落とした
- ・ 果物は、国内柑橘、海外柑橘ともに好調だったが、スイカ、メロンは高値・品薄だった
- ・ 旬の梅・らっきょうの初荷が例年より遅れ、5月下旬より関連商材も含め動き始めた

### ○ 水産

- ・ 旬のカツオは、放射性物質問題で関東近辺では魚場が遠く、相場も高く冷凍品も品薄感があり、価格訴求で旬のカツオを売り込む商材が少なく、鮮魚全体の売上にも影響した
- ・ 主力のマグロ、生食ボイルタコ、うなぎ蒲焼等については、相場高により売上が不振だった
- ・ 反面、相場安の輸入鮭・マスは、販売好調。即食、簡便商材としてお造り、切身、海藻類が好調だった

### ○ 畜産

- ・ ゴールデンウィーク期間中、バーベキュー商材を中心に売り込みを強化する。輸入牛肉を中心とした価格訴求の焼肉・ステーキが好調だった
- ・ 豚・とり肉についても、輸入豚肉・とり肉が中心で、国産肉については不振だった
- ・ 加工肉は、お弁当材料、行楽材料のウィンナーは前年並み、ハム・ベーコンは不調だった

### ○ 惣菜

- ・ 4月同様に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
- ・ ゴールデンウィーク、母の日等の催事にチラシ寿司、にぎり寿司を中心に動向が良かった
- ・ 5月前半は天候不順もあり苦戦したが、気温の上昇とともに枝豆、焼き鳥、唐揚げ等のおつまみ関連商材、涼味商品の動向が良かった

○ 日配・加工食品

- ・ 4月同様に震災特需の反動により、牛乳、パン、卵分類が大きく低迷した。
- ・ ヨーグルトは依然として好調で、気温が上昇した下旬は涼味商品も好調だった
- ・ 話題となったトマトのトレンドで野菜果汁が好調だったが、震災特需の反動でミネラルウォーターは大苦戦だった
- ・ 昨年販促が出来なかった缶詰やカップ麺、簡便商材のレトルト・レンジ商品は好調だった。たばこも震災の供給不足による反動から好調だった

○ 「ゴールデンウィーク」について

- ・ 焼きそば・キムチなどのバーベキュー商材や涼味商品関連商品の販売が好調だった
- ・ 昨年震災の影響で自粛ムードだった刺身盛合せは、通常通り平年並みの売れ筋に戻った

○ 「子供の日」について

- ・ 定番の柏餅、ちまき、こいのぼり関連の子供菓子は、ほぼ前年並み。子供の日限定ロールケーキやフライドポテト、たこ焼き、お好み焼きなどのスナック商材が好調だった
- ・ お子様の喜ぶハンバーグ、焼肉、ステーキをメインにファミリー向け商材として、手巻きやワサビ抜きのにぎり寿司等が好調だった

○ 「母の日」について

- ・ お子様連れの母親が、お子様と一緒に作るメニューとして、カレーやハンバーグ、餃子商材の動きが良かった
- ・ 母の日に合わせた「母の日にぎり」「母の日ちらし」等のネーミングで寿司関連商材も含め動向が良かった
- ・ 定番の花ギフトについては、ほぼ平年並みであった

○ 「その他」について

- ・ 21日の金環日食に合わせて、太陽観測グラスを販売し、動向が良かった
- ・ ゴールデンウィークの後半は、大雨と関東の一部は竜巻・雹（ひょう）等の自然災害があり、影響があった

以上