



日本スーパーマーケット協会

平成25年2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	45,741,793 万円	100.0%	98.8% (101.8%)	43,221,972 万円	96.3% (98.8%)
食 料 品	38,090,661 万円	83.3% (82.1%)	98.8% (102.3%)	36,363,503 万円	96.1% (99.1%)
農 産	5,734,695 万円	12.5% (12.4%)	97.6% (104.2%)	5,481,007 万円	95.0% (101.0%)
水 産	3,793,037 万円	8.3% (8.7%)	97.0% (100.4%)	3,615,666 万円	94.5% (97.2%)
畜 産	4,450,246 万円	9.7% (9.8%)	100.1% (102.4%)	4,240,358 万円	97.2% (99.0%)
惣 菜	4,077,982 万円	8.9% (8.9%)	100.2% (102.8%)	3,879,597 万円	97.1% (99.2%)
日配食品	8,383,750 万円	18.4% (17.8%)	98.1% (102.1%)	8,005,667 万円	95.6% (99.0%)
加工食品	11,650,951 万円	25.5% (24.5%)	99.5% (101.9%)	11,141,208 万円	96.9% (98.8%)
生活関連	3,083,014 万円	6.7% (7.1%)	98.7% (100.0%)	2,980,957 万円	97.0% (97.7%)
衣 料 品	1,379,519 万円	3.0% (3.9%)	97.4% (95.9%)	1,337,787 万円	96.0% (93.7%)
そ の 他	3,188,599 万円	7.0% (6.9%)	99.9% (101.8%)	2,539,725 万円	98.5% (99.4%)

② 数 値

全店総売上高	45,741,793 万円	店 舗 数	4,324 店舗
総売場面積	8,317,990.6 m ²	総従業員数	219,862 人

店舗平均月商	10,578.6 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,821 円 (99.7%)
月間m ² 売上(前月)	5.5 万円 (6.0 万円)	平均店舗面積	1,923.7 m ²
月間坪売上(前月)	18.2 万円 (19.9 万円)	パート比率(前月)	77.2% (77.8%)

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 》

- ・ 去年は閏年のため、本年の営業日数が1日少ない影響で、全店・既存店同月比が下回った
- ・ ポイントとなる日の天候が不順で売上が伸び悩んだ
- ・ 気温の低い日が続く、鍋関連、ホットメニューの動きが良かった
- ・ ガソリン価格高騰の影響か、週末の集客が厳しかった
- ・ 円安、増税などの先行き懸念材料の影響から、節約志向の高まりや「即食・簡便」など無駄の少ない商品の動向が依然支持され続けている
- ・ 風邪・花粉対策でのマスクの動向が引き続き好調に推移し、乾燥する日が多かったため、ハンドクリームやリップクリームの保湿系の商品の動きも好調だった

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 気温の低下に伴い、鍋商材はきのこ類を中心に動向が良かった
- ・ 前半の相場高の影響により、カット野菜の動きが良かった
- ・ 果物では、いちご・りんご・みかんが好調に推移した

○ 水産

- ・ 生かき加熱用は、販売し安い相場も手伝って売上は好調に推移したが、生食用は、ノロウィルスの影響で先月同様苦戦した
- ・ 週末の節分マーケットで、寿司種関連の動きが良かった、特に、サーモン、いくら動向が良く、セット物も伸長した

○ 畜産

- ・ 牛肉は、焼肉商材中心に動向が良く、年々焼肉商材の動きが早まっている
- ・ 豚肉は、カツ用・しょうが焼用の動きが良かった
- ・ 鶏肉は相場安の影響でもも肉中心に苦戦した

○ 惣菜

- ・ 野菜相場の高騰を受け、サラダセットやカップサラダなどの売上が顕著だった
- ・ 受験生へのゲン担ぎとして、とんかつやヒレカツの動きが良かった

○ 日配・加工食品

- ・インフルエンザ予防・花粉症対策により、機能性ヨーグルトの動向が好調に推移した
- ・相場高の影響があると売上が見込める漬物の売上が依然回復が見られない
- ・野菜相場高騰および健康志向の高まりで野菜飲料の動向が良かった
- ・インスタント麺、コーヒーの動きが良かった

○ 「節分」について

- ・巻寿司は、セット物が大きく販売点数を伸ばした。日曜日という曜日周りから、家族での購入で、ハーフサイズセット中心に動きが良かった
- ・いわし丸干しはダウントレンド傾向で売上は苦戦した

○ 「バレンタイン」について

- ・友チョコ、ファミチョコが定着化し、手作りというシーンが増えている
- ・ホテルチョコ、キャラクターチョコの動きが良かった
- ・低単価商品の動きは、年々鈍くなっている

○ 「受験生応援」について

- ・冷凍食品や調理済みレンジ対応商品の動向が良かった
- ・カップ麺、鍋焼きうどん、カップスープ、ゼリーなどの動きが良かった
- ・受験生応援の菓子類などの動きが良かった
- ・カップコーヒー、ココア、カルピスなどの動きが良かった

以上