



日本スーパーマーケット協会

平成26年8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	57,640,362 万円	100.0%	104.7% (103.2%)	55,496,915 万円	101.9% (100.4%)
食 料 品	49,046,423 万円	85.1% (84.5%)	105.7% (104.3%)	47,123,106 万円	102.5% (101.1%)
農 産	7,390,740 万円	12.8% (12.0%)	106.1% (102.8%)	7,111,422 万円	103.2% (99.8%)
水 産	4,717,968 万円	8.2% (8.5%)	108.9% (106.5%)	4,526,640 万円	105.6% (103.1%)
畜 産	5,787,524 万円	10.0% (9.9%)	115.2% (112.7%)	5,532,191 万円	111.6% (109.0%)
惣 菜	5,746,454 万円	10.0% (9.4%)	107.7% (106.2%)	5,491,822 万円	104.0% (102.3%)
日配食品	10,768,715 万円	18.7% (19.0%)	104.6% (104.0%)	10,286,128 万円	101.4% (101.0%)
加工食品	14,635,022 万円	25.4% (25.7%)	101.2% (101.0%)	14,174,903 万円	98.3% (98.1%)
生活関連	3,729,181 万円	6.5% (6.6%)	100.5% (98.7%)	3,650,917 万円	99.2% (97.7%)
衣 料 品	1,569,011 万円	2.7% (3.1%)	96.3% (92.3%)	1,541,399 万円	96.8% (93.3%)
そ の 他	3,295,748 万円	5.7% (5.8%)	100.4% (98.6%)	3,181,494 万円	99.7% (97.9%)

② 数 値

全店総売上高	57,640,362 万円	店 舗 数	4,727 店舗
総売場面積	9,215,920.1 m ²	総従業員数	256,482 人

店舗平均月商	12,193.9 万円	平均客単価 (前年同月比)	1850.7 円 (102.6%)
月間m ² 売上(前月)	6.3 万円 (6.0 万円)	平均店舗面積	1,949.6 m ²
月間坪売上(前月)	20.7 万円 (19.7 万円)	パート比率(前月)	78.0% (77.7%)

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 》

- ・ 今月は台風や豪雨により、北海道、石川県、京都府、広島県、徳島県、高知県などで平年の数倍にあたる降水量があり、特に西日本の太平洋側の日照時間（平年比54%）は観測史上最少、日本海側も過去2番目の少なさとなった。今夏（6～8月）を通しての西日本は11年ぶりの冷夏であり、夏物（涼味）商材の動きが鈍かった。
- ・ 天候不順（低温、冷夏）の影響もあり青果は相場高、豚肉を中心に畜産も高値が続いており、生鮮関連は堅調さが持続している。

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 台風、豪雨などの天候不順により（特に中旬以降が）相場高。品質の劣化も見られたことから商品確保に注力。
- ・ 冷夏の影響から、すいかが不調。もも、マスカット、巨峰などでカバー。

○ 水産

- ・ 海水温の影響もあり新さんまの入荷が（お盆期間まで）少なく相場高。また前年にあった二の丑もなく、うなぎも苦戦。
- ・ 鮭が三陸産の入荷が安定していたこともあり好調。鱈も順調。

○ 畜産

- ・ 全般的に好調状態継続。お盆の帰省もあり焼き肉商材を拡販、味付けの簡便商材が良好。
- ・ 鶏肉が伸長。安心というキーワードから国内産の伸び率も高い。
- ・ 相場高を受け、ラムの取り扱い強化。

○ 惣菜

- ・ 野菜の相場高の影響を受けサラダ類が好調。
- ・ 冷夏もありフライ類中心に順調な一方、麺関連が不調。
- ・ 枝豆、焼き鳥、から揚げ関係は、地域により好不調に分かれた。

○ 日配・加工食品

- ・天候の関係から、アイスクリーム、飲料、乾麺、ところてんなどが不調。一方、シチューなどは好調。また台風、長雨などに備えカップ麺やレトルト商材も好調。
- ・野菜の相場高から凍菜の動きが良好。
- ・バター、チーズは品不足、値上げの心配もあり伸長。

○ 「お盆対応」について

- ・お寿司、刺身など、プチ贅沢（高品質商品）も好調に推移。
- ・お供えや線香、ローソク市場などは引き続きシュリンク傾向。
- ・お盆期間中の買上レシートにより抽選にてキャッシュバックするキャンペーン実施などを行う取組みも見られる。

○ 「サマーギフトマーケット」について

- ・地域密着、地元活性化、老舗有名店などに注力。
- ・ダイレクトメールやポイント加算、早期優待などを工夫し組み合わせて対応。ホームページでもPR。

以上