



一般社団法人日本スーパーマーケット協会

平成27年10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	56,803,983 万円	100.0%	105.1% (104.9%)	54,609,275 万円	102.7% (102.8%)
食 料 品	48,075,434 万円	84.6% (85.5%)	105.1% (105.0%)	46,399,322 万円	102.9% (103.0%)
農 産	7,463,471 万円	13.1% (13.8%)	109.1% (106.7%)	7,200,853 万円	106.8% (104.7%)
水 産	4,557,792 万円	8.0% (8.2%)	104.1% (104.2%)	4,394,344 万円	101.7% (102.2%)
畜 産	5,982,027 万円	10.5% (10.4%)	104.0% (106.4%)	5,750,802 万円	101.4% (104.1%)
惣 菜	5,404,243 万円	9.5% (9.7%)	107.5% (106.0%)	5,188,159 万円	104.7% (103.6%)
日配食品	10,734,770 万円	18.9% (19.0%)	104.4% (104.2%)	10,374,026 万円	102.3% (102.3%)
加工食品	13,933,131 万円	24.5% (24.5%)	103.5% (103.9%)	13,491,138 万円	101.6% (102.3%)
生活関連	3,669,785 万円	6.5% (6.4%)	104.6% (103.7%)	3,548,909 万円	102.9% (102.2%)
衣 料 品	1,777,107 万円	3.1% (2.6%)	102.0% (101.1%)	1,702,764 万円	100.8% (100.3%)
そ の 他	3,281,657 万円	5.8% (5.5%)	107.3% (106.4%)	2,958,281 万円	101.6% (101.5%)

② 数 値

全店総売上高	56,803,983 万円	店 舗 数	4,811 店舗
総売場面積	9,417,544.9 m ²	総従業員数	258,180 人

店舗平均月商	11,807.1 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,839.8 円 (101.4%)
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円 (5.9 万円)	平均店舗面積	1,957.5 m ²
月間坪売上(前月)	19.9 万円 (19.6 万円)	パート比率(前月)	77.7% (77.9%)

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 》

- ・ 10月の天候は、全国的に好天に恵まれ、特に西日本は記録的多照となった。平均気温は北日本が低かった一方、他の地域では平年並みであった。ただし、月の前後半で寒暖差が大きかったため、主に季節商品の販売動向に若干影響を受けた
- ・ 昨年と比べ、土曜日が1日多く、水曜日が1日少ない曜日回りであった
- ・ 青果物においてはやや落ち着きをみせているものの、生鮮3部門における相場高が続いている

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 相場は、土物の一部に落ち着きをみせるも、葉物を中心に相場高の展開となった
- ・ 比較的相場変動の少ない菌茸類の販売を強化する動きが多くみられた
- ・ 果実では、みかんの食味が良く、比較的好調に販売できているほか、バナナも供給が安定し、好調に推移している

○ 水産

- ・ 「さんま」「秋鮭」などの旬魚は不漁の影響で相場高となる、また、品質も不安定となり、低調となった
- ・ 月後半の連休は気温高もあり、刺身関連の売上が伸長した

○ 畜産

- ・ 牛肉の相場高騰。一部で価格による販促を制限せざるを得ない状況もみられる
- ・ 一方、豚肉は、相場の安定化により牛肉との価格差が拡大、積極的な販売促進の効果もあり、売上が大きく伸長した
- ・ 加工肉は、健康への懸念報道以降、売上が急激に減少した

○ 惣菜

- ・ 引き続き、全体的に好調
- ・ 旬の素材（松茸・栗・牡蠣など）を使ったメニューは米飯を中心に好調
- ・ 連休の団らん需要、ハロウィーンのパーティー需要へ向けた、オードブル、握り寿司などのパーティーメニュー訴求が功を奏し、売上を伸ばした

○ 日配・加工食品

- ・ 部門傾向としては、値上げの影響による、一品単価の上昇がみられる
- ・ 練り製品、鍋つゆなどの鍋商材は、特に後半の気温高の影響を受け、売上は伸びなかった
- ・ 菓子部門を中心に、ハロウィーン関連商品の売上が大きく拡大している
- ・ ヨーグルト、食油など、健康志向商材は引き続き好調

○ 「ハロウィーン」の取り組みについて

- ・ マスコミ報道にもあるように、ここ数年で急激に浸透し、マーケットも拡大している
- ・ 従来の限定パッケージ菓子のみならず、ワインを中心とした洋酒の訴求や生鮮部門と連動した洋食メニューの提案などに取り組む
- ・ 惣菜部門を中心にパーティーメニューを展開し、好調に推移

以 上