

2020年4月21日



一般社団法人 日本スーパーマーケット協会

2020年3月 マンスリーレポート

集計企業数 55 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	61,836,315 万円	100.0%	107.2% (106.8%)	59,676,134 万円	105.6% (105.2%)
食 料 品	53,761,064 万円	86.9% (86.6%)	109.7% (107.0%)	52,115,637 万円	107.9% (105.3%)
農 産	7,892,370 万円	12.8% (12.5%)	107.9% (102.6%)	7,654,971 万円	106.2% (101.0%)
水 産	4,898,663 万円	7.9% (7.8%)	106.3% (105.6%)	4,747,195 万円	104.5% (103.8%)
畜 産	6,886,610 万円	11.1% (11.1%)	112.3% (108.6%)	6,665,830 万円	110.3% (106.7%)
惣 菜	5,884,020 万円	9.5% (10.3%)	100.9% (107.7%)	5,681,289 万円	99.0% (105.7%)
日配食品	12,121,559 万円	19.6% (19.4%)	111.7% (108.1%)	11,761,438 万円	110.0% (106.5%)
加工食品	16,077,843 万円	26.0% (25.5%)	112.6% (107.7%)	15,604,913 万円	110.9% (106.2%)
生活関連	3,743,248 万円	6.1% (6.3%)	107.0% (113.9%)	3,613,000 万円	105.8% (112.4%)
衣 料 品	1,175,503 万円	1.9% (2.0%)	74.5% (93.1%)	1,103,867 万円	74.5% (93.2%)
そ の 他	3,156,500 万円	5.1% (5.1%)	87.4% (102.4%)	2,843,630 万円	86.0% (100.2%)

② 数 値

全店総売上高	61,836,315 万円	店舗数	4,884 店舗
総売場面積	9,779,768.5 m ²	総従業員数	251,214 人

店舗平均月商	12,661.0 万円	平均客単価 (前年同月比)	2,005.8円 (104.1%)
月間m ² 売上(前月)	6.3 万円 (5.8万円)	平均店舗面積	2,002.4 m ²
月間坪売上(前月)	20.9 万円 (19.0万円)	パート比率(前月)	77.2% (77.5%)

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 》

- ・ 3月の天候環境について、気温は全国的にかなり高く、特に北日本は1946年以降で1位の高温となった。東京では、統計がある1953年以降、最も早く桜（ソメイヨシノ）が開花した。降水量は、北日本の太平洋側でかなり多く、北日本と西日本、また、東日本の日本海側では、日照時間が多くなった。
- ・ 生鮮の相場状況について、青果ではニンジン、ハクサイ、キャベツ、トマトなどが前年同月をかなり上回った一方、タマネギは下回った。果実については、リンゴの相場が月間を通し、高く推移した。水産物は、市場への入荷量は前年並みであったものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、外食需要が落ち込んだことから卸売平均価格については前年を下回り、畜産物においても同様に外食需要の落ち込みにより和牛の卸売価格が大きく下落した
- ・ 前年同月と比較して、月曜日と火曜日が1日多く、金曜日と土曜日が1日少ない曜日廻りであった
- ・ 前月末より新型コロナウイルスの国内感染拡大の影響が続いており、3月初旬には全国の小・中・高等学校が一斉休校となったことから「巣ごもり」需要が増え、食料品については一部カテゴリーの商品供給に支障をきたしたほか、マスク・除菌剤など衛生用品については品切れが続いている

《 商品動向 》

○農産

- ・ 野菜は、気温が高かったため、トマトやキュウリなどのサラダ商材が好調であった。しかし、ブロッコリーは入荷量が少なく不調となった
- ・ ジャガイモやタマネギなどの土物類が好調であった
- ・ テレビ番組の放映効果により、長芋が好調であった
- ・ 国産果実ではイチゴとリンゴが好調、柑橘類は不調であった
- ・ 輸入果実ではバナナが好調であった

○水産

- ・ 鮮魚では、保存可能な冷凍魚が売り上げを伸ばした
- ・ 今年は豊漁のホタルイカが好調となった

○畜産

- ・ 精肉全畜種と加工肉がともに好調、その中でも特に豚肉と鶏肉が好調であった
- ・ 外出自粛に伴い花見・行楽需要が下落した結果、焼肉・BBQ商材が不調となった

○惣菜

- ・ 気温が高かったため、サラダや冷惣菜が好調であった
- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大により販売の見直し（ばら売りや量り売りの休止）を行った結果、フライやコロッケ、天ぷらが売り上げを落とした
- ・ 学校の一斉休校によるイベントの中止や、外出自粛に伴い花見・行楽需要が下落した結果、弁当やオーダブルなどご予約メニューの注文が減少した

○日配・加工食品

- ・ 学校の一斉休校による昼食需要と外食自粛による内食需要の高まりにより、冷凍食品やレトルト食品、チルド麺やインスタント麺、乾麺、パスタ、さらに缶詰や米、シリアルなどの商品群が大きく売り上げを伸ばした
- ・ テレビ番組の放映効果と、免疫力を高める効果への注目により、納豆やヨーグルト飲料が好調であった

○「ひなまつり」の取り組みと結果について

- ・ 「ひなまつり」定番メニューのちらし寿司と手巻き寿司について、手作り素材や関連商品、即食としてのお惣菜を含め、全体的に好調であった。そのほか、オムライスやエビフライ、パエリアなどの洋食メニューに取り組んだ企業が多く、結果は良好であった

○「ホワイトデー」の取り組みと結果について

- ・ 「ホワイトデー」の取り組みについて、催事場での展開以外の取り組みは少なく、また、学校の一斉休校による需要減と高額品の不振が重なり、大きく売り上げを落とした結果となった

○「春のお彼岸」の取り組みと結果について

- ・ 都市部では外出自粛、地方では帰省客の減少が見込まれたため、出店地域にあった取り組みを実施、結果については、ごちそうメニューやおはぎは概ね好調、お供え用の花は好・不調が分かれる結果となった

以上