

平成17年7月27日



日本スーパーマーケット協会

平成17年6月 マンスリー レポート

集計企業数 60 社

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	33,783,239 万円	100.0%	99.9%(101.6%)	32,202,149 万円	97.5%(98.3%)
食 料 品	26,806,571 万円	79.3%(79.7%)	99.7%(101.4%)	25,634,294 万円	97.1%(98.5%)
農 産	3,824,565 万円	11.3%(11.5%)	95.0%(102.7%)	3,641,005 万円	91.9%(99.0%)
水 産	2,939,977 万円	8.7%(8.9%)	98.2%(98.5%)	2,809,641 万円	95.5%(95.4%)
畜 産	2,926,598 万円	8.7%(9.0%)	100.6%(101.9%)	2,793,783 万円	97.7%(98.5%)
惣 菜	2,541,323 万円	7.5%(7.9%)	103.9%(105.1%)	2,417,212 万円	100.7%(101.4%)
日配食品	6,350,755 万円	18.8%(18.6%)	100.2%(101.2%)	6,079,388 万円	97.7%(98.4%)
加工食品	8,223,353 万円	24.3%(23.9%)	100.6%(100.8%)	7,893,265 万円	98.4%(98.4%)
生活関連	2,877,307 万円	8.5%(8.3%)	100.7%(101.2%)	2,692,101 万円	97.7%(97.5%)
衣 料 品	2,165,427 万円	6.4%(6.0%)	100.0%(99.0%)	2,080,410 万円	100.4%(97.1%)
そ の 他	1,933,934 万円	5.7%(6.0%)	101.5%(107.8%)	1,795,344 万円	99.4%(99.4%)

数 値

全店総売上高	33,783,239 万円	店 舗 数	3,366 店舗
総売場面積	5,793,094.6 m ²	総従業員数	166,489 人

店舗平均月商	10,036.6 万円	平均客単価	1,775.9 円
月間m ² 売上(前月)	5.8 万円(5.8 万円)	平均店舗面積	1,721.1 m ²
月間坪売上(前月)	19.3 万円(19.2 万円)	パート比率(前月)	75.3%(75.1%)

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

- ・ 全国的に平年より気温は高かったが、昨年が猛暑だったこともあり、涼味商材は全般的に低調であった
- ・ 野菜の相場安による単価の下落が大きく影響し、客単価が先月よりも約60円下落した。その結果、売上も厳しい数字となった
- ・ 26日に発生した鳥インフルエンザは、売上への影響は少なかったものの、一部で仕入先の変更、チラシアイテムの変更などの対応に追われた
- ・ 各地で競合が激しくなっているため、景気動向とは逆に、既存店売上は厳しい状況となっている

商品動向

農産

- ・ 野菜の相場が大幅に下落した。それに伴い単価が大きく下がり、売上は非常に厳しい数字となった
- ・ 果物はスイカ、メロンが出回り、好調に推移した。反面、桃、さくらんぼは出荷が遅れており、売上も低調であった

水産

- ・ うなぎは昨年好調であったことと、国内産の価格高騰が響き、低調であった
- ・ 刺身・お造りにおいて一部回復の兆しが見られるものの、丸物などは依然として低迷が続いている

畜産

- ・ 昨年好調であった豚肉の売上が裏年となり、低調であった。相場も上昇しており、売りづらい状況となっている
- ・ 鳥インフルエンザの影響は、発生が月末だったこともあり、大きな影響はなかった。鶏肉全体の売上も昨年を概ね上回った

惣菜

- ・ 好調が続いている米飯に加え、枝豆などのおつまみ商材を各社とも拡販し、大きく売上を伸ばしている

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、牛乳の価格が下落しており、売上もそれに伴い低調となった
- ・ TV放映の影響により、ところてんが爆発的な売れ行きとなった。昨年の4倍の売上となる企業もあり、各社商品の確保に苦労している
- ・ 野菜の相場安により、漬物の売上が低調となった
- ・ 加工食品はTV放映の影響により、寒天、スキムミルクが爆発的な売れ行きとなった
- ・ 飲料、麺つゆなどの涼味商材は出足が若干鈍かったものの、後半の気温の上昇により一気に売上を伸ばし、全般的に好調な売れ行きとなった

その他

- ～父の日の売上動向について
- ・ 刺身は、大型パックの動きが年々鈍くなっているが、本マグロなどを入れた小型の商品は好調に売れた
 - ・ おつまみ商材が軒並み好調であった。オードブル関連も小型～中型を中心に好調に売れた
 - ・ ステーキはアメリカ産が無いこともあり、国産中心の販売となったが、和牛の売上が好調で、全体的な売上も概ね好調であった
 - ・ アルコールは焼酎、第3のビールが好調に売れた。発泡酒は不調だったが、ビール、特にエビスビールは好調であった
 - ・ 母の日は家族でもてなす手作りメニューが良く売れたが、父の日はおつまみ、刺身などお父さんをもてなすメニューが中心で、安全・安心に特化した商品も良く動いた

~サマーギフトの計画と売上について

- 中心価格帯は2,500円~4,000円が多く、例年と比べ若干高価格帯に伸びている
- トータルの価格帯は1,000円を切る商品から15,000円まで非常に幅広くなっている
- 早期割引、全国無料配達はもはや当たり前となっており、前倒し傾向がなくなり、今年は出足が鈍い、という声が多い
- インターネットでの注文が増加している、との声が聞かれる
- 農産、水産ともに地場商品の拡販をしているが、現在までのところ、目立った動きは見られない
- 畜産では、銘柄商品、産地直送商品の品揃えを強化し、単価のアップを図っている
- 顔の見える商品や、健康油など、全体を通して安全・安心に特化した商品を強化しており、特に健康油は堅調に売れている