

スーパー・マーケット販売統計調査

～2018年8月実績(速報版)、7月実績(確報版)～

■ 2018年8月実績【速報版】

	構成比	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
総売上高	100.0%	102.1%	101.0%
食品合計	90.6%	102.7%	101.5%
生鮮3部門合計	33.4%	103.3%	101.9%
農産	14.4%	108.0%	106.7%
水産	8.2%	99.4%	98.2%
畜産	10.8%	100.4%	99.0%
惣菜	11.0%	103.9%	102.3%
日配	19.5%	103.0%	102.0%
一般食品	26.7%	101.4%	100.2%
非食品	6.9%	97.4%	96.5%
その他	2.6%	96.5%	97.6%

■ 2018年7月実績【確報版】

	構成比	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
総売上高	100.0%	102.0%	100.9%
食品合計	90.1%	102.6%	101.3%
生鮮3部門合計	33.0%	102.9%	101.5%
農産	13.4%	104.9%	103.6%
水産	8.7%	101.6%	100.3%
畜産	10.9%	101.6%	100.1%
惣菜	10.2%	102.1%	100.4%
日配	19.9%	102.9%	101.7%
一般食品	27.0%	102.1%	101.0%
非食品	7.1%	98.2%	97.7%
その他	2.8%	97.3%	98.1%

■エリア別集計

エリア	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
北海道・東北	43	101.4%	99.7%
関東地方	73	102.9%	101.7%
中部地方	53	101.5%	100.4%
近畿地方	44	101.6%	101.1%
中国・四国	34	102.5%	100.0%
九州・沖縄	23	100.8%	101.7%

■エリア別集計

エリア	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
北海道・東北	43	100.8%	99.3%
関東地方	73	102.6%	101.4%
中部地方	53	101.2%	99.8%
近畿地方	44	102.3%	101.9%
中国・四国	34	103.3%	100.9%
九州・沖縄	23	99.6%	99.1%

■保有店舗数別集計

保有店舗数	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	45	96.0%	97.2%
4~10店舗	72	101.4%	100.5%
11~25店舗	63	100.0%	100.0%
26~50店舗	46	101.5%	99.8%
51店舗以上	44	102.6%	101.4%

■保有店舗数別集計

保有店舗数	集計対象企業数	前年同月比 (全店)	前年同月比 (既存店)
1~3店舗	45	96.7%	97.7%
4~10店舗	72	101.1%	100.8%
11~25店舗	63	100.1%	100.1%
26~50店舗	46	100.9%	99.5%
51店舗以上	44	102.7%	101.4%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	7,942
総売場面積(m ²)	13,129,914
既存店総売上高(万円)	91,865,304
店舗平均月商(万円)	11,877
売場1m ² あたりの売上高(万円)	7.2

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	7,927
総売場面積(m ²)	13,106,388
既存店総売上高(万円)	89,480,042
店舗平均月商(万円)	11,573
売場1m ² あたりの売上高(万円)	7.0

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平成台で展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の粒漬け弁当」
「季節の彩りはづき弁当」
「季節の味覚御膳」
「豚肉アスパラチーズ巻弁当」
「厚切り鮭弁当」

温惣菜



「アグリーフライ」
「あゆの塩焼」

鮮度感
のある情報を…

のある情報を…



■『Food Navigation』とは・・・

スーパー・マーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートするWeb閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 98,172 円）

■ご利用にあたって

※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。

※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザは Internet Explorer 10、11、Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用※ Cookie 使用。

※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

« 入会申込書 »

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547

TEL. 048-424-5546

携帯：090-2545-4724

E-mail : info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日 (年 月より利用開始)

『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		FAX:
		情報配信先	E-mail:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名	連絡先	TEL: FAX:

ヨークベニマル矢木野店オープン当日、(㈱ヨークベニマルの大畠喜蔵社長 (代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HD. 取締役) は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■ 3.11 以降の変化

東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっている。大きく変化してきたといえる。どっかつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコラボを明確にし、お客様を創造していく

よって好調なセブンプレミアムのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について

セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■ SM にとっての PB

我々の商売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカッセンである。そこにティエリーや加食、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかりと作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっている。

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。