

スーパーマーケット販売統計調査 ～ 2019年12月実績（速報版）、11月実績（確報版）～

一般社団法人全国スーパーマーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会の三団体は、「スーパーマーケット販売統計調査」2019年12月実績速報値等を発表した。

■ 2019年12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%	100.3%	99.0%
食品合計	89.7%	100.8%	99.5%
生鮮3部門合計	35.0%	101.3%	99.8%
農産	13.1%	102.1%	100.8%
水産	10.0%	100.7%	99.1%
畜産	11.9%	100.8%	99.3%
惣菜	10.0%	102.2%	101.1%
日配	18.5%	101.4%	99.9%
一般食品	26.3%	99.3%	98.3%
非食品	7.3%	96.3%	94.6%
その他	3.0%	96.7%	95.7%

■ 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	100.0%	98.6%
関東地方	73	100.7%	99.8%
中部地方	53	100.6%	99.5%
近畿地方	44	99.8%	98.5%
中国・四国	34	99.8%	98.4%
九州・沖縄	23	100.1%	97.9%

■ 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	94.1%	95.9%
4～10店舗	79	97.7%	98.8%
11～25店舗	59	100.5%	99.7%
26～50店舗	43	99.9%	98.6%
51店舗以上	44	100.6%	99.1%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,020
総売場面積(m ²)	13,315,412
既存店総売上高(万円)	103,309,841
店舗平均月商(万円)	13,161
売場1m ² あたりの売上高(万円)	7.9

■ 2019年11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%	100.8%	99.7%
食品合計	90.3%	101.3%	100.2%
生鮮3部門合計	34.5%	101.5%	100.4%
農産	13.6%	100.4%	99.4%
水産	8.7%	102.2%	100.8%
畜産	12.3%	102.4%	101.2%
惣菜	10.3%	103.2%	102.1%
日配	19.7%	102.0%	100.6%
一般食品	25.8%	99.7%	99.0%
非食品	7.0%	95.5%	94.3%
その他	2.7%	98.6%	97.9%

■ 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	101.8%	100.6%
関東地方	73	101.3%	100.4%
中部地方	53	101.5%	99.6%
近畿地方	44	99.2%	98.4%
中国・四国	34	100.3%	99.0%
九州・沖縄	23	100.6%	98.5%

■ 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	95.1%	96.9%
4～10店舗	79	98.2%	99.4%
11～25店舗	58	100.1%	99.3%
26～50店舗	44	100.9%	99.6%
51店舗以上	44	101.1%	99.8%

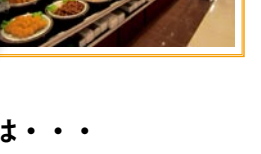
集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,020
総売場面積(m ²)	13,327,526
既存店総売上高(万円)	84,192,994
店舗平均月商(万円)	10,835
売場1m ² あたりの売上高(万円)	6.5

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

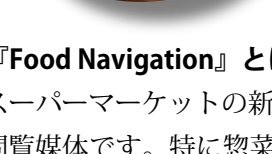
惣菜



惣菜売場でポイントが弁当。弁当類は平
台で展開され、弁当の盛り付けに特力
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



“鮮度感”のある情報を...

コクベニマル矢野目店オープン当日、開
ヨークベニマルの大高善興社長（代表取
締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 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

東北エリアを見てみると、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、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おり、大
きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品や
サービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のター
ゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などを
もっと学ば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。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしま
り作っていくこと。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

我々の売上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、デリカテッセン
である。そこにデリーや加工、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。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしま
り作っていくこと。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。

東北エリアを見てみると、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、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全

◀▲上記記事は過去
掲載記事例です。



「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴 新フラッグシップ店

■ 『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 ブラウザーは 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		情報配信先	FAX: 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: