Provided By Food Navigation Japan

# スーパーマーケット販売統計調査

~ 2020 年 4 月実績(速報版)、2020 年 3 月実績(確報版)、2019 年度実績(速報版) ~

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」2020年4月実績等を発表した。

# ■ 2020 年 4 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%	112.3%	110.7%
食品合計	91.3%	114.4%	112.5%
生鮮3部門合計	35.4%	116.5%	114.6%
農産	14.4%	117.5%	115.8%
水産	8.4%	109.0%	107.2%
畜産	12.5%	121.0%	118.9%
惣菜	9.0%	96.4%	95.3%
日酉己	20.0%	117.0%	114.7%
一般食品	26.9%	116.7%	114.8%
非食品	6.1%	97.5%	93.9%
その他	2.6%	90.1%	91.4%

# ■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	110.4%	108.5%
関東地方	73	116.0%	114.4%
中部地方	53	113.4%	110.8%
近畿地方	44	109.2%	108.1%
中国•四国	34	110.6%	109.6%
九州•沖縄	23	102.5%	100.7%

### ■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	47	106.6%	108.4%
4~10店舗	78	109.1%	110.2%
11~25店舗	58	112.2%	110.7%
26~50店舗	43	110.7%	108.9%
51店舗以上	44	113.0%	111.2%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,023
総売場面積(m²)	13,392,006
既存店総売上高(万円)	96,222,529
店舗平均月商(万円)	12,253
売場1㎡あたりの売上高(万円)	7.3

# ■ 2020 年 3 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%	108.6%	107.2%	
食品合計	91.1%	109.6%	108.1%	
生鮮3部門合計	34.3%	108.8%	107.2%	
農産	13.8%	107.6%	106.1%	
水産	8.7%	106.5%	104.7%	
畜産	11.9%	112.0%	110.5%	
惣菜	9.5% 100.79		99.4%	
日酉己	19.8%	111.5%	109.7%	
一般食品 27.4		112.7%	111.4%	
非食品	6.3%	103.2%	100.3%	
その他	2.6%	94.2%	95.0%	

# ■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	105.9%	104.1%
関東地方	73	111.0%	109.9%
中部地方	53	108.0%	106.1%
近畿地方	44	108.5%	107.1%
中国•四国	34	106.9%	106.2%
九州•沖縄	23	102.9%	100.7%

### ■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	46	101.6%	103.9%
4~10店舗	78	105.1%	105.7%
11~25店舗	59	108.3%	107.0%
26~50店舗	43	107.8%	106.5%
51店舗以上	44	109.2%	107.5%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,016
総売場面積(m²)	13,385,208
既存店総売上高(万円)	93,745,483
店舗平均月商(万円)	11,992
売場1㎡あたりの売上高(万円)	7.2

※売上高は税抜金額。 ※売上高は千円以下、構成比・前年同月比は小数点第2位以下四捨五入。

※続きは正規版にお申し込み下さい。

(株)フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・譲渡・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。 Copyright (C) 2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内



あ る情 報 を

一クベニマル矢野目店オープン当日、(株) 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

#### ■ 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 ービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のター

コア"商品を作らなくては生き残れない。セプン 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っか 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。

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

#### ■ SM にとっての PB

場

であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセン である。そこにデイリーや加食、セブンプレミアム セブンブ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。セブンブレ 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っか 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 節約去向にある。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

▲上記記事は過去 掲載記事例です。

# ■『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 小池 宛

FAX. 0 4 8 - 4 2 4 - 5 5 4 7

TEL. 0 4 8 - 4 2 4 - 5 5 4 6 携帯:090-2545-4724 E-mail: info@foodnavigation.com

年 申込日: 月  $\Box$  ( 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	₹		FAX:
九	部署			E-mail:
当	部署 役職 氏名		情報配信先	
1	L L			
請	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL:
先	役職・氏名	ョ有 の者・ と職・氏名	连桁儿	FAX: