

## スーパーマーケット販売統計調査 ～ 2022年2月実績（速報版）、2022年1月実績（確報版）～

（一社）全国スーパーマーケット協会、（一社）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」2022年2月実績速報値等を発表した。

### ■ 2022年2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%	102.5%	100.9%
食品合計	91.9%	102.6%	100.9%
生鮮3部門合計	34.7%	101.8%	100.0%
農産	14.1%	103.1%	101.5%
水産	8.6%	99.4%	97.7%
畜産	12.0%	102.0%	100.1%
惣菜	10.7%	105.3%	103.1%
日配	19.7%	103.1%	101.4%
一般食品	26.8%	102.3%	100.8%
非食品	6.0%	100.3%	98.6%
その他	2.1%	97.6%	97.6%

### ■ 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	101.9%	101.0%
関東地方	73	102.6%	100.5%
中部地方	53	102.9%	100.6%
近畿地方	44	101.4%	100.2%
中国・四国	34	104.4%	101.9%
九州・沖縄	23	105.5%	105.7%

### ■ 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	96.7%	96.7%
4～10店舗	82	96.7%	96.6%
11～25店舗	52	101.8%	100.9%
26～50店舗	46	102.1%	99.9%
51店舗以上	44	103.1%	101.4%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,309
総売場面積(m <sup>2</sup> )	13,820,175
既存店総売上高(万円)	89,718,801
店舗平均月商(万円)	11,045
売場1 m <sup>2</sup> あたりの売上高(万円)	6.6

### ■ 2022年1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%	99.0%	97.8%
食品合計	90.4%	98.9%	97.6%
生鮮3部門合計	35.1%	97.8%	96.4%
農産	13.7%	97.8%	96.6%
水産	9.1%	98.6%	97.2%
畜産	12.3%	97.1%	95.7%
惣菜	10.5%	104.5%	102.8%
日配	19.6%	98.7%	97.5%
一般食品	25.3%	98.4%	97.3%
非食品	7.1%	98.2%	96.5%
その他	2.5%	97.7%	98.8%

### ■ 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	99.8%	99.2%
関東地方	73	98.3%	96.6%
中部地方	53	100.5%	98.4%
近畿地方	44	97.7%	96.9%
中国・四国	34	101.3%	99.3%
九州・沖縄	23	102.2%	102.9%

### ■ 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	46	98.0%	98.0%
4～10店舗	82	93.8%	93.6%
11～25店舗	52	99.0%	98.1%
26～50店舗	45	99.1%	97.7%
51店舗以上	45	99.3%	98.0%

集計企業数(社)	270
総店舗数(店舗)	8,304
総売場面積(m <sup>2</sup> )	13,814,831
既存店総売上高(万円)	93,180,351
店舗平均月商(万円)	11,481
売場1 m <sup>2</sup> あたりの売上高(万円)	6.9

※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。

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



米飯

“鮮度感”のある情報を...

ヨー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。

■SMにとってのPB  
 我々の販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、月を追うこ  
 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

「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

◀▲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 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:
請 求 先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	E-mail:
				TEL:
				FAX: