

# 調査結果サマリー

## 人口増減に大きな変化はないが、一次商圏の50%が50歳以上

一次商圏の総人口は 3,688人、二次商圏は 10,846人。  
一次商圏では人口の約50%が50歳以上となっており、その中で男女比を見てみると、70歳以上女性の比率が高くなっている。人口の増減で見ると、微増・微減で大きな変化はない。

## 部門別のTOTAL値で見ると、一次商圏のシェア率は83%とかなり高い

一次商圏の部門別シェア率をみると、生鮮肉、加工肉、魚類練製品、油脂・調味料、ほかの野菜・海藻加工品で100%を超えており、穀類や酒類も健闘している。一方で、生鮮野菜、菓子、乳卵類は低め。二次商圏の部門別TOTAL値のシェア率をみると、66%で一次商圏に比べるとかなり低くなっている。

SAMPLE

## 〇〇市の品目別消費支出額で上位の「さしみ盛合わせ」「貝類」などが低い

〇〇市の品目別消費支出額では上位に来る「さしみ盛合わせ」や「貝類」が、東洋スーパーA店の2016年2月売上データでは低くなっている。逆に〇〇市の品目別消費支出額ではあまり伸びていない「いちご」や「豚肉」などが、売上データでは健闘している。季節や旬によって売れるものが変化するのは当然なので、年間を通しての動きを注視する必要がある。

## 〇〇市に比べて、天ぷらや冷凍調理食品、お弁当食材などが健闘している

〇〇市の品目別消費支出額では調味料や干しいたけ、昆布などが高く、調理食品は低いので、家庭で調理する頻度が高いと予測されますが、東洋スーパーA店では出汁食材などの消費は〇〇市ほど高くなく、天ぷらや冷凍調理食品は高いので、〇〇市よりも簡便食材の消費が高いといえる。

# 【魚介類】 一次商圈シェア率①

カツオ、エビ、カニ、シジミ、しらす干し でシェア率を100%超えています。  
 また、〇〇市の品目別消費支出額ではランクが高かった「さしみ盛合わせ」が2月の売上では低くなっています。

	2月の マーケット ボリューム	A店 2月売上	シェア率
■鮮魚	6,394,464	4,294,230	67.2%
生鮮魚介	4,968,864	3,275,814	-
まぐろ	73,872	48,094	65.1%
あじ	383,616	237,175	61.8%
いわし	151,632	49,496	32.6%
かつお	72,576	80,636	111.1%
かれい	57,024	17,081	30.0%
さけ	522,288	275,016	52.7%
さば	103,680	87,374	84.3%
さんま	23,328	21,767	93.3%
たい	278,640	69,705	25.0%
ぶり	526,176	470,914	89.5%
いか	231,984	179,816	77.5%
たこ	115,344	83,215	72.1%
えび	322,704	323,142	100.1%
かに	24,624	31,241	126.9%
他の鮮魚	835,920	793,198	94.9%
さしみ盛合わせ	740,016	155,626	21.0%
あさり	173,664	148,779	85.7%
しじみ	2,592	12,132	468.1%
かき(貝)	216,432	161,659	74.7%
ほたて貝	73,872	20,262	27.4%
他の貝	38,880	9,486	24.4%
塩干魚介	1,425,600	825,470	-
塩さけ	444,528	79,687	17.9%
たらこ	193,104	131,025	67.9%
しらす干し	46,656	64,477	138.2%
干しあじ	93,312	70,066	75.1%
他の塩干魚介	648,000	480,215	74.1%

単位:円

単位:円

※振り先不明:192,946円

