



平成22年5月 マンスリー レポート

集計企業数 60 社

① 売上高・前年同月比

	全 店			既 存 店	
	売上高	構成比(前月)	前年同月比(前月)	売上高	前年同月比(前月)
総 額	45,740,180 万円	100.0%	98.2%(99.3%)	43,663,231 万円	95.3%(96.7%)
食 料 品	37,748,726 万円	82.5%(82.8%)	98.6%(99.9%)	36,001,172 万円	95.5%(96.9%)
農 産	5,725,738 万円	12.5%(12.4%)	100.2%(102.7%)	5,464,649 万円	97.2%(99.6%)
水 産	3,874,950 万円	8.5%(8.6%)	97.8%(99.3%)	3,692,876 万円	94.8%(96.5%)
畜 産	4,292,453 万円	9.4%(9.5%)	98.0%(98.9%)	4,087,382 万円	95.0%(95.9%)
惣 菜	3,840,466 万円	8.4%(8.5%)	100.6%(100.8%)	3,661,297 万円	97.2%(96.6%)
日配食品	8,528,456 万円	18.6%(18.4%)	99.0%(99.6%)	8,136,892 万円	95.7%(96.7%)
加工食品	11,486,663 万円	25.1%(25.3%)	97.2%(99.1%)	10,958,076 万円	94.3%(96.3%)
生活関連	3,312,877 万円	7.2%(7.5%)	95.8%(98.4%)	3,176,528 万円	93.6%(96.2%)
衣 料 品	1,886,199 万円	4.1%(3.8%)	92.6%(87.6%)	1,815,167 万円	91.4%(89.0%)
そ の 他	2,792,378 万円	6.1%(6.0%)	100.4%(100.6%)	2,670,364 万円	97.3%(99.8%)

② 数 値

全店総売上高	45,740,180 万円	店 舗 数	4,044 店舗
総売場面積	7,580,854.5 m ²	総従業員数	216,578 人

店舗平均月商	11,310.6 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,756 円 (90.1%)
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円 (5.9 万円)	平均店舗面積	1,874.6 m ²
月間坪売上(前月)	19.9 万円 (19.5 万円)	パート比率(前月)	75.9% (76.5%)

注) 総従業員数…パート・アルバイト数は、8時間換算しています

《 全体概況 》

- ・ 中旬以降の天候不順による野菜・果物の生育不足、しけによる不漁等で生鮮相場が不安定であった
- ・ 昨年は、新型インフルエンザの影響から、マスクなどの衛生用品をはじめ、米、基礎調味料などの備蓄品が好調だった。その反動か、今年は加工食品、衛生用品等は不調だった
- ・ 3月、4月に引き続き販売動向は大変厳しく、売上が伸長せず低価格品へのシフトが顕著にみられた

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ りんご、イチゴは好調だったが、生育不足による影響でメロン・スイカが不振、オレンジ、アメリカンチェリー、バナナ等の輸入果物も不振だった
- ・ 新聞やテレビ等での野菜高騰の報道もあり、カット野菜、小分け対応の商品が好調に推移した
- ・ 例年に比べ、天候の影響で小梅やらっきょうの出足が遅く、関連商材の動きは5月下旬から動き出した

○ 水産

- ・ かつおは相場高が続き、魚体も小さく、品質も良くなかったので売上、販売量は前年を大幅に下回った
- ・ 近海魚の主力のアジは不漁のため相場高騰で不振だったが、天然ブリ、いわしは豊漁のため販売しやすかった
- ・ うなぎ蒲焼は国産、中国産ともに、春の二の丑等の販促で好調だった

○ 畜産

- ・ 関東、関西エリアでは、口蹄疫の影響はほとんどないが、近隣の九州・中国・四国エリアでは多少の影響を受けている。全体の売上は引き続き低調だった
- ・ 気温の寒暖が激しかったにもかかわらず、しゃぶしゃぶ用、しょうが焼き用豚肉の売上は好調だった

○ 惣菜

- ・ 行楽用のおにぎり、お弁当、お寿司は好調だったが、中食から内食へ移るなか、嗜好性の高い商品や出来合い商品も敬遠されつつある
- ・ 新規導入商品、季節商品の弁当やつまみ商材の動きは良かったが、全体としては点数が伸びず苦戦した

○ 日配・加工食品

- ・主力のプレーンヨーグルトは依然好調で、それに伴いフルーツヨーグルトも大きく伸長した
- ・黒豆、食べるラー油等の話題商品は、引き続き好調で品薄状態だった
- ・マスク等は新型インフルエンザで好調だった昨年に比べ大幅減少、シーズン商品の殺虫剤、日焼け止めも低迷した

○ ゴールデンウィーク・こどもの日

- ・ゴールデンウィークは、天候にも恵まれ行楽に最適だった。外出の機会が多く来店に結び付かなかった。こどもの日、6日はその反動で売上・客数ともに良かった
- ・去年は、休日高速道路1000円がスタートした最初の大型連休で遠出がみられたが、今年は混雑を敬遠して、安近短の傾向が強かった為、後半に需要があった
- ・こどもの日は柏餅、ちまき、チラシ寿司、手まり寿司などで販促をかける。柏餅は、ばら売り・パック売り・ミニ柏餅等の展開・演出に工夫し好調だった

○母の日

- ・「母の日カレー」のイベントが定着し、各社ともカレー商材の販促に力を入れ好調。チョコレート等のお子様から母親への安価なプレゼント商材も好調だった
- ・フラワーギフト、カーネーションは、ほぼ前年並み。切り花から鉢植えにシフトもみられた
- ・寿司、オードブルは、大型パックより定番商品の動きが好調だった

以上