



## 平成21年7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	41,696,636 万円	100.0%	100.4%(100.8%)	39,410,296 万円	96.1%(96.5%)
食 料 品	34,068,954 万円	81.7%(81.9%)	100.9%(101.4%)	32,240,227 万円	96.9%(97.3%)
農 産	4,749,886 万円	11.4%(12.1%)	101.6%(103.9%)	4,505,060 万円	97.6%(99.6%)
水 産	3,546,592 万円	8.5%(8.2%)	101.8%(97.8%)	3,363,805 万円	97.7%(94.3%)
畜 産	3,690,296 万円	8.9%(9.1%)	100.7%(99.6%)	3,501,165 万円	96.6%(95.0%)
惣 菜	3,372,396 万円	8.1%(7.8%)	100.7%(100.3%)	3,188,578 万円	96.2%(95.8%)
日配食品	7,797,396 万円	18.7%(18.9%)	100.2%(101.8%)	7,351,291 万円	96.2%(97.7%)
加工食品	10,912,388 万円	26.2%(25.8%)	100.9%(102.1%)	10,330,328 万円	97.1%(98.3%)
生活関連	3,183,401 万円	7.6%(7.6%)	99.5%(99.8%)	3,021,279 万円	95.5%(96.0%)
衣 料 品	1,778,102 万円	4.3%(4.5%)	90.7%(92.9%)	1,675,189 万円	86.9%(88.9%)
そ の 他	2,666,179 万円	6.4%(6.0%)	102.0%(101.1%)	2,473,601 万円	94.3%(92.1%)

### ② 数 値

全店総売上高	41,696,636 万円	店 舗 数	3,799 店舗
総売場面積	6,722,685.7 m <sup>2</sup>	総従業員数	200,609 人

店舗平均月商	10,975.7 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,807 円(95.5%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.2 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1,769.6 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.5 万円(20.3 万円)	パート比率(前月)	76.0%(76.1%)

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 》

- ・ 梅雨明けが遅れる地域が多く、夏物商材の動向が鈍かった
- ・ 豪雨など天候不順の影響も強く、昨年よりも客数が落ちる傾向であった
- ・ 丑の日は、国産と輸入うなぎがバランスよく展開でき、月内に二の丑もあったことで昨年より実績が上がった

## 《 商品動向 》

### ○ 農産

- ・ 野菜は、天候不順の影響でサラダ商材など涼味系が動き悪く、加熱調理を要するキノコ、土物類が好調であった
- ・ キュウリ、トマト、薬味のみょうが、しょうがなどの動向が鈍かった
- ・ 果物は、スイカが伸び悩み、早めに展開されたモモやブドウは好調であった

### ○ 水産

- ・ 昨年のうなぎ産地偽装問題裏年でもあり、今年はいなごが安定的に売れた。中国、台湾産の低価格帯が選択の幅を広げ、消費者の支持が高まる結果となった
- ・ 塩干類は原料高騰により苦戦傾向であった
- ・ 蒸しタコ、生イカ、マグロは動向が良かった

### ○ 畜産

- ・ 夏季の売り上げの軸になる焼き肉商材の売れ行きが悪かった
- ・ 牛肉は、輸入牛の一部が動向良かったが全体では苦戦した
- ・ 豚肉、鶏肉、ひき肉、加工肉は単価は低迷するものの、まずまずの動きであった

### ○ 惣菜

- ・ ヤキトリ、唐揚げ、温惣菜などのおつまみ、スナック系が好調であった
- ・ 米飯は販売点数が上がるが、低価格競争により売り上げは下降
- ・ 梅雨、低温の影響で、冷やし麺類、サラダ類の商品が鈍く、寿司も依然として低迷

## ○日配・加工食品

- ・ 日配食品は、牛乳、アイスクリーム、麺類が不調でチーズ、マーガリンなど酪品は好調であった
- ・ 加工食品では、乾麺と麺つゆ、和風調味料など季節商材が不調
- ・ 飲料の消費が上がり、ビール、酒類ともに落ち込んだが菓子は好調であった

## ○その他

### ～土用の丑の日の販売動向～

- ・ 今年は丑の日が日曜日にあたり、二の丑もあったため、売り上げは好調であった
- ・ うなぎは国内の各産地品がメインとなるが、中国産、台湾産も売り上げ構成比を高めた。特に中国産は、大苦戦した昨年の裏年であり、好調に推移した
- ・ 長焼き（一尾）の動向がよく、ハーフや串刺しは比率を下げた
- ・ 惣菜の、うなぎ重、ひつまぶし、握り寿司なども概ね好調であった

### ～サマーギフトの販売動向について～

- ・ 割引率の高い商品が人気で、単価は下がる傾向だが、販売点数は伸びている
- ・ うなぎ、ハム、3000円前後のビールギフトが好調であったが、乾物類、調味料、嗜好品が不調であった
- ・ メーカー既製品に対して、オリジナル商品は販売の消化が良かった

以上