



## 平成21年9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	40,189,168 万円	100.0%	99.7%(100.0%)	38,245,926 万円	95.2%(95.9%)
食 料 品	33,168,563 万円	82.5%(82.6%)	100.3%(100.3%)	31,532,422 万円	97.0%(96.5%)
農 産	5,013,436 万円	12.5%(12.3%)	102.0%(104.8%)	4,786,611 万円	98.5%(100.7%)
水 産	3,345,031 万円	8.3%(8.2%)	98.8%(99.2%)	3,189,586 万円	95.5%(95.5%)
畜 産	3,709,549 万円	9.2%(8.8%)	97.4%(97.0%)	3,538,847 万円	94.2%(93.0%)
惣 菜	3,363,046 万円	8.4%(8.6%)	99.7%(98.5%)	3,190,336 万円	96.0%(94.8%)
日配食品	7,690,236 万円	19.1%(18.4%)	99.7%(99.9%)	7,280,796 万円	96.6%(96.1%)
加工食品	10,047,266 万円	25.0%(26.3%)	101.8%(100.7%)	9,546,247 万円	98.6%(96.9%)
生活関連	3,078,234 万円	7.7%(7.5%)	101.4%(101.4%)	2,978,222 万円	99.6%(97.3%)
衣 料 品	1,464,402 万円	3.6%(3.5%)	93.4%(89.1%)	1,416,418 万円	92.2%(85.3%)
そ の 他	2,477,970 万円	6.2%(6.4%)	101.2%(101.5%)	2,318,865 万円	98.2%(94.1%)

### ② 数 値

全店総売上高	40,189,168 万円	店 舗 数	3,817 店舗
総売場面積	6,745,259.7 m <sup>2</sup>	総従業員数	204,526 人

店舗平均月商	10,529.0 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,807 円(91.0%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.0 万円(6.5 万円)	平均店舗面積	1,767.2 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.7 万円(21.4 万円)	パート比率(前月)	76.5%(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 》

- ・ 夏物から秋冬型商品の展開へ切り替えを進めるが、例年に比べ気温が高く、秋冬商材の動きが鈍い
- ・ 消費者の生活防衛意識が強く、単価下落に歯止めがかからない
- ・ 8月に引き続き、サンマが豊漁で好調な売れ行きであった

## 《 商品動向 》

### ○ 農産

- ・ 8月の天候不順の影響で主力のトマトが相場高で推移し、入荷も不安定で売上・点数とも前年を下回る
- ・ タマネギ、ジャガイモ、ニンジンなどの土物野菜や菌茸類が好調であった
- ・ 果物は、バナナがダイエットブームにより異常値を出し続けた前年に比べ、本年はブームも薄れ売り上げは下降した
- ・ 主力のブドウやナシも不振であった

### ○ 水産

- ・ サンマは、8月に引き続き、豊漁でサイズも大きく安値安定し、好調な動向であったが、販売数量は前月から横ばい
- ・ 日中の気温が高いため、ウナギ（中国産）や養殖魚が好調だった
- ・ 生スルメイカは相場高で売れ行きが鈍かったが、生サバは安値で推移したため拡販ができた

### ○ 畜産

- ・ 主力の豚肉が苦戦し、前年の反動もあるが販売競争の影響で単価が下落した
- ・ 鍋物商材の品揃えを強化するが、動きは鈍く、反面、週末やシルバーウィーク期間は焼肉用が高稼働した
- ・ 加工肉は、主力のハム、ソーセージが販売点数は好調でも、単価が下がり全体では前年を下回る売り上げであった

## ○ 惣菜

- ・ カキフライは好調であったが、フライ全体は低調で、天ぷらも落ち込んだ
- ・ 米飯は、シルバーウィークの行楽需要で、弁当・おにぎりが売り上げ微増であったが、握り寿司は低迷が続いた
- ・ 手作りおはぎや、赤飯は好調であった

## ○日配・加工食品

- ・ 日配食品は、佃煮、冷凍食品が不調で、パン、卵、麺、乳製品は好調であった
- ・ 加工食品では、基礎調味料が売り上げ微増で、運動会、行楽需要で弁当商材のから揚げ粉、パスタ、海苔などが高稼働した
- ・ 前年の内食化傾向が高まった裏年でもあり、新米の動向はいまひとつ。米関連商品のふりかけ、お茶漬け、釜めしの素などが不調であった
- ・ 飲料、ビールは不振。その中でノンアルコール・第3のビールが好調

## ○ その他

～シルバーウィーク（行楽）の販売動向～

- ・ 高速道路ETC割引により、行楽商材の需要を予測するが、全体的に来店客数は伸び悩み、期間売り上げは期待を外れた
- ・ 運動会・お彼岸は、お弁当商材、惣菜の弁当は良かったが、その他はいずれも苦戦した

～新型インフルエンザの販売動向について～

- ・ マスク、ハンドソープ、アルコール消毒液などが高稼働し、マスクは各社とも品薄で入荷待ち状態が続いた
- ・ 今後の流行の拡大に備えて、特に大容量の使い捨てマスクの備蓄要望が高まった
- ・ インスタントラーメン、レトルト食品、缶詰などの備蓄食品に関しては、目立った動きはなかったが、コーナーやエンドで集合陳列させる展開が増えた

以上