

平成21年10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	40,883,664 万円	100.0%	99.5%(99.7%)	39,003,901 万円	96.3%(95.2%)
食 料 品	33,549,116 万円	82.0%(82.5%)	99.6%(100.3%)	31,911,189 万円	96.4%(97.0%)
農 産	4,828,058 万円	11.8%(12.5%)	95.6%(102.0%)	4,603,635 万円	92.5%(98.5%)
水 産	3,426,017 万円	8.4%(8.3%)	98.7%(98.8%)	3,278,814 万円	95.7%(95.5%)
畜 産	3,901,905 万円	9.5%(9.2%)	98.9%(97.4%)	3,738,892 万円	95.9%(94.2%)
惣 菜	3,309,453 万円	8.1%(8.4%)	98.7%(99.7%)	3,144,792 万円	95.4%(96.0%)
日配食品	7,761,102 万円	19.0%(19.1%)	100.9%(99.7%)	7,361,448 万円	97.8%(96.6%)
加工食品	10,322,581 万円	25.2%(25.0%)	101.4%(101.8%)	9,783,608 万円	98.2%(98.6%)
生活関連	3,111,566 万円	7.6%(7.7%)	101.2%(101.4%)	2,969,744 万円	97.8%(99.6%)
衣 料 品	1,675,004 万円	4.1%(3.6%)	92.3%(93.4%)	1,596,736 万円	90.2%(92.2%)
そ の 他	2,547,978 万円	6.2%(6.2%)	101.5%(101.2%)	2,526,232 万円	97.4%(98.2%)

② 数 値

全店総売上高	40,883,664 万円	店 舗 数	3,809 店舗
総売場面積	6,742,359.8 m ²	総従業員数	200,761 人

店舗平均月商	10,733.4 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,765 円(93.3%)
月間m ² 売上(前月)	6.1 万円(6.0 万円)	平均店舗面積	1,770.1 m ²
月間坪売上(前月)	20.0 万円(19.7 万円)	パート比率(前月)	74.5%(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 》

- ・ 例年に比べ気温が高く、秋冬商材の動きが鈍い
- ・ 9月に引き続き、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
- ・ 生鮮3部門の売り上げの落ち込みが大きく、特に農産は大変苦戦した

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 露地野菜が天候の影響を受けず順調に生育したことで、軒並み相場安に推移し、売上が大きく前年を下回る
- ・ 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、バナナのダイエットブームにより異常値を出した前年に比べ、9月に引き続きブームも薄れ売り上げは下降した
- ・ 主力の早生みかんや柿も不振であった

○ 水産

- ・ サンマは8月早々からの販売で売り上げが落ち着き、秋サバも水揚げが悪く不振であった
- ・ 生かきは気温が高いことで鍋のニーズは低調ながら、フライ用として好調であった
- ・ 養殖ブリが高騰し、天然ブリを売り込むが売り上げは苦戦

○ 畜産

- ・ 主力の豚肉・鶏肉が相場安で推移し、前年の反動もあるが単価が下落した
- ・ 鍋物商材の動きは日中の気温が高いため稼働が鈍く、全体的に売り上げ不振
- ・ 加工肉は、行楽シーズンに向けてハム、ソーセージを拡販するが、ほぼ前年の売り上げであった

○ 惣菜

- ・ 運動会、行楽シーズンをむかえ、弁当・おにぎり・寿司の需要を見込むがほぼ前年並みの売り上げであった
- ・ 新じゃがいもを使った牛肉コロッケ・サラダが好調であった
- ・ 低価格弁当は9月に引き続き好調であった

○日配・加工食品

- ・ 日配食品は、デザート類・昨年落ち込んだ冷凍食品が好調、卵、佃煮、漬物は不調であった
- ・ 加工食品では、基礎調味料がほぼ前年並みで推移、運動会、行楽で需要を見込んだ飲料・菓子は伸び悩んだ
- ・ 加工食品の鍋つゆは、生鮮関連の鍋つゆとバッティングしたことで不調であった
- ・ 9月に引き続き、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

～運動会・行楽の販売動向～

- ・ 行楽弁当の需要はほぼ前年どおりであったが、おつまみ・寿司は前年を下回る
- ・ 車での行楽が多くなったことで、連休が続くと比較的客数が減少する傾向にある
- ・ 行楽、運動会、遠足などの行楽需要として駄菓子・子供菓子が好調であった

～ボジョレーヌーボーの予約販売状況ついて～

- ・ 予約状況は大変苦戦を強いられている。単価下落とハーフサイズの人気が高く予約点数はほぼ前年並みで、金額ベースが落ち込んでいる
- ・ 限定ワインやオーガニックワインを主力に添えたり、国産ヌーボーやチーズ・オーブルの併売等で売り込む

以上