

平成14年3月26日



平成14年2月 マンスリー レポート

集計企業数 40 社

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	20,689,716 万円	100.0%	99.8%(102.0%)	19,645,316 万円	98.0%(99.2%)
食 料 品	15,846,942 万円	76.6%(72.5%)	102.2%(103.1%)	15,023,640 万円	98.6%(99.9%)
農 産	2,226,252 万円	10.8%(10.2%)	92.4%(96.1%)	2,106,987 万円	90.0%(93.5%)
水 産	2,125,590 万円	10.3%(10.5%)	102.6%(105.7%)	2,035,558 万円	100.1%(102.1%)
畜 産	1,830,322 万円	8.8%(8.4%)	98.9%(99.4%)	1,724,323 万円	96.2%(95.6%)
惣 菜	1,514,867 万円	7.3%(7.4%)	103.6%(107.4%)	1,425,004 万円	101.2%(103.6%)
日配食品	3,532,565 万円	17.1%(15.8%)	102.1%(104.3%)	3,334,087 万円	99.4%(100.3%)
加工食品	4,617,347 万円	22.3%(20.2%)	104.7%(105.7%)	4,397,681 万円	102.4%(102.7%)
生活関連	2,101,327 万円	10.2%(11.6%)	96.0%(99.0%)	2,027,515 万円	95.8%(97.6%)
衣 料 品	1,333,998 万円	6.4%(8.7%)	93.9%(96.9%)	1,277,441 万円	95.9%(95.8%)
そ の 他	1,407,449 万円	6.8%(7.1%)	97.5%(101.7%)	1,316,720 万円	96.8%(100.1%)

数 値

全店総売上高	20,689,715.6 万円	店 舗 数	1,737 店舗
総売場面積	3,673,797.8 m ²	総従業員数	103,203 人

店舗平均月商	11,911.2 万円	平均客単価	1,933.6 円
月間m ² 売上(前月)	5.6 万円(6.5 万円)	平均店舗面積	2,115.0 m ²
月間坪売上(前月)	18.6 万円(21.5 万円)	パート比率(前月)	72.4%(72.4%)

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

先行き不安の中、身近なところで次々と企業倒産や閉鎖があり、お客様の買え控えがますます強くなっている

お客様のご要望がより一層、「高品質・低価格化」と相反する課題を問いかけてくる。デフレ傾向の中、非常に厳しいものがある

節分は今年が日曜日であったため、曜日的要素によって大きく売上を伸ばした

商品動向

農産

農産では、青果物の安値継続。売上も前年割れが続く、厳しい状況

野菜は暖冬傾向のため、サラダや炒め物材料の動きがよかった

果物は前半、バナナやいちごが高値ながら好調。後半は、値下がり傾向になり拍車がかかった。輸入フルーツの動きも堅調になり始めた

水産

水産では、たらや生ガキ等の鍋商材の動きが悪い

牛肉売上の回復傾向から、水産の伸びが鈍化してきている

畜産

畜産では、牛肉の回復傾向が見られてきた中、相次ぐ偽装不正事件が起こった。豚肉や鶏肉でもお客様が不信を抱き、売れ行きに停滞感が出てきた

牛肉相場に上昇傾向が出てきた。豚・鶏肉とも相場高が続き、利益確保が懸念される

惣菜

お弁当が好調。健康を意識してか、和惣菜も好調に推移している

日配・加工食品

低単価志向を基調に「簡便化・健康志向」が相変わらず目立っている

日配食品では暖冬傾向のため、和日配や練り製品の動きが悪かった

飲料では、茶系飲料や機能性飲料の動きが好調

お酒は発泡酒の押し上げ効果が大きく、全体を引き上げている。

菓子では、バレンタインデーの拡販は不調であった。特に「義理チョコ」として販売した商品の動きが鈍かった

お米の販売量および惣菜米飯の販売量を見てみると、お米全体の消費が落ちているように感じる

その他

偽装不正事件等、お客様の信頼を裏切る事件が相次いで報道され、畜産売上の回復傾向に水を差す結果となった

牛肉偽装事件以降、多くの不正やお客様の信頼を失う事件が次々と発覚。食品全体の表示について大きな不信を与えた。「何を信頼したらよいのか分からない」とお客様から非難の声が多く寄せられている

不信感は食品全般におよび、商品の内容表示や日付・産地・原産国等についての問い合わせが急増した

客単価低下歯止めのため、本来であれば「安心・安全・鮮度の差別化」で単価アップを考えるが、昨今の偽装不正事件がマスコミで取り上げられており、難しい状況

偽装不正行為を行った企業のリストラにみられるとおり、企業はその行為のリスクを大きく認識せざるをえない状況になった。道義的・社会的責任に根拠を求めるまでもなく、経済的判断によりフェアな商いに向かうことと思う

ドラッグストアや100円ショップ等、カテゴリーキラーの品揃えが、私たちの品揃え商品に近づいている