

平成14年9月24日



平成14年8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	24,802,929 万円	100.0%	104.5%(103.0%)	23,468,029 万円	100.4%(99.2%)
食 料 品	18,919,182 万円	76.3%(74.7%)	105.9%(105.2%)	17,800,110 万円	101.1%(100.7%)
農 産	2,908,510 万円	11.7%(10.7%)	106.9%(107.9%)	2,742,347 万円	102.3%(103.3%)
水 産	2,306,368 万円	9.3%(9.3%)	104.0%(105.9%)	2,170,515 万円	99.3%(101.3%)
畜 産	2,070,807 万円	8.3%(8.3%)	100.9%(103.0%)	1,947,969 万円	96.2%(98.6%)
惣 菜	1,946,571 万円	7.8%(7.2%)	107.6%(105.9%)	1,830,369 万円	102.3%(101.1%)
日配食品	4,143,919 万円	16.7%(17.0%)	107.3%(105.2%)	3,884,564 万円	102.4%(100.5%)
加工食品	5,543,007 万円	22.3%(22.1%)	106.5%(104.3%)	5,224,346 万円	101.8%(100.2%)
生活関連	2,473,827 万円	10.0%(10.2%)	98.7%(95.8%)	2,380,408 万円	96.7%(93.8%)
衣 料 品	1,645,914 万円	6.6%(7.9%)	99.7%(100.2%)	1,606,718 万円	99.1%(92.6%)
そ の 他	1,764,006 万円	7.1%(7.2%)	103.0%(103.2%)	1,680,793 万円	99.8%(99.8%)

数 値

全店総売上高	24,802,929.0 万円	店 舗 数	1,780 店舗
総売場面積	3,697,860.1 m ²	総従業員数	110,602 人

店舗平均月商	13,934.2 万円	平均客単価	2,046.5 円
月間m ² 売上(前月)	6.7 万円(6.3 万円)	平均店舗面積	2,077.4 m ²
月間坪売上(前月)	22.2 万円(21.0 万円)	パート比率(前月)	73.6%(72.7%)

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

- ・ 昨年の冷夏に比べ気温が高かったため、涼味商材（飲料・豆腐・ところてんなど）の動きが良かった。しかし、東北・北海道エリアにおいては、「やませ」の影響もあり冷夏となったため夏物は不調に終わった
- ・ 突然の雨など天候不順が、アウトドア関連の売上に影響を及ぼした
- ・ 先月の台風の影響から、水産部門の水揚げ不足、農産部門の相場高が発生している
- ・ 惣菜部門への取り組みがスーパー全体に浸透してきた。インストアの強化・対面販売など、各地のスーパーが積極的に採用している
- ・ 長引く不況による先行き不安に、無登録農薬・日本ハム偽装事件も重なり、お客様の買い控え、商品選別傾向が特に目立つ
- ・ 特に生鮮食品において、安心・安全の訴求のできるもの（減農薬など）の動きがよい

商品動向

農産

- ・ 農産では野菜の相場が安定せず、チラシ商品の確保に苦労したが、全般的に売上は良かった
- ・ 気温の上昇により、サラダ商材の動向が良かった
- ・ 「梨」の出荷が例年より早かったため、果物の売上を押し上げた

水産

- ・ 水産では、「さんま」の出荷が早く、値ごろであったため動きが良かった
- ・ 先月から引き続き「中国産うなぎ」は低調に推移

畜産

- ・ 畜産では、盛夏のため「焼肉」の動きが良かった
- ・ 日本ハム偽装事件が牛肉の回復基調に水を差した形となり、全体的に畜産の売上は低調

惣菜

- ・ 惣菜は、「オードブル」「盛り合わせ」の単価が下落。しかし少量パックの訴求により売上は堅調
- ・ 気温の上昇に伴い「冷やし中華」「寿司」の動向が良い

日配・加工食品

- ・ 日配食品では、「乳製品」が引き続き好調に推移
- ・ 健康志向・TV効果により、「納豆」「ヨーグルト」が好調
- ・ 豆腐は、「おぼろ豆腐」「よせ豆腐」などが好調。また、品数が多様化してきている
- ・ 加工食品では、盛夏にもかかわらず「そうめん」が不調。需要自体の低下が原因と思われる
- ・ 低果汁飲料から、100%果汁飲料へのシフトが進んでいる。機能性飲料の売上が続伸
- ・ 茶系飲料は全体的に好調。なかでも「緑茶」が伸びている

その他

～「日本ハム牛肉偽装事件」について

- ・ 日本フードについては殆どの企業が撤去したが、日本ハム商品については、撤去した企業と継続した企業が半々であった
- ・ 加工肉・畜産部門ともに影響があったとの解答が大勢を占める。代替商品への変更に伴うチャンスロス・人件費などを考えると、数字以上の多大な影響があった
- ・ お客様の声としては賛否両論であったが、TV・新聞などの報道内容とは逆に、店舗においては「置いて欲しい」「あってうれしい」という声が多くあった
- ・ 製品自体には問題が無かったため、販売してお客様の判断に委ねることと、世論を考慮し商品を撤去すること、どちらがお客様のためになるのか、各社とも非常に苦慮した
- ・ 今回の事件でさらにメーカーブランド・食品表示に対する消費者の不信が高まった。また、生産者と消費者を結ぶトレーサビリティの必要性を挙げる声が高まっている

~「お盆商戦」について

- ・ 昨年以上に分散化傾向が目立ったため、早めの展開をした店舗の売上が良かった
- ・ 分散化に伴い、ベーシック商品・少量の売れ行きが好調。逆に大型の「オードブル」「寿司」の単価が下落し、売上額は不調。それに連動し、リターンのベーシック商品が伸び悩む。全体としては前年並みだが、ピークが無かった印象
- ・ お供え関係ではトレイに入ったものではなく、多少高価だが簡単な「お供えセット」の売れ行きが良かった
- ・ 豪華な「ごちそう」よりも「ちょっと贅沢」程度の商品の需要が高まってきている。「お盆はごちそう」という概念は少しずつ薄れてきている

~「夏物商戦」について

- ・ 去年よりも暑い日が続いたため、全般的な売れ行きは良かった
- ・ 「発泡酒」の点数は大きく伸びたが、値引きの影響で金額はさほど伸びていない。また、それに関連し「ビール」の売れ行きが極端に落ち込む
- ・ お中元ギフトは、ビールなどの飲料関係が好調。ハムはやはり伸びず
- ・ 豚肉の冷しゃぶ用が好調。それに関連してか「ポン酢」の動きも良い
- ・ 天候不順と猛暑のためか、アウトドア用品が伸び悩んだ
- ・ 高温継続に伴い、UVケア商品・制汗剤の需要が拡大