

平成14年11月29日



## 平成14年10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	22,896,504 万円	100.0%	104.2%(104.9%)	21,367,086 万円	99.8%(100.9%)
食 料 品	17,211,250 万円	75.2%(77.3%)	105.4%(106.5%)	16,058,310 万円	100.6%(101.8%)
農 産	2,632,223 万円	11.5%(12.1%)	103.8%(107.2%)	2,466,603 万円	99.3%(102.6%)
水 産	2,137,081 万円	9.3%( 9.6%)	99.4%(104.9%)	1,997,214 万円	94.8%(100.2%)
畜 産	2,041,726 万円	8.9%( 8.9%)	115.9%(105.5%)	1,901,257 万円	110.5%(100.8%)
惣 菜	1,663,845 万円	7.3%( 7.5%)	104.9%(107.1%)	1,553,718 万円	99.7%(101.8%)
日配食品	3,949,930 万円	17.3%(17.8%)	105.4%(107.6%)	3,680,374 万円	100.7%(103.0%)
加工食品	4,786,445 万円	20.9%(21.5%)	105.4%(106.2%)	4,459,144 万円	100.5%(101.4%)
生活関連	2,365,833 万円	10.3%( 9.7%)	100.4%( 99.5%)	2,200,684 万円	96.2%( 98.0%)
衣 料 品	1,786,648 万円	7.8%( 6.2%)	98.4%( 96.5%)	1,680,376 万円	96.3%( 96.8%)
そ の 他	1,532,773 万円	6.7%( 6.7%)	103.6%(103.0%)	1,427,716 万円	101.0%( 99.7%)

### 数 値

全店総売上高	22,896,504 万円	店 舗 数	1,761 店舗
総売場面積	3,723,329.4 m <sup>2</sup>	総従業員数	112,439 人

店舗平均月商	13,002.0 万円	平均客単価	2,024.6 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円( 6.1 万円)	平均店舗面積	2,114.3 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.3 万円(20.2 万円)	パート比率(前月)	73.5%( 73.7%)

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

- ・ B S E から 1 年が経過（後述）。畜産は前年比大幅アップも、反面水産は去年の売上が良かったため、数字上は前年比割れ
- ・ 前半、気温高と雨天の影響により苦戦。月後半から気温が低下し、鍋物商材などのホットメニューが本格的に動き始め盛り返す
- ・ あまりに気温の低下が激しかったため、秋物を通り越して冬物に移行し、秋物商材の売れ行きは伸びなかった
- ・ 一品単価の下落は続いているが、逆にそれを利用しバラ売り展開にすることで、売上を伸ばしている店も多い
- ・ 価格競争が激化し、単価高 = 客数減に直結するが、単価安 = 客数増とはならない。プラスアルファの施策が課題になっている

## 商品動向

### 農産

- ・ 農産は、野菜・果物ともに相場安により単価が下落。点数は伸びたが売上は伸びなかった
- ・ 中国産野菜の撤去により、売場に値ごろ感がなくなった
- ・ 「みかん」は拡販が例年よりも早かったが売上は伸びず
- ・ 「柿」は、色・味ともに良く、好調に推移した

### 水産

- ・ 水産は下旬より気温が下がり「生カキ」「たら」などの鍋物商材が動き始める。しかし前半の高温・雨天により全体的には不振
- ・ 「切り身」はバラ売り販売でき、鍋物ニーズもあることから健闘している

### 畜産

- ・ 畜産は急な冷え込みにより、すき焼き関係が好調に推移
- ・ 行楽・鍋物需要により「鶏切り身」が好調で昨年並みに売れている

## 惣菜

- ・ 惣菜は、フライ関係の構成比が上がってきている。特に旬の「カキフライ」が好調に推移
- ・ 各店とも惣菜強化が進んできているため、競合店対策としてもう一段の工夫が必要になってきている

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、気温の低下が遅れたため、練り物などの鍋物商材の動きが悪かったが、おでん種は比較的好調に推移
- ・ 乳製品・納豆の売上は依然好調
- ・ 洋風デザートは売れ行きが好調。逆に和菓子は苦戦
- ・ 加工食品は、気温の低下に伴いタレ・味噌などの基礎調味料に動きがでてきた
- ・ 菓子はヒット商品が見つからず、低調に推移している
- ・ 交通法規改正の影響か、輸入ノンアルコールビールが売れ始めている

## その他

### ～ B S E から 1 年経過後の動向

- ・ 前年比から見ると牛肉は著しく良く見えるが、一昨年の水準には戻っていない。逆に豚・鶏は前年割れしているが、一昨年の売上は越えている
- ・ 各社の取り組みによってばらつきがあるが、国内産牛が輸入牛に比べて順調に回復している。産地表示の効果もあると思われる。
- ・ 内臓関係はまだ敬遠されているのか、あまり売れていない
- ・ 売上回復のための施策としては、各社一様に原産地表示の徹底・追跡による安心・安全の訴求と、価格訴求によりまず食べていただくこと、をあげている
- ・ 畜産が回復した分、水産が前年を下回っているため、店全体としてはあまり売上は伸びていない

~「秋の新商品」について

- ・ 菓子は全般的に去年に比べヒット商品が少ない。新商品の弱さが菓子の不調の大きな要因となっている
- ・ 「ご当地ラーメン」などの少し高級な創作ラーメンが続々出ている。売上も好調に推移している
- ・ CMと同時に発売されたもの(ワンダモーニングショット・こくまるシチューなど)は軒並み好調

~新米の動向

- ・ 新米というだけでは売上には結びつかなくなっている。銘柄米・生産限定米・低農薬米などの付加価値のある商品の動向は良い
- ・ 夏場の高温障害で、粒状質粒(胴割れ)が多く品質が例年よりも良くなかった
- ・ 競合店との特売合戦により、単価が下落、数は売れるも金額は今ひとつ