

平成15年6月26日



## 平成15年5月 マンスリー レポート

集計企業数 60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	33,786,969 万円	100.0%	100.4%(102.6%)	32,001,835 万円	97.1%( 99.1%)
食 料 品	26,988,469 万円	79.9%(78.1%)	101.2%(103.8%)	25,572,200 万円	97.8%(100.1%)
農 産	4,161,479 万円	12.3%(11.9%)	103.3%(110.3%)	3,927,370 万円	99.7%(106.3%)
水 産	3,222,934 万円	9.5%( 9.6%)	96.6%( 98.9%)	3,059,779 万円	93.2%( 95.3%)
畜 産	3,074,822 万円	9.1%( 8.8%)	101.1%(102.6%)	2,912,956 万円	97.3%( 98.6%)
惣 菜	2,568,498 万円	7.6%( 7.5%)	101.5%(103.6%)	2,421,915 万円	97.2%( 99.0%)
日配食品	6,125,427 万円	18.1%(17.4%)	101.7%(103.4%)	5,811,494 万円	98.4%( 99.7%)
加工食品	7,835,309 万円	23.2%(22.9%)	101.7%(103.5%)	7,438,686 万円	98.6%(100.4%)
生活関連	2,846,509 万円	8.4%( 9.3%)	96.4%( 97.9%)	2,694,158 万円	93.3%( 95.2%)
衣 料 品	2,123,287 万円	6.3%( 6.5%)	95.5%( 95.9%)	2,027,375 万円	94.1%( 94.4%)
そ の 他	1,828,704 万円	5.4%( 6.2%)	101.6%(102.6%)	1,708,102 万円	97.9%( 98.6%)

## 数 値

全店総売上高	33,786,969 万円	店 舗 数	3,292 店舗
総売場面積	5,540,137.8 m <sup>2</sup>	総従業員数	159,048 人

店舗平均月商	10,263.4 万円	平均客単価	1892.3 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円( 6.0 万円)	平均店舗面積	1682.9 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.2 万円(19.7 万円)	パート比率(前月)	72.6%( 72.5%)

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

- ・ ゴールデンウィーク中は比較的天候に恵まれたが、休日が1日減るなど、大型連休にならなかったこともあり、行楽商材などの売上は低調
- ・ ゴールデンウィーク後は雨が多く、特に月末には九州・四国地方では台風も上陸するなど天候に恵まれなかった
- ・ 天候不順により気温が上がらず、夏物商材が軒並み低迷。また、メロンなどは出荷遅れにより、相場が上昇し売上に影響がでている
- ・ 機能性飲料など、健康に特化した商品は依然好調。しかし、商品の売れるサイクルはより短くなっている

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜は、キャベツ、レタスなどを中心に好調に推移したが、昨年も好調だったこともあり、前年並みの数値となる
- ・ 果物は天候不順による出荷遅れで、季節商品にズレがでている。本来主力商品として販売されるメロン・スイカ・アメリカンチェリーの売上が悪く、いちご、りんごなどが好調に推移している

### 水産

- ・ 水産は、依然として苦しい状況。BSEの数値影響は完全に無くなっているが、一向に数値が好転してこない
- ・ カツオが本格的に出回る。例年よりも多少小ぶりではあったが、比較的好調に推移

### 畜産

- ・ 畜産は、焼肉用が好調。それに伴って内臓肉も好調に推移
- ・ 中国産鶏肉が輸入停止になったことや、行楽需要の低迷もあり、焼き鳥が不調

## 惣菜

- ・ ゴールデンウィークの曜日回りによる行楽需要減が特に響き売上は低調
- ・ 近場でのレジャーが多いせい、お弁当などの売上は比較的好調

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、凍菜の不調が影響し、冷凍食品が全般的に低調
- ・ 前半気温が上がらなかったことも影響し、ざるそば、冷やし中華などは動きが鈍い
- ・ 豆乳ブームが続いていることもあり、乳飲料が好調に推移している
- ・ 加工食品は他部門と同様、行楽商材の焼肉のタレ、海苔などが低調。涼味商材の動きも遅れ、後半盛り返したが、前年には届かなかった
- ・ 先月の発泡酒の駆け込み需要の影響もあり、発泡酒をはじめアルコール類の売上は低調。ただし、チューハイは好調

## その他

- ～ゴールデンウィークについて
- ・ 全般的に天候には恵まれたが、飛び石になってしまったことと、休日が1日減ったことが大きく影響し低調であった
- ・ 刺身、寿司などのごちそうメニューや、大人数用メニューの動向が悪かった
- ・ 旅行などの行楽商材というよりは、お弁当、おにぎりなどの、ちょっとした外出程度の商材は好調に推移した
- ・ 柏餅・ちまきなどの子供の日メニューは、固定ニーズがあるためか、前年並みに推移
- ・ 全体では、売上、商品動向などを見ても、普段の週末の延長程度の雰囲気しかなかった

～母の日について

- ・ やはり固定ニーズがあるため、カーネーションは堅調に推移。他のマーケットに比べてごちそうメニューの動きも良い
- ・ カレー商材は昨年並みに売れているが、年々簡便メニューの比率が上がっているとの指摘もある
- ・ 寿司、刺身は数量は売れているが、単価が落ちているためトータルの売上は昨年に届かなかったところが多い

～発泡酒の駆け込み需要の影響について

- ・ 特に前半、発泡酒のケースの売上低迷が顕著であった
- ・ 増税により、1本あたりの単価は上がっているが、ケースが売れなくなったためトータルの単価は下がったところが多い
- ・ 当初期待された、ビールへの移行はほとんど見られず、むしろ低価格のチューハイへ移行したため、単価を下げる要因となった
- ・ 4月に買いだめされた商品が5月中には無くなっていることが予想されるため、6月の売上がこれからの標準となるとの声が多い

～新型肺炎SARSの影響について

- ・ イメージの悪化に伴い、以前にも増して中国産商品の売れ行きが悪くなっている
- ・ 台湾産のレイシなどは入荷しなくなったとの報告がある
- ・ あさり、ねぎなど、特に売れ行きの落ち込んだ商品については、取り扱いをやめたものもあるが、もともとさほど取扱量は多くないため、影響は少ない