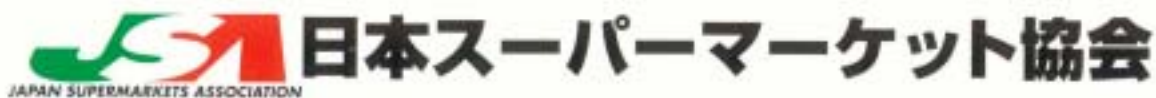


平成15年11月25日



平成15年10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	32,982,373 万円	100.0%	100.4%(100.0%)	30,912,242 万円	98.1%(95.8%)
食 料 品	25,954,684 万円	78.7%(80.6%)	99.7%(99.8%)	24,551,656 万円	97.9%(96.1%)
農 産	3,809,057 万円	11.5%(12.2%)	96.3%(95.3%)	3,588,592 万円	92.9%(91.8%)
水 産	3,059,198 万円	9.8%(9.3%)	97.8%(95.4%)	2,882,642 万円	94.3%(91.8%)
畜 産	3,030,549 万円	9.2%(9.0%)	100.2%(98.1%)	2,849,175 万円	96.5%(94.2%)
惣 菜	2,390,276 万円	7.2%(7.9%)	102.3%(102.4%)	2,370,124 万円	98.1%(98.1%)
日配食品	6,221,078 万円	18.9%(19.2%)	102.6%(101.7%)	5,813,891 万円	99.4%(97.9%)
加工食品	7,444,526 万円	22.6%(23.0%)	104.5%(102.4%)	7,047,232 万円	101.5%(99.0%)
生活関連	2,933,296 万円	8.9%(8.6%)	98.5%(98.2%)	2,728,531 万円	96.3%(94.3%)
衣 料 品	2,181,474 万円	6.6%(5.0%)	104.5%(96.3%)	2,022,324 万円	102.4%(91.0%)
そ の 他	1,912,919 万円	5.8%(5.8%)	108.8%(110.4%)	1,609,731 万円	99.3%(99.5%)

数 値

全店総売上高	32,982,373 万円	店 舗 数	3,222 店舗
総売場面積	5,547,089.8 m ²	総従業員数	158,185 人

店舗平均月商	10,236.6 万円	平均客単価	1,839.7 円
月間m ² 売上(前月)	5.9 万円(5.9 万円)	平均店舗面積	1721.6 m ²
月間坪売上(前月)	19.7 万円(19.4 万円)	パート比率(前月)	73.6%(73.9%)

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

- ・ 平均気温としては、全国的に平年並みであったが、日々の気温の上下が非常に大きい月であった。日々の対応を柔軟に出来た店は好調な結果となった
- ・ 新米を除き、全般的に各部門とも相場が安値傾向で単価減に拍車がかかっている。数量は売れるが、売上の獲得が難しくなっている
- ・ 発泡酒は一時増税の影響で落ち込んだが、概ね増税前の水準に戻っている。また焼酎が非常に好調。昨年比1.5倍のペースで売れているところもある

商品動向

農産

- ・ 天候が比較的安定したこともあり、野菜の相場が低く推移した。地域によっては昨年よりも20～30%も安いところもあった
- ・ 相場安の影響を大きく受け、数量が伸びても売上としては非常に厳しい状況となった
- ・ 果物は、早生みかんが、天候不順の影響により味が乗らず、売上も低調

水産

- ・ さんま・秋鮭ともに相場が安く、数量は売れたが売上としては伸びなかった
- ・ 鍋物商材が動き始めてきたが、気温の変動が激しく売上は今ひとつ

畜産

- ・ すき焼き、煮物商材は低調であったが、肉団子、個食鍋、ロールキャベツなどの簡便商材は比較的好調に推移した
- ・ 天候不順により行楽商材のハム・ソーセージが不調。それにより加工肉全般も低調だった

惣菜

- ・ 体感気温が高い日が多かったためか、米飯が好調に推移。しかし、ミニ丼など、少量化・単価減は依然として続いている

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、先月に続きパンが好調。米の相場高が原因という声も聞かれる
- ・ 野菜の相場が下がるに連れ、漬物の売上が下降。昨年を下回ったところが多い
- ・ おでん商材などの鍋物商材は、気温の変動により各社かなりのばらつきがある。うどんは米相場との関係もあり、全般的に好調
- ・ 加工食品は、鍋つゆ、シチューなどのホットメニューが気温の影響もあり不調。しかしココアは健康志向からか好調に推移している

その他

- ～秋の新製品について
- ・ 「黒豆ココア」が非常に好調に推移。入荷が間に合わないところもでている
- ・ 惣菜の季節の商材が軒並み好調に推移。中でもマツタケご飯、おこわなどが好調
- ・ デザート系(洋・和菓子)が好調。価格が100円程度になっていることもあり、手が出やすいことが背景に考えられる
- ・ ムースポッキー、フランなど、リニューアルされた商品の売れ行きは鈍い
- ・ 新米は、価格の高騰により、特に銘柄米の動きが非常に悪い。しかし単価が高いこともあり、売上は前年並みのところが多い
- ・ ブレンド米、古米は新米の値段と比較されることもあり好調に推移

～鍋物商材の動向について

- ・ 気温の変動が非常に激しかったため、全般的に動きは鈍かった
- ・ 野菜の相場安と依然続く少量化により、数量は売れるが売上は届かない状況が鍋物商材においても表れている
- ・ 鶏肉ももなど、鍋物とベーシックメニュー両方につかえるものは好調に推移している。おでんなどホットメニューに限られるものは苦しい
- ・ 鍋セットなどの簡便商材は好調。中でも1～2人用の個食鍋が好調

～少子高齢化への対応について

<少子高齢化に起因するような商品動向の変化>

- ・ 各部門とも小パックの売れ行きが良く、大パックは年々減少している
- ・ 1個単位の要望が多く、ばら売り販売は各部門とも好調に売れている
- ・ レトルト商品の売れ行きが良い。少子高齢化だけでなく、シングルユーザーからの需要が感じられる
- ・ 健康食品の売れ行きが軒並み好調。単価が高くても動きはよい

<少子高齢化に向けての取り組み事項>

- ・ 対面販売などの実施による、ばら売り販売の強化
- ・ 大小SKUの展開の拡大
- ・ 盛合わせバラエティ商品の開発
- ・ 高齢化に向けての宅配会員の拡大強化
- ・ 和菓子のSKUの拡大などの販売強化