



2003年売上概況

平成15年1月度

前半は西日本中心に気温が低く、天気も安定していたため堅調な売れ行きであったが、後半に雨、雪が多く全般的にはほぼ前年並みに落ち着いた

景気に対する不透明感からか、一時上昇をしていた客単価が再び下落

農産は相場高と鍋物商材の好調があいまって好調な売れ行きとなる

年始や成人の日の単価下落が顕著になっている。元旦営業の影響もあり、売上の山が無くなってきている

平成15年2月度

序盤は節分やバレンタインなどのカレンダーマーケットが比較的好調だったこともあり順調だったが、終盤の祝日・週末が天候に恵まれず失速

特に月末の気温が低かったため、冬物商品は順調に消化できた。また、季節商材の展開が徐々に前倒しになってきている

ヨーグルトなどの花粉症に良く効く食べ物や、インフルエンザの流行にともなってココアが爆発的に売れるなど、健康に対する関心はますます高まっている

平成15年3月度

平均気温は平年よりもかなり低く推移したが、寒暖の差が非常に激しく、冬物商材と春物商材の売場作りに各店非常に苦労した

昨年3月だった桜の開花が、ほとんどの地域で4月であったため、行楽商材は軒並み昨年を割り込んだ

景気の悪い中にありながらも生鮮食品が堅調に推移し、全体の売上を支えている
ひな祭りは、単価の下落は見られるが、全体としては堅調な売れ行きであった

平成15年4月度

売上の上積み期待された花見需要は、満開の週の天候が全国的に悪く、低調に終わった。しかし、アルコール類は発泡酒の増税前の駆け込み需要もあいまって昨年を大きく上回った

後半は気温も上がり、天候にも恵まれたが、ゴールデンウィークの曜日回りが悪く、行楽商材の動きは悪かった

5月からの発泡酒の増税による駆け込み需要が特に月末に集中した。しかし、値段の据え置きを表明していた企業もあったことから、想定されていたほどの大きな動きにはならなかった

平成15年5月度

4月に続き、ゴールデンウィークの曜日回りの悪さから、行楽商材などの動きは悪かった。近場でのレジャーが多かったせいか、弁当類は好調に推移した

月末には四国地方に台風が上陸するなど、天候不順により売上を落とした。また、果物においては季節商材の出荷が遅れるなどの影響がでている

今月からの発泡酒の増税によりアルコール類は低調。発泡酒からビールへの回帰が期待されたが、逆に更に安価なチューハイへ流れた

平成15年6月度

昨年のワールドカップの裏年ということが影響し昨年比は非常に悪い。特に昨年好調だった惣菜部門が非常に苦戦した

7月からのタバコの増税にともなう駆け込み需要により、タバコは大きく売上を伸ばす。特に最終3日間はカートン買いが集中し昨年を大きく上回った

高値で推移していた野菜の相場も下がり、好調を維持していた農産部門も苦戦を強いられた

ギフトにおいても「産直」「無添加」など安全・安心・健康をテーマにした商品が増えてきている

平成15年7月度

異常ともいえる低温・日照不足が売上に大きく影響を及ぼした。夏物商材は軒並み大きく昨年を下回った

7月いっぱいまで梅雨が続いたこともあり、客足が非常に鈍かった。特に夕方に雨が多く、ピーク時の売上に伸びが無かった

低温で推移したことにより、パン・おでん・インスタントラーメンなど例年の夏には縮小するような商品が好調に売れた

ギフトは産直などの付加価値商品の拡充により、単価が昨年を若干上回ったところが多い、結果、点数は昨年よりも少なかったものの、前年に近い売上となった

平成15年8月度

10年ぶりとなる冷夏の影響を大きく受け、前月に続き夏物商材が軒並み昨年を下回った

農産部門においては月末になり野菜の相場が急騰。また果実においては日照不足により味がのらないなど、非常に大きな打撃を受けた

日々の寒暖の差が非常に激しく、売れる商品が日によって変わった。結果ロスが多く発生し、利益を圧迫した

平成15年9月度

9月に入るとこれまでとは一変して気温が上昇し、残暑が続いた。そのため夏物商材は動いたが、主力となる秋物商材が低迷。全体的な売上は低調に終わった

冷夏により早めに売場の縮小が始まっていた夏物商材が中心となったため、対応が非常に難しかった。うまく対応したところは売上につながっている

冷夏による不作と入荷遅れにより新米の価格が高騰。目に見えて値段が高いため、手が出づらくなっている

秋物商材のサンマは逆に豊漁のため相場が下落。そのため、点数は大きく伸ばしたが売上は振るわなかった

平成15年10月度

平均気温はほぼ前年並みも日々の気温の変化が非常に激しかった。そのため鍋物商材の出足が鈍かった

先月中旬まで高騰していた野菜の相場が一転して安値となる。地域によっては20～30%も安いところもあり、非常に厳しい状況であった

発泡酒の増税の影響は徐々に無くなり、概ね昨年に近い水準まで戻っている。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った

平成15年11月度

全国の観測地の半分以上が11月の最高平均気温を記録するほど高温で推移した。そのため、冬物商材の売れ行きが非常に悪く、昨年を大きく下回った

野菜の相場が下がり続け、単価が昨年の60～70%程度となるところもあり、売上が作れなかった。反面新米の相場高は依然続き、数量が伸びない。そのせいか、パン、パスタなどが好調な売れ行きだった

鍋物商材は総じて低調だったが、個食鍋、肉団子などの簡便商材は比較的好調な売れ行きとなった

ボジョレーヌーボーが報道の影響もあり近年まれに見る好調な売れ行きだった。各地で品切れが続出し、物量の確保に非常に苦労した

平成15年度 総括

今年は、天候、特に気温に泣かされ続けた一年であった。冷夏による夏物商材の不振はもちろんのこと、11月からは逆に記録的な暖冬となり、季節商材が全くといっていいほど動かなかった。反面売れた商品もあったが、主力商品の不調を埋めることは当然できず、流通にとっては非常に厳しい1年となった

冷夏の影響により、野菜の相場の乱高下、新米の高騰、果物の品質不良など発生し、非常に長い期間苦しめられた。また1年を通して、日々の気温の変化が非常に激しく、売場の対応に苦慮した

今年は特に目立った食品不祥事は起きてはいないが、消費者の安全・安心に対する関心は深く、定着してきている。また、それに関連して、健康に対する関心が昨年にも増して大きくなっている。単価の下落傾向は依然続いているが、健康に特化した商品は軒並み好調な売れ行きとなっている

異常気象による売上不振、オーバーストアによる競争激化などに加え、4月からは消費税の総額表示と外形標準課税、12月からは牛のトレーサビリティへの対応など、我々を取り巻く状況は非常に厳しくなっていくことが予想されるなか、各社ともなお一層の差別化戦略が急務となっている