

平成16年6月24日



## 平成16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	35,236,524 万円	100.0%	102.4%(101.1%)	33,154,604 万円	98.2%( 95.9%)
食 料 品	28,412,841 万円	80.6%(79.7%)	103.1%(100.6%)	26,824,812 万円	98.7%( 96.4%)
農 産	4,118,083 万円	11.7%(11.5%)	96.4%( 94.3%)	3,887,541 万円	92.2%( 91.6%)
水 産	3,315,017 万円	9.4%( 9.5%)	99.9%( 96.7%)	3,124,431 万円	95.5%( 92.6%)
畜 産	3,226,460 万円	9.2%( 8.8%)	102.7%( 98.8%)	3,038,461 万円	98.1%( 94.4%)
惣 菜	2,626,701 万円	7.5%( 7.5%)	104.6%(103.2%)	2,470,530 万円	99.7%( 98.3%)
日配食品	6,713,545 万円	19.1%(18.7%)	103.4%(102.5%)	6,333,062 万円	99.0%( 97.3%)
加工食品	8,413,035 万円	23.9%(23.6%)	107.5%(103.9%)	7,970,787 万円	103.4%(100.1%)
生活関連	2,833,325 万円	8.0%( 8.5%)	98.2%( 95.7%)	2,679,781 万円	95.2%( 92.4%)
衣 料 品	2,063,424 万円	5.9%( 6.0%)	96.8%( 96.5%)	1,949,039 万円	94.4%( 93.8%)
そ の 他	1,926,934 万円	5.5%( 5.8%)	105.9%(104.4%)	1,700,972 万円	98.4%( 97.4%)

## 数 値

全店総売上高	35,236,524 万円	店 舗 数	3,380 店舗
総売場面積	5,822,785.5 m <sup>2</sup>	総従業員数	168,723 人

店舗平均月商	10,425.0 万円	平均客単価	1,868.7 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円( 5.9 万円)	平均店舗面積	1722.7 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.0 万円(19.6 万円)	パート比率(前月)	73.9%( 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

- ・ 昨年よりも日曜日が1日増。ゴールデンウィークの曜日周りにも恵まれ、大型連休となった。しかし特に中旬に雨が多く、売上は前年に届かなかった
- ・ 天候不順が続き、寒暖の差が激しかったことから、本来の主力商品の動きが鈍く、売り場展開も各社苦労した
- ・ 消費税の総額表示の影響は、5月に入り落ち着いたという声が多い。結果、点数、客数も改善傾向にある。しかし、特に地方において、客単価の下落に歯止めがかからない、という声も多く聞かれる

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜は、後半持ち直したものの、前半の相場安がたたリ、先月に続き昨年を大きく下回る。特にたまねぎ、なすなどの主力商品の売上が5～7割まで落ち込んだところもあった
- ・ 果物は、主力のメロンが全般的に小玉傾向。カット物が売れていることもあり、数量は売れているが、単価は下落している

### 水産

- ・ 旬のかつおが不漁により高値となる。数量の落ちを単価でカバーできずに売上は苦戦
- ・ あじ、するめいかは入荷も順調で相場も安定し、好調に推移した
- ・ 刺身はかつおの不調はあるが、気温の上昇に伴い徐々に売上を伸ばしている

## 畜産

- ・ 鳥インフルエンザの影響はほぼ薄れており、鶏肉は昨年水準に戻りつつある
- ・ 反面牛肉は、特に焼肉においてアメリカ産の代替商品が見当たらないことや、国産牛の高騰もあり低調

## 惣菜

- ・ 気温の上昇に伴い、麺セットが本格的に動き出す。寿司、どんぶりとの組み合わせなどSKUを拡充することによって、概ね昨年を上回る売上となる
- ・ G・Wの曜日回りと休日増により、寿司、天ぷらなどの動きがよく、部門全体としても堅調に推移した

## 日配・加工食品

- ・ 気温の変化により、飲料、アイスなどの売れ行きが大きく変動。売場作りに非常に苦労した
- ・ 日配食品は、たまごが相場も先月に比べ約2割上昇し、落ち着いてきた。売上は昨年には届かないが回復傾向にある
- ・ 和菓子やデザートは先月に続き好調。しかし気温の上昇により先月よりは伸びが鈍化している
- ・ 加工食品は、TVの効果もあり、黒酢、にがりなどが非常に好調に推移している。その他、豆乳など健康に特化した商品は軒並み好調となっている
- ・ 気温によってかなりの上下があるが、冷麦、そうめんなどが本格的に動き始めてきた

## その他

### ～ゴールデンウィークについて

- ・ 去年よりも曜日回りが良かったことや、特に前半天候にも恵まれ、行楽商材は概ね好調な売れ行き。全体としても昨年を上回る売上となった
- ・ 特に飲料、アルコール類が非常に好調。アルコールでは昨年からの焼酎ブームにより、チューハイが引き続き伸びている
- ・ 寿司・刺身は連休の大型化により全般的に好調。しかし年々3点、5点盛りなどの少量目へのシフトが進んでいる
- ・ 地方においては地産地消への取り組みをしている店も多く、概ね好調な売れ行きとなっている
- ・ 子どもの日商材は、4日、5日とも雨のところが多く、柏餅、ちまきともに売上は伸びなかった。しかし、ばら売り販売を実施したところは好調な売上となった
- ・ 大型連休になったにもかかわらず、点数・単価ともに下落している。総額表示の影響を指摘する声も多い

### ～母の日について

- ・ G.W、子どもの日終了後すぐだったため、盛り上がりとしては今ひとつという印象であった
- ・ 高額商品の売れ行きが鈍く、各カテゴリーともに1000円以下の商品主体の動きとなった。結果特に刺身において、点数増・単価減の傾向が顕著にでた
- ・ カーネーションは例年どおりの堅調な売れ行き。ただしアイテム数の少ないところは苦戦を強いられている
- ・ 全国的に雨だったこと、G.W直後だったこともあるが、全体的に「必要なものを、必要なだけ」しか購入されていないという声が多く聞かれた

～深夜営業の拡大について

- ・ 前回調査（15年11月）では利益については未知数な部分があったが、今回は利益面でも貢献している、という声が増加している
- ・ 売上に関しては当然営業時間の延長により伸長しているが、その効果は立地条件などにより大きく異なっている
- ・ 深夜営業における留意点としては各社一様に防犯体制を挙げ、苦勞としては特に惣菜の品揃えと、見切りなど、商品の展開を挙げている
- ・ 客単価は日中の約半分となっており、用途としてはコンビニ的な買い物と、朝食用の買い物が挙げられている
- ・ 今後の課題としては、人員の確保とオペレーションの確立、夜間売上データの分析による夜間の品揃えの充実などが挙げられている
- ・ 営業時間延長の流れは避けられないものとなっているが、立地条件の整った店舗がほぼ延刻済みなことや、従業員の労働衛生への配慮から、今後については既存店は延刻しないという企業が多く見られる