



平成18年12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	43,902,732 万円	100.0%	102.5%(103.1%)	41,510,262 万円	99.2%(100.4%)
食 料 品	34,622,916 万円	78.9%(79.5%)	103.1%(103.4%)	32,872,565 万円	99.6%(100.3%)
農 産	4,600,278 万円	10.5%(10.7%)	105.4%(104.9%)	4,376,005 万円	102.1%(101.5%)
水 産	4,242,830 万円	9.7%(9.0%)	100.3%(102.0%)	4,030,300 万円	97.1%(99.0%)
畜 産	3,990,951 万円	9.1%(9.4%)	101.6%(103.4%)	3,777,101 万円	98.0%(99.9%)
惣 菜	3,410,148 万円	7.8%(8.3%)	104.5%(102.7%)	3,203,353 万円	100.5%(100.2%)
日配食品	7,628,914 万円	17.4%(18.5%)	102.5%(103.2%)	7,246,582 万円	99.3%(100.3%)
加工食品	10,749,795 万円	24.5%(23.7%)	103.8%(103.6%)	10,239,224 万円	100.2%(100.6%)
生活関連	3,846,685 万円	8.8%(8.5%)	100.0%(100.5%)	3,680,237 万円	98.6%(98.5%)
衣 料 品	2,508,454 万円	5.7%(5.9%)	92.3%(98.8%)	2,372,317 万円	89.9%(97.7%)
そ の 他	2,924,677 万円	6.7%(6.0%)	109.8%(107.6%)	2,585,143 万円	103.6%(106.6%)

数 値

全店総売上高	43,902,732 万円	店 舗 数	3,523 店舗
総売場面積	6,115,603.2 m ²	総従業員数	164,878 人

店舗平均月商	12,461.7 万円	平均客単価	2,138.3 円
月間m ² 売上(前月)	7.2 万円(5.8 万円)	平均店舗面積	1,735.9 m ²
月間坪売上(前月)	23.7 万円(19.2 万円)	パート比率(前月)	79.0%(74.9%)

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

- ・ 昨年の12月は記録的な低温だったが、本年は平均気温が前年に比べ高かったことから、冬物商材が全般的に不振となった
- ・ ノロウイルスの流行により、本来販売のピークである牡蠣が全く売れず、水産の売上に大きな影響をおよぼした
- ・ 12月に入っても、出店ラッシュがとまらず、価格競争が一層激しさを増した
- ・ お正月商品については、形だけお正月を祝うという傾向が年々増加しており、少量パックや簡便性といったニーズが強い

商品動向

○ 農産

- ・ 野菜については、気温が高めに推移したことから、大根や白菜などの鍋用野菜が不振であった。逆に、トマトなどのサラダ野菜は好調に推移した
- ・ 果物については、いちごは前年並みで推移するも、みかんが相場高の影響もあり好調であった
- ・ 冬至のかぼちゃおよびゆずについては、昨年並みに推移した

○ 水産

- ・ 気温が高めに推移したことにより、鍋商材が不振となる
- ・ ノロウイルスの流行により、旬の牡蠣が生食用、加熱用問わずに売上昨比50%~60%と極端に悪化。水産全体の売上に大きく影響した
- ・ 旬のぶりについては、切り身を中心に好調に推移した

○ 畜産

- ・ 暖冬の影響により、すき焼き用の薄切り肉は月間を通して不振となった。逆に焼肉商材は味付き肉を中心に好調であった
- ・ 豚肉については、しゃぶしゃぶ用の薄切り肉が好調に推移した

○ 惣菜

- ・ 簡便ニーズからか、年末年始は寿司が好調であった
- ・ ノロウイルスの流行により、旬の牡蠣フライが不振となる。フライ全般で昨年割れとなった
- ・ 冬至用のかぼちゃ煮が好調であった

○ 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、気温が高めに推移したことにより、おでん商材を中心に冬物商材が全般的に不振となった。逆に飲料やデザートを中心とした洋日配が好調に推移した
- ・ 牛乳については、引き続き苦戦している
- ・ 加工食品では、暖冬の影響でつゆおよびポン酢が不振となるが、キムチ鍋のもとやごましゃぶのタレは好調であった
- ・ お酒については、プレミアムビールおよび焼酎が好調に推移した

○ その他

～クリスマス商戦について～

- ・ 全般的には、昨年好調であった裏年となり、昨比割れとなったところが多い
- ・ クリスマスケーキなどの際物については、予約は比較的好調であったが、当日販売については厳しい状況。ホテルブランドや有名パティシエのケーキなど、予約販売限定の商品は本年も好調であった
- ・ 惣菜部門については、寿司、オードブル盛り合わせ、ピザなどの簡便商品を中心に好調であった
- ・ チキンについては、ローストチキンが不振も、フライドチキンが好調に推移した
- ・ 酒類に関しては、昨年好調であったスパークリングワインおよびプレミアムビールが好調であった

～年末商戦および年始の動向について～

- ・ 12月全体では厳しい売上であったものの、29日～31日の年末商戦については、昨年並みもしくは昨年以上の売上であったところが多い。また、客単価についても、昨年を上回った
- ・ 売上のピークは年々30日から31日にシフトしているところが多い
- ・ 元旦営業が多くなっているため、正月用の買い置き食品やおせち料理の需要がだんだん減少している
- ・ 農産部門では、野菜は相場安で苦戦するも、果物がみかんを中心に好調であった
- ・ 水産部門については、エビの売上が不振も、カニの売上が好調であった。また、マグロについては、単価アップの影響で売上は好調であった
- ・ 畜産部門は、年末に関しては、すき焼き用の肉も好調であった。ただし、月間を通しては昨年割れとなった。また、加工肉においては、ホワイトロースは好調も、焼き豚、角煮は不振となる
- ・ 惣菜部門では、簡便ニーズで寿司が好調に推移。特に31日の売上が大幅に伸長した。また、年越しそば用の天ぷらについては、かき揚げが好調に推移するも、海老天が不振であった
- ・ おせちについては、予約を中心に好調であった。クリスマスケーキ同様、ブランド志向が高くなってきている。しかしながら、単品おせちについては不振。特に蒲鉾や伊達巻は少量化傾向が顕著であり、単価ダウンとなった
- ・ 年越しそばについては、全般的に好調であった。生そばが好調であったところ、また、ゆでそばが好調であったところと、地域により差が出ている
- ・ 餅については、鏡餅、のしもち、切り餅いずれも不振
- ・ 清酒に関しては、1.8ℓサイズは不振となり、720ml、300mlの少量サイズが中心になりつつある

《年始の動向について》

- ・ 年末の売上は縮小傾向。特に生鮮品は買い控えがあり、年始の予約が多くなったとの声もある
- ・ 年始は、正月商材は売れなくなってきているが、刺身盛り合わせ、にぎり寿司、オードブル盛り合わせなど簡便商品が予約を含め大幅に伸長した
- ・ プリンやケーキ、果物などのデザート全般は相変わらず好調であった

以上