

## 平成23年5月 マンスリー レポート

集計企業数 **60** 社

### ① 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	46,580,213 万円	100.0%	100.9% (101.3%)	45,084,193 万円	98.1% (99.0%)
食 料 品	38,740,499 万円	83.2% (83.1%)	101.3% (101.8%)	37,445,342 万円	98.3% (99.0%)
農 産	5,646,086 万円	12.1% (12.2%)	97.6% (99.3%)	5,456,561 万円	94.8% (96.9%)
水 産	3,881,979 万円	8.3% (8.5%)	98.5% (99.1%)	3,706,667 万円	95.6% (96.7%)
畜 産	4,505,065 万円	9.7% (9.7%)	104.1% (104.8%)	4,352,923 万円	101.2% (102.2%)
惣 菜	3,985,675 万円	8.6% (8.8%)	102.7% (104.9%)	3,821,152 万円	99.7% (100.4%)
日配食品	8,850,717 万円	19.0% (18.7%)	103.1% (102.8%)	8,592,871 万円	99.8% (100.1%)
加工食品	11,870,977 万円	25.5% (25.2%)	101.2% (101.0%)	11,515,168 万円	98.4% (98.5%)
生活関連	3,310,934 万円	7.1% (7.3%)	99.1% (99.3%)	3,216,547 万円	97.1% (98.1%)
衣 料 品	1,777,790 万円	3.8% (3.6%)	98.8% (98.6%)	1,736,225 万円	96.8% (99.0%)
そ の 他	2,750,990 万円	5.9% (6.0%)	98.4% (99.5%)	2,686,079 万円	96.9% (100.4%)

### ② 数 値

全店総売上高	46,580,213 万円	店 舗 数	4,105 店舗
総売場面積	7,766,974.3 m <sup>2</sup>	総従業員数	223,248 人

店舗平均月商	11,347.2 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,767 円 (100.6%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.0 万円 (5.9 万円)	平均店舗面積	1,892.1 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.8 万円 (19.5 万円)	パート比率(前月)	76.4% (76.5%)

注) 総従業員数…パート・アルバイト数 y は、8時間換算しています

## 《 全体概況 》

- ・4月の震災特需の反動から、月初めの子供の日、母の日などの行事・催事関連で盛り上がり  
を期待した。「安・近・短」傾向ながら自粛から消費へ移行が見られた
- ・全国的に降水量が多く、日照時間が少ない月であった。台風2号の影響による大雨になるな  
ど、天候・気温に左右された
- ・震災の心理的な影響から自粛・買え控え傾向か、高単価商品の動きが非常に悪く、低単価商  
品の動きが良かった

## 《 商品動向 》

### ○ 農産

- ・野菜は、昨年の相場高の反動で相場安となり、主力アイテムのきゅうり・トマト・キャベツ・  
レタス等は不振だった。特に風評被害が残る葉物類は悪かった
- ・果物は、スイカ・メロン・リンゴが好調だったが、露地物のイチゴや輸入果物のバナナ、グ  
レープフルーツは不振だった
- ・新じゃがいも、新玉ねぎを中心に根菜類は好調だったが、出荷量が少ない「たけのこ」は不  
振だった

### ○ 水産

- ・主力商品の「三陸養殖銀さけ」が壊滅的な被害を受けたことで、代替えで「カナダ産紅鮭」  
「トラウトサーモン」を売り込んだが前年を下回った
- ・しらす、ちりめんじゃこ、若布等、放射能報道以来不振が続き、他産地の代替でも改善がみ  
られなかった

### ○ 畜産

- ・牛肉、豚肉、鶏肉ともに国内産から輸入品へのシフトがみられ、低単価商品に移行して  
いる
- ・天候の影響から行楽用焼肉・バーベキュー商材については不振だった
- ・4月に発生したユッケによる食中毒報道により、「牛焼肉用」は不振だった。一部の店舗で  
は、生食コーナーのローストビーフ等も取扱を中止した

### ○ 惣菜

- ・天候不順の影響もあり、行楽・オードブル関連の商品の動きが鈍く、寿司、唐揚げが不振だ  
った
- ・例年中旬以降は生野菜サラダを中心に動いたが、今年は中旬以降の天候不順もあり大きく前  
年を下回った
- ・震災後より引き続き、すぐに食べれるスナック、米飯、フライ等の商品の動きが良かった

## ○ 日配・加工食品

- ・気温が上がらない為に涼味商品のところてん、冷やし中華、アイス等が不振だった
- ・震災後、商品供給が途絶えていた商品も一部商品を除き回復した。中旬以降は、チラシ商品も復活した
- ・例年通り、果実酒関連商材として、酢、はちみつ、氷砂糖、ホワイトリカー等を商品導入し、中旬より動きが良かった
- ・乾電池が引き続き品薄状態で供給が追い付かない。暑さ対策商品として、冷水スカーフ、冷却シートが好調だった

## ○ ゴールデンウィークの取り組み

- ・こどもの日の関連商材（柏餅・ちまき）、チラシ寿司・手まり寿司、こども菓子等展開方法、演出に工夫を凝らし好調だった
- ・ホームメイド商材（フルーチェ、フルーツ缶）等の展開は好調、震災の影響により手巻・ちらし寿司具材はメーカー販促中止の為、関連素材（海苔、寿司酢）は伸長した
- ・焼き肉、バーベキュー商材、行楽商品の展開を図るが、昨年に比べ不調だった

## ○ 母の日の取り組み

- ・「母の日カレー」のイベントが定着し、各社ともにカレー商材の販促に力を入れたが、テレビCM等の自粛により盛り上がりには欠けた
- ・昨年に引き続き、フラワーギフト、カーネーションは、ほぼ前年並みだった

## ○ 節電対応について

- ・震災後からの節電を継続、外灯、天井照明間引き、ショーケース内照明は消灯して営業した
- ・バックヤード、事務所、通路等の後方設備についても節電項目を増やし実施した
- ・非冷蔵の涼味商材（ゼリー、ポリドリンク、水ようかん）を積極展開、熱中症対策の塩飴関連についても早期展開した

以上