

平成23年9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	45,249,118 万円	100.0%	99.4% (100.1%)	43,162,170 万円	97.5% (98.0%)
食 料 品	37,957,291 万円	83.9% (83.4%)	100.2% (100.5%)	36,142,517 万円	98.0% (98.0%)
農 産	5,689,346 万円	12.6% (12.2%)	98.9% (98.7%)	5,418,746 万円	96.8% (96.5%)
水 産	3,683,682 万円	8.1% (8.1%)	100.2% (99.5%)	3,505,525 万円	98.1% (97.8%)
畜 産	4,247,260 万円	9.4% (8.9%)	100.5% (100.4%)	4,045,166 万円	98.2% (97.7%)
惣 菜	4,080,832 万円	9.0% (9.3%)	102.0% (103.0%)	3,883,012 万円	99.5% (100.1%)
日配食品	8,769,520 万円	19.4% (18.8%)	100.5% (100.8%)	8,332,131 万円	98.0% (98.0%)
加工食品	11,486,651 万円	25.4% (26.1%)	100.0% (100.8%)	10,957,937 万円	98.0% (98.1%)
生活関連	3,218,745 万円	7.1% (7.3%)	96.4% (99.0%)	3,067,977 万円	95.2% (97.8%)
衣 料 品	1,418,363 万円	3.1% (3.2%)	97.5% (94.6%)	1,380,754 万円	98.2% (95.4%)
そ の 他	2,654,719 万円	5.9% (6.1%)	92.3% (98.2%)	2,570,922 万円	93.1% (99.4%)

② 数 値

全店総売上高	45,249,118 万円	店 舗 数	4,116 店舗
総売場面積	7,821,206.3 m ²	総従業員数	222,434 人

店舗平均月商	10,993.5 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,765 円 (98.5%)
月間m ² 売上(前月)	5.8 万円 (6.3 万円)	平均店舗面積	1,900.2 m ²
月間坪売上(前月)	19.1 万円 (20.7 万円)	パート比率(前月)	76.4% (76.7%)

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 》

- ・前半は気温も高く売上高も順調に推移したが、後半は台風の影響で失速。気温の変化に対応できず売込み商品を絞り切れなかった
- ・昨年のたばこ特需の反動や台風、大雨等の天候不順により大変厳しい状況であった
- ・台風 12 号で関西方面、台風 15 号で東海・関東方面に被害を与えた。その影響も全体の数字を押し下げる要因となった

《 商品動向 》

○ 農 産

- ・野菜が高騰した中で、安定価格のもやしやカット野菜は好調だった
- ・果物は、昨年猛暑の影響で軒並み高騰したが、今年は相場安となり前年を下回った。特に、梨、ぶどう、桃は影響を受けた
- ・台風と長雨の影響で、野菜全般が品質低下と入荷減となり相場高となった。また、寒暖の差で売れる商品が大きく変化した

○ 水 産

- ・生かつおの品質、相場が安定せず、大幅な売上減となった。昨年不振だった生サンマは豊漁で大型サイズ中心に好調だった
- ・生秋さけの水揚量は今年の 3 割減であったが、販売を工夫して好調だった。生すじこは、いくら業者の買い付けが強いことから売込みが出来なかった

○ 畜 産

- ・単価的にも買いやすい挽肉、鶏肉は伸びたが、売上構成の高い豚肉・加工肉は単価ダウンもあり苦戦した
- ・運動会、行楽用のお弁当商材として、ミートボール、ウインナー、ナゲット、チキンボンボン等が好調だった
- ・セシウム問題により、牛肉の不振はまだ改善されず、豚・鶏・加工肉が伸長した
- ・台風後に気温が下がったことで、生つみれや鍋商材の販売を強化し、牛肉の売上不振をカバーする売込みを行なった

○ 惣 菜

- ・夕食のおかず、ビールのおつまみに手羽先の唐揚げをバイキングで販売して好調だった
- ・秋の食材を使用したお弁当（舞茸ご飯弁当、さつまいもご飯弁当、栗ご飯弁当、かきフライ弁当）が好調だった
- ・野菜の高騰を受け、煮物、温野菜サラダも好調。ホット商品のグラタンも動き始める

○ 日配・加工食品

- ・バターの商品不足についてのマスコミ報道等により、バターが前年比2倍と好調だった
- ・納豆は、震災以降依然として順調だが、豆腐は依然復兆が見られない
- ・米は、22年度産の消化がよく、新米出荷までの期間、売場で商品不足が発生した
- ・新米は、放射能汚染問題が心配され、例年より相場高、数量制限等も発生したが、販促自粛の影響もありスタートから好調だった
- ・昨年との気温差で乾麺の売上が減少、カップ麺、袋麺も販促強化するも不振だった

○ 「防災グッズ 等」について

- ・缶入り（かんぱん、ビスケット、クラッカー）、無菌米飯、魚肉缶、キャラメルを販売。消耗頻度の高い電池、ボンベは好調だった
- ・お彼岸用花は、売れ筋メインは低価格ラインだが、高単価商品も含め、少しずつ需要が高まってきている

○ 「お彼岸・運動会シーズン」について

- ・おはぎが好調であった。インストア手造りおはぎと合わせてメーカー商品も好調だった
- ・運動会の弁当商材として、若鶏モモ・ナゲット・ウィンナー・ミートボールなどの動きが良かった

○ 「秋の行楽商戦」について

- ・焼酎、ノンアルコールビール、チューハイは好調だったが、ビールは不振だった
- ・シルバーウィーク期間は、天候があまり良くなく、インドアで過ぎられる傾向が強かった。ごちそうメニューより普段の食事メニュー需要が大きかった

以上