

平成25年10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	50,090,386 万円	100.0%	102.6% (102.1%)	48,268,922 万円	100.5% (99.9%)
食 料 品	41,967,680 万円	83.8% (85.0%)	103.5% (102.6%)	40,369,975 万円	101.1% (100.0%)
農 産	6,498,239 万円	13.0% (13.5%)	108.4% (107.8%)	6,294,829 万円	105.8% (105.3%)
水 産	4,032,142 万円	8.0% (8.3%)	102.9% (102.9%)	3,865,572 万円	100.1% (100.2%)
畜 産	5,025,467 万円	10.0% (9.7%)	106.4% (105.6%)	4,836,803 万円	103.5% (102.8%)
惣 菜	4,356,145 万円	8.7% (9.3%)	103.7% (102.7%)	4,173,209 万円	100.6% (99.8%)
日配食品	9,542,289 万円	19.1% (18.9%)	103.8% (101.4%)	9,170,645 万円	101.3% (99.0%)
加工食品	12,513,398 万円	25.0% (25.3%)	100.0% (99.6%)	12,028,917 万円	98.2% (97.2%)
生活関連	3,095,021 万円	6.2% (5.9%)	99.2% (98.5%)	3,036,744 万円	98.3% (97.5%)
衣 料 品	1,620,917 万円	3.2% (2.6%)	93.3% (98.3%)	1,552,628 万円	93.5% (98.4%)
そ の 他	3,406,768 万円	6.8% (6.5%)	99.0% (100.6%)	3,309,575 万円	98.9% (100.6%)

② 数 値

全店総売上高	50,090,386 万円	店 舗 数	4,445 店舗
総売場面積	8,636,497.3 m ²	総従業員数	226,034 人

店舗平均月商	11,268.9 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,797 円 (102.0%)
月間m ² 売上(前月)	5.8 万円 (5.8 万円)	平均店舗面積	1,943.0 m ²
月間坪売上(前月)	19.2 万円 (19.3 万円)	パート比率(前月)	77.2% (77.2%)

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 》

- ・二週連続での大型台風の接近により、曇りや雨の日が多く、月間を通して平均気温が例年より高く鍋物はじめホットメニュー商材の動きが鈍かった
- ・全体的に農産物の不作や水産の漁獲高不足などで市場への影響が続き、相場高で推移している要素はあるが、着実に消費動向は緩やかに回復している
- ・台風が頻繁に日本列島を襲い、各地で被害をもたらしたが、東日本大震災以降、災害に対する消費者の備えが一段と高いことも売上を確保できた要因と言える

《 商品動向 》

○ 農産

- ・台風等天候の影響による産地の出荷遅れ等により相場高で推移し、価格の高騰・品不足が続いている。
- ・野菜の相場が高いことから、生野菜サラダ、カット野菜等の半調理品が好調だった
- ・季節の果物類は作柄が悪い状況で、価格・品質など値ごろ感が出ず消費に結びつかなかった

○ 水産

- ・生さんまは、例年になく漁獲の遅れ等で相場が下がらず、値入を抑えることで売上は確保できた
- ・秋鮭は、入荷も順調で品揃えとメニュー提案が出来たことで拡販が図れた
- ・天然はまちが豊漁で拡販できたが、生ガキは不振だった。月の後半から気温が下がり、鍋セット関連商材の動向が良かった

○ 畜産

- ・気温が高かったこともあり、焼肉・ステーキ商材が好調だった。この季節から動きが良くなるすき焼き・しゃぶしゃぶ用肉の動向は鈍かった
- ・鶏肉のムネ・モモ肉を中心に行楽・弁当用に拡販が出来た。手作りつみれ団子も好調に推移した

○ 惣菜

- ・季節商品のカキフライの消費指数が向上したことで秋の売り場展開に合わせて拡販した
- ・揚げ出し豆腐、あんかけ商材（たれつき商材）が好調だった。生さんまの相場高によりさんま塩焼きも好調に推移した

○ 日配・加工食品

- ・漬物類は、野菜の高騰により浅漬けは依然好調だが、キムチや古漬け類は不調だった
- ・主力のおでん用製品は、気温が高く苦戦したが、反面、乳飲料・アイスクリームなどは好調に推移した
- ・乳価値上げに伴い、無調整牛乳を中心に販売価格を見直したことで販売価格が上がったが、P B 商品等の拡販で点数は多少減少したが平均単価があがったことで売上は前年を確保した
- ・気温の変動もありビール類の動きは鈍いが、その中で新発売「スパークリング清酒」が好調だった
- ・相変わらずサバ缶が品薄状態のため、それに引っ張られ他の魚肉缶も好調に推移した

○ 「ボジョレーヌーボー」について

- ・予約は出足が鈍く、P B 商品を中心とした980円などの低価格帯の商品が主流となりそうだ
- ・ハーフサイズ、飲み比べセット、スパークリングワイン等、品揃えの幅も広がった

○ 「秋の行楽」について

- ・弁当商材では、秋の新品「超ふりかけ」が好調で、から揚げやミートボールなどのお弁当商材等も拡販できた
- ・ハロウィンパーティーに向けての企画は、年々定着しており曜日に恵まれた要素も相まって関連商品の需要は高かった

以上