



## 平成28年4月 マンスリー レポート

集計企業数 55 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	54,239,940 万円	100.0%	103.2% (103.4%)	52,048,895 万円	101.9% (101.5%)
食 料 品	46,285,248 万円	85.4% (84.9%)	104.1% (103.8%)	44,655,721 万円	102.3% (102.0%)
農 産	7,082,460 万円	13.1% (12.9%)	103.8% (104.1%)	6,838,069 万円	102.0% (102.1%)
水 産	4,470,122 万円	8.2% (8.6%)	102.3% (102.7%)	4,314,264 万円	100.5% (100.6%)
畜 産	5,639,409 万円	10.4% (10.1%)	102.8% (102.3%)	5,428,410 万円	100.8% (99.9%)
惣 菜	5,332,899 万円	9.8% (9.6%)	104.2% (105.0%)	5,111,421 万円	102.2% (102.4%)
日配食品	10,328,072 万円	19.1% (18.6%)	104.5% (104.9%)	9,977,518 万円	102.9% (102.9%)
加工食品	13,432,288 万円	24.8% (25.1%)	105.0% (103.3%)	12,986,040 万円	103.4% (102.7%)
生活関連	3,464,615 万円	6.4% (6.3%)	101.7% (102.2%)	3,344,522 万円	101.4% (100.5%)
衣 料 品	1,596,771 万円	2.9% (2.8%)	96.3% (96.5%)	1,519,411 万円	98.9% (95.9%)
そ の 他	2,893,306 万円	5.3% (6.0%)	95.7% (103.9%)	2,529,242 万円	97.7% (97.8%)

## ② 数 値

全店総売上高	54,239,940 万円	店 舗 数	4,635 店舗
総売場面積	8,946,817.2 m <sup>2</sup>	総従業員数	252,432 人

店舗平均月商	11,702.3 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,866.0 円 (101.5%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.1 万円 (6.1 万円)	平均店舗面積	1,930.3 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.0 万円 (20.3 万円)	パート比率(前月)	77.6% (77.5%)

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 》

- ・ 4月の天候環境は、平均気温が全国的に高く、東・西日本と沖縄・奄美ではかなり高くなった。降水量も多く、全国的に高温多雨となった
- ・ 昨年と比べ、水・木曜日が1日少なく、金・土曜日が1日多い曜日回りであった
- ・ 生鮮品の相場状況は、青果物において野菜が安値、果実が高値で推移しているほか、引き続き牛肉が高値となっている
- ・ 熊本地震の影響で、被災地域以外においても防災意識が高まり備蓄品関連の需要が上がった

## 《 商品動向 》

### ○ 農 産

- ・ 野菜では、気温環境により「トマト」「アスパラ」などのサラダ材料が売上を伸ばした一方、相場安で販売単価が下がった「きゅうり」「きゃべつ」は売上が減少した
- ・ 果実は、供給量が少なかった「国産柑橘」が不振だった一方、供給量が安定してきた「いちご」が好調であった
- ・ 輸入フルーツは、「バナナ」が一部にフィリピン産の供給不安定によるマイナス影響を受けたが、概ね好調であったほか、「ぶどう」の売上伸長が続いている

### ○ 水 産

- ・ 「刺身」「寿司材料」が売上を伸ばした。要因は新入学のお祝いやGW等のカレンダーマーケットにおける需要を取り込めたことがあげられる
- ・ 「かつお」は大型サイズの入荷が多く、値ごろ感を出しづらい状況で売上を減らした。
- ・ 「海藻類」が売上を伸ばした。特に病気予防効果のある食材としてテレビ番組で紹介された「もずく」が好調であった

### ○ 畜 産

- ・ 牛肉の相場が依然として高く、昨年より販売価格が高くなっている「和牛」は厳しい販売環境が続く。一方、相場が安値安定している豚肉の売上は堅調で、特に気温環境で「生姜焼き用」が好調であった
- ・ 牛肉では値ごろ感のある販売価格で訴求できる輸入牛を中心に「焼肉用」「ステーキ」で売上を伸ばした。要因は花見・行楽やお祝い等のカレンダーマーケットを取り込めたことがあげられる
- ・ 健康への影響の報道以降、売上不振が続いている「加工品」は今月も回復の傾向が見られず

### ○ 惣 菜

- ・ 「寿司」が堅調のほか、花見・行楽関連で提案をした「弁当」「おつまみ関連」が売上を伸ばした。特に「やきとり」が好調に推移し大きく売上を伸ばした
- ・ サラダ類、フライ類、涼味めんが順調な動向を示した。いずれも、気温環境によるところが大きい

## ○ 日配・加工食品

- ・ 日配は、健康への関心の高まり、花粉症対策としての需要による「ヨーグルト」の売上伸長が続いていて、特にドリンクタイプを含めた機能性ヨーグルトが好調である
- ・ 日配では気温環境により「アイスクリーム」「飲料」「デザート」などが売上を伸ばした
- ・ 加工食品では気温環境、行楽需要で「飲料」「ビール類」などが売上を伸ばした
- ・ 熊本地震の影響で備蓄品関連の動きがあり、「ミネラルウォーター」「缶詰」「カップめん」「即席米飯」等が売上を伸ばした

## 「春の行楽の状況」について

- ・ 花見対応の需要期において、一部天候によるマイナスの影響もあったが、概ね好調であった
- ・ 菓子部門では、携帯しやすい「スナック菓子」や「珍味」の動きが良く売上を伸ばした
- ・ 惣菜部門においては、「弁当」「オードブル」「おにぎり」が好調のほか、おつまみ関係の提案を強化し、「やきとり」を伸長させている成功事例が多い
- ・ 天候や気温環境もあり、バーベキュー材料が好調で、畜産部門の「焼肉セット」の売上を伸ばした事例が多い

## ○ 「その他カレンダーマーケット（新生活・ハレの日提案）の状況」について

- ・ 新生活では朝食提案として、簡便性の高い「シリアル」「スープ」を訴求し売上を伸ばした
- ・ ハレの日の提案では、「刺身」「焼肉」「ステーキ」の取り組みが多く、概ね好調であった

以上