



平成22年1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	43,804,982 万円	100.0%	100.2% (99.8%)	41,334,712 万円	95.8% (95.9%)
食 料 品	35,857,724 万円	81.9% (80.2%)	100.5% (99.9%)	33,769,632 万円	95.9% (95.9%)
農 産	5,153,836 万円	11.8% (10.6%)	100.1% (94.8%)	4,869,091 万円	95.2% (92.0%)
水 産	3,999,644 万円	9.1% (9.5%)	99.0% (97.0%)	3,774,995 万円	94.6% (93.9%)
畜 産	4,203,589 万円	9.6% (9.7%)	98.5% (100.1%)	3,967,972 万円	94.1% (97.3%)
惣 菜	3,594,193 万円	8.2% (8.0%)	100.4% (99.1%)	3,384,372 万円	95.8% (95.9%)
日配食品	7,907,889 万円	18.1% (17.2%)	100.4% (99.6%)	7,398,520 万円	96.0% (96.4%)
加工食品	10,998,573 万円	25.1% (25.1%)	102.3% (103.7%)	10,374,682 万円	97.4% (97.6%)
生活関連	3,208,504 万円	7.3% (8.2%)	99.1% (99.4%)	3,064,237 万円	96.0% (96.8%)
衣 料 品	1,881,027 万円	4.3% (4.4%)	91.3% (94.0%)	1,810,396 万円	89.7% (92.2%)
そ の 他	2,857,727 万円	6.5% (7.2%)	103.4% (103.3%)	2,690,447 万円	99.2% (97.5%)

② 数 値

全店総売上高	43,804,982 万円	店 舗 数	3,848 店舗
総売場面積	6,866,826.3 m ²	総従業員数	206,635 人

店舗平均月商	11,383.8 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,873 円 (90.3%)
月間m ² 売上(前月)	6.4 万円 (7.0 万円)	平均店舗面積	1,784.5 m ²
月間坪売上(前月)	21.1 万円 (23.1 万円)	パート比率(前月)	76.8% (75.2%)

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 》

- ・年明け1月も先月同様厳しいスタートとなり、節約志向、消費低迷の状況は依然として継続している
- ・各社ともポイント還元、販促チラシ強化を打ち出し、単価下落がさらに進む
- ・12月の温暖化傾向から年明け急激に冷え込み、鍋物関連商材は好調に推移したが、反面、菓子・飲料は低迷した

《 商品動向 》

○ 農産

- ・野菜は、主力商品のサラダ、葉物、鍋物商材が相場安による単価下落で苦戦した
- ・果物は、柑橘類の落ち込みが大きく、特にみかんは単価下落が原因で苦戦した。バナナは、一昨年のブームの影響から依然低迷し、全体も大きく前年を割った
- ・相場の安定した土物で、特に玉ねぎ、メイクイン、人参の点数が伸びた

○ 水産

- ・年明け入荷が不安定で、主力の生カキ、アンコウなどの鍋物材料の動きが鈍い
- ・養殖ブリも相場は底値に近く、特売でも動きが鈍く、売上不振が続いた
- ・調理の必要としない加工品が伸び、主力のマグロ、切身は落ち込んだ

○ 畜産

- ・牛肉は、和牛、国産牛、輸入牛ともに販売不振で、単価の低い切り落としが好調
- ・単価、点数ともに前年を割り込み、売上の底支えをしてきた豚、鶏も不振だった

○ 惣菜

- ・ 米飯で低価格弁当が好調、受験生応援のとんかつ、メンチカツも好調だった
- ・ フライ、コロケの揚げ物は前年並み、春を先取りするタラの芽天ぷら、タケノコフキの煮物が好調だった

○ 日配・加工食品

- ・ 和日配は、大幅な苦戦、特に麺類・納豆は苦戦した、洋日配はヨーグルトが好調
- ・ ピザ、中華惣菜、スナック、冷凍食品のお弁当商材、おでん商材が好調だった
- ・ 節分に向けて、関連商材（海苔、かんぴょう、酢）が好調な動きを示し、ホットメニューのカレーやシチューの動向が良かった

○ その他

～正月商戦、成人の日の動向について～

- ・ 景気低迷の中で内食化傾向がフォローとの見方もあり、年末・年始の際物についてほぼ計画通り販売が出来た
- ・ 寒波による気温が低い日が比較的多く、寒さ対策としての鍋・ホットメニューは堅調だった
- ・ 成人の日は、家族・家庭で祝うものから成人同士の祝いに変わり、通常の連休と同じだった

～受験生応援商品の動向について～

- ・ 夜食メニューより、栄養価が高く、健康志向の商品を食事に出す傾向が顕著であった。一方、簡便性の高い雑炊の素やレトルト食品、缶詰・瓶詰商品の需要も増加
- ・ 菓子、パン、ドリンクなどの受験生対応商品を関連販売するが、特に目立った動きはなかった
- ・ スープ、レトルト、半調理品もひと手間かけておいしく食べれる商品が好調だった

以上