



平成21年6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	41,004,213 万円	100.0%	100.8%(104.6%)	38,724,750 万円	96.5%(99.7%)
食 料 品	33,561,967 万円	81.9%(82.4%)	101.4%(104.9%)	31,697,491 万円	97.3%(100.5%)
農 産	4,967,007 万円	12.1%(12.2%)	103.9%(107.0%)	4,698,487 万円	99.6%(102.6%)
水 産	3,350,824 万円	8.2%(8.4%)	97.8%(100.7%)	3,184,936 万円	94.3%(96.5%)
畜 産	3,719,222 万円	9.1%(9.3%)	99.6%(102.4%)	3,526,871 万円	95.0%(97.8%)
惣 菜	3,205,086 万円	7.8%(8.1%)	100.3%(103.1%)	3,021,218 万円	95.8%(98.3%)
日配食品	7,733,223 万円	18.9%(18.7%)	101.8%(105.0%)	7,265,632 万円	97.7%(100.6%)
加工食品	10,586,605 万円	25.8%(25.6%)	102.1%(107.0%)	10,000,348 万円	98.3%(102.7%)
生活関連	3,116,709 万円	7.6%(7.3%)	99.8%(104.9%)	2,964,923 万円	96.0%(100.5%)
衣 料 品	1,852,306 万円	4.5%(4.1%)	92.9%(95.7%)	1,753,426 万円	88.9%(91.0%)
そ の 他	2,473,231 万円	6.0%(6.2%)	101.1%(106.3%)	2,308,910 万円	92.1%(95.0%)

② 数 値

全店総売上高	41,004,213 万円	店 舗 数	3,785 店舗
総売場面積	6,674,308.4 m ²	総従業員数	201,661 人

店舗平均月商	10,833.3 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,811.1 円(95.8%)
月間m ² 売上(前月)	6.1 万円(6.4 万円)	平均店舗面積	1,763.4 m ²
月間坪売上(前月)	20.3 万円(21.2 万円)	パート比率(前月)	76.1%(76.1%)

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 》

- ・ 来店客数増加、販売点数横ばい、客単価減少の傾向が続いている
- ・ 気温の変動が大きく、不況の影響もあり季節商品の売れ行きが悪かった
- ・ 午前中は来店客数が増加し、逆に夕刻のピークタイムは減少する傾向にある
- ・ 日曜日が昨年より1日少ないこともあり、売り上げは厳しい結果に終わる

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 野菜は、サラダ商材のレタス、キュウリ、トマト、キャベツが好調。南高ウメ、青ウメも動きがよかったが、ラッキョウ、枝豆は低迷した
- ・ 果物は、モモ、スイカ、サクランボ、バナナ、キウイが好調で、メロンは先月に比べて回復傾向にあるが、昨年並みの動きにとどまる

○ 水産

- ・ 刺身は、マグロ、タコが好調だが、不漁のカツオは昨年を下回る
- ・ アジ、生スルメイカも水揚げ量が少なく、売り上げ不振であった
- ・ 塩干類は全体的に不振が続いている

○ 畜産

- ・ 牛肉は、国内産焼肉用やローストビーフなどの生食用を含め全体的に不調であった。輸入焼肉用は好調だった
- ・ 豚肉は、冷しゃぶ用の動きは良いが全体的には下降傾向
- ・ 鶏肉は好調を持続し、調理済みのヤキトリも回復傾向にある
- ・ 加工肉は、生肉に比べると動きは良いが、ハム・ソーセージ類は苦戦

○ 惣菜

- ・ ヤキトリ、唐揚げなどの鶏肉商材は好調だが、フライ・カツ類は不調
- ・ 米飯は、低価格弁当以外の不調が続いている。特に寿司が低迷し、丼物も落ち込んでいる
- ・ 枝豆、酢の物、ギョーザは昨年を上回る結果が出ている

○ 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、ヨーグルト、チーズ、アイスクリーム、チルド飲料が好調。値上げがあった牛乳の売り上げも昨年を上回る
- ・ 気温変動の影響を受け、季節商品が苦戦
- ・ 加工食品は、乾麺、つゆ、ケチャップ類は好調。菓子は低迷している
- ・ 酒類はチューハイ、新ジャンル（第3のビール）などを中心に好調であった

○ その他

～父の日の動向について～

- ・ 水産では、単品盛りと2種盛りが好調で、本マグロの動きが良かった。母の日同様に数種盛りの大型パックは不調
- ・ 畜産では、調理済みヤキトリ、焼肉用などが人気で、ステーキ用は不調
- ・ 惣菜では、枝豆、魚介類唐揚げを中心に、おつまみ商材の単品パックが好調であったが、オードブルや盛り合わせなどのパーティーサイズは不調
- ・ 酒では、プレミアム系を中心にビール、新ジャンル（第3のビール）ともに動きがよく、ウイスキーも伸張した
- ・ 父の日は、5月の母の日以上に高価格商品や大型パックの動きが悪く、ささやかに家族団らんを楽しもうという消費者心理が強かった

～ギフトの予約動向について～

- ・ 各社とも、取り扱いアイテム増加、早期受付割引サービスの拡充、オリジナル商品の開発などの強化をはかっている
- ・ 売れ筋価格帯は昨年より下落する傾向にあり、価格に敏感な販売動向である

以上