

平成21年11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	40,255,794 万円	100.0%	97.3%(99.5%)	37,987,139 万円	94.5%(96.3%)
食 料 品	32,676,749 万円	81.2%(82.0%)	97.9%(99.6%)	30,862,890 万円	94.9%(96.4%)
農 産	4,370,216 万円	10.9%(11.8%)	95.3%(95.6%)	4,133,725 万円	92.4%(92.5%)
水 産	3,424,596 万円	8.5%(8.4%)	96.9%(98.7%)	3,242,349 万円	93.4%(95.7%)
畜 産	3,951,566 万円	9.8%(9.5%)	96.3%(98.9%)	3,746,249 万円	94.1%(95.9%)
惣 菜	3,194,160 万円	7.9%(8.1%)	98.3%(98.7%)	3,013,893 万円	94.9%(95.4%)
日配食品	7,513,350 万円	18.7%(19.0%)	99.0%(100.9%)	7,053,761 万円	95.7%(97.8%)
加工食品	10,222,861 万円	25.4%(25.2%)	99.2%(101.4%)	9,672,913 万円	96.2%(98.2%)
生活関連	3,132,116 万円	7.8%(7.6%)	96.8%(101.2%)	2,960,224 万円	93.8%(97.8%)
衣 料 品	1,833,005 万円	4.6%(4.1%)	87.0%(92.3%)	1,718,935 万円	85.1%(90.2%)
そ の 他	2,613,924 万円	6.5%(6.2%)	97.5%(101.5%)	2,445,090 万円	97.4%(97.4%)

② 数 値

全店総売上高	40,255,794 万円	店 舗 数	3,831 店舗
総売場面積	6,804,766.0 m ²	総従業員数	202,981 人

店舗平均月商	10,507.9 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,781 円(91.9%)
月間m ² 売上(前月)	5.9 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1,776.2 m ²
月間坪売上(前月)	19.6 万円(20.0 万円)	パート比率(前月)	74.7%(74.5%)

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 》

- ・ 例年に比べ気温が高く、秋冬商材の本格的な動きが依然として見られない
- ・ 9月、10月に引き続き、消費者の生活防衛意識が強く、単価下落に歯止めがかからない
- ・ 生鮮3部門が軒並み相場安により、売上げの落ち込みが大きく、特に農産は大変苦戦した

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 野菜の大幅な相場安により、主力商品（レタス、大根、キャベツ）の売上げが大きく前年を下回る
- ・ 気温が高いため鍋商材の稼働が悪く、タマネギ、サラダ類は好調であった
- ・ 果物は、バナナのダイエットブームも薄れ、売上げは下降した
- ・ 主力のみかんは豊作で食味もよいが、単価の大幅下落により買上点数は上がっても、売上げは苦戦した

○ 水産

- ・ 生タラは入荷状況悪く伸長せず、鍋物材料は低迷、すり身は大きく前年を伸ばす
- ・ 生ガキは10月は比較的順調だったが、11月は全くの不調。生秋鮭は入荷量も安定し、売上げは前年並みであった
- ・ 冷凍カニ、エビは動向が悪く低迷。特にズワイガニは大幅に相場が低下したにも関わらず、価格を訴求しても不振であった

○ 畜産

- ・ 主力の牛肉・豚肉・鶏肉が相場安で推移し、売上げは低迷した
- ・ 気温が高く、しゃぶしゃぶ・すき焼き材料より、ステーキ・焼肉材料が好調。全体的に鍋物商材が苦戦した
- ・ 主力商品の不振が目立つ中、内臓肉（ホルモン）は好調であった

○ 惣菜

- ・ 主力の若鳥唐揚げは、コロッケ・フライが不振の中で好調であった
- ・ 季節を彩った弁当（栗・松茸等）、季節の唐揚げ（イカ・サバ等）は好調であった
- ・ 低価格弁当は9月、10月に引き続き好調であった

○日配・加工食品

- ・ 日配食品は、豆腐、納豆、キムチが不調、特に練製品・うどんは低迷した
- ・ 加工食品では、暖冬傾向により、ストレート鍋つゆ、シチューが不振、飲料・カップラーメン・油等の主力商品も競合との価格訴求により全体的に苦戦した
- ・ 漬物用調味料が伸長、相場安な野菜を自家製漬物にする家庭が多くなったことが要因と思われる

○ その他

～ボジョレーヌーボーの販売動向～

- ・ マスコミ等で味の良さ、低価格競争が報道されたことで販売数量が大幅にアップし値ごろ感からハーフサイズ、低価格帯のペットボトルも貢献した
- ・ 10年に一度の出来栄えとのPRが功を奏して、予約・店頭売りも好調であった

～ギフト・クリスマスケーキ・おせち予約の販売状況について～

- ・ 昨年より価格帯が低価格に推移し、コーヒー・調味料・ハム・缶詰ギフトが好調であった
- ・ クリスマス予約ケーキは、キャラクターものが好調。傾向として点数の伸びに反して単価が落ち込み、売り上げが伸び悩む
- ・ おせち予約は、例年に比べ1万円台の低価格帯商品の動きがよく、全体としても順調に数字を伸ばしている

以上