

平成14年4月26日



## 平成14年3月 マンスリー レポート

集計企業数 **40** 社

### 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	21,758,381 万円	100.0%	102.6%( 99.8%)	20,785,493 万円	100.1%( 98.0%)
食 料 品	16,290,445 万円	74.9%(76.6%)	103.9%(102.2%)	15,446,174 万円	100.8%( 98.6%)
農 産	2,271,574 万円	10.4%(10.8%)	95.4%( 92.4%)	2,165,774 万円	92.5%( 90.0%)
水 産	2,200,484 万円	10.1%(10.3%)	104.5%(102.6%)	2,084,005 万円	101.2%(100.1%)
畜 産	1,835,687 万円	8.4%( 8.8%)	101.4%( 98.9%)	1,744,193 万円	98.2%( 96.2%)
惣 菜	1,616,422 万円	7.4%( 7.3%)	107.0%(103.6%)	1,523,360 万円	104.0%(101.2%)
日配食品	3,524,748 万円	16.2%(17.1%)	105.3%(102.1%)	3,333,423 万円	102.2%( 99.4%)
加工食品	4,841,529 万円	22.3%(22.3%)	106.7%(104.7%)	4,595,419 万円	105.1%(102.4%)
生活関連	2,262,369 万円	10.4%(10.2%)	95.1%( 96.0%)	2,212,044 万円	94.1%( 95.8%)
衣 料 品	1,659,117 万円	7.6%( 6.4%)	100.1%( 93.9%)	1,615,297 万円	100.4%( 95.9%)
そ の 他	1,546,450 万円	7.1%( 6.8%)	99.0%( 97.5%)	1,511,977 万円	98.0%( 96.8%)

### 数 値

全店総売上高	21,758,380.7 万円	店 舗 数	1,747 店舗
総売場面積	3,729,902.9 m <sup>2</sup>	総従業員数	103,353 人

店舗平均月商	12,454.7 万円	平均客単価	2,003.3 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	5.8 万円( 5.6 万円)	平均店舗面積	2,135.0 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	19.3 万円(18.6 万円)	パート比率(前月)	71.7%( 72.4%)

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

売上は、上昇傾向であるが依然として買上げ点数・単価とも厳しい状況。今月の売上増については、販促の強化と天候・曜日（昨年より日曜1日増）要因によるものと考えられる

BSE（狂牛病）にはじまり、畜産物・農産物・加工食品と次々、産地・表示偽装が見つかり、食品全体に対する信頼はますます失われた

一方で、特定の銘柄品については需要が高まり、価格の上昇が顕著にあらわれた

牛肉販売に回復傾向が見られはじめた。それによって、水産・惣菜の売上が平年に戻りつつある

例年にない暖かい日が続き、桜の開花も早まった。そのため、春物・行楽商材の動きが早まりチャンスロスをおこした。

一部地域では、彼岸と桜の開花が重なり、売場展開に苦慮した

## 商品動向

### 農産

農産では、依然として安値継続。商品の動きはよいが、売上は前年割れとなった  
暖かい日が多く、サラダ・炒め物材料の動きはよかったが、鍋物材料は平年より早く動きが止まった

### 水産

水産では、ハマグリが鈍かった。TV放映の影響で、しじみの販売が好調。  
その相場にも影響があらわれた

気温の上昇もあり、刺身を中心とした生食が大きな伸びをしめした

### 畜産

畜産では、牛肉の販売に回復傾向があらわれてきた

和牛の牛肉相場が上昇傾向にあるが、販売価格が以前に比べ安価のため、販売数量が伸びている。店舗によっては、昨年以上に販売するところもあった

豚肉・鶏肉が、品薄で高騰した。しかし販売は堅調で、売上を伸ばす要因になった

桜の開花が早まったことが、焼肉需要 = 牛肉販売を押し上げる結果となった

## 惣菜

惣菜ではひな祭りが日曜、また桜の開花が早まったことで、寿司・おつまみ・オードブル等が大きく伸びた

## 日配・加工食品

日配食品では、TV放映の影響でプレーンヨーグルトが爆発的売上。品切れも発生。「ヨーグルト・ブーム」再来

暖かい日が続き、アイスクリーム需要が上がった。チラシ掲載回数を増やした

加工食品では、天候により飲料の動きが好調。しかしEDLP化が進み、その中心は1.5L・2L 198円が主流となっている

花見需要により、アルコール需要も堅調に推移。ビールの動きもよいが、中心は相変わらず発泡酒となっている

お米は、特売・安価での販売が主力。利益は厳しい状況。付加価値をつけた無洗米の拡販に努めているが、販売の伸びは小さい

## その他

有職主婦の増加に伴い、即食卓性商品の需要が圧倒的に上位を占めている。簡便性商品への取り組みが急務

4月より施行された「アレルギー物質を含む食品に関する表示」に対応するため、商品データの確認や入れ替え作業とメーカー商品の表示変更の確認作業に追われた

ドラッグストアや100円ショップ等、カテゴリーカラーの品揃えが、私たちの品揃え商品に近づいている