

平成15年5月27日



平成15年4月 マンスリー レポート

集計企業数 60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	30,770,029 万円	100.0%	102.6%(103.1%)	29,114,025 万円	99.1%(99.6%)
食 料 品	24,023,759 万円	78.1%(78.5%)	103.8%(104.2%)	22,718,676 万円	100.1%(100.4%)
農 産	3,671,047 万円	11.9%(11.8%)	110.3%(110.0%)	3,476,933 万円	106.3%(106.2%)
水 産	2,947,816 万円	9.6%(9.9%)	98.9%(100.8%)	2,791,673 万円	95.3%(96.0%)
畜 産	2,714,815 万円	8.8%(8.9%)	102.6%(105.1%)	2,562,153 万円	98.6%(101.2%)
惣 菜	2,304,840 万円	7.5%(7.5%)	103.6%(102.6%)	2,164,638 万円	99.0%(98.4%)
日配食品	5,351,355 万円	17.4%(17.2%)	103.4%(103.8%)	5,051,697 万円	99.7%(100.1%)
加工食品	7,033,886 万円	22.9%(23.2%)	103.5%(103.5%)	6,671,582 万円	100.4%(100.1%)
生活関連	2,857,950 万円	9.3%(9.1%)	97.9%(98.7%)	2,712,373 万円	95.2%(96.1%)
衣 料 品	1,989,580 万円	6.5%(5.8%)	95.9%(94.6%)	1,912,017 万円	94.4%(93.4%)
そ の 他	1,898,740 万円	6.2%(6.6%)	102.6%(104.8%)	1,770,959 万円	98.6%(100.8%)

数 値

全店総売上高	30,770,029.0 万円	店 舗 数	3,084 店舗
総売場面積	5,171,370.6 m ²	総従業員数	145,788 人

店舗平均月商	9,977.3 万円	平均客単価	1959.2 円
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円(5.9 万円)	平均店舗面積	1676.8 m ²
月間坪売上(前月)	19.7 万円(19.5 万円)	パート比率(前月)	72.5%(71.8%)

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

- ・ 特に前半気温が低く、雨の日も去年に比べ多かったため、売上は全体的に低迷
- ・ 桜の開花が去年は3月の地域が殆どだったものが4月になったことや、発泡酒の増税による駆け込み需要により、アルコール類は去年を大きく上回った
- ・ 昨年夏物商材の動きが非常に早かった事もあり、今年の夏物商材は軒並み昨年を割っている
- ・ 後半気温が上がり行楽需要が期待されたが、ゴールデンウィークの曜日回りが悪い事が影響し、動きは鈍かった

商品動向

農産

- ・ 農産は、野菜は依然高値安定で好調。しかし果物は低温の影響で出荷遅れが目立ち、メロン、柑橘類などが不調
- ・ 昨年より動きは遅れたが、サラダ商材、特にレタスは価格も値頃だったため好調に推移

水産

- ・ 水産は、気温が上がらず、刺身などの生食が伸びず依然として低調に推移
- ・ カツオが本格的に動き始めてきた。去年に比べて安定して物量が確保できたため好調な売上

畜産

- ・ 畜産は、前半は気温が上がらなかったため、切り落としやうす切りが動いたが、気温の上昇とともに焼肉商材が本格的に動き始めた
- ・ BSE（牛海綿状脳症）の数値影響がほぼ無くなったことと、牛肉の相場高により、昨年8月以来の既存店昨比割れとなった

惣菜

- ・ 惣菜は、花見需要が去年は3月と早く、今年は概ね例年並の4月ということで、売上の上積みが期待されたが、天候の影響を大きく受けたため、全般的に低調に終わる
- ・ 寿司において、水産と店舗内競合が起き、数値を落としているという報告もある

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、気温の関係でざるそば、冷麺の動きが遅れる。しかし、後半気温上昇とともに好調に推移している
- ・ 健康ブームに拍車がかかっている。ヨーグルト、乳酸菌飲料、天然水など健康に良いといわれるものは軒並み売上を伸ばしている
- ・ 冷凍食品は目立ったヒット商品もなく、全般的に低調
- ・ 加工食品は、発泡酒の売上増に牽引されるかたちで売上は昨年度を上回った
- ・ そうめんは、後半動き始めたが今ひとつの売上であった
- ・ アミノサプリ、アミノ式などアミノ系機能飲料が非常に好調。茶系飲料も堅調な売れ行き

その他

- ～お花見・行楽商戦について
- ・ 当然ながら満開の週の天候が大きく売上を左右している。今年は全国的に雨が多かったため、期待するほどの売上は取れなかった
 - ・ 刺身・寿司などの「ご馳走メニュー」から、おにぎり、からあげなどの「お弁当メニュー」に売上がシフトしているとの報告もある
 - ・ 刺身は980円以下、お弁当は500円以下と単価の下落が依然進んでいる。しかし、付加価値のついている商品については単価を落としていない
 - ・ 大人数でのお花見は少なくなっているのか、お酒の売上がそれほど伸びていない。日本酒もワンカップなど量の少ないものが主流となっている

～ゴールデンウィークについて（速報）

- ・ 今年は大連休にならなかったため、例年ほどの目立った動きは見られない
- ・ 休日が減る影響で売上減が懸念されたが、旅行が減ったせいか、売上は微減程度で収まったところが多い
- ・ 発泡酒増税の影響でゴールデンウィーク前半にアルコールの売上が集中。後半は伸びなかったが、トータルでは酒類は前年を上回る
- ・ 休みが短いため、お土産用のギフト関係が低調。昨年を大きく下回ったところが多い
- ・ 近場でのレジャーが多いせいか、夕方の客数が増えている。その結果、ベーシック商品の売れ行きが良かった

～発泡酒の増税に伴う駆け込み需要について

- ・ 26日前後からケース中心にまとめ買いされる方が目立った。しかし、想定されたほどの大きな動きはなかった。5月からも値段を据え置く事を早くから表明していた企業が多くあったことが原因の一つに挙げられる
- ・ しかしながら、発泡酒の構成比を5～10%程度押し上げる効果はあった
- ・ ビールの売上が逆に落ちる事も予想されたが、昨年並みを維持。単純に発泡酒を飲む方がまとめ買いしただけともとれる
- ・ 特に後半3日間は発泡酒の売上が約2倍ほどにあがったところもあるが、想定していたことだったので、欠品などの混乱は特に報告されていない
- ・ 特にケース販売においてはスーパーではなく、ディスカウントストアに流れているようで、近隣にディスカウントストアがあるところでは殆ど動きが無かったとの報告もある
- ・ 増税後の売価が各社様々で、価格に転嫁していない企業もあるなか、その対応に各社非常に苦慮している