

平成15年7月29日



平成15年6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	33,775,928 万円	100.0%	99.8%(100.4%)	32,157,318 万円	96.8%(97.1%)
食 料 品	26,767,829 万円	79.3%(79.9%)	100.0%(101.2%)	25,492,190 万円	96.9%(97.8%)
農 産	4,097,233 万円	12.1%(12.3%)	98.6%(103.3%)	3,911,347 万円	95.6%(99.7%)
水 産	3,109,915 万円	9.2%(9.5%)	96.3%(96.6%)	2,962,650 万円	93.2%(93.2%)
畜 産	2,993,794 万円	8.9%(9.1%)	99.7%(101.1%)	2,845,933 万円	96.3%(97.3%)
惣 菜	2,481,558 万円	7.3%(7.6%)	100.0%(101.5%)	2,348,458 万円	96.1%(97.2%)
日配食品	6,249,307 万円	18.5%(18.1%)	101.4%(101.7%)	5,947,244 万円	98.4%(98.4%)
加工食品	7,836,022 万円	23.2%(23.2%)	101.1%(101.7%)	7,476,558 万円	98.3%(98.6%)
生活関連	2,971,951 万円	8.8%(8.4%)	97.5%(96.4%)	2,828,611 万円	94.8%(93.3%)
衣 料 品	2,204,212 万円	6.5%(6.3%)	96.3%(95.5%)	2,113,691 万円	94.4%(94.1%)
そ の 他	1,831,936 万円	5.4%(5.4%)	106.1%(101.6%)	1,722,826 万円	102.4%(97.9%)

数 値

全店総売上高	33,775,928.0 万円	店 舗 数	3,300 店舗
総売場面積	5,554,215.1 m ²	総従業員数	160,902 人

店舗平均月商	10,235.1 万円	平均客単価	1,864.8 円
月間m ² 売上(前月)	6.1 万円(6.1 万円)	平均店舗面積	1683.1 m ²
月間坪売上(前月)	20.1 万円(20.2 万円)	パート比率(前月)	73.0%(72.6%)

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

- ・ 昨年が好天続きであったこともあり、日照時間が昨年よりも全国的に少なく、夏物商材、行楽商材の動きが鈍かった。ワールドカップの裏年ということもあり、先月に続き売上は低調
- ・ 7月からのタバコの増税に伴う駆け込み需要により、タバコは大幅に売上を伸ばす。特に最終3日間はカートン買いが集中し、昨年を大きく上回った
- ・ 週末に雨が多かったことも影響しているが今までは「客数増・単価減」だったものが「客数減・単価減」になっているという報告もあり、非常に厳しい状況となっている

商品動向

農産

- ・ 台風・低温の影響で梅・らっきょうの出荷が大幅に少なく、価格が高騰。売上も伸びず
- ・ 天気が悪い日が続き、気温が上がらないため、スイカ、メロンの動きが鈍い
- ・ 相場が下がってきたことも影響し、好調を維持してきた野菜も単価が上がらず苦戦を強いられた

水産

- ・ 刺身も500円を切る商品が良く売れるなど、少量化が進んでいる。水産部門で展開している寿司についても単価の下落が激しい
- ・ 全体的に苦しい状況が続くが、貝類・海藻類は健闘している

畜産

- ・ 天気の悪い日が続いたこともあり、焼肉の伸びが今ひとつ。用途の幅の広い切り落とし系が好調に推移
- ・ 輸入牛が、セーフガードを見越して価格が上昇傾向にあるとの報告もある

惣菜

- ・ 冷やし麺と丼のセット物が拡販されてきたが、気温の影響で動きが鈍い
- ・ ミニ丼などSKUの拡大の効果もありお弁当が全般的に好調。しかし、コンビニや専門店との競合激化により、価格は下落している

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、昨年好調だったこともあるが、低温により、特に西日本においてアイスクリーム、めん類など涼味商材が軒並み低調
- ・ 先月に引き続き、豆乳に引っ張られるかたちで乳製品が好調に推移
- ・ 菓子パン、和菓子など好調に推移するも凍菜など冷食の不調が大きく全体に影響した
- ・ 加工食品は、めん類の不調に連動して麺つゆが動かず。他部門同様涼味商材は軒並み低調
- ・ 酒類は、発泡酒の増税の影響が大きく、低下が大きい。ただしチューハイは好調を維持している
- ・ 気温は低いですが飲料は好調に推移。ただし、EDLPの対象となっている企業が多いので単価は下落している

その他

- ～父の日について
- ・ 全体的に少量化による単価減は続いているが、少量パックが多品目でている効果が、少しずつ3、4パック買っていくことが多く、売上は維持している
 - ・ 寿司は前年並みを確保するも刺身は単価の下落が激しく不振。また、去年はBSEの影響がまだ残っており不振だったステーキが、今年は好調に推移
 - ・ ビールは父の日に限っては増税後の不振という流れの中でも健闘。しかし、焼酎への移行は進んでいるとの報告もある
 - ・ 母の日よりも家庭でのおもてなしという需要が多いことから、父の日の方が売上貢献度は高かった

～サマーギフトについて

- ・ 中心価格帯は3,000円前後と例年と大きく変わりはないが、1,000円を切る商品から、10,000円までと、価格帯は広がっている
- ・ 昨年に引き続き、各社とも早期割引などを活用し、顧客の獲得を図っている。展開の開始も例年より早めているところも見られる
- ・ 「産直」「無添加」など、安全・安心・健康をテーマにした商品を各社拡大している

～7月現在の販売動向

- ・ 飲料の動きは比較的堅調だが、そうめんなどの涼味商材の動きは鈍い
- ・ 景気の影響からか、法人需要の落ち込みが見られる
- ・ お客様1人あたりの発送件数が減少しているという声も聞かれる
- ・ 全般的に動きが鈍いなか、産地直送のギフトに関しては好調な出だしとなっている

～タバコの駆け込み需要の影響とその後について

- ・ 月間通してカートンの動きが非常に良く、昨年を大きく上回る売上となる
- ・ 特に終盤3日間では売上が昨年比約5倍にも達するところがあるなど、爆発的に売れた
- ・ 発泡酒のときと違い、価格転嫁に各社差が無いためか、発泡酒のときよりも各社一様に好調な売上の推移となる
- ・ 7月に入り、反動で急激に売上が減少。自動販売機よりもカートン販売の売上の減少が顕著
- ・ 増税を機に禁煙する人も多く、今後の売上も多くは見込めないのでは、という声も聞かれる

～中国産うなぎの抗生物質検出問題について

- ・ 中国産うなぎの販売は継続している企業が大勢だが、売れ行きは非常に悪い。直後には約半分の売上まで落ち込んだところが多い
- ・ 安全性の確認がとれているという旨のPOPの掲示などしているが、土用の丑の日に関しては各社国産をさらに拡大した展開に変更している