

平成16年4月28日



平成16年3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	33,720,117 万円	100.0%	101.7%(105.1%)	31,799,255 万円	97.5%(100.7%)
食 料 品	26,982,191 万円	80.0%(81.2%)	102.4%(105.7%)	25,600,859 万円	98.3%(101.3%)
農 産	3,993,147 万円	11.8%(11.9%)	100.9%(103.8%)	3,771,503 万円	96.7%(99.4%)
水 産	3,378,679 万円	10.0%(10.0%)	100.6%(102.9%)	3,189,134 万円	96.3%(98.5%)
畜 産	2,921,925 万円	8.7%(8.9%)	98.6%(100.7%)	2,749,645 万円	94.1%(96.2%)
惣 菜	2,544,967 万円	7.5%(7.4%)	105.1%(108.3%)	2,379,451 万円	99.7%(103.0%)
日配食品	6,263,575 万円	18.6%(19.0%)	102.5%(106.2%)	5,913,904 万円	98.5%(101.8%)
加工食品	7,879,898 万円	23.4%(24.0%)	104.5%(108.6%)	7,597,222 万円	100.9%(104.6%)
生活関連	2,845,374 万円	8.4%(8.2%)	97.5%(102.0%)	2,643,799 万円	93.7%(98.4%)
衣 料 品	1,901,672 万円	5.6%(5.0%)	99.1%(101.0%)	1,777,500 万円	95.5%(98.5%)
そ の 他	1,990,880 万円	5.9%(5.6%)	101.9%(105.2%)	1,777,097 万円	94.5%(97.9%)

数 値

全店総売上高	33,720,117 万円	店 舗 数	3,288 店舗
総売場面積	5,694,767 m ²	総従業員数	161,435 人

店舗平均月商	10,255.5 万円	平均客単価	1,908.0 円
月間m ² 売上(前月)	5.9 万円(5.7 万円)	平均店舗面積	1732.0 m ²
月間坪売上(前月)	19.6 万円(18.8 万円)	パート比率(前月)	73.8%(74.0%)

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

- ・ 昨年より日曜日が1日減。また春分の日が土曜日となり、ホワイトデーが日曜日であったなど曜日回りにも恵まれず売上は全般的に低調
- ・ 総額表示に伴う価格変更を前倒しでおこなった所も多く、他店に比べ割高に見えることから売上に影響があったのでは、という声も聞かれた。また切り替えにかかる労力、売上ロスはかなりあったと思われる
- ・ 月間通して、気温の変化が非常に大きかった。中旬から急激に気温が上昇し、一気に春夏物に売れ行きがシフトした

商品動向

農産

- ・ 先月に比べると昨比は悪いが、相場も上昇し売上は回復基調にある
- ・ 前半は低温の影響により、鍋物商材が好調に推移。後半は高温によりサラダ商材が好調に売れた

水産

- ・ B S E の代替需要としての伸びも無く、依然として厳しい状況が続く
- ・ 前半の低温の影響から、鍋物商材が好調。また、貝類では値ごろ感もありアサリが好調に推移

畜産

- ・ B S E、鳥インフルエンザにより、売上の落ち込みが続く。特に近畿地方に関しては鶏肉の売上が6割程度に落ち込んだとの報告もあった
- ・ 気温の上昇に伴い、焼肉商材についてのB S Eの影響が出始めてきた。豚肉での訴求を各社しているが牛肉のカバーはできていない

惣菜

- ・ から揚げの売上は低調だが、その分が天ぷら、フライに流れ、全体としては好調な売上となった
- ・ 気温の上昇とともに、行楽商材の売上が伸びてきた

日配・加工食品

- ・ 日配食品は、卵の売上が徐々に回復している。昨年比では9割程度だが、先月に比べると影響は薄れつつある
- ・ 前半の鍋物需要などの効果もあり、豆腐が好調
- ・ 前半・後半で売れるものがガラリと変わったため、対応如何によって売上の状況が大きく違っている
- ・ 加工食品は、ホワイトデーが日曜日だったことから関連商品の売れ行きが不調
- ・ 大豆の高騰に伴い、食用油、醤油の価格訴求力が弱まり、売上も低調。逆に健康ブームから酢の売上が好調

その他

- ～ひな祭りの売上動向について
- ・ 曜日の関係から売上の山が前倒しになった。そのため早期展開したところは売上を伸ばしている
 - ・ ひなあられは全般的に好調で昨年以上の売上となった。しかし、少量化に伴う単価の下落は顕著にでている
 - ・ はまぐりに関しては、よりおいしいものへのニーズが高まり、単価が上がったという報告もある
 - ・ 気温が低い日が続いたこともあり、刺身の売上は低調。しかし手巻き寿司やちらし寿司は好調に推移
 - ・ 全般的に少量化により単価ダウンの傾向は変わらないが、「おいしい商品」の需要も高まっている。この訴求により単価を伸ばしたところも多くある

～お彼岸の売上動向について

- ・ おはぎなどの和菓子は、ばら売り販売などの効果もあり昨年を上回る売上となったところが多い
- ・ 春分の日が土曜で実質休日が1日減、天候に恵まれなかった地方も多く、全体的な売上は昨年に届かなかった
- ・ 墓参りの風習は継続してあるが、彼岸商材自体は年々縮小している、という声が多く聞かれる

～消費税の総額表示について

- ・ 特にプライスカードの張替えについては、一気にいったため、数字には出ないが膨大な手間と人件費がかかった
- ・ システムの変更中にトラブルが発生しその対応に非常に苦労した企業が多くみられた
- ・ 導入後は、心配されたお問合せや、苦情はそれほど無かったが、総額のみ表示する企業においては本体価格についてのお問合せが若干見られた
- ・ 特に早期に切り替えた企業においては見慣れない価格になるため便乗値上げと見られることもあった
- ・ 価格設定について、末尾を何円にするか、値ごろ感をどう出すかなど、現在も各社動向を探っている状態が続いている
- ・ 特に弁当について480円が504円になると「ワンコイン弁当」と言えなくなるなど、価格に対しての苦慮が一番多く寄せられた
- ・ 「なぜ総額表示を認めたのか」という本来国に言うべき苦情も見られ、小売も被害者であるという理解はあまり得られていない