



## 平成17年9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	33,829,652 万円	100.0%	100.8%(100.4%)	32,184,367 万円	98.0%( 97.5%)
食 料 品	27,592,733 万円	81.6%(80.3%)	101.2%(100.2%)	26,233,834 万円	98.1%( 97.4%)
農 産	4,047,564 万円	12.0%(11.3%)	98.3%( 97.4%)	3,838,822 万円	95.0%( 94.4%)
水 産	3,041,051 万円	9.0%( 8.8%)	99.4%( 99.1%)	2,891,877 万円	96.4%( 96.2%)
畜 産	3,074,114 万円	9.1%( 8.5%)	101.5%( 99.8%)	2,906,472 万円	98.2%( 96.6%)
惣 菜	2,737,334 万円	8.1%( 8.4%)	104.6%(103.8%)	2,590,435 万円	101.0%(100.4%)
日配食品	6,518,865 万円	19.3%(18.4%)	101.2%(100.5%)	6,209,748 万円	98.3%( 97.8%)
加工食品	8,173,805 万円	24.2%(24.9%)	102.0%(100.5%)	7,796,480 万円	99.2%( 98.1%)
生活関連	2,761,632 万円	8.2%( 8.4%)	100.1%(101.6%)	2,603,143 万円	98.0%( 98.1%)
衣 料 品	1,534,831 万円	4.5%( 5.0%)	96.6%(100.0%)	1,486,301 万円	97.2%( 99.5%)
そ の 他	1,940,456 万円	5.7%( 6.3%)	99.4%(101.9%)	1,861,089 万円	97.5%( 97.5%)

## 数 値

全店総売上高	33,829,652 万円	店 舗 数	3,441 店舗
総売場面積	5,902,076.2 m <sup>2</sup>	総従業員数	169,286 人

店舗平均月商	9,831.3 万円	平均客単価	1,767.7 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	5.7 万円( 6.2 万円)	平均店舗面積	1,715.2 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	18.9 万円(20.4 万円)	パート比率(前月)	75.4%( 75.7%)

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

- ・ 全国的に気温が高く残暑が続いたため、秋物商材の出足は鈍く、全体の売上も低調であった
- ・ 青果物の相場安は依然として続いており、全体の売上に大きく影響を及ぼしている
- ・ スーパーだけでなく、ドラッグストア、ショッピングセンターなどの出店が相次ぎ、以前にも増して価格競争が厳しくなっている、との声が多く聞かれる

## 商品動向

### 農産

- ・ 農産は野菜、果物ともに相場が安く、売上は非常に厳しい状況が続いている
- ・ 梨・ぶどうの売上は比較的好調に推移したが、りんご・柿・みかんなどの売上は低調であった

### 水産

- ・ サンマは相場が安く、数量は昨年を上回ったものの、売上は昨年に届かなかったところが多い
- ・ かつおは、相場は若干安かったが、点数が昨年を大きく上回り、売上は概ね好調に推移した

### 畜産

- ・ 牛・豚・鳥ともに相場が高く、売りづらい状況が続いている。売上も昨年を下回っているが、利益面でも厳しい状況となっている

## 惣菜

- ・ 引き続き米飯中心に好調に推移している
- ・ 気温の影響から、サラダ関連の売上が好調に推移している

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、気温の影響から、おでん種などの秋物商材が低調であった。逆に冷やし中華などの涼味商材は2桁の伸びを示した
- ・ 野菜の相場安の影響から、漬物が軒並み低調となった。牛乳も昨年を割り、全体の売上也昨年に届かなかった
- ・ 加工食品は、米の相場が安く、単価が下落し、売上也昨年の9割程度にとどまった
- ・ 気温が高かったことから、飲料、乾麺などの売上が好調であった

## その他

- ～お彼岸商戦について
- ・ 寿司・天ぷらの盛りあわせは、堅調に売れており、ビールの売上也昨年を上回る売上となったところが多い
- ・ おはぎは昨年に続き好調に推移しているが、落雁は年々売上が落ちている
- ・ 花きは、天候によって大きく違いが出ている。天候が良かったところは大きく売上を伸ばしている
- ・ ギフトは気温の影響もあり、飲料・ビールのギフトが好調であった。また、産直などのこだわり商品の売上也年々伸びている
- ・ 単価の下落傾向と、付加価値商品の売上の増加という二極化傾向が、年々大きくなっている

～秋物商材の動向について

- ・ 気温が高かったことが影響し、全体的に出足は鈍かった。特に練製品などの鍋物商材は低調であった
- ・ ぶどうは巨峰中心に非常に好調であった。梨も糖度が高く、好調であったが、単価が安かったため、大幅増とはならなかった
- ・ サンマは相場安が響き、数量は昨年を上回るも、売上は昨年に届かなかった
- ・ マツタケは年々価格が下落しており、売上も伸び悩んでいる

～アルコールの動向について

- ・ ビールの売上は昨比90～110%との声が多く、概ね昨年並みの売れ行きとなっている。第3のビールは、ビールには特に影響は与えていない
- ・ 発泡酒は、昨比60～80%との声が多く、やはり第3のビールの影響を大きく受け、売上を落としている
- ・ 第3のビールは、昨比300～400%と大きく売上を伸ばしている。各社新製品が続々と出ており、今後も大きなマーケットになっていくものと思われる
- ・ 第3のビールでは特に麒麟の「のどごし生」が圧倒的な売れ行きとなっている
- ・ 焼酎の売上は、昨比100～120%と、一時の勢いはなくなったが堅調に伸びている
- ・ ワインは、昨比100～130%と好調に推移している。各社品揃えを強化しており、今後もこの流れは続くものと思われる
- ・ 日本酒は、昨比95～110%と、一時落ち込んでいた売上が若干ではあるが盛り返している
- ・ 第3のビール・チューハイの台頭により、低価格化が進んでいるが、ビール・ワインなどの売上も伸びていることから、アルコールについても二極化傾向が顕著になってきている