



## 平成17年11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   | 34,805,686 万円 | 100.0%       | 101.5%( 99.7%) | 32,539,114 万円 | 98.4%( 96.6%)  |
| 食 料 品 | 27,040,738 万円 | 77.7%(80.1%) | 100.5%( 99.8%) | 25,573,937 万円 | 97.3%( 96.6%)  |
| 農 産   | 3,613,862 万円  | 10.4%(11.6%) | 93.6%( 94.8%)  | 3,423,240 万円  | 90.4%( 91.6%)  |
| 水 産   | 3,124,985 万円  | 9.0%( 8.9%)  | 101.8%( 99.6%) | 2,966,983 万円  | 98.4%( 96.3%)  |
| 畜 産   | 3,213,269 万円  | 9.2%( 9.1%)  | 105.1%(101.1%) | 3,037,428 万円  | 101.1%( 97.5%) |
| 惣 菜   | 2,650,728 万円  | 7.6%( 8.0%)  | 104.0%(103.8%) | 2,496,110 万円  | 100.1%( 99.9%) |
| 日配食品  | 6,288,838 万円  | 18.1%(18.7%) | 99.0%( 99.0%)  | 5,935,140 万円  | 96.1%( 96.0%)  |
| 加工食品  | 8,149,056 万円  | 23.4%(23.8%) | 101.6%(101.2%) | 7,715,036 万円  | 98.7%( 98.3%)  |
| 生活関連  | 3,257,222 万円  | 9.4%( 8.4%)  | 102.9%( 99.1%) | 2,855,260 万円  | 99.8%( 96.5%)  |
| 衣 料 品 | 2,463,607 万円  | 7.1%( 5.6%)  | 108.5%( 96.9%) | 2,138,111 万円  | 108.3%( 95.9%) |
| そ の 他 | 2,044,119 万円  | 5.9%( 5.9%)  | 103.8%(101.3%) | 1,971,806 万円  | 100.9%( 98.4%) |

## 数 値

|        |                            |       |           |
|--------|----------------------------|-------|-----------|
| 全店総売上高 | 34,805,686 万円              | 店 舗 数 | 3,448 店舗  |
| 総売場面積  | 5,962,979.6 m <sup>2</sup> | 総従業員数 | 165,639 人 |

|                         |                  |           |                        |
|-------------------------|------------------|-----------|------------------------|
| 店舗平均月商                  | 10,094.5 万円      | 平均客単価     | 1,833.8 円              |
| 月間m <sup>2</sup> 売上(前月) | 5.8 万円( 5.8 万円)  | 平均店舗面積    | 1,729.4 m <sup>2</sup> |
| 月間坪売上(前月)               | 19.3 万円(19.3 万円) | パート比率(前月) | 75.0%( 75.2%)          |

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

- ・ 上旬から中旬にかけて気温が高い日が続いたが、後半から急激に気温が下がった。そのため鍋物商材などの冬物商材へ一気に売上がシフトした
- ・ 全般的に雨が少なく、天候には恵まれたが、野菜の相場安の影響を大きく受け、売上は昨年に届かなかった
- ・ 競合店、特に大型店の出店に伴う価格競争は激化しており、従来の価格が崩れてきている、との声が聞かれる

## 商品動向

### 農産

- ・ 野菜は先月に続き相場安により非常に苦戦した。昨年の相場が高かった（既存店昨比107.1%）であったことも昨比を下げる要因となった
- ・ 果物も、主力のみかんが相場安により低調な売上となったことが大きく、全般的に低調な売上となった

### 水産

- ・ 気温の低下とともに、たら・カキなどの鍋物商材が動きはじめた
- ・ マグロなど刺身も好調に推移しており、徐々にではあるが、売上は回復基調にある

### 畜産

- ・ 気温の低下により、薄切りなどの鍋物商材が好調であった。特に豚肉が好調に推移した
- ・ 牛肉の相場は依然として高値だが、豚肉の相場が落ち着き、値ごろ感を出せていることも好調の要因となっている

## 惣菜

- ・ 丼物など米飯は引き続き好調となっているが、気温の低下の影響が、寿司の売上が伸び悩んでいる

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品は、野菜の相場安とキムチの寄生虫問題の影響により、漬物は売上を大きく落としている
- ・ 冷凍食品・牛乳・納豆などが価格競争により軒並み単価が下落しており、部門全体も厳しい状況となっている
- ・ 練製品などの鍋物商材は好調に売れている
- ・ 加工食品は、つゆ・たれなどの鍋物商材が好調であった
- ・ 乾麺は各社価格訴求を進めており、単価が下落し伸び悩んでいる

## その他

～ 歳末商戦に向けての取り組みについて

ギフトへの取り組み

- ・ 目標昨比は100%～110%、平均で約103%、中心価格帯は2,000円～3,000円、平均では約2,800円となっている
- ・ 去年は「安全・安心」が非常に大きなテーマとしてあがっていたが、今年はそれもさることながら、「こだわり」が大きなテーマになっている
- ・ それに従い、商品も「おいしい・もらってうれしい」など品質にこだわった商品の展開を強化している
- ・ 今年一年通してのトレンドであった、「健康」に特化した商品も各社強化している
- ・ 各社産直、特に地元商品を「こだわりの商品」として前面に押し出している

予約マーケットへの取り組み

- ・ クリスマスケーキは、早期割引がもはや当たり前になっている。各社ホテルケーキや有名シェフのケーキなどで差別化を図っている
- ・ おせちは5,000円の小型のものから、30,000円以上の有名ホテルの本格おせちまで非常に幅広く展開している。こちらもこだわりの商品の拡充に各社取り組んでいる

~営業時間の延長について

- 延長した企業が約4割、していない企業が約4割、逆に短縮した企業が約2割と、一時の延長の流れからは一服している
- 延長した企業も21時 22時などの一時間程度の延長がほとんどあり、24時間にしたという声は聞かれない
- 逆に短縮した企業からは、売上と経費があっていないことが要因としてあげられ、立地条件を考えた延長と短縮の難しさがうかがえる

~年末年始の営業について

- 年末の営業時間はほとんどの企業が開店を9時にしており、例年と変わらないが、閉店時間は20時~21時が多く、通常通りとしている企業も増え、全体的に延長傾向にある
- 年始は、元旦は休業し、2日は閉店を1時間ほど早くするぐらいで、3日から平常に戻る企業がほとんどである。3が日を休業する企業はかなり少なくなっている