



## 平成19年10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	37,488,281 万円	100.0%	104.3%(104.2%)	35,606,594 万円	101.2%(101.7%)
食 料 品	30,536,076 万円	81.5%(82.6%)	104.9%(104.8%)	29,215,972 万円	101.8%(102.5%)
農 産	4,561,116 万円	12.2%(12.5%)	104.9%(104.5%)	4,349,969 万円	102.6%(101.8%)
水 産	3,224,964 万円	8.6%( 8.8%)	100.9%(101.7%)	3,097,362 万円	98.7%( 99.4%)
畜 産	3,508,965 万円	9.4%( 9.2%)	105.3%(104.7%)	3,345,284 万円	102.8%(102.0%)
惣 菜	2,948,475 万円	7.9%( 8.4%)	105.3%(106.9%)	2,811,312 万円	103.0%(103.9%)
日配食品	7,024,109 万円	18.7%(19.1%)	103.6%(104.6%)	6,727,231 万円	101.3%(102.0%)
加工食品	9,268,447 万円	24.8%(24.9%)	107.0%(106.3%)	8,884,813 万円	102.2%(104.0%)
生活関連	3,006,155 万円	8.0%( 7.9%)	101.8%(102.2%)	2,875,443 万円	100.3%(100.0%)
衣 料 品	1,778,350 万円	4.7%( 3.8%)	99.6%( 93.9%)	1,667,170 万円	98.3%( 92.7%)
そ の 他	2,167,699 万円	5.8%( 5.6%)	103.2%(105.0%)	1,848,009 万円	96.5%( 98.7%)

## 数 値

全店総売上高	37,488,281 万円	店 舗 数	3,474 店舗
総売場面積	5,945,271.6 m <sup>2</sup>	総従業員数	178,117 人

店舗平均月商	10,791.1 万円	平均客単価	1874.4 円
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	6.3 万円(6.2 万円)	平均店舗面積	1,711.4 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	20.8 万円(20.4 万円)	パート比率(前月)	75.9%(75.9%)

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

- ・ 前月同様に気温の高い日が続き、秋物商材やホット商材の動きが鈍かった。また高温の影響で柑橘類、カットフルーツなど例年なら落ち始めるカテゴリーの動きが良かった
- ・ 原油価格高騰による原料値上げで、各メーカーの値上げ申請が続き、その対応に苦慮した。また相次ぐ食品表示偽装の報道などにより、食品への不信感が高まり流通業界にとって逆風となった

## 商品動向

### 農産

- ・ 気温が高かったことから、レタスやブロッコリーなどのサラダ商材が好調に推移した
- ・ 煮物野菜、鍋物商材が需要も高く好調に推移した
- ・ 相場高によりキュウリ、トマトが不振となった
- ・ 果物については、旬のりんご、みかん、柿、ぶどうが好調に推移した

### 水産

- ・ 気温が高く相場高のため、生かき、秋鮭、さば、まぐろ、かつお、ぶりの動きが鈍く売上不振となった。しかしながら、価格が安定していた、生いかは入荷量も多く好調な売上となった
- ・ 鍋商材の販売については、気温の低下と共に好調に推移した。

### 畜産

- ・ 気温が高めに推移したため、影響で鍋物を含むホットメニュー関連のアイテムの動きが鈍かった
- ・ 和牛の焼肉、ステーキを中心に好調に推移
- ・ 豚、鶏肉については飼料高騰や発育不良で高値が続き、販促も打ちづらい状況が続いた

## 惣菜

- ・ 先月に続き、季節商材を使用したご飯類やカキフライなどのフライ物が好調に推移した
- ・ また、気温が高めに推移したことから、生野菜のカップサラダが大幅に伸長した

## 日配・加工食品

- ・ 日配食品では、気温が高かったことから、おでん・鍋物商材が全般的に不振となった。逆に、飲料やアイス、デザートが好調に推移した。飲料では、野菜飲料と乳酸菌飲料が特に好調に推移している
- ・ 冷凍食品では、秋のレアイウト変更後、新商品が好調に推移し、販売好調。特にパスタが好調であった
- ・ 加工食品でも、冬物商材が不振。しかしながら、シチューやスープ類などの洋風メニューについては好調に推移した
- ・ 砂糖、酢、醤油などの基礎調味料が不振な反面、洋風調味料は好調に推移した

## その他

～行楽マーケットの動向について～

- ・ 秋の運動会需要として、ハム、ソーセージ、から揚げ粉、ふりかけ、うずら玉子水煮、サンドイッチ用食パンなどが好調に推移した
- ・ 酒類では、日本酒は不振となったが、ビールが好調に推移した。その中でも特にプレミアム商品や糖質オフなどの健康に配慮した商品が好調であった
- ・ 冷凍食品のお弁当商材では、秋の新商品の価格が高めであったことから、既存商品中心の動きであった
- ・ ふりかけ類については、新米と関連販売を行うことにより効果大。特に行楽ニーズが強く、おむすび系の伸びが強い
- ・ 近年では、運動会や行楽に弁当を“作って持っていく”のではなく、惣菜のおかずやお弁当などを“買って持っていく”傾向が高まっている

～ボジョレー・ヌーヴォーの予約状況について～

- ・ 予約状況としては、昨比70%台～140%台と企業により分かれる。予約告知については、チラシ広告、店頭、売場、ホームページなどで実施した
- ・ 価格帯は1,800円～5,000円で中心価格帯は2,000円～2,500円。取り扱いアイテム数としては、3～15アイテム。予約特典としては、ワイングラスのプレゼントや通常売価の100円引きが最も多い
- ・ ユーロ高の影響により10%程度の値上げとなったが、高価格帯のワインを厳選するなどの取り組みで、好調な売上となった

～食料品の値上げ対応について～

- ・ 値上げ要請があるカテゴリーは、ハム・ソーセージ、冷凍食品、果汁飲料、酒類、マヨネーズ、パスタ、インスタントコーヒー、チーズ、カレー、練り製品、パン、カップ麺、ツナ缶、乾物類など
- ・ 量目などの規格変更については、各社とも受け入れざるをえない状況。しかしながら、カテゴリー別に見ると、値上げ実施の有無については、他社状況を見てから対応するという企業がほとんどである
- ・ 惣菜では、原料の値上げはあるものの、販売価格に反映できず、部門の利益を大幅に落としているという声もある
- ・ マスコミなどの報道により、以前に比べお客様の理解が得られるようになったという声もある
- ・ 値上げを実施する際には、諸原材料価格の上昇が構造的でかつ継続的なものであり、改訂はやむを得ないものと判断したものであり、かつ、競合他社も値上げを容認していると確認できた場合という理由が最も多い意見である
- ・ 競争相手である大手量販店が価格凍結宣言などにより年内の値上げを見合わせている商品については値上げができない状況であり、対応に苦慮している

以上