

平成24年3月 マンスリー レポート

集計企業数 **60** 社

① 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	47,749,146 万円	100.0%	100.6% (103.2%)	46,084,600 万円	97.7% (100.3%)
食 料 品	39,687,406 万円	83.1% (84.1%)	100.7% (103.5%)	37,338,264 万円	97.7% (100.4%)
農 産	6,166,196 万円	12.9% (12.7%)	107.3% (105.4%)	5,813,091 万円	104.0% (102.5%)
水 産	4,006,926 万円	8.4% (8.3%)	103.1% (101.0%)	3,761,498 万円	99.8% (98.1%)
畜 産	4,418,413 万円	9.3% (9.6%)	98.2% (102.7%)	4,158,681 万円	95.0% (99.7%)
惣 菜	4,179,680 万円	8.7% (8.8%)	107.4% (104.6%)	3,892,721 万円	103.4% (101.2%)
日配食品	8,681,247 万円	18.2% (18.7%)	101.7% (104.3%)	8,130,569 万円	99.0% (101.1%)
加工食品	12,234,944 万円	25.6% (26.0%)	95.3% (102.7%)	11,581,704 万円	92.6% (99.7%)
生活関連	3,304,439 万円	6.9% (6.9%)	91.0% (100.8%)	3,155,780 万円	89.2% (98.7%)
衣 料 品	1,606,416 万円	3.4% (3.1%)	104.6% (100.7%)	1,540,164 万円	102.4% (100.0%)
そ の 他	3,150,885 万円	6.6% (5.9%)	108.6% (103.5%)	4,050,392 万円	103.8% (100.5%)

② 数 値

全店総売上高	47,749,146 万円	店 舗 数	4,178 店舗
総売場面積	7,964,503.3 m ²	総従業員数	223,337 人

店舗平均月商	11,428.7 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,825 円 (94.3%)
月間m ² 売上(前月)	6.0 万円 (5.6 万円)	平均店舗面積	1,906.3 m ²
月間坪売上(前月)	19.8 万円 (18.6 万円)	パート比率(前月)	76.5% (76.9%)

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 》

- ・ 昨年の未曾有の東日本大震災から1年が経過して、関東エリアを中心に特需が発生した。その前年からの売上実績となる為、各社ともに大変厳しい数字であった
- ・ 例年になく平均気温が低く、野菜や果物の相場に影響した。週末になると雨が続いたことも売上に影響した
- ・ 例年であれば、花見等の行楽シーズンとなるが、気温が低く開花が遅れ、花見が4月にずれたことで、行楽需要も先延ばしになった

《 商品動向 》

○ 農産

- ・ 寒さの影響で農作物の生育遅れになったため、特にサラダ材料（きゅうり、レタス、キャベツ、トマト）を中心に相場が高騰した
- ・ 果物では、イチゴが品薄の為高値推移となり販売に苦戦した。晩柑類（伊予柑、デコポン等）は好調だった
- ・ 前年の備蓄需要の反動があったジャガイモ、たまねぎ、人参は大幅に前年を割った

○ 水産

- ・ 月間を通して低温の影響を受け、アジは水揚げ遅れ、小サイズ中心で売上はダウン。反面、生スルメイカ、生サバは放射性物質の海水汚染に対する風評被害の影響からは回復した
- ・ 主力の大衆魚が不漁のため、比較的安定した貝類（あさり、生カキ等）全体が大幅な売上増となった
- ・ わかめの入荷が安定しない中で実績は好調に推移した。もずく、めかぶも前年比を大きく上回った

○ 畜産

- ・ 昨年、震災以降値ごろ感もあり冷凍保存できる鶏肉、豚肉、加工肉の売上が大きく上回ったが、今年は、週末の天候不順が大きく影響し、畜産全体で前年割れであった
- ・ 例年、3月は行楽シーズンとなるが、気温が低かった影響で行楽・花見商材（加工肉、焼肉、やきとり等）の売上が低迷した
- ・ 昨年の震災以来、放射性物質問題で牛肉の需要は落ち込んでいたが、徐々にではあるが、国産牛肉も回復傾向となった

○ 惣菜

- ・春商材が好調で菜の花からし和え、菜の花胡麻和え、タケノコを盛り込んだ海鮮チラシ、タケノコご飯などが好調だった
- ・昨年の震災の影響もなく、米飯、フライ、チキンなどは順調に売上を伸ばした

○ 日配・加工食品

- ・昨年震災の特需で好調だった佃煮、麺、練物、冷凍食品は不調で、納豆、牛乳、ヨーグルト、パンが好調に推移した
- ・野菜の高騰により浅漬けの売上が大幅に伸び、ブームとなった塩麴も下火となったが、依然として需要があった
- ・昨年の震災による特需の反動で、米、飲料、カップ麺、カレー、シチュー、缶詰、パスタなど軒並み前年割れとなった

○ 「ひなまつり」について

- ・今年は土曜日と暦が良かったこともあり、寿司材料、刺身は好調に推移した
- ・国産はまぐりは、相場安で販売しやすい価格帯で大幅に売上を伸ばしたが、中国産の動きが鈍く、全体としては前年割となった
- ・お子様の喜びそうな手まり寿司など変化のある商品や手巻き、にぎり寿司が好調だったが、チラシ寿司は苦戦した

○ 「ホワイトデー」について

- ・ホワイトデー、バレンタインデーもここ数年の傾向として「自身へのご褒美」として購入するケースが多くなっているように思われる
- ・関連商品として、最近人気のあるチョコブラウニーを展開し売上が上回った

○ 「お彼岸」について

- ・手造りおはぎが好調だった。昨年は震災の影響でほとんどお彼岸の売り込みは出来なかったため、お彼岸商品は好調だった
- ・花きにおいては、仏花は国産・輸入品ともに好調に推移した。地域により、雨や雪の影響でお墓参りに行けないことから仏花の動きが鈍かった

以上