

平成26年6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	53,683,885 万円	100.0%	103.2% (103.7%)	51,641,848 万円	100.7% (101.0%)
食 料 品	45,199,038 万円	84.2% (84.5%)	104.7% (105.1%)	43,453,601 万円	101.8% (102.0%)
農 産	6,732,276 万円	12.5% (12.7%)	107.2% (107.3%)	6,476,757 万円	104.3% (104.7%)
水 産	4,326,910 万円	8.1% (8.3%)	105.5% (105.6%)	4,156,192 万円	102.4% (102.7%)
畜 産	5,446,319 万円	10.2% (10.3%)	112.1% (111.9%)	5,221,910 万円	108.8% (108.7%)
惣 菜	4,900,235 万円	9.1% (9.4%)	106.9% (107.2%)	4,689,738 万円	103.4% (104.1%)
日配食品	10,273,899 万円	19.1% (19.2%)	104.3% (104.8%)	9,880,657 万円	101.6% (102.3%)
加工食品	13,519,399 万円	25.2% (24.6%)	100.0% (100.7%)	13,028,347 万円	97.5% (97.2%)
生活関連	3,523,654 万円	6.6% (6.2%)	96.0% (94.7%)	3,413,860 万円	95.2% (93.7%)
衣 料 品	1,941,742 万円	3.6% (3.4%)	92.8% (94.9%)	1,884,777 万円	92.9% (94.8%)
そ の 他	3,019,451 万円	5.6% (5.9%)	98.2% (99.6%)	2,889,610 万円	97.5% (98.9%)

② 数 値

全店総売上高	53,683,885 万円	店 舗 数	4,727 店舗
総売場面積	9,222,354.0 m ²	総従業員数	248,284 人

店舗平均月商	11,356.9 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,809.4 円 (101.2%)
月間m ² 売上(前月)	5.8 万円 (5.7 万円)	平均店舗面積	1,951.0 m ²
月間坪売上(前月)	19.2 万円 (18.8 万円)	パート比率(前月)	77.2% (77.4%)

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 》

- ・天候は地域によりバラツキがあったものの、下旬からは総じて気温が上がってきたため、涼味系商材や季節果物の動きが順調となった。
- ・6月は土曜日が1日少なかったものの消費税増税の影響も見られなくなったうえ、生鮮食品を中心とした相場高もあり、比較的良好に推移した。
- ・梅雨入りにより除湿剤や部屋干し商材の展開を強化、また熱中症対策にも力を入れた。

《 商品動向 》

○ 農 産

- ・相場高による単価上昇から全体的に好調となった。
特に旬を迎えた野菜（ブロッコリー、ミニトマトなど）や玉ねぎなどが大きく伸長。
- ・果物も季節物（さくらんぼ、すいか、梅など）を中心に好調。

○ 水 産

- ・相場の上昇に加えて下旬からの気温上昇などから好調に推移（マグロ、うなぎなど）。
- ・三陸の港が復興したことによるホヤの入荷量増加、地物商品の販促強化なども売上に寄与。

○ 畜 産

- ・引き続き全体を牽引するような好調さを維持。
- ・豚肉を中心とした相場高が続いていることから売上拡大に寄与、一方で比較的低価格帯の豚小間切れや簡便商品の味付け肉も伸長。

○ 惣 菜

- ・下旬からの気温上昇もあり麺類（ざるそば、冷やしうどん）の動きが良好。
- ・寿司では巻き寿司、ちらし寿司が好調。
- ・原料高もあり一部値上げするも利益面では厳しい状況が続いている。

○ 日配・加工食品

- ・消費税増税の反動減も終わりが見え冷凍食品が反転好調。パン、バターなどの上級品質商品の動きも好調。チーズも値上げを控え伸長。
- ・健康志向もありドリンクタイプの機能系商品が良好。一方、今年のテレビ報道の反動もあり納豆はまだ回復が見られない。
- ・米は不調が継続しているが徐々に回復に向かっている。簡便商材は比較的好調。

○ 「父の日の取り組み」について

- ・ステーキ、焼き肉、握り寿司、やき鳥などで付加価値商品を訴求し売上拡大。
- ・お酒でもプレミアムビール、プレミアム焼酎、吟醸酒などもプチ贅沢な商品戦略が寄与。
- ・売価設定でも、いいパパ（1,188円）、いいなパパ（1,788円）など工夫も見られた。

○ 「サマーギフトマーケット」について

- ・カタログギフト強化、早期申込割引、全国一律宅配料金、ポイントカード会員向けの特別ポイント付与などの実施で滑り出しは好調。
- ・出店エリアの県別特産物やアップグレード商品も好評。

○ 「消費税増税後の動向の変化」について

- ・消費税増税後の反動については、完全回復ないし極一部の商品を除いては既に見られない状況にまで回復。
- ・価格表示についても、本体価格表示についての問い合わせが大幅減少。本体価格表示への移行あるいは税込価格の付記（併記）を取りやめる企業も散見される。

以上