



平成27年7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	57,491,103 万円	100.0%	104.7% (103.9%)	55,353,099 万円	102.1% (101.6%)
食 料 品	48,658,896 万円	84.7% (84.5%)	104.9% (104.3%)	47,050,604 万円	102.5% (102.1%)
農 産	7,089,691 万円	12.3% (13.0%)	108.2% (108.8%)	6,862,410 万円	106.1% (106.4%)
水 産	4,807,095 万円	8.4% (8.0%)	103.3% (103.8%)	4,642,153 万円	101.1% (101.3%)
畜 産	5,739,409 万円	10.0% (10.2%)	105.8% (105.4%)	5,529,159 万円	103.4% (102.9%)
惣 菜	5,506,737 万円	9.6% (9.3%)	105.9% (105.4%)	5,299,457 万円	103.5% (102.5%)
日配食品	10,835,255 万円	18.9% (18.9%)	103.6% (103.1%)	10,485,709 万円	101.8% (101.2%)
加工食品	14,680,709 万円	25.5% (25.1%)	104.3% (102.3%)	14,231,716 万円	101.0% (100.5%)
生活関連	3,762,568 万円	6.5% (6.6%)	102.9% (103.4%)	3,632,193 万円	100.8% (102.0%)
衣 料 品	1,718,860 万円	3.0% (3.3%)	98.5% (94.4%)	1,659,758 万円	97.0% (93.2%)
そ の 他	3,350,779 万円	5.8% (5.6%)	106.6% (104.4%)	3,010,544 万円	100.6% (98.0%)

② 数 値

全店総売上高	57,491,103 万円	店 舗 数	4,813 店舗
総売場面積	9,444,721.5 m ²	総従業員数	257,724 人

店舗平均月商	11,945.0 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,844.0 円 (102.1%)
月間m ² 売上(前月)	6.1 万円 (5.9 万円)	平均店舗面積	1,962.3 m ²
月間坪売上(前月)	20.1 万円 (19.7 万円)	パート比率(前月)	77.6% (77.8%)

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 》

- ・7月の天候は地域によりその特徴に大きな差が見られた。西日本は降水量が多く、日照時間も少なかったため、気温は平年と比較して低く推移した。一方、東日本の気温は高めに推移し、特に北日本の太平洋側は好天に恵まれ、日照時間も多くなった
- ・各地域の梅雨明けは九州、四国地方で平年より遅くなったが、他の地域は平年並み、もしくは若干早まる結果となった
- ・火曜日が1日少なく金曜日が1日多い曜日まわりで売上に与える影響は全体として微少

《 商品動向 》

○ 農産

- ・野菜は青物を中心に相場高で推移したため、単価の上昇が顕著。
とうもろこし、枝豆などの季節商品が好調に推移した
- ・果実は気温が高めに推移した東日本においてスイカが好調
桃、りんご、バナナの供給が不安定になった状況が散見された

○ 水産

- ・主力マーケット「土用の丑」におけるうなぎは、昨年と比較して相場環境が安定し、国産品を中心に好調
- ・「半夏生」におけるタコの拡販に取り組んだ企業においては概ね成功している

○ 畜産

- ・牛肉の相場が高騰。販促強度の修正要因などにより販売点数への影響が出始めている
- ・豚肉、鶏肉は牛肉の相場高の影響もあり、売上自体は好調を持続も、相場上昇傾向もあり利益は厳しい状況

○ 惣菜

- ・野菜の相場高を受けて、サラダ類、カット野菜が好調
- ・気温が高く推移した地域においては、冷やし中華などの涼味系麺類の伸長が顕著
- ・「土用の丑」でのうなぎ、関連米飯商品は各社「国産」を中心に訴求し、概ね好調

○ 日配・加工食品

- ・野菜の相場高を受けて、漬物、冷凍食品（冷凍野菜）などが好調
- ・気温が上がらなかった西日本においては、パン、佃煮、納豆などが好調。一方、盛夏商材である乾麺や季節指数の高い飲料などは昨年売上を割り込んだ
- ・話題商品のプレミアムオイルやシリアル類は引き続き好調
- ・一部品群において、値上げに伴う単価上昇傾向がみられる

○ 「土用の丑・サマーギフト」について

- ・「土用の丑」への取り組みは、昨年と比較して相場が安定したこともあり、国産品を中心に販売。産地にこだわった訴求も増えている
- ・「サマーギフト」は全体として昨年並みもしくは昨年をやや割り込む結果となる。品群別には菓子、スイーツ類が伸長している一方、既存主力品群である酒類、缶詰などがやや苦戦

○ 「その他」について

- ・年々暑さが厳しくなっており、日焼け、熱中症対策用品の販売を強化
- ・一部地域において、菓子、日用品を中心にインバウンド需要が拡大

以 上