



## 平成29年2月 マンスリー レポート

集計企業数 55 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	51,428,419 万円	100.0%	99.4% (102.0%)	49,296,414 万円	97.6% (100.4%)
食 料 品	44,354,872 万円	86.2% (84.3%)	99.7% (102.7%)	42,767,771 万円	97.7% (100.9%)
農 産	6,785,002 万円	13.2% (12.8%)	102.7% (107.0%)	6,546,577 万円	100.6% (105.0%)
水 産	4,144,757 万円	8.0% (8.3%)	96.0% (99.2%)	3,997,945 万円	94.0% (97.4%)
畜 産	5,543,537 万円	10.8% (11.0%)	98.9% (102.4%)	5,334,850 万円	96.7% (100.2%)
惣 菜	5,146,160 万円	10.0% (9.8%)	100.2% (103.5%)	4,945,549 万円	97.9% (101.3%)
日配食品	9,811,459 万円	19.1% (18.6%)	99.2% (101.8%)	9,480,633 万円	97.4% (100.1%)
加工食品	12,923,958 万円	25.1% (23.8%)	99.9% (102.3%)	12,462,217 万円	98.2% (100.7%)
生活関連	3,160,973 万円	6.2% (6.4%)	99.1% (100.2%)	3,061,364 万円	98.3% (99.7%)
衣 料 品	1,271,068 万円	2.5% (3.1%)	97.7% (95.9%)	1,192,319 万円	96.8% (96.9%)
そ の 他	2,641,506 万円	5.1% (6.2%)	96.9% (98.3%)	2,274,960 万円	94.6% (96.3%)

## ② 数 値

全店総売上高	51,428,419 万円	店 舗 数	4,663 店舗
総売場面積	9,264,364.9 m <sup>2</sup>	総従業員数	254,615 人

店舗平均月商	11,029.0 万円	平均客単価 (前年同月比)	1,893.7 円 (100.1%)
月間m <sup>2</sup> 売上(前月)	5.6 万円 (6.1 万円)	平均店舗面積	1,986.8 m <sup>2</sup>
月間坪売上(前月)	18.4 万円 (20.0 万円)	パート比率(前月)	78.3% (78.7%)

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 》

- ・ 2月の天候環境は、北日本から西日本日本海側では雪や雨の日が多く、太平洋側では晴れた日が多かった。気温は月内での変動幅が大きく、前半は平年より低い日が多かったが、後半は高い日が多くなった
- ・ 生鮮品の相場状況について、野菜が前年に比べると単価安の傾向。精肉は国産鶏正肉が値上がり傾向となっている
- ・ 昨年のうるう年と比べて営業日数が1日少なく、売上へはマイナスの影響を与えた

## 《 商品動向 》

### ○ 農産

- ・ 野菜は相場が高値で推移した、キャベツ、はくさい、じゃがいもなどが売上を伸ばしたほか、トマト、レタスなどサラダ材料が好調であった
- ・ 前年より低めで推移した気温環境により鍋物材料は売上を伸ばした
- ・ 果実は、いちごが非常に好調であった。相場が下がり、値ごろの価格で販売できたことが要因
- ・ その他では、みかん、国産柑橘類が売上を伸ばした一方、りんご、バナナが不振であった

### ○ 水産

- ・ まぐろ、サーモンなどの刺身が好調であった一方、鮮魚は入荷不足の影響による不調が続いている
- ・ 海藻類が好調であった。めかぶが引き続き好調を維持しているほか、季節品のわかめの動きが良いとのコメントがみられた
- ・ 貝類の落ち込みが大きかった。ノロウィルス検出の報道以降、生カキの不調が続いている

### ○ 畜産

- ・ 牛肉が概ね好調であった。焼肉用が売上を伸ばしたほか、ステーキの販促強化による成功事例がみられた
- ・ 鶏肉は国産の相場環境による販促の弱化もあり、不振とするコメントが多かった
- ・ 一部に、加工肉の売上回復傾向がみられる

### ○ 惣菜

- ・ 節分における巻き寿司は概ね好調であった
- ・ 春の味覚の季節素材を使った商品が売上を伸ばした。天ぷらや炊き込みごはん、和惣菜などで成功している事例が多い
- ・ 鶏唐揚げ、コロッケなどの動きが良く、揚げ物が順調な動向を示した

## ○ 日配・加工食品

- ・ 日配は、インフルエンザ予防、花粉症対策の需要でヨーグルトの動きが良かったものの、大きく伸長した前年の反動による売上減少もみられた
- ・ メディアで取り上げられた甘酒、豆乳が引き続き売上を伸ばしている一方、パンが不調とするコメントが多かった
- ・ 加工食品は、米、飲料が売上を伸ばしたほか、健康への関心により雑穀類が好調であった
- ・ 気温環境により、鍋つゆ、スープなどのホットメニュー商材が堅調であった

## 「節分マーケット」の状況について

- ・ 主力商品の巻き寿司が非常に好調であった。海鮮系具材の商品が好調であったほか、こだわり素材を使用した高付加価値商品、食べやすいハーフサイズへの支持が広がっている
- ・ 節分豆も好調であった。個包装タイプの商品へのニーズのシフトがみられる
- ・ 節分に合わせて、スイーツを訴求する事例が増え成功している一方、風習商品のいわしは不調とするコメントが多かった
- ・ 手作り寿司関連は、手巻き寿司用が好調であったほか、ローストビーフなどの肉系具材を訴求した成功事例がみられた

## 「バレンタインマーケット」の状況について

- ・ 本年は、バレンタインデーが平日に当たるため、チョコレート全体では概ね好調であった
- ・ ホテルブランド商品が好調であった一方、銘店、洋酒入り商品はやや不振であった
- ・ 高カカオや機能性成分を配合した機能性チョコレートの動きが良かった。チョコレートの健康志向化が伺える
- ・ 手作り関連商品も概ね好調であった

## 「プレミアムフライデー」の取り組みについて

- ・ 取り組み内容としては、ロゴマークのチラシ掲載、ポイントセール、夕方のタイムサービス、酒類の訴求による家飲み提案、15時以降の惣菜のできたて訴求などがみられた
- ・ 売上伸長などの取り組み効果はみられなかったとするコメントが多かった
- ・ 来月以降の取り組みについて、今月に実施した企業は継続、実施していない企業は決めていない模様

以 上