

# CVS各社、平均日販60万円台時代に

上場CVS6社の26年2月期第2四半期決算が出そろった。売上高にあたる営業総収入は4社が増収、2社が減収だった。営業利益は3社が増益、2社が減益、1社が営業黒字化を果たした。

業界首位のセブンイレブンは減収減益だった。ポプラも2ケタ減益を喫したが、他の4社の業績は好調で明暗を分けた形。セブンは節約志向が続くなか、高いイメージが先行し客離れを起こしているほか、前年の「うれしい値！宣言」による一時的客数増の反動減も影響した。さらに既存店売上高や客単価も同業に比べ伸びを欠いた。売り上げが伸びないなか、販管費が増加、粗利率も下降し減益に。ファミマはリテールメディア事業など新事業が拡大し増益を後押し、ローソンは創業50周年を記念した販促が奏功。2社ともに既存店売上の好調が各種経費を上回った。ミニストップもトップラインの改善や既存店が伸びるなか、販管費を抑制し黒字化につなげた。

チェーン全店売上高は前年水準だったミニストップを含め全社プラス。全般に客数がマイナスから小幅な伸びのなか、原材料高や各種コスト上昇から客単価が引き続き上昇。

既存店売上伸長率は全社がプラスだが、伸び率では明暗を分けた。セブンが0・8%増と2期ぶりにプラスも同業より伸びを欠いた。客数も微減、客単価も1・3%増と他社より低水準。ファミマは4・1%増と好調、48カ月連続プラスが継続した。おむすびアンバサダーとなった大谷翔平選手との企画も後押し。イトインの売り場化など売り場面積拡大も奏功した。ローソンは5・3%増で最も伸びを記録。創業50周年を記念した販促、「盛りすぎチャレンジ」などの取り組みが効果を発揮した。ミニストップは0・6%の微増。猛暑だったことで強みである店内加工F部門が好調だった。スリーエフとポプラはともに4・5%増、ともに客単価が3%台の伸び。

上期の日販（全店）はセブンが70・3万円と前年同期比0・4万円増、2年ぶりに70万円台に達した。ファミマは過去最高の59・5万円増、2・2万円増、60万円にわずかに及ばなかったが大台突破は時間の問題だろう。一方、ローソンは

60・3万円と過去最高を更新、初の60万円に到達。スリーエフは全店「ローソン・スリーエフ」ブランドで展開、2・3万円増の62・3万円と前年同期に続き2期連続60万円台を達成した。1都3県限定立地という強みを生かした。ミニ

ストップだけは44・0万円にとどまり、他と水をあけられているが、猛暑の影響で強みである店内加工ファーストフードは好調に推移した。また、ポプラは「ポプラ・生活彩家」（SS事業）と「ローソン・ポプラ」（LP事業、100%子会社ポプラテールが運営）に分けて事業展開。SS事業の日販は小商圏に絞った展開

のため他社と大きく水準が異なり、わずか15・7万円に過ぎないが、LP事業の日販は好立地を生かし、67・4万円と高水準でセブンを追う。

ちなみにコロナ禍前の19年上期の実績は、セブン65・9万円、ファミマ54・0万円、ローソン54・3万円、ミニストップ43・0万円、スリーエフ54・1万円。

現在は当時の水準を大きく上回っており、原材料価格高騰を筆頭に各種コストアップによる商品単価の上昇が影響しているのは想像に難くないが、5年程度で状況は様変わりしたといえよう。このように主戦場は60万円台に突入しており、今後も日販は60万円台での攻防が常識になりそうだ。

## リードオフJ、テキィラ「テレマナ」に注力

リードオフジャパンは2日、100%アガベテキィラ「テレマナ」の発売を記念し、ローンチイベントをTWO ROOMS（東京・北青山）で業界関係者向けに実施。

約200名が来場した。ハリウッドスターのドウェイン・ザ・ロック、ジョーンソンがブランドオーナーの人気ブランドで、2023年の年間出荷量は100万箱（9ℓ換算）。20年の発売以降、メキシコ国内をはじめ、アメリカ、英国、オーストラリア、UAEと輸出国を順次拡大し、9月から同社が正規に取り扱いを開始して日

本市場へ参入。アイテムは「テレマナブランコ」（参考小売価格税込5390円）、「同レボサド」（6490円）、「同アニエホ」（8690円）の3種。各アル分40%、700mlびん。商品名はラテン語のTERRA（大地・地球）とポリネシア語のMANA（精神）の造語。

ブランドについて、営業本部の貝賀正信氏は要旨、「ポリネシア系アメリカ人のジョーンソン氏は、普段からテキィラを愛飲しており、テレマナは良い『マナ』で作られ



リアで育ったアガベは理想的な地理条件で、より多くのデンブンを生成する。時間をかけた蒸留により、ヘッドとテールをできるだけ残すため、深みと個性のある味わいに。初留・再留ともアル

コールド度を低く抑えることで加水量を減らし、自然な風味を保つ。「レボサド」は2カ月熟成、「アニエホ」は12カ月熟成。

なお、テキィラは現在、約160カ所の認可蒸留所が2200以上のブランドを製造している。