

CVS各社、平均日販60万円台時代に

上場CVS 6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。ボーラも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ったが、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。さらに既存店が伸びないなか、販管費が増加、粗利も下降し減益に。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。

セブ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度伸びのなか、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つた大谷翔平選手との企画も後押し。イトイの売り場化なども最も伸びを記録。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發揮した。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。ストップとボーラはともに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・5万円で2・2万円増、60万円にわずかに及ばなかつたが大台突破は時間の問題だろう。一方、ローソンは

新規開拓立地と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、ボーラは「ボーラ・生活彩家」(SS事業)と「ローソン・ポップラ」(LP事業)事業、100%子会社ボーラリテールが運営)に分けて事業展開。SS事業の日販は小商圏に絞った展開

60・3万円で過去最高を更新、初の60万円に到達。ストップは全店「ローソン・スリーエフ」ブランドで展開、2・3万円増の62・3万円で前年同期に続き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、ボーラは「ボーラ・生活彩家」(SS事業)と「ローソン・ポップラ」(LP事業)事業、100%子会社ボーラリテールが運営)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事業に過ぎないが、L-P事業

の日販は好立地を生かし、年上期の実績は、セブンちなみにコロナ禍前の19

67・4万円と高水準でセブンを追う。

アッペ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。

（S）

リードオフJ、テキーラ「テレマナ」に注力



貝賀氏
リードオフジャパンは
2日、100%アガベテ
キーラ「テレマナ」の発
売を記念し、ローンチイ
ベントをTWO ROO
MS(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
の発売以降、
メキシコ国内
をはじめ、ア
メリカ、英國、
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
レポサド」(6490円)、
「同 アニエホ」(869
0円)の3種。各アル分
40%、700mlびん。商

品名はラテン語のTER
RA(大地・地球)とボ
リネシア語のMANA
(精神)の造語。

リードオフジャパン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

でかかるだけ残すため、深みと個性の
ある味わいに。初

留・再留ともアルコール度数を低く抑える
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、テキーラは現在、約160カ所の認可蒸留所が2200以上のブラン

かつか手作業で、時間がかかるが、正しい方法を採用。100%ブルーアガベ、小型のレンガオーブンでアガベを72時間低温加熱、硫黄系化合物を除去し、熱伝導性に優れる銅製蒸留器が特徴だ」と説明。

リードオフJは現在、4・5%増、ともに客単価が3%台の伸び。

（O）