

## 特別企画：喫茶店・カフェ経営業者 1180 社の経営実態調査

# 売上高合計、拡大傾向続く

## ～増収率トップはコメダ、FC 出店加速が寄与～

### はじめに

コーヒーの消費が堅調だ。2013年頃からコンビニで提供されるようになった、手軽で安価なカウンターコーヒーが大ヒット。ペットボトルコーヒーも今や市民権を得て、業態の垣根を超えて大手カフェチェーンや、街中にある喫茶店との「カフェ戦争」が激化している。加えて、焙煎方法や抽出者の違いを打ち出し、高品質なコーヒーを見える化した「第4の波（フォースウェーブ）」が押し寄せつつあると言われており、今後もコーヒー需要がさらに高まると期待される。

一方で、業界大手・ユーシーシーホールディングス(株)は、激化するカフェ戦争から、主力の「上島珈琲店」などへの積極的な投資を行うため、5月にカフェチェーン「珈琲館」の株式を投資ファンドに譲渡した。事業の選択と集中を進める企業も少なくない。

帝国データバンクは、2013年から2017年の年売上高が判明し、喫茶店経営を主な事業としている1180社（法人、個人営業）を、企業概要ファイル「COSMOS2」（147万社収録）から抽出し、分析した。同様の調査は今回が2回目（前回は2014年）。

※インターネット・漫画喫茶、メイド喫茶、ネコカフェなどは対象から除外した

### 調査結果（要旨）

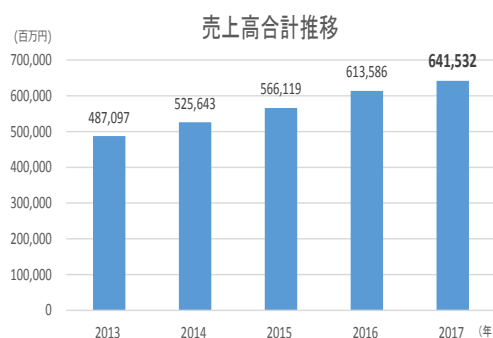
- 喫茶店・カフェ経営業者 1180 社の 2017 年の売上高合計は、前年比 4.6%増の 6415 億 3200 万円となり、拡大傾向が続いている
- 売上高規模別では、「1 億円未満」が 832 社（構成比 70.5%）で最多。一方、100 億円以上は 10 社（同 0.8%）で、この 10 社が売上高合計全体の 66.3%を占めている
- 地域別では、都道府県別でトップの「東京」（204 社）が牽引し、「関東」（313 社）が最多
- 売上高上位 10 社を見ると、増収率トップは（株）コメダ（前年比 10.7%増）で、FC 加盟店の出店が順次進められ、関連商品の販売数量の増加が寄与した。次いでタリーズコーヒー ジャパン（株）が、順調な店舗拡大が続き、前年比 9.1%増となった

## 1. 売上高合計

### 売上高合計は拡大傾向が続く

喫茶店・カフェ経営業者 1180 社の 2017 年の売上高合計は、前年比 4.6%増の 6415 億 3200 万円となり、拡大傾向が続いている。個人事業者を中心とした小規模業者の売り上げが伸び悩むなか、上位の大手企業は店舗数の増加や既存店の売上増加などが見られた。2016 年以降、6000 億円超えの水準を維持している。

年	(百万円) (%)	
	売上高合計	前年比
2013	487,097	5.6
2014	525,643	7.9
2015	566,119	7.7
2016	613,586	8.4
2017	641,532	4.6



## 2. 売上高規模別

### 7割が「1億円未満」

売上高規模別に見ると、「1億円未満」が 832 社（構成比 70.5%）で最多。また、個人事業者は 203 社（同 17.2%）あることが判明した。

一方、年商規模の大きい 100 億円以上は、10 社（構成比 0.8%）となり、この 10 社で 2017 年の売上高合計の 66.3%（4251 億 8500 万円）を占めている。

2017年売上高規模別

	社数	構成比 (%)
1億円未満	832	70.5
1億円以上10億円未満	296	25.1
10億円以上100億円未満	42	3.6
100億円以上1000億円未満	9	0.8
1000億円以上	1	0.1
合計	1,180	100.0

## 3. 地域別

### 「東京」が牽引し、「関東」が社数トップ

地域別に見ると、「関東」が 313 社（構成比 26.5%）で最多。以下、「近畿」の 206 社（同 17.5%）、「中部」の 195 社（同 16.5%）と続く。この 3 地域で全体の 60.5%を占めた。都道府県別を見ても、1位は「東京都」の 204 社で、2位はボリュームあるモーニングセットが有名な「愛知県」の 96 社、3位が「大阪府」の 91 社と続き、三大都府県に集中している。

地域別 (%)

地域	社数	構成比 (%)
北海道	77	6.5
東北	46	3.9
関東	313	26.5
北陸	51	4.3
中部	195	16.5
近畿	206	17.5
中国	136	11.5
四国	60	5.1
九州	96	8.1
合計	1,180	100.0

都道府県別事業者数ランキング

順位	都道府県	社数
1	東京都	204
2	愛知県	96
3	大阪府	91
4	北海道	77
5	兵庫県	63
6	広島県	59
7	神奈川県	51
8	福岡県	34
9	岡山県	32
10	岐阜県	30

## 4. 売上高ランキング

### 増収率トップはコメダ、FC 出店加速が寄与

売上高ランキング ※1

順位	社名	所在地	2017年			2018年			店舗名
			売上高 (百万円)	前年比 (%)	構成比 (%) ※2	売上高 (百万円) ※3	前年比 (%)		
1	スターバックスコーヒージャパン (株)	東京	170,984	6.4	26.7	-	-	スターバックスコーヒー	
2	(株) ドトールコーヒー	東京	72,560	1.8	11.3	75,654	4.3	ドトールコーヒーショップ、エクセルシオールカフェほか	
3	タリーズコーヒージャパン (株)	東京	30,268	9.1	4.7	32,589	7.7	タリーズコーヒー	
4	(株) サンマルクカフェ	岡山	27,922	3.0	4.4	-	-	サンマルクカフェ	
5	(株) コメダ	名古屋	24,300	10.7	3.8	26,245	8.0	コメダ珈琲店	
6	ジェイアール東日本フードビジネス (株)	東京	20,768	△1.8	3.2	-	-	ベックスコーヒー	
7	(株) プロントコーポレーション	東京	14,640	6.0	2.3	-	-	PRONTO, CAFFE SOLAREほか	
8	(株) シャノアール	東京	13,517	△1.4	2.1	-	-	カフェ・ベローチェ、コーヒーハウス・シャノアールほか	
9	東和フードサービス (株)	東京	10,787	1.8	1.7	11,082	2.7	椿屋珈琲店、椿屋茶房ほか	
10	(株) ポッカクリエイト	東京	8,604	4.2	1.3	-	-	カフェド・クリエほか	
-	日本レストランシステム(株) ※4	東京	39,439	3.3	6.1	40,416	2.5	星乃珈琲店ほか	

※1 売上高は推定値を含む

※2 2017年売上高の構成比は、全1180社の売上高合計に対する比率

※3 2018年売上高は判明分のみ掲載

※4 「洋麺屋五右衛門」なども運営し、売り上げウエイトも高いため、ランキングは除外

※「Afternoon Tea TEAROOM」など運営のアイビー(株)は、2015年に(株)サザビリーに吸収され、同社の飲食店運営の事業割合が少ないため除外

※ユーシーフードサービスシステム(株)の2017年の業績は、2018年に珈琲館事業をロングリーチグループ(投資会社)へ売却したため未判明

2017年の売上高1位は、1180社の売上高合計の4分の1を占めるスターバックスコーヒージャパン。

「スターバックス コーヒー」の運営、コーヒー関連商品の販売を手がけ、2018年6月末時点の店舗数は1363店舗（うちライセンス102店舗）。コンビニ向けチルドカップのカフェラテやエスプレッソなどをリニューアル、「ミルクカスタードプリン」や「チョコレートプリン」など期間限定商品が想定以上の人気を博し、既存店の客単価・来店客数が増加したほか、新規出店数増加も寄与。店舗売上・ライセンス収入ともに増収となり、売上高は1709億円と圧倒的な存在感を誇る。

2位はドトールコーヒー。「ドトールコーヒーショップ」「エクセルシオールカフェ」などの運営、コーヒー関連商品の販売を手がけ、2018年5月末時点の店舗数は、「ドトールコーヒーショップ」が1122店舗（うちFC店933店舗）、「エクセルシオールカフェ」が123店舗（うちFC店26店舗）。直営店の客単価増加に加えて、ドリップコーヒーやコーヒー原料など卸売部門での販路開拓などで増収を確保した。

ランキング外だが、日本レストランシステムは、「星乃珈琲店」などを運営し、2018年5月末時点で219店舗（うちFC店19店舗）。主力の星乃珈琲店事業では、競合他社との競争や食事メニューの固定化などで、既存店の集客数は前年から微減となったものの、新業態「OSLO COFFEE」の出店を積極化。ハンドドリップや急冷式アイスコーヒーなど、サードウェーブ※に近い業態で話題を集め、充実したフードメニューで客単価も上昇した。既存店舗以外の業態が好調だったため、全体の集客数・客単価ともに前期を上回り、増収となった。

※サードウェーブコーヒー：大量消費・生産とは真逆の豆の産地や自家焙煎にこだわり、1杯ずつ丁寧に淹れた香り高いコーヒー

上位10社の売上高を見ると、コメダ（243億円、前年比10.7%増）やタリーズコーヒージャパン（302億6800万円、同9.1%増）の増収が目立った。2016年に上場したコメダホールディングス傘下のコメダは、FC加盟店部門で、関東、関西、九州地区で出店が順次進められ、ロイヤリティ収入が増加。また、店舗数が増えたことでコーヒー豆・パンなどの食材販売数量も増え増収となった。モーニングサービス（飲料代金のみでトースト、ゆで卵などが付く）など価格面での手頃感が、幅広い客層に受け入れられている。タリーズコーヒージャパンは、主力の飲食事業で期初から順調な店舗拡大が続き、増収に寄与した。メニュー関連は引き続き新商品を発売するほか、東北や北海道などエリア限定商品を展開し、飲料に加えてフード類も充実させ客単価上昇に努めた。

## 5. 今後の見通し

2017年のコーヒー消費は前年に続き高水準を維持（全日本コーヒー協会調べ）するなか、喫茶店・カフェ経営者の売上高合計は、6415億3200万円（前年比4.6%増）となり、拡大傾向が続いている。背景には、大手企業の店舗数増加や既存店の売上増加などが挙げられる。フルサービス喫茶「コメダ珈琲店」や「星乃珈琲店」が支持を集めるなか、一部大手企業では、低価格から一歩進んだ「上質な空間・接客サービス」を打ち出す動きが見られる。代表格は高級喫茶「椿屋珈琲店」（東和フードサービス）などだが、低価格帯のドトールコーヒーにおいても、高級喫茶店「神乃珈琲」の出店を加速させている。味わいや魅力を凝縮させた高品質なコーヒーの提供だけでなく、喫茶店が本来持つ、掘り下げた接客サービスや寛ぎ・安らぎの空間を創造する。

一方で、全体の7割を占める売上高「1億円未満」の小規模業者は、苦戦を強いられるケースが散見される。2017年度の喫茶店倒産は、前年度比29.8%増の61件（うち個人は29件）（『飲食店の倒産動向調査』帝国データバンク調べ）発生するほか、廃業を余儀なくされるケースも少なくない。個人経営の喫茶店にとって、競合との顧客獲得競争のカギを握る、クオリティーの高いコーヒーは、長年の経験によって培われたマスターの焙煎技術によるところが大きい。代表の高齢化や後継者問題もあり、今後ますます懸念材料となるだろう。

企業規模の違いこそあるものの各社は、コンビニコーヒーなどを契機に広がった消費者層をいかに来店につなげていくか、顧客のライフスタイルや嗜好をふまえた取り組みに注目したい。

【内容に関する問い合わせ先】 (株) 帝国データバンク 東京支社情報部 : 伊佐 美波  
TEL 03-5919-9341 FAX 03-5919-9348 E-mail:minami.isa@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。