

特別企画：パン製造小売業者 756 社の経営実態調査

緩やかに拡大傾向を辿るも、前年度比微減

～大手は減収企業が 7 割を占める～

はじめに

パンブームと言われて久しい。大手スーパーマーケット内には焼きたてパンを訴求するベーカリーコーナーが定着し、コンビニエンスストアにおけるパンの品質も大きく向上した。国内パン市場が成熟状態にあるなか、新たな需要を喚起するため、天然酵母・国産小麦粉など健康志向や高級志向などに応じた新商品の展開へ乗り出す業者の攻勢が続いている。なかでも、空前の“高級食パンブーム”が到来し、「乃が美」や「一本堂」などプレミアム感を打ち出した食パン専門店が次々と全国へ進出している。

一方で、大手ベーカリーチェーンや多品種を揃える地域のベーカリーは苦戦気味だ。原材料の価格高騰や人件費等のコスト増と懸念材料がはらんでおり、販売競争の激化で余波が出始める業者が散見される。

帝国データバンクは、「パン製造小売」を主業としている全国756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初めて。

※「パン製造小売」はパン類を製造し、その場所で小売をする企業とし、移動販売式パン屋も対象に含まれる

※「パン製造」を主業としている製パン業者は対象から除外した

調査結果（要旨）

- 2016年度までは緩やかに拡大傾向を辿っていたものの、2017年度の売上高合計は2814億5800万円となり、前年度比1.2%の微減
- 売上高規模別では、「1億円未満」（458社）が約6割を占め最多。一方、年商規模の大きい50億円以上は10社（構成比1.3%）となった。売上高規模別の増減比率を見ると、減収率が最も高いのは50億円以上の大手企業で70%（7社）を占め、増収率が最も高いのは「10億円以上50億円未満」の中堅業者で64.9%（24社）となった
- 売上高増減比率推移を見ると「増収」比率が17.3%となり、前年度から4.2ポイント減少した
- 地域別では「関東」が最多だが、以下「中部」「九州」「近畿」など“西高東低”となった
- 売上高上位企業を見ると8社中6社が減収となった。大手は採算を重視した店舗閉鎖や同業者との競争激化、天候不順による客足減少等で、軒並み業績が芳しくない様子がうかがえる

1. 売上高推移 ～ 緩やかに拡大傾向を辿るも、前年度比微減

今回の調査対象となった 756 社のうち、2013～17 年度（4 月期～3 月期決算）において売上高が判明した 594 社の 2017 年度の売上高合計は 2814 億 5800 万円となった。2016 年度までは緩やかに拡大傾向を辿っていたものの、前年度比 1.2%の減少となった。上位の大手企業は、採算を重視した店舗閉鎖や同業者との競争激化、天候不順による客足減少などで伸び悩む様子がうかがえ、売上高合計を押し下げる一因となっていると見られる。

年度	（百万円）	
	売上高合計	前年度比
2013	270,142	2.5
2014	272,427	0.8
2015	283,019	3.9
2016	284,773	0.6
2017	281,458	△ 1.2

※2013～17年度の決算において売上高が判明した594社が対象

2. 売上高規模別 ～ 6割が「1億円未満」

756 社のうち、2017 年度の決算において売上高が判明した 740 社を規模別に見ると、「1 億円未満」が 458 社（構成比 61.9%）で最多。次いで「1 億円以上 10 億円未満」が 235 社（同 31.8%）となり、10 億円未満の企業が 693 社（同 93.7%）を占める結果となった。一方、年商規模の大きい 50 億円以上は 10 社（構成比 1.3%）判明した。

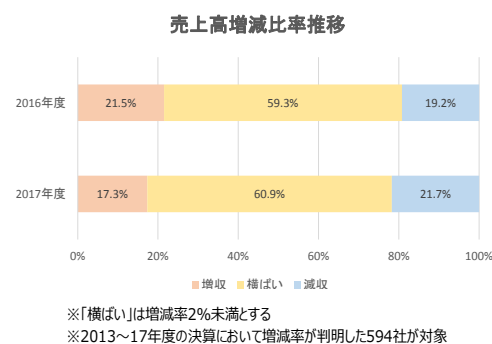
売上高規模別の増減比率を見ると、減収率が最も高いのは 50 億円以上の大手企業で 70%（7 社）を占め、増収率が最も高いのは「10 億円以上 50 億円未満」の中堅業者で 64.9%（24 社）となった。

売上高規模別	（%）	
	社数	構成比
1億円未満	458	61.9
1億円以上10億円未満	235	31.8
10億円以上50億円未満	37	5.0
50億円以上100億円未満	7	0.9
100億円以上	3	0.4
合計	740	100.0

※2017年度の決算において売上高が判明した740社が対象

3. 売上高増減比率推移 ～ 増収率は前年度比 4.2 ポイント減

2017 年度に「増収」となったパン製造小売業者の比率を見ると 17.3%（103 社）となり、前年度から 4.2 ポイント減少した。一方「減収」比率は 21.7%（129 社）で、前年度の 19.2%（114 社）から 2.5 ポイント増加した。2017 年度において「増収」以外の「横ばい」・「減収」の合計は構成比 82.6%（491 社）に達し、8 割超が増収を果せずにいる現状が明らかとなった。



4. 地域別 ～ トップは「関東」だが、西高東低の傾向

756社を地域別に見ると、「関東」が223社（構成比29.5%）で最多。以下、「中部」「九州」の各88社（同11.6%）、「近畿」が85社（同11.2%）と続く。“西高東低”なパン消費と同様な傾向にあることが判明した。

都道府県別では、「東京都」が77社で最多。以下、「神奈川県」の48社、「北海道」の40社と続く。「北海道」は小麦の生産量がトップのため、材料調達の容易さとの関連性が考えられ、「大阪」を抑えて3位となった。

地域別※			都道府県別事業者数ランキング※		
地域	社数	構成比 (%)	順位	都道府県	社数
北海道	40	5.3	1	東京都	77
東北	52	6.9	2	神奈川県	48
関東	223	29.5	3	北海道	40
北陸	67	8.9	4	大阪府	36
中部	88	11.6	5	千葉県	34
近畿	85	11.2	5	福岡県	34
中国	78	10.3	7	新潟県	32
四国	35	4.6	8	広島県	30
九州	88	11.6	9	愛知県	25
合計	756	100.0	10	埼玉県	24

※パン製造小売業を主業とする756社

5. 主なパン製造小売業者 ～ 売上高上位8社中6社が減収

主なパン製造小売業者 ※1

社名	所在地	決算年月	2017年度			2018年度		店舗名
			売上高 (百万円)	前年度比 (%)	構成比 (%) ※2	売上高 (百万円) ※3	前年度比 (%)	
(株) ヴィ・ド・フランス	東京都	2017年12月	33,444	△ 1.7	11.0	33,604	0.5	「ヴィ・ド・フランス」、「デリフランス」ほか
(株) ドンク	兵庫県	2018年2月	30,114	△ 3.5	9.9	-	-	「ドンク」、「ミニワン」、「ジョアン」、「マリー・カドリーヌ」、「ドミニク・ジュラン」、「シャルダン・ド・フランス」ほか
イオンベーカリー (株)	千葉県	2018年2月	11,051	0.1	3.6	-	-	「カンテボレー」、「ピコラ・カンテボレー」ほか
(株) 神戸屋レストラン ※4	神奈川県	2017年12月	8,600	△ 14.0	2.8	8,000	△ 7.0	「神戸屋キッチン」ほか
(株) 川島屋 ※5	千葉県	2017年12月	7,539	6.4	2.5	-	-	「マロンド」、「石窯パン工房Le-matin」、「カワシマパン」ほか
(株) 横浜ボンパドゥル	神奈川県	2017年8月	7,443	△ 10.5	2.5	-	-	「ボンパドゥル」
(株) 東京ボンパドゥル	神奈川県	2017年9月	6,610	△ 4.8	2.2	-	-	「ボンパドゥル」、「アンジェターブル」ほか
(株) オカノベーカリー	兵庫県	2018年3月	5,881	△ 5.0	1.9	-	-	「コンセルボ」、「パンタジー」ほか

※1 売上高は推定値を含む

※2 2017年度売上高の構成比は、全740社の売上高合計に対する比率

※3 2018年度売上高は判明分のみ掲載

※4 (株) 神戸屋レストランは、「神戸屋レストラン」などレストラン業も運営しているが、ベーカリー部門が7割を占めるため掲載

※5 (株) 川島屋は、米飯事業とパン事業の事業比率が拮抗しているが、パン事業部門を主業としているため掲載

※6 「アンデルセン」「エムズベーカリー」などを展開する(株) アンデルセンおよび、同社グループ傘下で「リトルマーメイド」を展開する(株) マーメイドベーカリーパートナーズは、数値非公開のため掲載していない

※7 「PAUL」「Falar」などを展開する(株) レアルパコベーカリーズは、数値非公開のため掲載していない

2017年度決算の主な売上高上位企業を見ると、8社中6社が前年度比で減収となり、軒並み業績が芳しくない様子がうかがえる。背景には、旗艦店の閉鎖や同業者との競争激化、天候不順による客足減少などが要因として挙げられる。

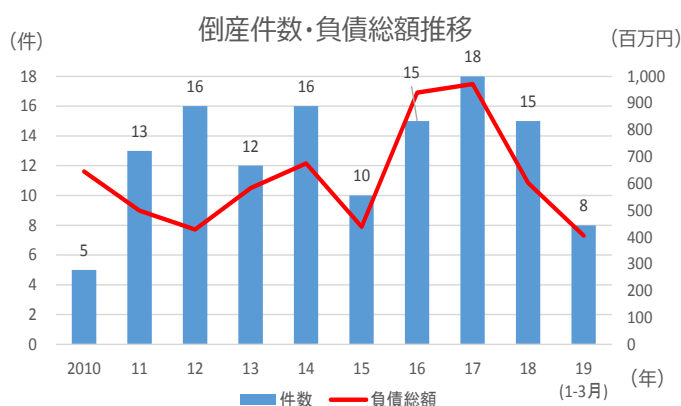
上位企業の中で増収となったのは、イオンベーカリー (株) (前年度比0.1%増) と (株) 川島屋 (前年度比6.4%増) で、(株) 川島屋は主力のパン事業部門において、好みの具材を選ぶ「カスタムコッペ」を充実させる等の取り組みが好評となり売り上げに貢献した。

6. まとめ

国内パン市場が成熟するなか、2017年度のパン製造小売業者の売上高合計は、2814億5800万円（前年度比1.2%減）となった。背景には、店舗閉鎖や同業者との競争激化、天候不順などによる大手業者の苦戦が挙げられる。現在、店舗改装など効率的な設備投資や、店舗ごとの採算性を検証した店舗閉鎖による収益改善のほか、利益率の高い商品の開発力強化や販売価格の見直し、人員の最適化など複合的な取り組みで、収益力の立て直しを目指している。

また、全体の約6割を占める売上高「1億円未満」の小規模業者において、破綻や廃業を余儀なくされるケースが散見される。2019年（3月末時点）のパン製造小売業者の倒産は8件発生。前年は年間15件だったため、このペースで倒産が発生すると2年ぶりに前年を上回る可能性が高い。原材料価格の高騰や固定費負担の増加で採算が悪化。体力勝負の業界であるゆえマンパワーの確保や、後継者不足の問題など様々な課題が内包している業者も少なくない。さらに今月11日には、大阪・兵庫エリアにて手作りパンの店「Copenharvest」を約18店舗運営していた、コペンハーベスト（株）（大阪市東淀川区）が事業停止した。有名店であっただけに同業の動向へ関心が集まっている。

他方、個性・特徴のあるパン屋が話題を呼んでいる。代表格は、素材や製法にこだわった食パンのみを売る高級食パン専門店。手土産としてのまとめ買いニーズも取り込み、全国で直営・FC店が急拡大している。しかし、限られた商品数と店舗面積ゆえに、流行の波に乗って新たに新店へ乗り出したものの、立地が悪く地域柄受け入れられずに撤退に至った業者も聞かれた。このブームが一過性のものなのか、今しばらくは動向を注視していく必要があるだろう。



【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。