

特別企画：国内菓子メーカー487社の経営実態調査

菓子メーカーの総売上高、増加基調から減少へ ～コロナ禍で、2020年度決算は減収企業増加へ～

はじめに

例年とは違う様相を呈している今年のバレンタイン商戦。3密回避のためオンライン販売に注力したり、巣ごもり需要に応える商材を打ち出したりと、メーカー、販売各社が工夫を凝らしている。2019年度は、冷夏、台風19号の発生、新型コロナの感染拡大によるインバウンド激減などを背景に増加基調にあったこれまでの潮流に異変が生じた年となった。

帝国データバンクは、2021年1月時点の企業概要ファイル「COSMOS2」（147万社収録）の中から、2019年度（2019年4月期～2020年3月期）決算の売上高が判明した国内菓子メーカー487社（売上高10億円以上）を抽出し、売上高、主力商品別、地域別、業歴別について分析した。

※ 前回調査は2020年2月。今回で9回目

調査結果(要旨)

1. 国内菓子メーカー487社のうち2017年度～2019年度決算の売上高が判明した477社の2019年度の総売上高は、4兆2898億5100万円（前年度比0.8%減）
2. 2017年度～2019年度の売上高（変則決算を除く）が判明し、比較可能な459社の売上高増減分布をみると、前年度比「増収」企業は44.9%（206社）、「減収」企業は45.1%（207社）
3. 6月・7月・8月・9月決算企業で売上高が判明した98社の2020年度の総売上高は、前年同期比10.9%減。「減収」が約8割を占めた
4. 増収企業の構成比を項目別にみると、主力商品別では「チョコレート、キャンディー その他」が51.2%（43社）、地域別では「中国」が64.8%（9社）、業歴別では「10年未満」が60.0%（6社）でトップ

【地域別売上高 上位企業】

	TDB 企業コード	商号	所在地	2019年度 売上高 (百万円)	主なブランド・製品
北海道	010013693	石屋製菓(株)	北海道	15,549	白い恋人
東北	160003151	(株)でん六	山形県	24,896	でん六豆、ポリッビー
関東	985814507	(株)明治	東京都	727,838	ミルクチョコレート、カール、キシリッシュ
北陸	360003441	(株)ブルボン	新潟県	113,670	ルマンド、エリーゼ、アルフォート
中部	968364052	(株)シャトレーゼ	山梨県	61,833	シャトレーゼ
近畿	580020051	江崎グリコ(株)	大阪府	205,383	ポッキー、ビスコ、プリッツ
中国	610011819	カバヤ食品(株)	岡山県	23,887	ゴールドチョコレート、ジューC
四国	740096604	(株)あわしま堂	愛媛県	13,246	どら焼、カステラ
九州	810159303	(株)森田あられ	福岡県	10,400	もち吉、餅のおまつり

1. 売上高動向 ～総売上高は減少へ

国内菓子メーカー487社のうち、2017年度～2019年度の売上高が判明した477社を対象に各年度の総売上高をみると、2019年度は4兆2898億5100万円となり、2018年度（4兆3248億2500万円）比で349億7400万円の減少（0.8%減）となった。2012年に開始した調査（2010年度）から2018年度まで連続して拡大してきたが、2019年度は初めて減少に転じた。

2017年度・2018年度・2019年度（変則決算を除く）の売上高が判明し比較可能な459社の売上高の増減分布をみると、2019年度に「増収」となった企業は44.9%（206社）、「減収」となった企業は45.1%（207社）となった。2018年度と比較すると、「増収」となった企業は5.2ポイント減少、「減収」となった企業は2.6ポイント増加した。

2019年度は梅雨明けが遅れて冷夏となり、台風19号も発生し、天候不順による客数の減少や季節需要が減少した。近年、菓子市場の拡大の下支えとなってきたインバウンド需要については、2019年も訪日外客数は8年連続増加した（日本政府観光局）。しかし、伸び率は4年連続縮小したうえ、2019年度後半は新型コロナの感染拡大から、2月の訪日外客数は前年同月比58.3%減、3月は同93.0%減と大きく減少したことが総売上高に影響したとみられる。

直近の売上高動向について、新型コロナの影響が本格的に表れたとみられる6月、7月、8月、9月を決算とする企業で、2020年6～9月期と2019年6～9月期の売上高が判明した98社の総売上高をみると、2020年6～9月期は前年同期比10.9%の減少となった。

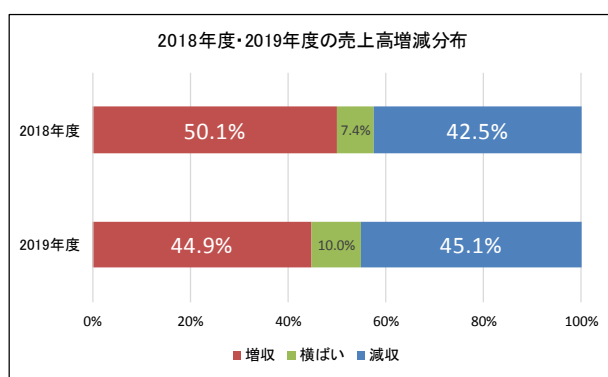
売上高の増減分布について、決算が6月～9月の企業で2018年から2020年の売上高比較可能な98社をみると、2019年6～9月期に「減収」となった企業は構成比48.0%（47社）と5割弱であったのに対し、2020年6～9月期は「減収」となった企業は同77.6%（76社）と約8割を占めた。

また、98社の2019年6～9月期と2020年6～9月期売上高の増減率の平均をみると、2019年6～9月期は平均

2017年度～2019年度の総売上高推移

	総売上高 (百万円)	前年度比 (%)
2017年度	4,229,751	-
2018年度	4,324,825	2.2
2019年度	4,289,851	▲ 0.8

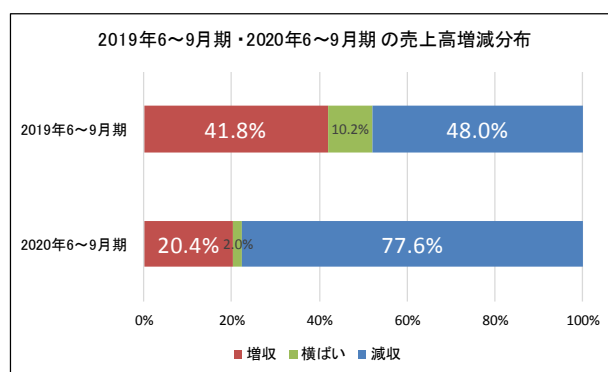
※集計対象は、2017年度～2019年度の売上高が判明した477社



※「横ばい」は売上高が前年度比±0.1%以内の増減

6月・7月・8月・9月決算企業の 2019年度、2020年度の総売上高推移

	総売上高 (百万円)	前年度比 (%)
2019年度	424,137	-
2020年度	377,994	▲ 10.9



※「横ばい」は売上高が前年度比±0.1%以内の増減

0.03%増だったものが、2020年6～9月期は平均11.68%減と2ケタ減にまで落ち込んでいることが判明した。

増減率平均(%)

2019年6～9月期	2020年6～9月期	前年同期比増減(pt)
0.03	▲11.68	▲11.71

インバウンド需要の消失により土産物店や催事、テーマパーク向けを販路とする菓子が不調となったほか、在宅勤務や外出自粛の増加でコンビニエンスストア、百貨店を販路とする菓子を販売する企業が打撃を受けた。一方、巣ごもり需要でスーパーマーケットや量販店を販路とする菓子は総じて受注が伸び、特にファミリーパックや宅飲み需要でおつまみとなるスナック菓子などが好調だった。

2. 主力商品別動向 ～増収の割合は「チョコレート、キャンディー、その他」がトップ

① 和菓子、洋菓子
饅頭、大福、羊かん、ケーキ、ドーナツ、カステラ、ゼリー などの生菓子
② チョコレート、キャンディー その他
チョコレート、キャンディー、ガム、揚げ菓子(かりんとう、芋けんぴ等)、豆菓子 など
③ ビスケット、スナック菓子
ビスケット、クッキー、サブレ、スナック菓子 などの干菓子
④ 米菓
せんべい、あられ など
⑤ アイスクリーム

主力商品別社数分布

業態別	社数	
	社数	構成比(%)
和菓子、洋菓子	261	53.6
チョコレート、キャンディー その他	86	17.7
ビスケット、スナック菓子	64	13.1
米菓	41	8.4
アイスクリーム	35	7.2
合計	487	100.0

菓子メーカーの扱う商品を、大きく①和菓子、洋菓子、②チョコレート、キャンディー その他、③ビスケット、スナック菓子、④米菓、⑤アイスクリームの5つに分類し、487社の主力商品を基準に振り分けた。

主力商品別売上高増減分布

(社)

業態別	増収		横ばい		減収		合計
	増収	構成比(%)	横ばい	構成比(%)	減収	構成比(%)	
和菓子、洋菓子	117	46.1	26	10.2	111	43.7	254
チョコレート、キャンディー その他	43	51.2	9	10.7	32	38.1	84
ビスケット、スナック菓子	25	39.7	7	11.1	31	49.2	63
米菓	17	41.5	5	12.2	19	46.3	41
アイスクリーム	15	42.9	1	2.9	19	54.3	35
合計	217	45.5	48	10.1	212	44.4	477

※「横ばい」は売上高が前年度比±0.1%の増減

主力商品別にみると、「和菓子、洋菓子」が261社(構成比53.6%)で最多。次いで、「チョコレート、キャンディー その他」の86社(同17.7%)、「ビスケット、スナック菓子」の64社(同13.1%)と続いた。

2018年度・2019年度の売上高が比較可能な477社をみると、増収企業の割合が最も高かったのは「チョコレート、キャンディー その他」の51.2%（43社）。次いで、「和菓子・洋菓子」の46.1%（117社）となった。「チョコレート、キャンディー その他」は、チョコレートはハイカカオブームも収束を見せ、年度末のバレンタインデー・ホワイトデーは新型コロナの影響で失速したが、定番となっている商品に支えられた企業、菓ごもり需要を取り込めた企業もあり、好不調が分かれた。清涼菓子やグミ、キャンディーが好調であったが、新型コロナ以降はオフィス需要があったグミが不調となり、感染予防面でのど飴が好調となるなど変化が見られた。

減収企業の割合が最も高かったのは、「アイスクリーム」の54.3%（19社）。梅雨明けが遅れたことや、天候不順で猛暑日が少なくなり冷夏となったことで需要が冷え込んだ。次いで「ビスケット、スナック菓子」の49.2%（31社）と続いた。

3. 地域別売上高動向 ～増収企業比率、中国がトップ

487社を地域別にみると、「関東」が153社（構成比31.4%）で最多となり、次いで、「近畿」の95社（同19.5%）、「中部」の91社（同18.7%）と続いた。

2018年度・2019年度の売上高が比較可能な477社を地域別にみると、増収企業の比率が最も高かったのは「中国」の64.3%（9社）。「中国」は積雪がほとんどみられなかったため、温泉地や観光地を訪れる観光客数は前期よりも増加し、土産物需要が堅調だった。次いで多かったのは「北海道」の50.0%（11社）で、インバウンド需要が堅調であったほか、テレビドラマで道内の菓子店がモデルとなり、十勝管内への国内観光客も増加した。

減収企業の比率が最も高かったのは「東北」の59.1%（13社）。次いで「四国」の53.3%（8社）、「北陸」の51.7%（15社）と続いた。

地域別社数分布

地域別	社数	構成比
		(%)
北海道	22	4.5
東北	23	4.7
関東	153	31.4
北陸	29	6.0
中部	91	18.7
近畿	95	19.5
中国	14	2.9
四国	15	3.1
九州	45	9.2
合計	487	100.0

地域別売上高増減分布

地域別	増収	構成比	横ばい		減収		合計
			構成比	構成比	構成比	構成比	
		(%)		(%)		(%)	
北海道	11	50.0	2	9.1	9	40.9	22
東北	9	40.9	0	0.0	13	59.1	22
関東	70	47.3	13	8.8	65	43.9	148
北陸	11	37.9	3	10.3	15	51.7	29
中部	38	42.7	12	13.5	39	43.8	89
近畿	44	46.8	11	11.7	39	41.5	94
中国	9	64.3	0	0.0	5	35.7	14
四国	6	40.0	1	6.7	8	53.3	15
九州	19	43.2	6	13.6	19	43.2	44
合計	217	45.5	48	10.1	212	44.4	477

※「横ばい」は売上高が前年度比±0.1%以内の増減

4. 業歴別売上高動向 ～100年以上の老舗企業、半数近くが減収

487社を業歴別にみると、「50～100年未満」が243社（構成比49.9%）で最多となり、次いで「30～50年未満」の94社（同19.3%）となった。業歴100年以上の老舗企業は全体の88社（同18.1%）を占めた。

2018年度・2019年度の売上高が比較可能な477社をみると、増収企業の比率が最も高かったのは「10年未満」の60.0%（6社）となった。6社のうち4社が業歴の長い母体となる会社や事業の一部門として設立された会社だった。増収企業の比率が最も低かったのは、「100年以上」の39.1%（34社）。スーパーマーケットや量販店など他にも販路を開拓しているものの、百貨店の売り上げ減少分を補えない企業や、不採算店舗の閉鎖を進めた結果、減収となった企業がみられた。

業歴別社数分布

業歴別	社数	構成比
		(%)
10年未満	10	2.1
10～30年未満	52	10.7
30～50年未満	94	19.3
50～100年未満	243	49.9
100年以上	88	18.1
合計	487	100.0

業歴別売上高増減分布

(社)

業歴別	増収		横ばい		減収		合計
	増収	構成比 (%)	横ばい	構成比 (%)	減収	構成比 (%)	
10年未満	6	60.0	2	20.0	2	20.0	10
10～30年未満	24	48.0	3	6.0	23	46.0	50
30～50年未満	41	44.6	9	9.8	42	45.7	92
50～100年未満	112	47.1	21	8.8	105	44.1	238
100年以上	34	39.1	13	14.9	40	46.0	87
合計	217	45.5	48	10.1	212	44.4	477

※「横ばい」は売上高が前年度比±0.1%の増減

まとめ

2019年度の国内菓子メーカー487社の総売上高は前年度比0.8%減となり、初回調査の2012年（2010年度）以降拡大傾向にあったなか、初めて減少に転じた。冷夏、台風など天候不順の影響を受けたほか、伸び率が縮小していたインバウンド需要が年度末には新型コロナの影響で激減した。6月～9月を決算とする企業の2020年の総売上高は前年比10.9%減少、増減比較でも「減収」となった企業が約8割を占めた。新型コロナの感染拡大によってインバウンド需要が蒸発し、外出自粛や移動の制限で土産物店が悲鳴をあげた。2020年度は、2019年度に増収であった企業が販路によっては減収へと転じたり、その逆も発生する可能性がある。主軸を通信販売へ移行したり、キャラクターや異業種とのコラボ商品を発売したりするなど、各社の販売方法への工夫が見られ、9月以降はGo To事業の効果も期待されるが、今年に入り再び緊急事態宣言が発出されるなど、全体としては厳しい展開が予想され、動向から目が離せない。

【地域別売上高上位企業】

	TDB 企業コード	商号	所在地	2019年度 売上高 (百万円)	主なブランド・製品
北海道	010013693	石屋製菓(株)	北海道	15,549	白い恋人
	030003362	六花亭製菓(株)	北海道	13,500	マルセイバターサンド、ストロベリーチョコ
	090100751	(株)ケイセイシイ	北海道	12,697	LeTAO(ルタオ)、ドゥーブルフロマージュ
東北	160003151	(株)でん六	山形県	24,896	でん六豆、ポリッピー
	100424188	(株)菓匠三全	宮城県	8,460	萩の月
	120064948	(株)ラグノオささき	青森県	4,660	気になるりんご
関東	985814507	(株)明治	東京都	727,838	ミルクチョコレート、カール、キシリッシュ
	989506884	(株)ロッテ	東京都	238,536	キシリトール、雪見だいふく、コアラのマーチ
	600009030	カルビー(株)	東京都	197,658	ポテトチップス、じゃがりこ、かっぱえびせん
北陸	360003441	(株)ブルボン	新潟県	113,670	ルマンド、エリーゼ、アルフォート
	340100241	亀田製菓(株)	新潟県	77,194	亀田の柿の種、ぼたぼた焼、ハッピーターン
	340342073	(株)三幸製菓	新潟県	56,774	雪の宿、ばりりんこ、チーズアーモンド
中部	968364052	(株)シャトレーゼ	山梨県	61,833	シャトレーゼ
	671001004	井村屋(株)	三重県	32,862	あずきパー、ようかん
	395012284	(株)おやつカンパニー	三重県	17,600	ペピースターラーメン、ひとくちラスク
近畿	580020051	江崎グリコ(株)	大阪府	205,383	ポッキー、ビスコ、ブリッツ
	580023456	日世(株)	大阪府	37,676	ソフトクリーム、クレミア
	530104331	(株)ユーハイム	兵庫県	30,500	パウムクーヘン
中国	610011819	カバヤ食品(株)	岡山県	23,887	ゴールドチョコレート、ジュールC
	690181381	壽製菓(株)	鳥取県	10,368	因幡の白うさぎ
	610120681	(株)源吉兆庵	岡山県	7,870	福渡せんべい、陸乃宝珠
四国	740096604	(株)あわしま堂	愛媛県	13,246	どら焼、カステラ
	740161462	サンタ(株)	愛媛県	6,200	OEM商品(アイスクリーム、氷菓)
	730009436	澁谷食品(株)	高知県	5,608	芋屋金次郎
九州	810159303	(株)森田あられ	福岡県	10,400	もち吉、餅のおまつり
	820019342	丸永製菓(株)	福岡県	9,003	あいすまんじゅう、白くま
	800224991	森永デザート(株)	佐賀県	7,000	チョコモナカジャンボ

【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 担当：下川 純

TEL 03-5919-9341 FAX 03-5919-9348

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。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。