

特別企画： 京都府内の食品スーパーの経営実態調査（2020 年度）

巣ごもり需要拡大で増収に転じる

～ 売上高首位は「スーパーマツモト」を運営する(株)マツモト ～

はじめに

新型コロナウイルス感染拡大の影響により巣ごもり需要が拡大した 2020 年度は、自宅での食料品需要は伸長し、食品スーパー各社の業績は堅調に推移した。

一方、同感染予防の観点から、インターネット通販やネットスーパーへシフトする消費者の動きもみられるため、差別化と来店客確保に向けた取り組みは今後も課題として残されている。

このような中、企業概要データベース「COSMOS2」（全国 147 万社収録）をもとに、京都府内に本社を置き生鮮品や総菜などの販売を主業とする食品スーパーについて、売上高、売上高規模、損益などについて分析した。なお、業績数値は一部推定値を含み、食品や日用品以外に、衣料品や住居関連商品、家電など幅広く扱う総合スーパーは除外した。

調査結果（要旨）

1. 食品スーパー69 社の 2020 年度の売上高合計は、2,523 億 9,100 万円となり、前年度比 2.7%増と増収に転じた。
2. 2020 年度の売上高規模別に見ると、「100 億円以上」の大規模企業 5 社すべてが増収となった。相対的に堅調な業績推移となった企業が多数を占めたが、人口減少比率が大きい京都府北部を主な営業エリアとする中小規模スーパーは苦戦を強いられた。
3. 食品スーパー69 社のうち 2 期連続で損益が判明した 25 社を分析した結果、2020 年度の黒字企業は 21 社（構成比 84.0%）で、このうち 2 期連続黒字企業は 16 社（同 64.0%）となった。一方、赤字企業は 4 社（同 16.0%）となり、このうち 2 期連続赤字企業は 2 社（同 8.0%）となった。
4. 売上高トップは「スーパーマツモト」を運営する(株)マツモト（亀岡市）の約 556 億 1,600 万円、「FRESCO（フレスコ）」を運営する(株)ハートフレンド（京都市下京区）の約 552 億 4,000 万円。以下、「マツヤスーパー」を運営する(株)マツヤスーパー（京都市山科区）の約 233 億 6,000 万円と続いた。

1. 売上高動向～売上高合計は増加

企業概要データベース「COSMOS2」収録企業のうち、京都府内の食品スーパーは69社で、2020年度の売上高合計は2,523億9,100万円となり、前年度比2.7%増と増収に転じた。

2020年度が増収となった企業は26社（2019年度は18社）で、このうち2期連続増収となった企業は17社（同19社）となった。一方、減収となった企業は24社（同24社）で、2期連続減収となった企業は8社（同11社）となった。全体では、前年度に比べて増収企業が増加し、売上高合計は増収となった。

	売上高合計(百万円)	前年度比(%)
2018年度	246,948	-
2019年度	245,646	▲ 0.5
2020年度	252,391	2.7

2. 売上高規模別動向～売上高上位10社すべてが増収

売上高規模別に見ると、「100億円以上」の大規模企業は5社すべて（前年度は3社）が増収となった。

大規模企業が新規出店やリニューアルなど設備投資を積極的に行うことで売り上げを伸ばした一方、数の少ない既存店舗のみで運営している中小企業は、同業他店やコンビニエンスストア、ドラッグストアなど異業種との競争激化で厳しい状況にある。

売上高	2019年度							2020年度						
	社数	増収	構成比(%)	減収	構成比(%)	横ばい	構成比(%)	社数	増収	構成比(%)	減収	構成比(%)	横ばい	構成比(%)
100億円以上	5	3	60.0	2	40.0	0	0.0	5	5	100.0	0	0.0	0	0.0
50億円以上100億円未満	5	1	20.0	4	80.0	0	0.0	6	5	83.3	0	0.0	1	16.7
10億円以上50億円未満	18	4	22.2	10	55.6	4	22.2	16	9	56.3	4	25.0	3	18.8
5億円以上10億円未満	9	4	44.4	3	33.3	2	22.2	9	3	33.3	3	33.3	3	33.3
1億円以上5億円未満	26	6	23.1	3	11.5	17	65.4	20	3	15.0	13	65.0	4	20.0
1億円未満	8	0	0.0	2	25.0	6	75.0	13	1	7.7	4	30.8	8	61.5
合計	71	18	25.4	24	33.8	29	40.8	69	26	37.7	24	34.8	19	27.5

3. 損益別動向～黒字企業が全体の8割を占める

食品スーパー69社のうち2期連続で損益が判明した25社について分析した結果、2020年度の黒字企業は21社（構成比84.0%）で、このうち2期連続黒字企業は16社（同64.0%）であった。一方、赤字企業は4社（同16.0%）、このうち2期連続赤字企業は2社（同8.0%）となった。

損益比較	2019年度		2020年度	
	社数	構成比 (%)	社数	構成比 (%)
黒字	20	80.0	21	84.0
赤字	5	20.0	4	16.0
合計	25	100.0	25	100.0

損益比較	2020年度	
	社数	構成比 (%)
2期連続黒字	16	64.0
2期連続赤字	2	8.0

近年、食品小売業界においては人材確保が課題となっている。各社とも定年延長や女性登用、パート・アルバイトの社員登用など働きやすい職場環境づくりを進めることで人材確保に注力している。

一方、実質賃金は上昇基調にあり、正社員登用が進むことで、人件費負担の増加が企業収益を圧迫する状況もみとれる。

4. 2020年度売上高ランキング～トップはマツモト

2020年度の売上高上位10社

順位	商号	店舗名	所在地	決算月	売上高 (百万円)	前年度比増減率 (%)
1	(株)マツモト	スーパーマツモト	亀岡市	2021.02	55,616	3.8
2	(株)ハートフレンド	FRESCO(フレスコ)	京都市下京区	2021.02	55,240	1.7
3	(株)マツヤスーパー	マツヤスーパー	京都市山科区	2020.07	23,360	4.6
4	(株)コスモコーポレーション	新鮮激安市場!、業務スーパー	向日市	2020.05	15,976	6.6
5	(株)にしがき	スーパーにしがき	京丹後市	2021.02	13,554	3.2
6	(株)ハッピーテラダ	ハッピーテラダ、生鮮館TOKUYA	京都市伏見区	2021.03	9,190	14.7
7	(株)三ツ丸ストア	三ツ丸ストア、生鮮&業務スーパー	福知山市	2021.02	8,265	4.7
8	(株)なかむら	生鮮館なかむら	京都市左京区	2021.03	7,600	7.0
9	エニック(株)	業務スーパー	京都市山科区	2020.09	6,500	35.0
10	(有)山田商店	スーパー山田屋	城陽市	2020.08	6,400	3.2

「2020年度売上高」は、2020年4月～2021年3月の決算期時点の売上高

売上高トップは「スーパーマツモト」を経営する(株)マツモト(亀岡市)の約556億1,600万円(同3.8%増)。京都市、亀岡市、向日市、南丹市、綾部市、長岡京市、宇治市、枚方市を営業エリアとして24店舗を経営。

第2位は「FRESCO(フレスコ)」を経営する(株)ハートフレンド(京都市下京区)の約552億4,000万円(前年度比1.7%増)。京都府、大阪府、兵庫県、滋賀県を営業エリアとして119店舗を経営。

第3位は「マツヤスーパー」を経営する(株)マツヤスーパー(京都市山科区)の約233億6,000万円(同4.6%増)。京都市、城陽市、宇治市、大津市、草津市を営業エリアとして8店舗を経営(店舗数は、いずれも2021年11月末時点)。

相対的に堅調な業績推移となった企業が多数を占めたが、京都府北部(京丹後市、舞鶴市、宮津市、綾部市、福知山市など)を主な営業エリアとする中小規模スーパーは、前年度同様に苦戦を強いられた。同エリアは人口減少比率が大きく、総合スーパーやドラッグストア、ディスカウントストアなどとの競合激化による影響と考えられる。

5. 2021年度の動向と見通し

2021年10月、全国的に緊急事態宣言が解除となり、以降は新型コロナウイルス感染拡大もひとまず抑制が進んできている。ただし、直近では新たにオミクロン株の脅威などが喧伝され、消費者の警戒意識は完全に解かれてはいない。このような中、いわゆる巣ごもり需要は続いている状態で、前年度に増加した自宅での食料品需要も一定程度持続し、食品スーパー各社は堅調な業績で推移している。しかし業績予想としては、前年度の反動を考慮し減収予想の企業が多くを占めている。また、京都府および府外から進出した同業者間の競争に加え、大手総合スーパーやコンビニエンスストア、ドラッグストア、ディスカウントストア、ネットショッピングや宅配サービスなど異業種との競争もある。

食品スーパー各社は堅調な需要に対応しようと、コロナ禍で普及したキャッシュレス対応や電子マネー決済によるポイント還元、セルフレジの導入など人との接触を避けたサービスを強化し、顧客つなぎ止めに引き続き注力している。前年度にスタートした政府による「キャッシュレス消費者還元事業」は、同時期に同感染拡大となったことから、支払時間を短縮し、接触機会を減らしたい消費者心理に呼応し、消費行動の変容を促進した。また自動発注システムの導入により省力化を図る動きもみられる。

その一方で、設備投資の余裕がない中小規模のスーパーは依然として人に頼った運営を余儀なくされており、業界内での格差が顕在化している。

収益状況をみれば、原油価格の高騰などによる仕入価格の上昇に加え、人件費や物流費などのコスト増も重なり、黒字決算を続けてきた企業も楽観はできない局面にある。また、関西スーパーの経営統合問題に象徴されるように、合従連衡が活発化することも考えられ、今後は関西圏としての視野も必要と思われる。

まとめ

2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響による外出自粛で社会経済活動が停滞する中、巣ごもり需要が増加し、食品スーパー各社の業績は堅調に推移した。

市場の動向については、京都府全体では2004年をピークに、以降は人口減少が続いている。なかでも府北部エリアの人口減少傾向が目立っている。一方、府南部は新名神高速道路の開通などで中長期的には人口増が期待されており、大阪方面からの流入も含め、このエリアに新規出店する企業が増加している。こうした市場の縮小や拡大が食品スーパーの経営戦略を大きく左右していくであろう。その戦略に関しても、企業体力のある大手がスケールメリットを活かして様々な投資を行っていく一方、資金力に乏しい中小規模クラスは旧態依然とした運営に終始し、優勝劣敗が顕著となる状況が予想される。

生き残りをかけた業務提携や企業買収などが活発化していく流れの中で、今後の京都府における業界勢力図にも引き続き注視が必要であろう。

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 京都支店 担当：高橋 直樹 TEL 075-223-5111 FAX 075-223-5200

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。