

特別企画：京都府の菓子製造業者の経営実態調査（2022 年）

コロナ禍から徐々に回復、増収に転じる ～ 依然として回復途上、コロナ禍前の水準には及ばず ～

はじめに

京都府の菓子製造業は 2019 年まではインバウンド需要の高まりなどを受け、比較的堅調な推移であったものの、2020 年以降は新型コロナウイルス感染拡大の影響で売上減を強いられる企業が増加した。特に土産物や観光客向けの落ち込みは大きく、コロナ禍の長期化で回復が遅れた業種の一つと言える。

2022 年は同感染拡大の影響が収束に向かい、国内景気は徐々に回復、菓子製造業者においても持ち直しの動きがみられた。一方、ロシア軍のウクライナ侵攻や円安などを背景に仕入価格の高騰が続き、企業収益改善の遅れが浮き彫りとなった。

2023 年春以降は、社会経済活動の正常化に伴って景況感は改善基調となり、菓子業界の需要も回復傾向にあるが、依然としてコスト高は続いている。収益性改善が遅れるなか、夏以降はコロナ融資の返済が本格化するため、経営者は難しい舵取りを迫られている。

帝国データバンク京都支店は、2023 年 5 月末時点の企業概要ファイル「COSMOS2」に収録されている企業（147 万社）の中から、2022 年決算（1 月期～12 月期）の年売上高が判明した京都府の菓子製造業者を抽出し、売上状況について集計・分析した。

調査結果（要旨）

1. 2022 年（1 月期～12 月期）で売上高が判明した京都府下の菓子製造業者 188 社の総売上高は前年比 12.4%増の 714 億円となった。
2. 2021 年まではコロナ禍で「減収」企業が 6 割弱を占めていたが、2022 年は「増収」が 4 割強、「減収」が 2 割弱となり、業績が回復する企業が増加した。
3. 業歴別では、「50 年～100 年未満」の 78 社が最多、「100 年以上」の老舗メーカーは 42 社となり、業歴 50 年以上の企業が全体の約 6 割強を占めた。
4. スーパーマーケットや量販店向けなど様々な販路を確保し、インターネット通販や SNS といった新たな手法を活用した企業が増収となった。

1. 売上高状況 ～社会経済活動の正常化で増収に転じる～

京都府下の菓子製造業者のうち、2019 年～2022 年 4 期連続で売上高が判明した 188 社を対象に各年の総売上高をみると、2022 年は前年比 12.4%増の 714 億円となった。前年まで 2 年連続減収となっていたが、2022 年は増収に転じた。

2019年～2022年の総売上高

	2019年	2020年	2021年	2022年
総売上高 (百万円)	93,618	81,474	63,519	71,400
前年比 (%)	—	▲13.0%	▲22.0%	+12.4%

※集計対象は、2019年～2022年の売上高が4期連続で判明した188社

2020 年～2021 年は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で巣ごもり需要が拡大し、スーパーマーケット向けなどは伸長したものの、インバウンド需要が消失し、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。また、在宅勤務や外出自粛の増加でコンビニエンスストアや百貨店を販路とする企業が打撃を受けた。

2022 年は感染拡大が落ち着きをみせたことで外出機会が増加、菓子需要が回復し、増収となった。ただ、コロナ禍前の 2019 年（936 億 1800 万円）比では 23.7%減、2020 年（814 億 7400 万円）比では 12.4%減にとどまり、依然として回復途上である。

2. 売上高増減比較

「増収」「減収」の比率をみると、2022 年の「増収」となった企業の割合は 41.0%（77 社、前年比 24.0 ポイント増）となった。「減収」となった企業は 16.5%（31 社、同 39.9 ポイント減）と大幅減となった。

	増収	構成比 (%)	横ばい	構成比 (%)	減収	構成比 (%)	合計
2021年	32	17.0%	50	26.6%	106	56.4%	188
2022年	77	41.0%	80	42.6%	31	16.5%	188

「増収」企業は、新規出店や新商品の投入を積極的に行うことで受注量を確保した。また、外出を控えた一般消費者向けについては、インターネット通販やテレビショッピングなどに進出した企業や、SNS を活用した認知度向上などで売り上げを拡大させた企業もみられた。

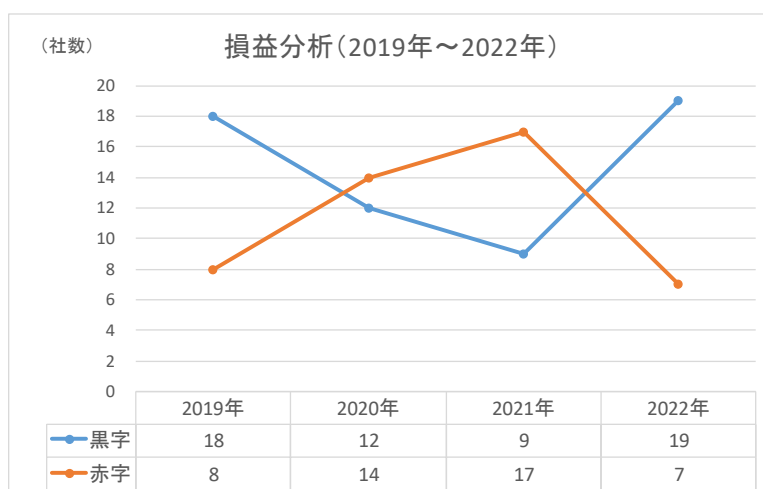
観光客向け、進物用、家庭用など、様々なニーズに対応できる販売チャネルを構築したことで、売り上げの落ち込みを下支えするなど企業努力も窺えた。

一方、「減収」となった企業は、百貨店や観光客向けなどを主体とする企業で、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。

3. 損益分析

2019 年～2022 年 4 期連続で業績が判明した企業のうち、損益が判明した 26 社をみると、2021 年は赤字企業が 7 割弱（17 社）を占めていたのに対し、2022 年は黒字企業が 7 割強（19 社）となった。

損益は総売上高と連動しており、前年比増収となった年は黒字企業が増加し、減収となった年は赤字企業が増加している。



4. 業歴別売上高比較

2022 年の売上高が判明した 188 社を業歴別にみると、「50 年～100 年未満」が 78 社（構成比 41.5%）で最多となり、次いで「100 年以上」42 社（同 22.3%）となった。業歴 50 年以上の企業が全体の 120 社（同 63.8%）を占めた。

売上高規模別にみると、「1 億円未満」が 4 割強（83 社）、「1～10 億円未満」が 5 割弱（88 社）を占め、「10 億円未満」（「1 億円未満」と「1～10 億円未満」の合計）が 9 割強（171 社）を占めた。

業歴別売上高構成比

（社）

業歴別	1 億円未満		1～10 億円未満		10～50 億円未満		50～100 億円未満		合計	構成比 (%)
		構成比		構成比		構成比		構成比		
10 年未満	1	33.3%	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	1.6%
10～30 年未満	16	45.7%	17	48.6%	2	5.7%	0	0.0%	35	18.6%
30～50 年未満	13	43.3%	11	36.7%	4	13.3%	2	6.7%	30	16.0%
50 年～100 年未満	41	52.6%	34	43.6%	3	3.8%	0	0.0%	78	41.5%
100 年以上	12	28.6%	24	57.1%	6	14.3%	0	0.0%	42	22.3%
合計	83	44.1%	88	46.8%	15	8.0%	2	1.1%	188	100.0%

※網掛け部分は30%を超えるボリュームゾーン

業歴別売上高増減比率

（社）

業歴別	増収	構成比	横ばい	構成比	減収	構成比	合計
10年未満	1（ 0 ）	33.3%	2（ 2 ）	66.7%	0（ 1 ）	0.0%	3
10～30年未満	17（ 8 ）	48.6%	16（ 11 ）	45.7%	2（ 16 ）	5.7%	35
30～50年未満	17（ 6 ）	56.7%	11（ 6 ）	36.7%	2（ 18 ）	6.7%	30
50年～100年未満	28（ 10 ）	35.9%	33（ 22 ）	42.3%	17（ 46 ）	21.8%	78
100 年以上	14（ 8 ）	33.3%	18（ 9 ）	42.9%	10（ 25 ）	23.8%	42
合計	77（ 32 ）	41.0%	80（ 50 ）	42.6%	31（ 106 ）	16.5%	188

※（ ）内は前年実績

業歴別売上高増減比率では、「増収」「横ばい」が多くを占めたものの、業歴「50 年以上」（「50 年～100 年未満」と「100 年以上」の合計）の企業では「減収」となった企業が 2 割超となり、老舗企業の回復が遅れた。

スーパーマーケットや量販店向けなど様々な販路を確保し、インターネット通販や SNS といった新たな手法を活用した企業が増収となったが、従来からの販路である百貨店や観光客向けなどを中心とする企業は減収となった。百貨店や観光客向けは、新型コロナウイルスの感染者数の変動の影響を受けたとみられる。

まとめ

菓子製造業の売上高は、2021 年を底に、2022 年は増収となった。新型コロナウイルスの感染者数が減少し、社会経済活動が正常化に向かうなかで需要が回復、増収企業が増加した。積極的な出店や、インターネット通販、テレビショッピングなど販売チャネルを増やした企業が増収となった一方、百貨店や観光客向けなど販路が限定された企業では減収となる傾向がみられた。

2023 年に入ってから、政府の水際対策の緩和で観光を目的とする外国人入国者数が増加している。また、5 月以降は新型コロナウイルスが感染症法上の分類で 5 類に移行し、景況感は一向きとなっており、前年を上回る売り上げ推移となっている企業が増加している。

一方、原材料価格や輸送費の高騰、人手不足に伴う人件費の増加、円安による輸入コストの増加などが企業収益を下押しする要因となっている。今後は、価格転嫁や人材確保、省力化などによる効率化などへの取り組みにより、売り上げ増加とともに利益率を改善できるかに注目が集まる。

京都では、7 月には祇園祭が開催されるほか、秋には行楽シーズンを迎えるため、観光産業を

中心に景気回復に期待がかかるが、2023 年夏以降はコロナ融資の返済が本格化するため、過剰債務に陥っている企業にはポストコロナとなっても厳しい経営を強いられる可能性がある。

【内容に関するお問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 京都支店情報部 担当：野田 圭祐

TEL:075-223-5111 E-mail:keisuke.noda@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。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。