

特別企画：京都府内の食品スーパーの経営実態調査（2021年度）

巣ごもり需要の反動で、総売上高は微減

～ 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

食品スーパーは、同業者だけでなくドラッグストアやコンビニエンスストア、ネット通販、ネットスーパーといった業態の垣根を超えた異業種との競争が激化している。そのようななか、2020年以降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伸長し、食品スーパー各社は増収企業が増加した。

2021年度は、前年の反動減で全体の売上高は微減となったものの、巣ごもり需要の継続により概ね堅調な業績となった。

ただし、2021年末頃から各種食料品価格の上昇がみられ、2022年以降はロシア軍のウクライナ侵攻を起因とするエネルギー価格の高騰や度重なる値上げなどから、一般消費者の消費動向が下振れする可能性もあり、注視が必要である。

このようななか、帝国データバンク京都支店では、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68社の2021年度の売上高合計は、2,464億5,500万円と前年度比0.2%減と微減となった。
2. 2021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社のうち、増収となったのは0社で、全体でも増収企業は13社のみ（前年度は26社）となった。
3. 食品スーパー68社のうち2期連続で損益が判明した27社を分析した結果、2021年度の黒字企業は18社（前年度は20社）で、このうち2期連続黒字企業は16社（同16社）となった。一方、赤字企業は9社（同4社）となり、このうち2期連続赤字企業は3社（同2社）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549億1,900万円、「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548億2,200万円。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220億1,800万円と続いた。

1. 売上高動向～売上高合計は微減

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68社で、2021年度の売上高合計は2,464億5,500万円と前年度比0.2%減となった。

2021年度に増収となった企業は13社（前年度は26社）で、このうち2期連続増収となった企業は6社（同17社）となった。一方、減収となった企業は17社（同24社）で、2期連続減収となった企業は5社（同8社）となった。全体では、前年度に比べて増収、減収ともに減少し、横ばい企業が増加となった。巣ごもり需要の落ち着きにより、売上高合計は微減となった。

	売上高合計(百万円)	前年度比(%)
2019年度	240,099	-
2020年度	246,957	2.9
2021年度	246,455	▲ 0.2

2. 売上高規模別動向～「50億円以上」増収は0社

売上高規模別に見ると、「50億円以上」（10社）のうち増収となったのは0社となり、10社すべてが増収となった前年度から一転して、減収、横ばいの企業が増加した。「5億円未満」（33社）では、減収が5社に減少（前年度は17社）し、増収が7社に増加（同4社）した。

前年度は、緊急事態宣言発出や学校の休校などから、家庭内食品需要が高まったほか、マスクなどの衛生用品の特需もあったため増収企業が増加したが、2021年度は前年度の反動減となった。

また、前年度までは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い、売り上げを伸ばしてきたが、2021年度はコロナ禍で新規出店を控える企業が増加した。大半の企業が既存店舗のみの運営となり、横ばいが増加したほか、小規模企業においても巣ごもり需要の恩恵を受ける形となった。

売上高	2020年度							2021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	5	100.0	0	0.0	0	0.0	5	0	0.0	1	20.0	4	80.0
50億円以上100億円未満	5	5	100.0	0	0.0	0	0.0	5	0	0.0	2	40.0	3	60.0
10億円以上50億円未満	16	9	56.3	4	25.0	3	18.8	17	6	35.3	7	41.2	4	23.5
5億円以上10億円未満	9	3	33.3	3	33.3	3	33.3	8	0	0.0	2	25.0	6	75.0
1億円以上5億円未満	20	3	15.0	13	65.0	4	20.0	20	5	25.0	4	20.0	11	55.0
1億円未満	13	1	7.7	4	30.8	8	61.5	13	2	15.4	1	7.7	10	76.9
合計	68	26	38.2	24	35.3	18	26.5	68	13	19.1	17	25.0	38	55.9

前年度比±3%未満は「横ばい」としてカウント

3. 損益別動向～黒字企業が減少、赤字企業が増加

食品スーパー68社のうち、2021年度の黒字企業は18社（前年度20社）で、このうち2期連続黒字企業は16社（同16社）であった。一方、赤字企業は9社（同4社）、このうち2期連続赤字企業は3社（同2社）となった。

日本の総人口は2010年をピークに減少傾向に転じており、食品小売業界における人材確保

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、最低賃金の上昇や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している。

(社数)

損益比較	2020年度	2021年度	増減
黒字	20	18	▲2
うち2期連続黒字	16	16	0
赤字	4	9	+5
うち2期連続赤字	2	3	+1

4. 2021年度売上高ランキング～トップはマツモト

2021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)
1	(株)マツモト	スーパーマツモト	亀岡市	2022.02	54,919
2	(株)ハートフレンド	FRESCO(フレスコ)	京都市下京区	2022.02	54,822
3	(株)マツヤスーパー	マツヤスーパー	京都市山科区	2021.07	22,018
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	2021.05	16,629
5	(株)にしがき	スーパーにしがき	京丹後市	2022.02	13,719
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	2022.03	9,408
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	2022.02	8,261
8	(株)なかむら	生鮮館なかむら	京都市左京区	2022.03	7,300
9	エニック(株)	業務スーパー	京都市山科区	2021.09	6,500
10	(有)山田商店	スーパー山田屋	城陽市	2021.08	6,200

「2021年度売上高」は、2021年4月～2022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549億1,900万円。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25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548億2,200万円。京都府、大阪府、兵庫県、滋賀県を営業エリアとして121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220億1,800万円。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2022年9月末時点)。

京都市以外の郊外を主な営業エリアとするスーパーにおいても、巣ごもり需要の継続で比較的堅調な業績となった。

5. 京都府の市場動向と今後の見通し

京都府全体では 2004 年をピークに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。

まとめ

2021 年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響が徐々に和らぎ、社会経済活動の再開から巣ごもり需要が落ち着きをみせた。このため、増収企業は減少したものの、概ね横ばい基調で堅調な業績となった企業が大半を占めた。

2022 年に入ってから、コロナ禍においても厳しい行動制限が強いられることはなかったため、徐々に人出が増加し家庭内食品需要は落ち着きをみせた。このため、来年度（2022 年度）は減収を予想（既存店ベース）する企業が多くを占めている。

コスト面では、最低賃金の改定などによる人件費の増加に加え、資源エネルギー価格高騰による物流費や光熱費の上昇といったコスト増が企業収益を圧迫しており、黒字決算を続けてきた企業も楽観視できない局面にある。

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、宅配スーパーといった異業種との競争もあり、業態の垣根を越えた競争は厳しさを増している。大手スーパーマーケットの経営統合問題など、合従連衡がさらに活発化することも考えられ、京都府だけでなく全国規模での業界再編の動きも注視する必要がある。

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。