

特別企画：食材宅配企業の経営実態調査

食材宅配企業の売上高、2年間で5.0%増

～ 黒字企業数は頭打ち、収益性確保が今後の課題 ～

はじめに

日本生協連が9月21日に発表した「2010年度 生協の経営統計」によると、個人宅への宅配による供給高が店舗での供給高を初めて上回った。近年、女性の社会進出や過疎・高齢化による「買い物弱者」の増加を背景として、宅配サービス市場への注目が高まっている。

帝国データバンクでは、信用調査報告書（151万社収録）および企業概要データベース「COSMOS 2」（140万社収録）などをもとに、主に食材を取り扱う小売業者から2010年度（2010年4月～2011年3月）および前2期の業績が判明した9057社を抽出。うち宅配サービス対応と判明した食材宅配企業2058社について、業績を比較した。

なお、「食材宅配企業」に関するレポートは今回がはじめてとなる。

※1 宅配サービスには、インターネットショッピングやネットスーパー、電話・FAXなどからの発注に応じて宅配を行うサービスに加えて、店頭で購入した商品を自宅まで宅配するサービスが含まれる

※2 レポート内の業績値は全て、宅配事業単体ではなく企業全体の業績数値

調査結果（要旨）

1. 食材宅配企業2058社の売上高合計は、2008～2010年度で5.0%増、宅配非対応の食材小売企業6999社の1.6%増を3.4ポイント上回り、食材宅配企業の方が業績を伸ばしていることがわかった

	売上高合計 (百万円)	増収率 (%)
2008年度	10,956,688	-
2010年度	11,507,062	5.0

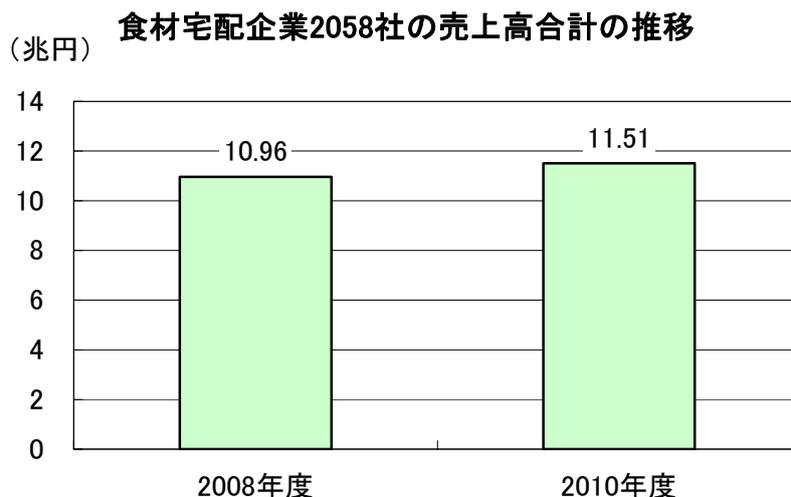
2. 損益が判明した408社のうち、2010年度に黒字となった企業数は297社で72.8%を占めたものの、2008年度の336社（82.4%）からは減少した

3. 規模別では、売上高「1000億円以上」の企業が売上高8.1%増で増収率トップ。一方、小規模の「1億円未満」では11.5%減となった

4. 宅配対応率を比較すると、規模別では売上高「100億円以上」の規模で3割を超えた。主品目別では「米穀類」の48.2%がトップ

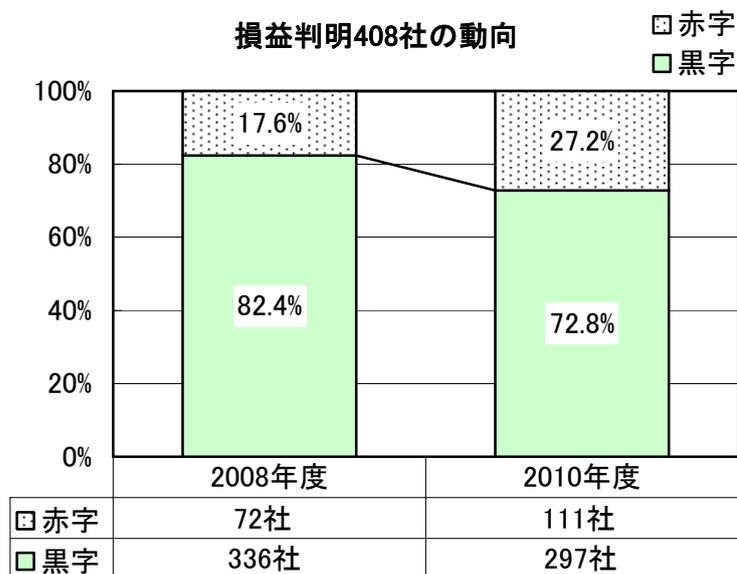
1. 売上高推移

食材宅配企業 2058 社の売上高合計の推移をみると、2010 年度は 11 兆 570 億 6200 万円で、2008 年度の 10 兆 956 億 8800 万円と比べて 5.0% の増加となった。宅配非対応の食材小売企業 6999 社の同増加率 1.6% に対し、3.4 ポイント上回る結果となった。



2. 損益動向

損益が判明した 408 社について、黒字企業と赤字企業の社数を比較すると、2010 年度損益が黒字となった企業は 297 社で、408 社中 72.8% を占めた。しかし、2008 年度と比べると 336 社（構成比 82.4%）から漸減している。宅配サービス維持のためにコスト増となることが理由の一つとみられる。



3. 規模別比較

食材宅配企業 2058 社について、規模別に売上高の増減率を比較すると、「1000 億円以上」の 8.1%増が増収率でトップ。以下、規模が小さくなるほど減少しており、「1 億円未満」では 11.5%減と大幅に減少した。宅配サービスにおいても、一定のスケールメリットが働いていることが要因とみられる。

規模別売上高総額推移 (単位:百万円)

10年度売上高	企業数	2008年度	2010年度	増収率(%)
1000億円以上	22	6,745,657	7,292,808	8.1
500～1000億円未満	18	1,117,483	1,152,727	3.2
100～500億円未満	89	2,185,294	2,183,897	▲ 0.1
50～100億円未満	37	257,431	255,379	▲ 0.8
10～50億円未満	172	387,805	376,209	▲ 3.0
1～10億円未満	675	216,589	204,953	▲ 5.4
1億円未満	1,045	46,429	41,089	▲ 11.5
計	2,058	10,956,688	11,507,062	5.0

4. 宅配对応率

食材小売企業 9057 社について宅配对応率を比較すると、規模別では「1000 億円以上」が 44.9%とトップで、「50～100 億円未満」の中規模が 17.5%と最も低かった。中規模企業の対応率が低くなった背景としては 2 点考えられる。1 つには、コストが障壁となるためスケールメリットがないと参入しにくいということ。もう 1 つには、小規模でなければ狭い商圈で小回りが利く「御用聞き」的な宅配を行えないということが挙げられる。また、大手の宅配对応率の高さは、これまで地場の商店しかアプローチできなかった消費者に対し、宅配サービスによって大手もアプローチできるようになってきていることを示している。中小規模が苦戦している要因の一つはここにあるだろう。

規模別宅配对応率

10年度売上高	企業数	うち宅配	対応率(%)
1000億円以上	49	22	44.9
500～1000億円未満	53	18	34.0
100～500億円未満	276	89	32.2
50～100億円未満	212	37	17.5
10～50億円未満	861	172	20.0
1～10億円未満	3,252	675	20.8
1億円未満	4,354	1,045	24.0
計	9,057	2,058	22.7

主品目別に宅配对応率を比較すると、「米穀類」が 48.2%と平均 (22.7%) の 2 倍以上となった。米の重さが宅配への需要を押し上げることに加え、地場の米穀店が LP ガスなどとともに各家庭へ宅配するケースが多いことが要因とみられる。一方、「鮮魚」(11.3%) や「卵・鳥肉」(18.8%) などの比較的日持ちのしない品目ほど宅配对応率は低かった。

主品目別宅配对応率

主品目	企業数	うち宅配	対応率(%)
食材総合	4,462	970	21.7
食肉	1,593	388	24.4
鮮魚	1,591	179	11.3
米穀類	809	390	48.2
野菜	522	116	22.2
卵・鳥肉	80	15	18.8
計	9,057	2,058	22.7

5. 主要な宅配サービス

i. ネットスーパー

イトーヨーカ堂やイオン、ダイエー、西友などの中堅～大手スーパーが手がけることが多い。基本的にはインターネット経由での注文となり、早い時間の注文であれば当日中に宅配可能なのが特徴。多くのサービスがエリアを対応店舗周辺に限っており、比較的人口密度の高い地域が対象となっている。

ii. 生協の個配・共同購入

生協では従来から共同購入という形で宅配を行っていたが、個人宅への「個配」の比率も年々高まっており、2010年度には店舗での供給高を超えている。電話・FAX・インターネットなどから注文可能で、コープネット事業連合が手がける「コープデリ」や、パルシステム連合の「パルシステム」などのサービスが有名。

iii. 自然派宅配

有機野菜や低農薬野菜などを主に扱う宅配サービスで、らでいっしゅぼーや、オイシックスとといった企業のサービスが有名。エリアは全国で、週次など定期的に配送するものが多い。近年の食の安全志向を受け注目を集めている。

iv. 通販系宅配

自社では配送能力を持たず、インターネットなどからの通信販売によって全国へ配送を行う。近年では、小規模の企業でも楽天市場などを利用して宅配を行うケースが多い。

v. 持ち帰り系宅配

通常通り店舗で商品を購入した商品を自宅まで代わりに届けるサービス。中小規模のスーパーなどが行っていることが多い。

vi. その他の宅配

米穀店などでは、商品が重いこともあり昔からLPガスなどと共に宅配を行っているケースが多い。また、零細規模の商店では顧客も限られるため「御用聞き」のような形で一部顧客宅へ配達するケースがある。

6. まとめ

調査の結果、食材宅配企業 2058 社は 2008～2010 年度の 2 年間で売上高が 5.0%伸びていることがわかった。全体としては宅配非対応の食材小売企業 6999 社の増収率を 3.4 ポイント上回ったものの、売上高 100 億円未満の中小規模の業者は 2008～2010 年度で売上高が軒並み減少となるなど、厳しい経営を強いられている。また、損益が判明した企業を見ても黒字企業は減っており、損益面で課題が残る企業は多い。

こうしたなか、ヤマトシステム開発や東芝テックなどが、ネットスーパーシステム構築サービスを展開するなど、宅配サービスへの参入コストは下がっていくとみられ、食材宅配企業は今後さらに増えることが予想される。また、口蹄疫や原発事故等の影響で安心・安全な食材を求める消費者が増えてきていることは、産地直送や有機栽培などの商品に強みのある食材宅配業者にとっては追い風となる。

今後もしばらくは新規参入業者の増加による競合激化が予想され、収益をいかに確保していくかが生き残りのポイントとなるだろう。

【内容に関する問い合わせ先】

(株) 帝国データバンク 本社 産業調査部 担当：石田 卓也
TEL 03-5775-3073 e-mail :takuya.ishida@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無断引用を固く禁じます。