



業界レポート
飲食料品小売業
産業分類コード58

あなたの会社の e-審査部®
リスクモンスター株式会社

市場概要

① 営業種目

各種食料品、野菜・果実、食肉、鮮魚、酒、菓子・パン、その他の飲食料品

② 業界規模

総売上高 51兆878億円

上場企業数 19社

非上場企業数 79,087社

③ 業界サマリー

飲食料品小売業は、専門食品小売店(八百屋、魚屋、精肉店など)と食品スーパー、コンビニエンスストアなどであり、斯業種における売上高全体の約58%が専門食品小売店と食品スーパーを含む「各種食料品小売業」、約28%がコンビニエンスストアを含む「その他の飲食料品小売業」となっている。

■専門食品小売店

専門食品小売店は、八百屋、魚屋、精肉店など、同一種類の飲食料品を中心に小売する事業所であり、長期にわたって地域の生活インフラとしての役割を担い、飲食料品小売業の中心であった。現在は、食品スーパー、コンビニエンスストアの台頭により、店舗数、販売額ともに減少傾向にある。

■食品スーパー

食品スーパーは、1店舗内で様々な飲食料品を購入できるという利便性とセルフサービスによる低価格性を強みとしている。取扱い商品は、生鮮三品(青果・鮮魚・精肉)、日配食品(たまご、牛乳など)、惣菜、その他一般食品に大別され、中でも生鮮三品と日配食品は、消費者ニーズが高く、品揃えや価格設定が業績を大きく左右する。生活必需品を取り扱う食品スーパーは、景気変動の影響を受けにくい業種であるが、近年はコンビニエンスストアやドラッグストア等との競争が激しくなっている。

■コンビニエンスストア

コンビニエンスストアは、長時間営業を強みとしている。コンビニエンスストア店舗の多くは、フランチャイズシステムを採用しており、フランチャイザーとしては、セブン-イレブン・ジャパン、ローソン、ファミリーマートの3社で国内シェア9割を占めている。フランチャイザーのブランドイメージの下、各店舗は均一的に運営されており、商品は定価販売が原則となる。店舗毎の差別化が難しいことから、コンビニエンスストアの収益は、立地条件が大きく左右する。商圈人口の多い地域には、コンビニエンスストアの出店が集中するため、同業者間の競争も激しい。

ビジネスモデル

■食品スーパー

食品スーパーは、食品製造業者から商品を仕入れ、個人客へ販売するビジネスモデルであり、立地条件、品質・品揃え・価格、ロス管理が重要なポイントとなる。

【立地条件】

飲食料品は、消費者の生活圏内で購入することが一般的であることから、立地が業績を大きく左右する。駅周辺や幹線道路沿いなど好立地が望ましいが、賃貸料が高額になりやすく、競合店が出店するリスクも高い。

【品質・品揃え・価格】

食品スーパーにおいては、主力である生鮮三品と日配食品が重要であるが、近年は弁当・惣菜などの中食市場が拡大しており、中食の拡充も競争力を左右する要素となっている。生鮮三品や中食は、消費期限が短く、鮮度管理が重要であることから、精緻な販売予測、客数予測に基づく、効率的な仕入・在庫管理が求められる。

【ロス管理】

食品スーパーでは、売れ残りによる廃棄ロスをいかに低減するかが重要である。多くの店舗では、見切り(値引き)販売を行うなどしてロスの最小化を図っている。

■コンビニエンスストア

【立地条件】

コンビニエンスストアの商圈は半径500m以内であり、食品スーパー以上に立地が重要なポイントとなる。

【人材確保】

近年、コンビニエンスストア業界では人手不足が大きな問題となっている。人件費は売上高の約15%を占める最大の経費であり、安定した収益確保のためには、可能な限り低い価格で人材を確保したい。しかし、景気回復による他業種との人材確保競争が厳しく、さらに最低時給の改定による人件費の上昇などから、人件費の高騰が続いている。

【ロイヤリティ】

フランチャイズ契約内容に応じて、売上高総利益の40%~70%程度のロイヤリティが発生する。大手チェーンの場合、商品の値引き販売を行わないため、収益確保のためには、仕入段階で商品廃棄ロスの低減努力が求められる。POSシステム等を活用し、仕入管理を徹底することが収益最大化の鍵となる。

食品スーパーとコンビニエンスストアの特徴

	食品スーパー	コンビニエンスストア
定義	飲食料品の売上構成比が70%以上、売場面積が250㎡以上の小売店	営業時間が14時間以上、売場面積が250㎡未満の飲食料品中心の小売店
国内店舗数	約1万店	約5万店
特徴	<ul style="list-style-type: none">生鮮食品の品揃え豊富地域性、商圈特性を踏まえた店舗運営店舗毎に価格設定の裁量有り(値引き販売可)	<ul style="list-style-type: none">24時間営業ブランドイメージに合った均質的な店舗運営店舗毎に価格設定の裁量無し(原則定価販売)

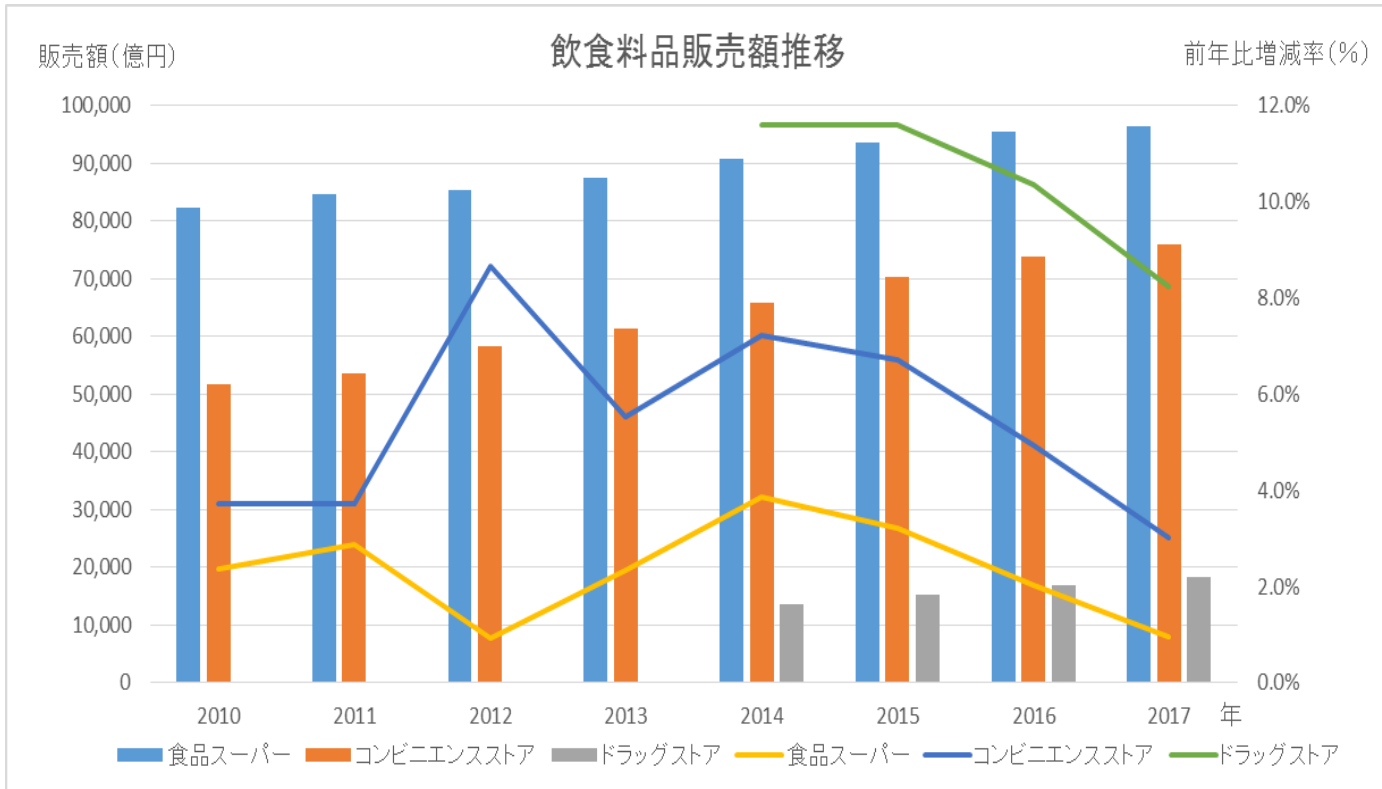
業界動向

食品スーパーとコンビニエンスストアは、飲食料品小売業において売上高の6割超を占めており、新業種における中心的な存在である。かかる中、近年では食料品購入にドラッグストアを利用する人が増加している。下表は、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアにおける飲食料品の販売額の推移である。

食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアのすべての業態において販売額は増加傾向にある。特に、ドラッグストアにおける飲食料品の販売額推移は、他2業態と比べて規模は劣るものの、統計データを確認できる2014年以降、右肩上がり推移している。

前年比販売額増減率に着目すると、食料品スーパー、コンビニエンスストアに比べて、ドラッグストアの増加率が著しい。他2業態が前年比1～2%内外の成長率であるのに対して、ドラッグストアは前年比10%内外の増加率であることが確認できる。

近年、飲食料品の販売額は増加基調で推移しているが、2019年10月1日より、消費税増税が予定されていることから、現行のトレンドが続くとは限らない。飲食料品には、軽減税率の適用があるものの、消費者の購買意識が変化する可能性は高く、2014年の消費増税後に成長率が鈍化していることから見ても分かるように、増税後に相応の影響が出てくると推察される。



出典：経済産業省 商業動態統計

財務指標分析

業界標準値 比較業界:食料品製造業

(安全性分析)

食料品製造業と比較すると、自己資本比率が低い。飲食料品小売業の収益の源泉は、流動資産を中心とした仕入販売であり、大きな設備投資が不要であることから、少ない資本でも事業が成り立つ業種であると読み取れる。

(効率性分析)

資本効率性は、売掛債権回転期間、棚卸資産回転期間ともに食品製造業よりも短い。飲食料品小売業は、現金商売であり、生鮮食品など消費期限の短い商品が多いことから、在庫を抱えず商品の仕入から販売までの回転が早いことが要因である。

(収益性分析)

斯業種は、商品の回転が早く、在庫が膨らみにくい業種であるため、売上高総利益率は、食料品製造業と比較して高い水準にある。一方、コンビニエンスストアには、売上高総利益の40%~70%程度のロイヤリティを支払う仕組みとなっているため、表面上の売上高総利益率だけでなく、ロイヤリティ支払後の実質的な売上高総利益率を考慮する必要がある。

		飲食料品小売業	食料品製造業
安全性	自己資本比率(%)	35.4	45.1
	流動比率(%)	123.3	129.6
	固定比率(%)	130.4	124.4
	借入金依存度(%)	33.8	30.0
資本効率性	売掛債権回転期間(ヵ月)	0.8	1.6
	棚卸資産回転期間(ヵ月)	0.9	1.0
	買掛債務回転期間(ヵ月)	0.5	1.0
収益性	売上高総利益率(%)	29.5	26.5
	売上高営業利益率(%)	1.7	3.8
	売上高経常利益率(%)	2.0	4.5

中小企業庁:中小企業実態基本調査

与信管理のポイント

飲食料品小売業は、生活必需品である飲食料品を取扱うことから、景気動向の影響を受けにくい。一方で、同業者、近隣業種との競争が激しい業種であることから、立地条件、商品ラインナップなど、生き残るための競争力を有しているかどうかが重要となる。

斯業界においては、店舗の立地や状況が業績に直結するといっても過言ではない。取引開始にあたっては、店舗を実査し、状況確認を行うことが望ましい。

商圈の人口動態、競合店舗の存在、店舗へのアクセス状況等を確認し、同業他社と比べ立地条件の面で優位性があるかどうか、あるいは同一商圈内に競合先がある場合は、取扱い商品や価格面で、競争力を有しているかどうかを確認する必要がある。

近年は消費者の「食の安心・安全」への意識が高いことから、売り場の衛生環境が高い水準に保たれているか否かも、消費者の販売行動に影響を及ぼす。店舗内設備が古すぎないか、不衛生な状態ではないか等を確認すべきである。

決算書取得時には、業種特性を踏まえた財務分析を行う必要があり、特に売掛債権や棚卸資産の状況を確認することが重要である。斯業界は、一般消費者がエンドユーザーであり、現金商売が主体である。多額の運転資金は不要な業種であることから、取引先の売掛債権が同業他社と比べて過大である場合には、不良債権化している懸念があるため、内容の精査が必要となる。

また、飲食料品の特性上、商品の消費期限が短く、消費期限切れの商品は、廃棄ロスとして損失計上を行う必要がある。棚卸資産が、前年度決算や同業他社と比べて異常に増加している場合は、損失計上を先送り棚卸資産に不良在庫を含んでいる可能性についても留意すべきである。

参考資料

経済産業省 商業動態統計

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/>

中小企業庁: 中小企業実態基本調査

<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/kihon/>

総務省統計局 平成26年経済センサス

<http://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/bunrui.htm>

免責事項

リスクモンスター株式会社(以下、当社)は当コンテンツに掲載されている情報の正確性について万全を期しておりますが、当社は利用者が当コンテンツの情報をを用いて行う一切の行為について何ら責任を負うものではありません。