

2007年11月8日

株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165

URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 03-3664-5697

## 主要注目小売業チェーン11業態を調査

食品スーパー 2007年度売上見込み 16兆3,760億円(前年度比3.0%増)  
店舗数見込み 16,900店(前年度比1.1%増)

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、07年8月～10月にかけて、主要小売業10業態と巨大市場を形成するショッピングセンターを対象に調査を実施した。その結果を報告書「リテールチェーンの現状と将来性 2007」にまとめた。

## &lt; 調査結果の概要 &gt;

伸長率(07年度見込/04年度:%)と総売上高(07年度見込:億円)

	業 態	伸長率	総売上高				
1	業務用食品スーパー	171.1	3,900	6	ショッピングセンター	104.4	275,500
2	100円ショップ	118.7	7,050	7	地域生協	104.3	26,000
3	ドラッグストア	114.2	48,000	8	総合ディスカウントストアスーパー	102.8	10,900
4	食品スーパー	110.2	163,760	9	コンビニエンスストア	102.0	77,800
5	ホームセンター	104.5	31,500	10	総合スーパー	101.9	86,750
				11	百貨店	99.0	79,210

小売業界は市場の拡大が期待できない低成長時代に突入し、新コンセプトの店舗開発、M&Aによる企業規模の拡大、既存店の強化などに力を入れ、将来を見据えて社内体制の整備を続けている。05年にはセブン&アイ・ホールディングスとミレニアムリテイリングが経営統合、06年にホームセンター大手ダイキ・カーマ・ホームマックスの3社が経営統合、07年にイオンとダイエーが資本・業務提携、大丸と松坂屋が経営統合したほか、08年に三越と伊勢丹が経営統合を計画しているなど、近年は様々な小売業態において生き残りをかけた大手同士の業界再編が加速しており、勢力圏は急速に変化している。

今回新たに対象に加えたショッピングセンターは、イオングループを主体に開発が進められている郊外型施設だけでなく、都市再開発の一環として開発が続いており、巨大マーケットを形成している。

新規出店によって成長を維持してきたドラッグストアは薬剤師、コンビニエンスストアはフランチャイズ店のオーナー不足、都市部の優良物件の不足など新規出店が計画通り進まないチェーンが多く、市場は伸び悩みを見せている。人材確保のための制度づくり、大学や高速道路サービスエリア、ガソリンスタンドなど新たな立地の開拓、郊外への出店などを進めている。またこれまで2ケタ成長を続けてきた業務用食品スーパーも成長が鈍化しており、小売業界は過酷な競争状況となっている。

## &lt; 注目業態 &gt;

業務用食品スーパー(業務用食材を中心に扱い、現金払い・持ち帰り制形態の食品スーパー)

07年度見込 3,900億円(前年度比9.9%増) 店舗数 1,020店(前年度比5.7%増)

2000年頃より急成長してきたが、06年頃から各社の出店ペースが減速していることや、競争激化により成長は鈍化している。

「業務スーパー」をはじめとした有力チェーンは、関東エリアでの新規出店を強化している。現在は、売場面積が広く駐車スペースも十分ある店舗が中心となっているが、都心部への出店が進むに伴い、既存店より売場面積、駐車スペース共に狭い小型店舗が増加すると思われる。

また、有力チェーンでは、宅配サービスの導入や、電子マネー導入店の拡大、通信販売による商品力の強化などにより、リピーターの育成と売上高の拡大を図っている。

## 食品スーパー

07年度見込 1兆6千376億0千円(前年度比3.0%増) 店舗数 16,900店(前年度比1.1%増)

06年度は、業績不振の企業が多かった前年度から一転し、販売管理費の圧縮や新規出店効果によって増収・増益で推移する企業が増加した。増収増益組としては、オークワやマックスバリュ東北・中部・東海・西日本など積極的に新規出店を進める企業が主体となっている。しかし、既存店売上高や客数・客単価の上昇など本質的な業績改善が見られるチェーンは少なく、依然として多くのチェーンが既存店の業績不振に悩まされている状況にある。

## ショッピングセンター(ＳＣ)

07年度見込 2兆7千550億0千円(前年度比2.7%増) 07年度見込店舗数 2,845店(前年度比3.1%増)

ディベロッパーによって計画・開発される単独又は複数の核テナントと多数の専門店が集積し、小売業の店舗面積が1,500㎡以上の商業・サービス施設をショッピングセンターとする。

「ジャスコ」をはじめとしたイオン系列の小売店を核店舗に、郊外に大型ＳＣを積極的に開発しているイオングループディベロッパーが市場を牽引している。その他、不動産系、電鉄系、量販店系、百貨店系、ファンド系、外資系を始め様々な業種の企業がＳＣ開発事業に参入している。

07年11月に「改正まちづくり三法」が施行されると、大規模集客施設の立地が規制され、郊外立地の大規模ＳＣの開発は減少し、近隣型ショッピングセンター(ＮＳＣ)の出店が増加すると推測される。

また、今後は、イオングループに加えて、大手ＳＭチェーンや百貨店、ホームセンターや食品スーパーなど複数業態を展開するチェーンが、独自でショッピングセンターの開発に注力する動きが活発化するものと推測される。

### <小売業態におけるサービス面での取り組み>

#### 宅配サービス

宅配サービスは、妊産婦や乳幼児を抱える世帯、高齢者の需要を獲得する上で重要なサービスとなっており、今後このサービスを導入するチェーンは増加するものと予想される。食品の宅配については、地域生協が有力業態となっているが、総合スーパーや食品スーパーも「ネットスーパー」に力を入れているほか、百貨店も会員制食品宅配サービスを展開するチェーンが見られ始めており、今後競争が激化すると思われる。

#### 電子マネー

イオングループ「WAON」、セブン-イレブン「nanaco」など大手チェーンは独自の電子マネーを展開しているが、一般的に「E dy」と「i D」を導入しているケースが多い。現状では、コンビニエンスストアや、総合スーパー、食品スーパーで電子マネーの導入が進んでいる。

課題は業態によって異なるが、消費者の「電子マネーに対するニーズが低い」ことや、「クレジット決済に対応した独自のカードに注力している」ことなどが導入障壁となっている。

今後は、コンビニエンスストアや総合スーパー、食品スーパーについては、電子マネーの導入が加速すると見込まれる。また、ドラッグストアやホームセンター、100円ショップ、業務用食品スーパーについては、積極的に導入していくチェーンと消極的なチェーンに二極化していくと予想される。

#### 通信販売事業

インターネットショッピングの普及やライフスタイルの多様化、単身者・高齢者層の増加などへの対応、利便性の向上、無店舗エリアの需要や新規需要の獲得、店舗商品の補完などを目的に通信販売事業を展開している。近年は、総合スーパーや食品スーパーが展開している「ネットスーパー」が新たなビジネスモデルとして注目されており、新規参入が相次いでいる。今後通信販売事業に対する注力度が高まると予想される業態は地域生協、百貨店、総合スーパー、食品スーパー、ホームセンターである。

以上

< 調査対象 >

総合スーパー、食品スーパー、コンビニエンスストア、地域生協、ホームセンター、ドラッグストア、百貨店、総合ディスカウントストア、業務用食品スーパー、100円ショップ、ショッピングセンター

< 調査方法 >

弊社専門調査員によるヒアリング調査及び弊社データベース、各種官公庁統計により作成

< 調査期間 > 2007年8月～10月

資料タイトル：「リテールチェーンの現状と将来性 2007」  
体 裁 ： A4判 296頁  
価 格 ： 97,000円(税込み101,850円)  
CD-ROMセット価格：107,000円(112,350円)  
調査・編集：富士経済 大阪マーケティング本部 第三事業部  
TEL:06-6228-2020(代) FAX:06-6228-2030  
発 行 所：株式会社 富士経済  
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル  
TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp  
この情報はホームページでもご覧いただけます。  
URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>  
URL:<https://www.fuji-keizai.co.jp/>