

コンビニエンスストア向け中食ベンダーの現況について

LEAD THE VALUE

2017年4月

株式会社 三井住友銀行

コーポレート・アドバイザー本部 企業調査部

- 本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
- 本資料は、作成日時点で弊行が一般に信頼できると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。
- ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等を禁じております。



三井住友銀行

目次

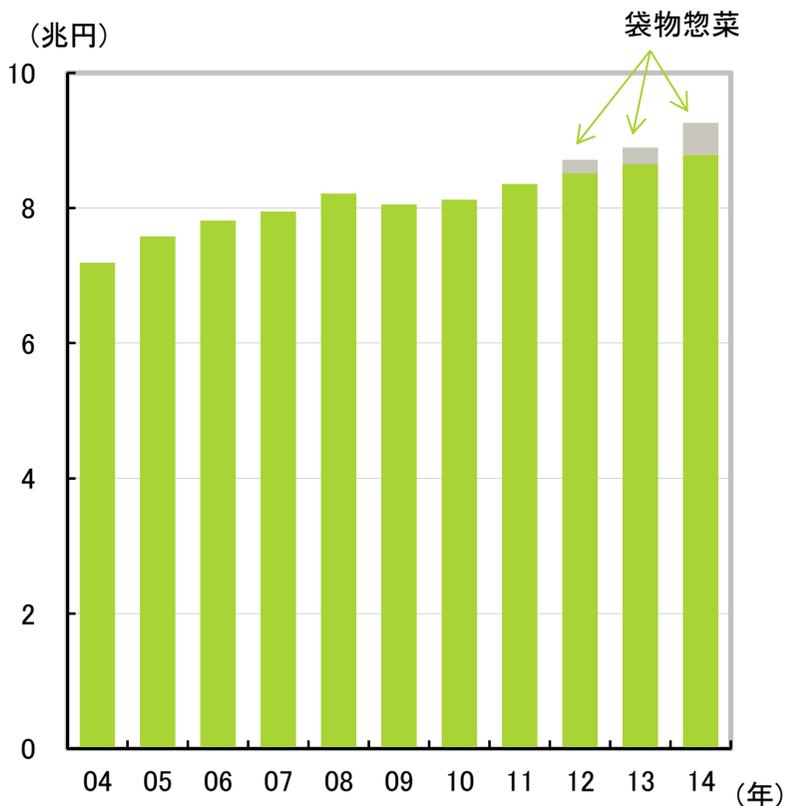
1. コンビニ中食の市場動向	3
2. 中食ベンダー事業の特徴	6
3. 中食ベンダーが直面する課題	10
4. 今後の戦略の方向性	15

1. コンビニ中食の市場動向

1. コンビニ中食の市場動向～市場規模は中食の約3割まで拡大

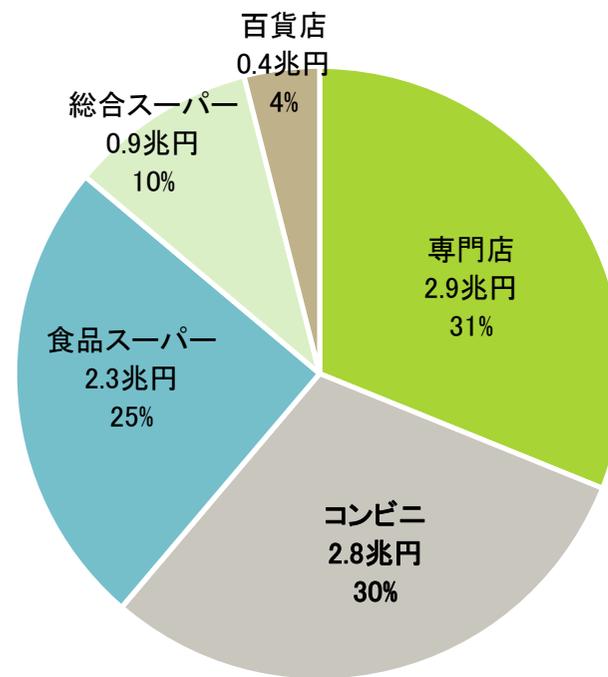
- ・中食は、コンビニ、食品スーパー、総合スーパー、百貨店の他、専門店等で販売されており、14年の市場規模は9.3兆円です。
- ・このうちコンビニで販売されている中食(以下、コンビニ中食)は、高齢化や共働き世帯が増加する中、コンビニ各社が利用者層の拡大を図るべく積極的な出店を行い、店舗数が大幅に増加した結果、14年の市場規模は2.8兆円と全体の約3割にまで拡大しています。

中食市場の規模推移



(注)12年以降は袋物惣菜を加えた
 (出所)日本惣菜協会『2016年版惣菜白書』を基に弊社作成

中食のチャネル別市場規模(14年)

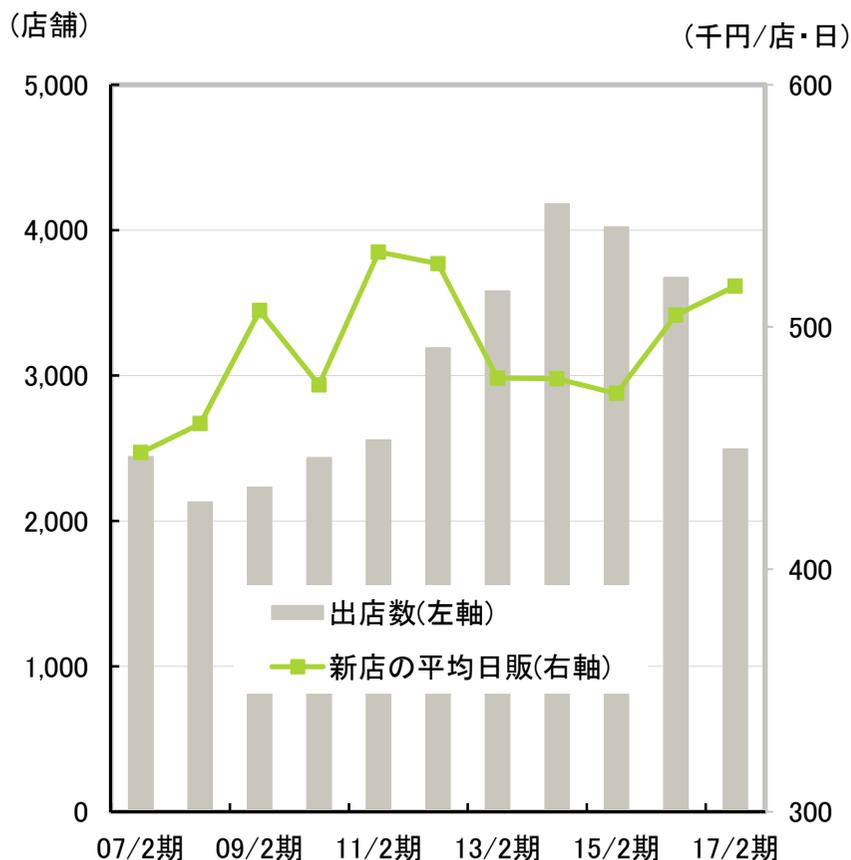


(注)袋物惣菜を含む
 (出所)日本惣菜協会『2016年版惣菜白書』を基に弊社作成

1. コンビニ中食の市場動向～足下堅調も中長期的に市場拡大ペースは鈍化

・足下では、中食やファーストフードの強化や既存店のスクラップ&ビルド等により、新店の平均日販は増加に転じています。但し、中長期的にみれば、コンビニ市場が飽和状態に達し、コンビニ店舗数の伸び悩みや既存店売上高の減少に加え、業界再編に伴う大規模退店等も想定されます。このため、コンビニ中食市場の拡大ペースも鈍化していくとみられます。

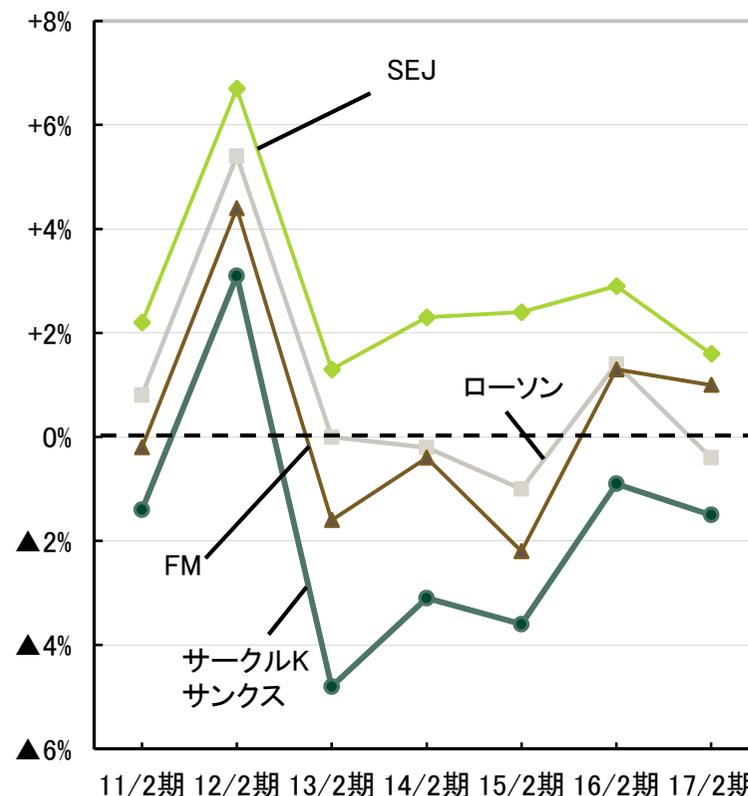
コンビニ大手4社の出店数と新店の平均日販



(注)17/2期は16/11月迄の実績

(出所)商業界『月刊コンビニ』、各社IR資料を基に弊社作成

コンビニ大手4社の既存店売上高推移



(注)17/2期は16/11月迄の実績

(出所)商業界『月刊コンビニ』、各社IR資料を基に弊社作成

2. 中食ベンダー事業の特徴

2. 中食ベンダー事業の特徴～販売先は特定のコンビニに集中

- ・コンビニ中食は、コンビニ各社のオリジナル商品・PB商品に位置付けられており、中食ベンダーの販売先は、特定のコンビニに集中しています。
- ・コンビニ中食の品目としては、米飯類、一般惣菜、調理麺、調理パン、袋物惣菜があります。

主な中食ベンダーと販売先

(単位:億円)

中食ベンダー名	売上高 (注1)	販売先
わらべや日洋	1,592	セブン-イレブン・ ジャパン(以下SEJ)
武蔵野	-	
トオカツフーズ(注2)	996	ファミリーマート (以下FM)
サンデリカ	1,040	ローソン
フジフーズ	936	SEJ
カネ美食品	899	サークルKサンクス
プライムデリカ	801	SEJ
日本クックリー(注2)	538	ローソン

(注1)売上高は15年度

(注2)トオカツフーズの売上高は13年度(連結)、日本クックリーの売上高は14年度

(出所)各社有価証券報告書、各社IR資料、日本食糧新聞、各社ニュースリリースを基に弊社作成

コンビニ中食の品目別売上高(14年)

(単位:億円)

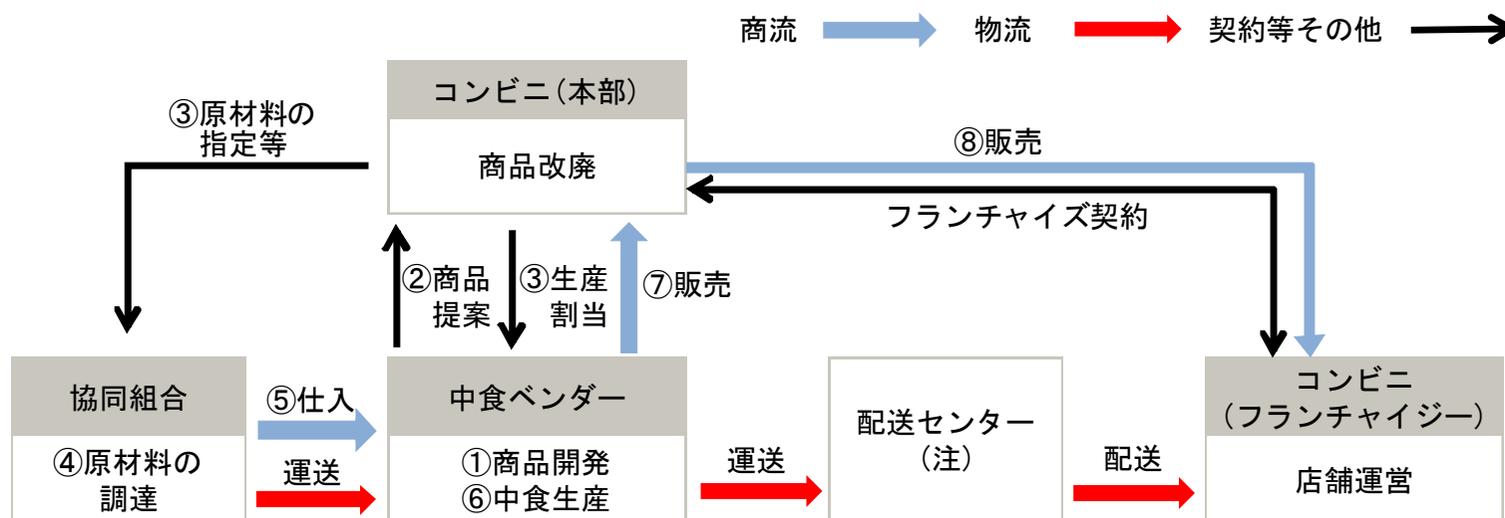
品目	売上高	構成比
米飯類	15,561	55.7%
一般惣菜	4,476	16.0%
調理麺	2,839	10.2%
調理パン	2,823	10.1%
袋物惣菜	2,228	8.0%
合計	27,928	100.0%

(出所)日本惣菜協会『2016年版惣菜白書』を基に弊社作成

2. 中食ベンダー事業の特徴～コンビニ本部の強い影響、生産効率向上がポイント

- ・中食ベンダーの事業は、コンビニ本部の強い影響下に置かれています。
- ・中食ベンダーは、協同組合への加盟を求められ、商品レシピを共有した上、原材料の購入や商品の配達を共同で行っています。このため中食ベンダーが競争力を強化するには、生産効率の向上がポイントとなります。

中食ベンダーの事業概要



(注)配送センターは、コンビニや協同組合が業務を委託している物流事業者や食品卸によって運営されている。

2. 中食ベンダー事業の特徴～原価は材料費・労務費、販管費は運搬費が主体

・中食ベンダーの損益計算書を見れば、売上原価では原材料費や労務費、販管費では、運搬費の占める割合が大きくなっています。

上場中食ベンダー3社(単体)合算の損益計算書の内訳

	14年度	特徴
売上高	100.0	-
売上原価	85.4	-
材料費	45.6	米やパン等の原材料。コンビニや協同組合が指定した原材料を指定された価格で購入する。
労務費	17.1	工場従業員(パートが中心)の人件費。中食の生産は、おにぎりやチルド弁当等一部の品目を除いて手作業が中心となっている。
その他	22.7	減価償却費や、水道光熱費、関連会社等からの商品仕入れを含む。
売上総利益	14.6	-
販管費	12.6	-
運搬費	6.4	配送センターまでの運賃等。
人件費	2.8	本社等に係る人件費。
その他	3.4	-
営業利益	2.0	-

(注)対象上場中食ベンダーはわらべや日洋、カネ美食品、シノブフーズの3社。売上高を100として計算。

(出所)有価証券報告書を基に弊行作成

3. 中食ベンダーが直面する課題

3. 中食ベンダーが直面する課題～チルド弁当の普及

- ・コンビニ各社では、消費期限が長く廃棄ロスの削減が可能なチルド弁当の販売を強化しています。
- ・チルド弁当の普及により、常温弁当の減少、広域配送による競争環境の変化、多額の設備投資の発生といった影響が想定されます。

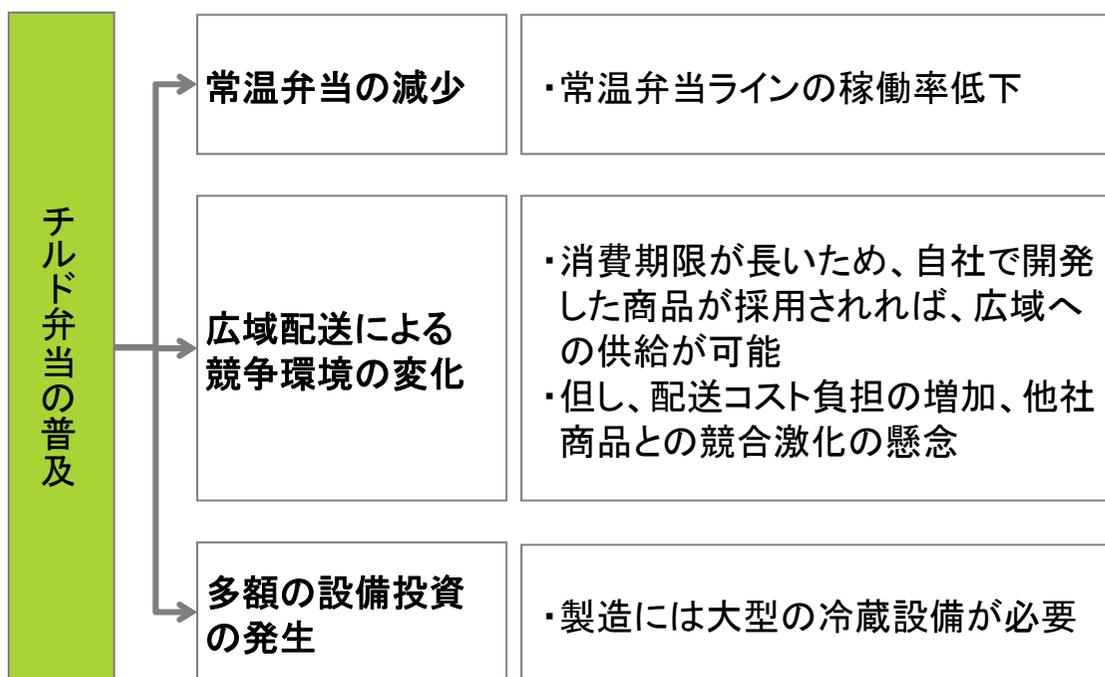
コンビニ各社のチルド弁当の発売状況

発売年月	コンビニ
02/12	スリーエフ
07/10	ファミリーマート
09/11	SEJ
10/8	ローソン
11/6	ミニストップ
12/5	サークルKサンクス ※

※旧サンクスが03/5月に発売したが、その後販売を終了している。

(出所) 各社ニュースリリースを基に弊社作成

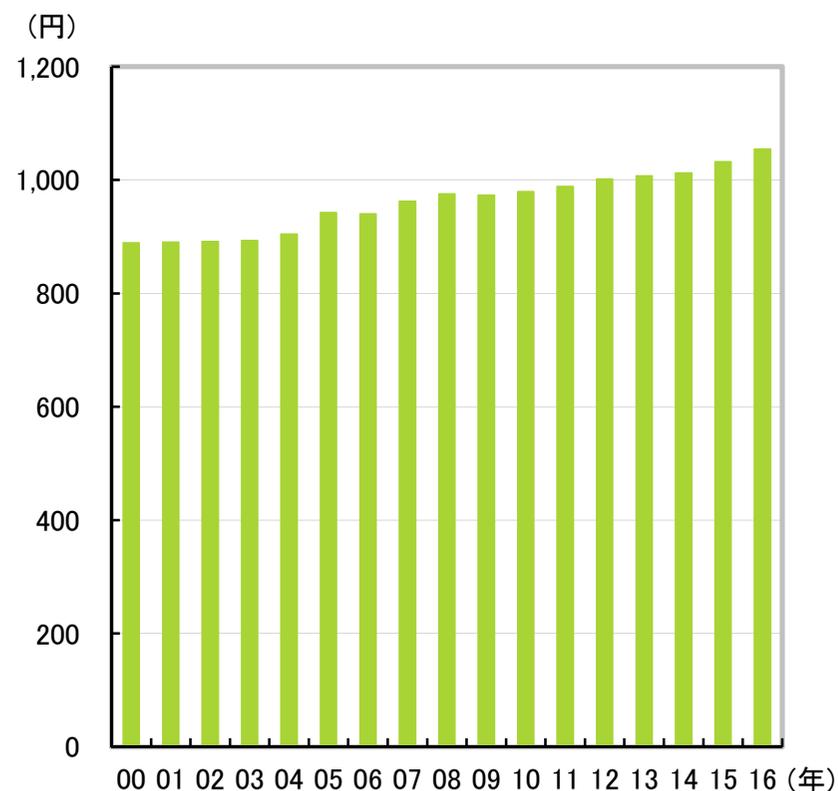
チルド弁当の普及による影響



3. 中食ベンダーが直面する課題～賃金上昇、人材確保難

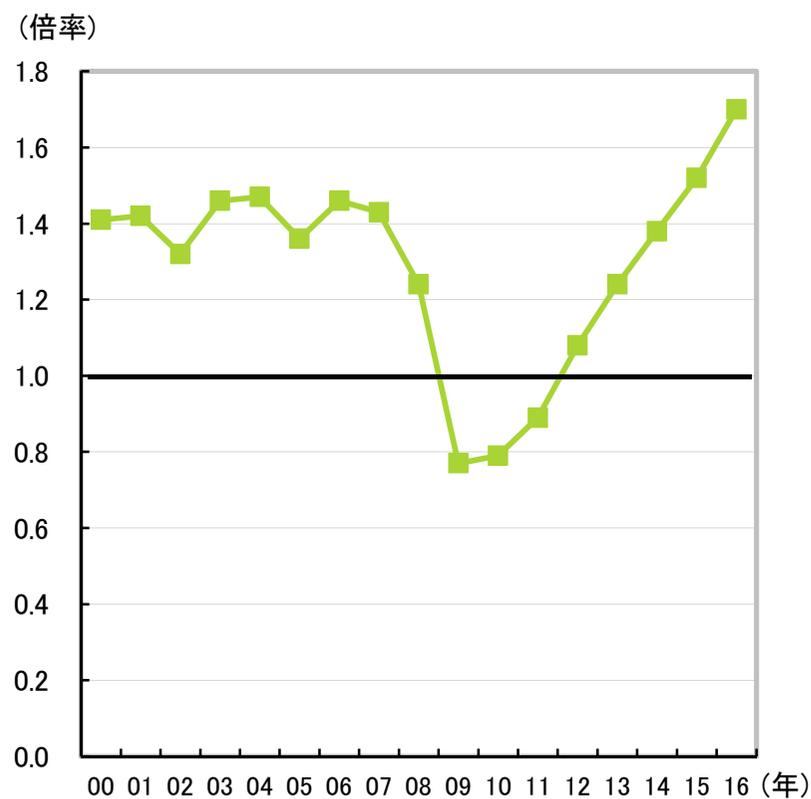
- ・パートの賃金は上昇基調にあるため、工場従業員等の労務費が増加し利益率が低下する懸念があります。
- ・加えて、パートの有効求人倍率は上昇しており、工場従業員を確保することが難しくなっています。このため工場の新設・増設時には、工場従業員を十分に確保できるか、注意する必要があります。

パート賃金の推移(1時間当たり<女性>)



(出所)厚生労働省『賃金構造基本統計調査』のデータを基に
弊社作成

パートの有効求人倍率の推移



(出所)厚生労働省『一般職業紹介状況』のデータを基に弊社作成

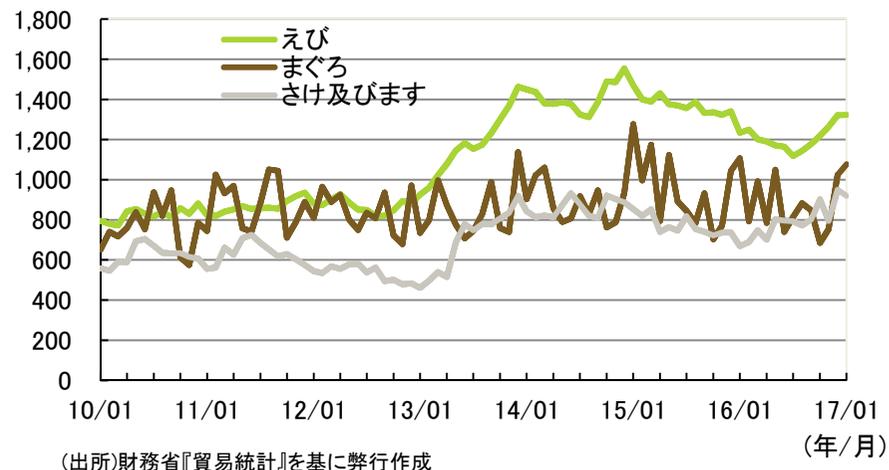
3. 中食ベンダーが直面する課題～原材料費上昇リスク

・魚類の価格は上昇基調にあるものの、中食ベンダーは、定期的な商品リニューアル等を通じて、原材料費上昇分は基本的に吸収可能とみられます。もっともリニューアルには時間を要するため、短期的には原材料費の上昇が中食ベンダーの採算に悪影響を及ぼす懸念があります。また主食の米については、他材料への代替が難しいため、値上がりが中食ベンダーの採算悪化に繋がりがり易くなっています。

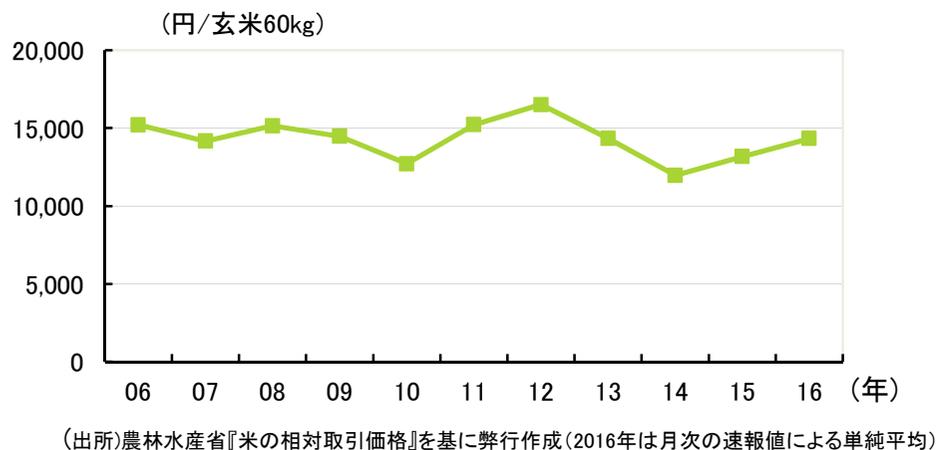
肉類の輸入価格推移(円/kg)



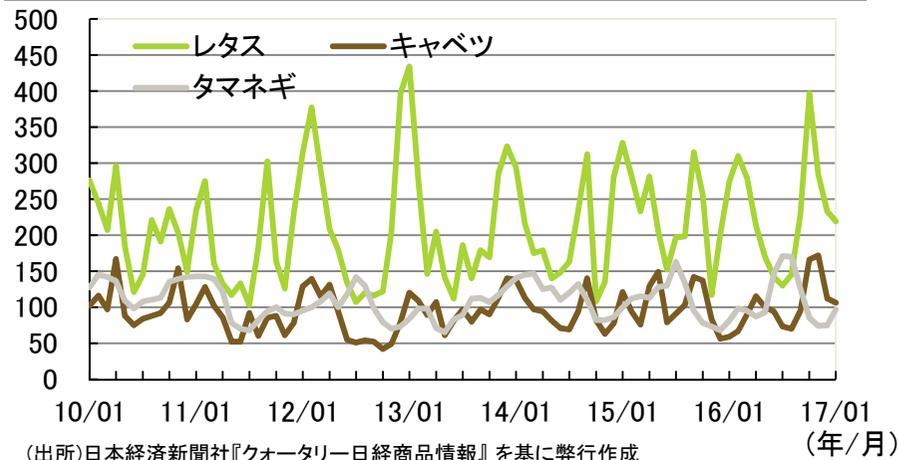
魚類の輸入価格推移(円/kg)



米の価格推移(円/kg)



生鮮野菜の価格推移(円/kg)



3. 中食ベンダーが直面する課題～相次ぐ工場の新設・増設、設備投資額膨張

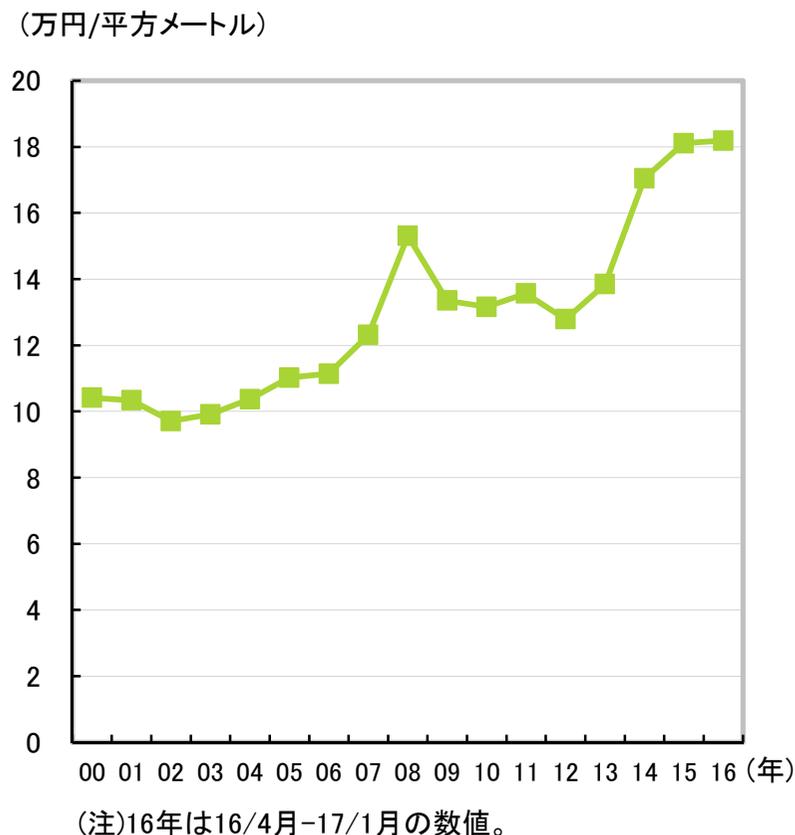
- ・中食ベンダーの供給能力は逼迫しており、工場の新設・増設が相次いでいます。
- ・建築コストが上昇基調にある上、コンビニ各社が大型の冷蔵設備が必要なチルド弁当を強化していることも加わって、設備投資額が膨らむ傾向にあります。

中食ベンダーの工場新設・増設動向

稼働時期	コンビニ	中食ベンダー (主要株主)	投資額 (億円)	所在県	工場名
10/3	SEJ	武蔵野	40	福岡	福岡工場
10/3	FM	トオカツフーズ(日清製粉)	40	神奈川	横浜鶴見工場
12/11	SEJ	武蔵野	50	京都	京都工場
13/12	SEJ	わらべや関西(わらべや日洋)	10	香川	香川工場
14/6	SEJ	わらべや日洋	27	埼玉	浦和工場
14/7	SEJ	プレミアムキッチン(日本ハム)	35	兵庫	関西工場
14/7	SEJ	武蔵野	80	埼玉	新埼玉工場
14/10	ローソン	グルメデリカ(キューピー)	39	群馬	群馬工場
14/11	SEJ	デリカシェフ(ハウス食品)	72	埼玉	久喜工場
15/6	SEJ	プレミアムキッチン(日本ハム)	50	三重	中部工場
15/4	N.A.	グリーンメッセージ (キューピー)	23	神奈川	本社工場
15/6	SEJ	虎昭産業	N.A.	栃木	北関東もおか工場
15/7	SEJ	武蔵野フーズ(武蔵野)	N.A.	兵庫	神戸工場
15/11	FM	ポオトデリカトオカツ (トオカツフーズ・日清製粉)	N.A.	兵庫	神戸東灘工場
17/2	SEJ	武蔵野	N.A.	埼玉	朝霞工場

(出所) 日本食糧新聞、各社ニュースリリース、各社有価証券報告書を基に弊社作成

建築単価の推移



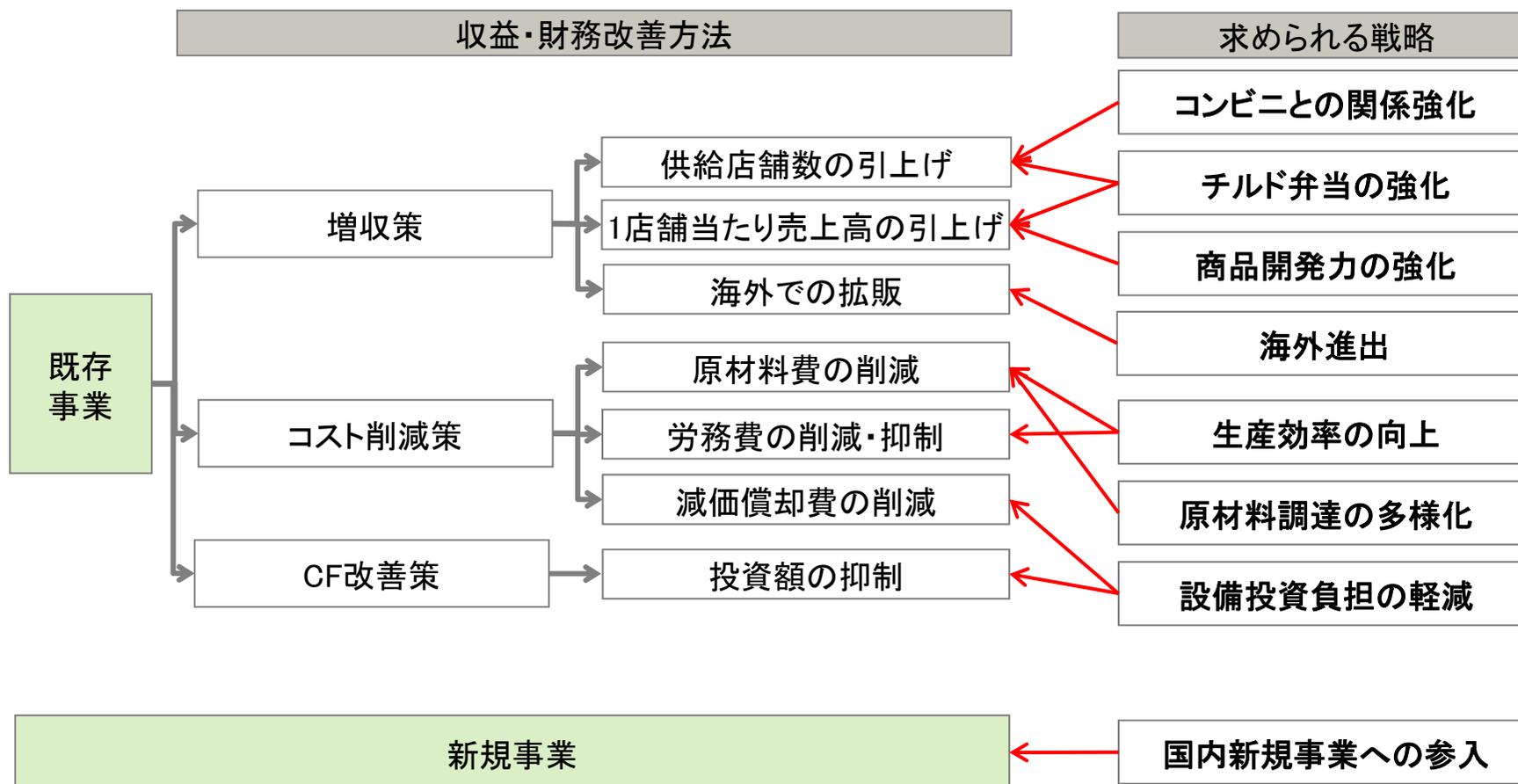
(出所)国土交通省『建築着工統計調査報告』データを基に弊社作成

4. 今後の戦略の方向性

4. 今後の戦略の方向性

・中食ベンダーの今後の戦略の方向性をみれば、既存事業では、供給店舗数や1店舗当たり売上高の引上げ、海外での拡販等により増収を図りつつ、コストや投資を削減していくことが重要となります。また、既存のノウハウを活かし新規事業へ参入する事例も出ています。

中食ベンダーが求められる戦略



4. 今後の戦略の方向性

- ・既存事業ではコンビニ本部からの出資受け入れによる関係強化や、食品メーカーとの協働による商品開発力の強化、日系コンビニの海外進出地域における工場の新設等の事例がみられます。
- ・新規事業では、中食生産のノウハウを活用し弁当宅配や介護食等に参入する事例がみられます。

中食ベンダーが求められる戦略と具体例

	求められる戦略	具体例
既存事業	コンビニとの関係強化	コンビニからの出資受入による関係強化(地位向上)
	チルド弁当の強化 商品開発力の強化	食品メーカーからの出資受入や提携、店舗型中食事業者との提携による商品開発力の強化(品揃え拡充、一品売上高の引上げ)
	海外進出	生産ノウハウを活かした日系コンビニ進出地域への進出
	生産効率の引上げ	工場配置の見直しを含めたライン・生産体制の効率化・最適化、生産の機械化、従業員の習熟度向上やパート定着による生産性の引上げ、歩留りの改善
	原材料調達が多様化	地域農協等との提携による原材料調達の安定化や調達ルートの多様化
	設備投資負担の軽減	コンビニや食品メーカーと工場新設や運営を分担
	新規事業	国内新規事業への参入