

食品小売事業者との 合同商談会企画

2023年度地域活性化パートナー企画

(独)中小機構×一般社団法人全国スーパーマーケット協会連携企画

一般社団法人全国スーパーマーケット協会 協会概要

- 1953年11月 東京・青山に日本最初のセルフサービス店(紀ノ国屋)が開店
- 1958年3月 新しい販売方式の導入に取り組んできた先駆者150名が参集し「日本セルフ・サービス協会」を発足
- 1982年 各都道府県に設立されたスーパーマーケット協会が団結し「(旧)全国スーパーマーケット協会」が発足
- 2009年8月 「日本セルフ・サービス協会」が「(旧)全国スーパーマーケット協会」と、食品スーパーマーケット業界の地位向上、そして“戸籍”の確立を目指し合併。
- 2018年 「一般社団法人全国スーパーマーケット協会」誕生
- 会員企業 約1300社

正会員:総合スーパーマーケットチェーン、食品を主体とするスーパーマーケット。

賛助会員:機器・食品・システムメーカー、卸売業・商社、団体など。

一般社団法人全国スーパーマーケット協会 事業活動

スーパーマーケット統計調査

スーパーマーケット3団体(オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会)合同の販売統計・景況感調査を実施

展示会

「スーパーマーケット・トレードショー」「デリカテッセン・トレードショー」を主催

ビジネスマッチング

地域産品の販売支援、商談会等ビジネスマッチングの機会を提供
「売れる商品」を審査する「バイヤーズ“食”セレクション」を開催

セミナー・検定

出版

機関誌

スーパー総合保険

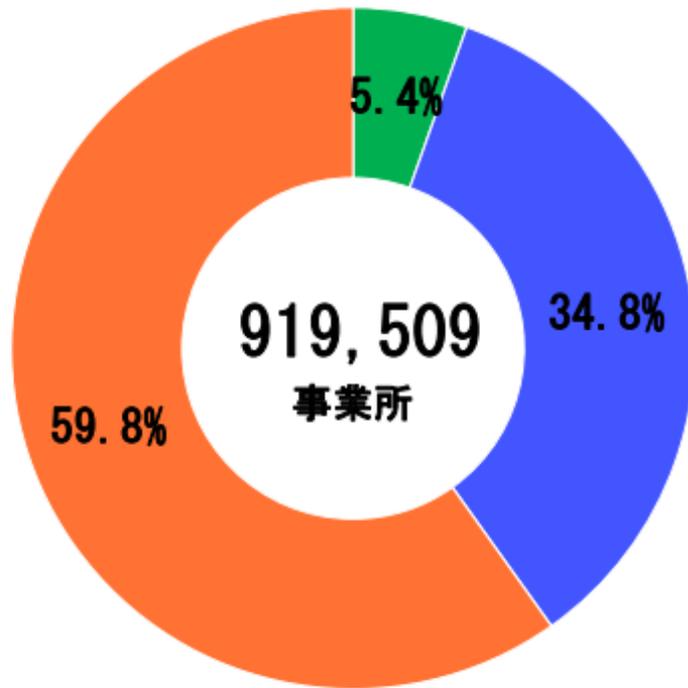


小売業界の動向

食品流通マーケットの規模

食品市場事業所数

2021年



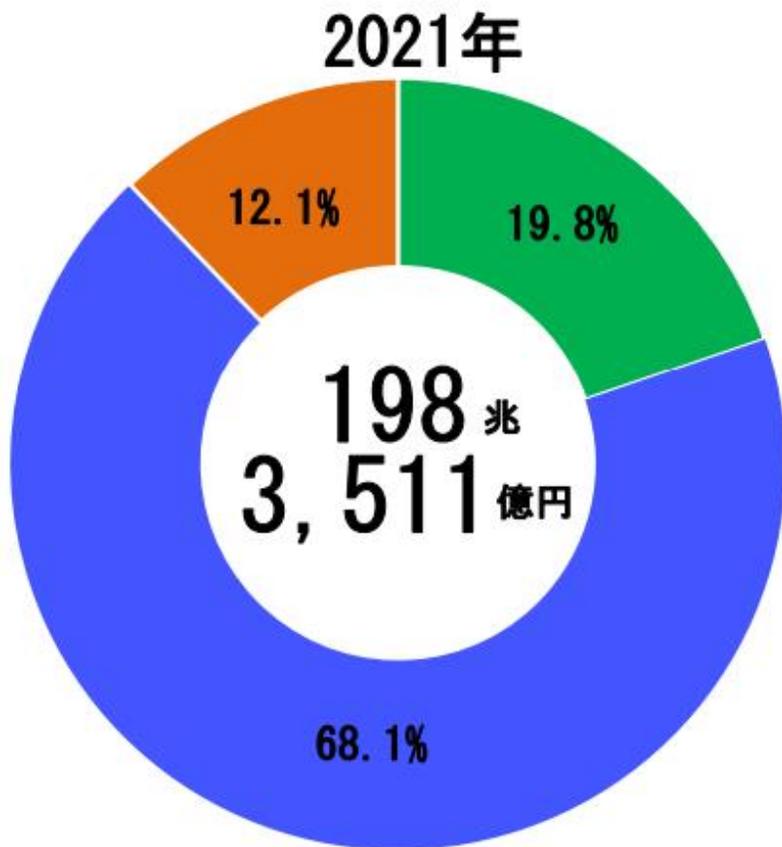
■ 食料品工業 ■ 食料品流通業 ■ 飲食店, 飲食サービス業

事業所数 (2021年)

フード・ビジネス全体	919,509
■ 食料品工業	49,518
■ 食料品流通業	319,548
食料品関連卸売業	62,658
食料品関連小売業	256,890
■ 飲食店, 飲食サービス業	550,443

食品市場マーケット規模

出所: 経済産業省
file:///C:/Users/user/Desktop/h2amini163j.pdf



■ 食料品工業 ■ 食料品流通業 ■ 飲食店、飲食サービス業

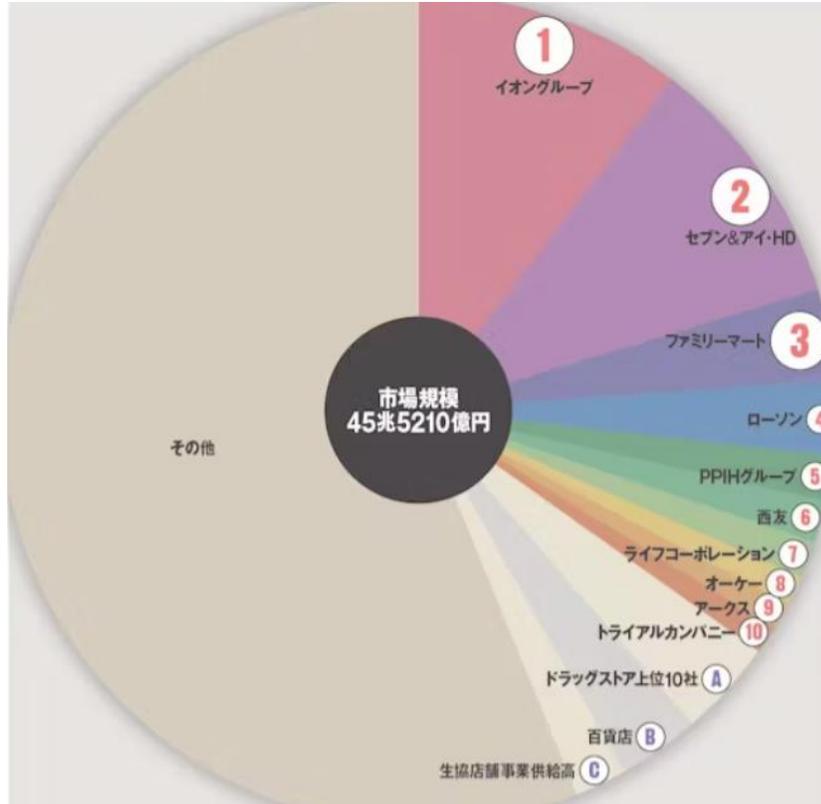
名目事業規模（試算値）

	2021年
フード・ビジネス全体	198兆3,511億円
■ 食料品工業	39兆2,163億円
■ 食料品流通業	135兆693億円
食料品関連卸売業	88兆2,060億円
食料品関連小売業	46兆8,633億円
■ 飲食店、飲食サービス業	24兆655億円

食品小売市場占有率(2023/ CVS等は食品のみの売上高)

大手等寡占率44%

<https://diamond-rm.net/market/market-share/416140/#>



順位	売上高	主な業態	決算期	シェア
①	イオングループ合計			10.4%
	イオンリテール	GMS	23/2	3.7%
	イオン九州	GMS	23/2	0.8%
	イオン北海道	GMS	23/2	0.6%
	イオン琉球(営業収益)	GMS	22/2	0.2%
	U.S.M.H	SM	23/2	1.5%
	マックスバリュ西日本	SM	23/2	1.2%
	マックスバリュ東海	SM	23/2	0.7%
	フジ(売上高)	SM	23/2	0.7%
	ダイエー(売上高)	SM	22/2	0.6%
	ミニストップ	CVS	23/2	0.4%
②	セブン&アイ・ホールディングス合計			9.9%
	セブン-イレブン・ジャパン	CVS	23/2	7.6%
	イトーヨーカ堂	GMS	23/2	1.1%
	ヨークベニマル	SM	23/2	1.0%
	そごう・西武	DP	23/2	0.2%
③	ファミリーマート	CVS	22/2	3.5%
④	ローソン	CVS	23/2	3.0%
⑤	PPIHグループ計			1.8%
	ディスカウントストア事業(ドン・キホーテ、長崎屋など)	DS	22/6	1.1%
	総合スーパー事業(ユニーなど)	GMS	22/6	0.7%
⑥	西友(売上高)	SM	21/12	1.6%
⑦	ライフコーポレーション	SM	23/2	1.4%
⑧	オーケー(売上高)	SM	22/3	1.2%
⑨	アークス	SM	23/2	1.1%
⑩	トライアルカンパニー(売上高)	SuC	22/3	1.1%
上位10グループ合計				35.0%
Ⓐ	ドラッグストア売上上位10社の食品売上高合計	DgS	—	3.8%
Ⓑ	百貨店食料品売上高(日本百貨店協会発表:速報値)	DP	22年度	3.2%
Ⓒ	生協店舗事業供給高	CO	21年度	2.0%

食料品業態別購入金額の変化

<https://markezine.jp/article/detail/41567>

食料品業態別購入金額変化の分解:2018年を100%とした2022年変化率

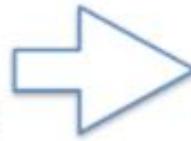


主要業態の寡占率

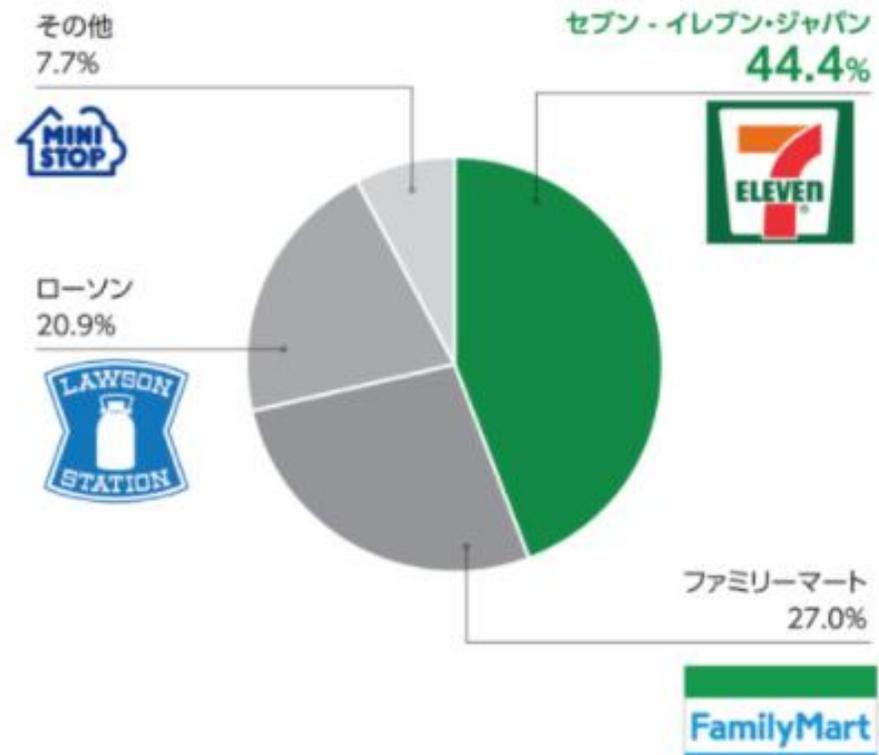
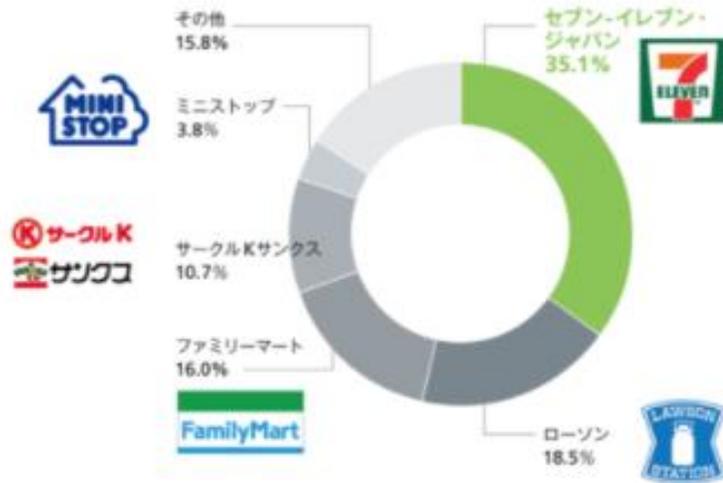
コンビニエンスストア寡占率

<http://nomad-salaryman.com/convenience-store-report2019>

2009年度シェア
市場規模：7兆9,380億円



2018年度シェア
市場規模：11兆350億円



全国ドラッグストアの売上高・店舗数の推移

https://www.cheer-job.com/useful/column/information/information_23-9-4#



ドラッグストア寡占率

<https://www.cheer-job.com/>掲載データを基に著者作成

	会社名	2022年度売上高(億円)	前年度比	決算月
1位	ウエルシアHD	11443	111.50%	2月
2位	ツルハHD	9701	105.90%	5月
3位	マツキヨココカラ&カンパニー	9512	130.30%	3月
4位	コスモス薬品	8277	109.60%	5月
5位	サンドラッグ	6905	106.40%	3月
6位	スギHD	6676	—	2月
7位	クリエイトSD HD	3810	108.60%	5月
8位	富士薬品	3803	—	3月
9位	クスリのアオキHD	3789	115.40%	5月
10位	カワチ薬品	2819	—	3月
		66735		

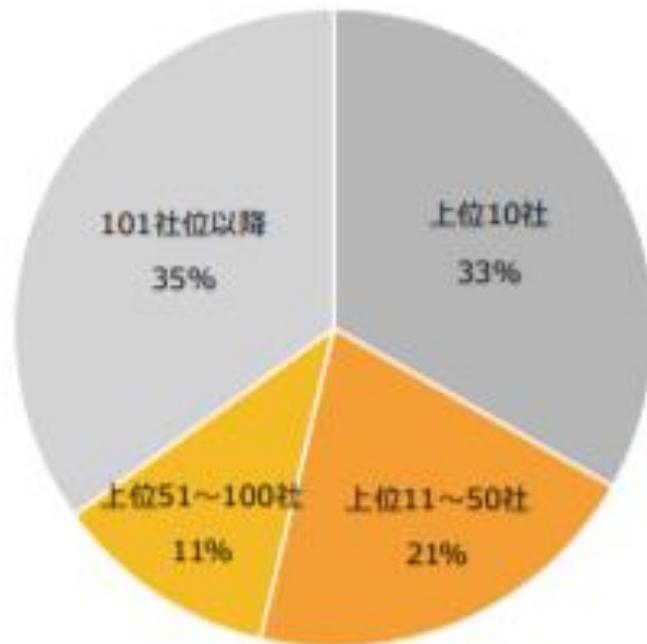
$$66735 \div 87130 = 76.5\% (\text{寡占率})$$

スーパーマーケット寡占率

出所:全国スーパーマーケット協会

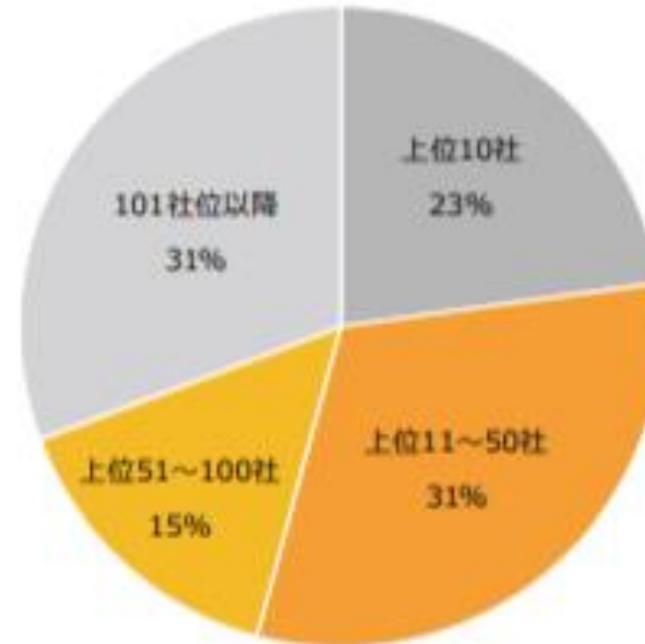
1998年 スーパーマーケット業界内の総売上高シェア割合 (売上順位別)

総売上高のシェア (1998年度)



2017年 スーパーマーケット業界内の総売上高シェア割合 (売上順位別)

総売上高のシェア (2017年度)



スーパー業界 売上高ランキング(2021~2022年)

<https://gyokai-search.com/4-su-pa-uriage.htm>

順位	企業名	売上高 (億円)		シェア
1	イオン ※1	56,967	→	
2	セブン&アイ・HD ※1	18,045	→	
3	ライフコーポレーション	7,683	→	
4	バローHD	7,325	→	
5	ユナイテッド・スーパー…	7,011	→	
6	イズミ	6,768	→	
7	アークス	5,775	→	
8	ヤオコー	5,140	↻	
9	ヨークベニマル	4,694	→	
10	イオン九州	4,609	↑	

スーパー業界 売上高ランキング(2021~2022年)

順位	企業名	売上高 (億円)		シェア
11	平和堂	4,397	→	
12	神戸物産	3,620	↔	
13	マックスバリュ東海	3,549	→	
14	イオン北海道	3,216	→	
15	エイチ・ツー・オーリテ… ※1	3,130	↔	
16	サミット	3,108	→	
17	フジ	3,048	→	
18	ベルク	2,970	↔	
19	オークワ	2,559	→	
20	アクシアルリテイリング	2,464	→	
21	いなげや	2,408	↔	
22	リテールパートナーズ	2,367	→	
23	大黒天物産	2,241	→	
24	東急 ※1	2,040	↔	
25	サンエー	1,905	→	

スーパー業界 売上高ランキング(2021~2022年)

順位	企業名	売上高 (億円)		シェア
26	ハローズ	1,633	↗	
27	マミーマート	1,353	↗	
28	エコス	1,347	→	
29	JMホールディングス	1,298	→	
30	ヤマザワ	1,106	→	
31	ローソン ※1	1,086	↗	
32	アオキスーパー	1,004	↘	
33	オオゼキ	1,004	↘	
34	PLANT	962	→	
35	Olympicグループ	926	↘	
36	アルビス	920	→	
37	ヤマナカ	916	→	
38	東武ストア ※2	803	→	

39	オーシャンシステム	727	↗	
40	スーパーバリュー	720	↓	
41	天満屋ストア	640	→	
42	ダイイチ	440	→	
43	北雄ラッキー	389	→	
44	マルヨシセンター	379	→	
45	ドミー	316	↘	

商品単価

高質SM 3000億円(筆者推定)

OONOYA(-)/信濃屋

いかり(340億2007年度/17店舗・2021年度)

紀ノ国屋(222億2020年度38店舗)

成城石井(1000億円)

北野エース(104店舗×5億=520億)

一般的SM

マックスバリュ(10800億6社合計2018年度・667店舗2022年度)

ライフ(7400億2021年度・285店舗)

ヤオコー(4200億2021年度・181店舗)

ディスカウント系SM

業務スーパー3600億2021年度

オーケー(5000億2021年度・135店舗)

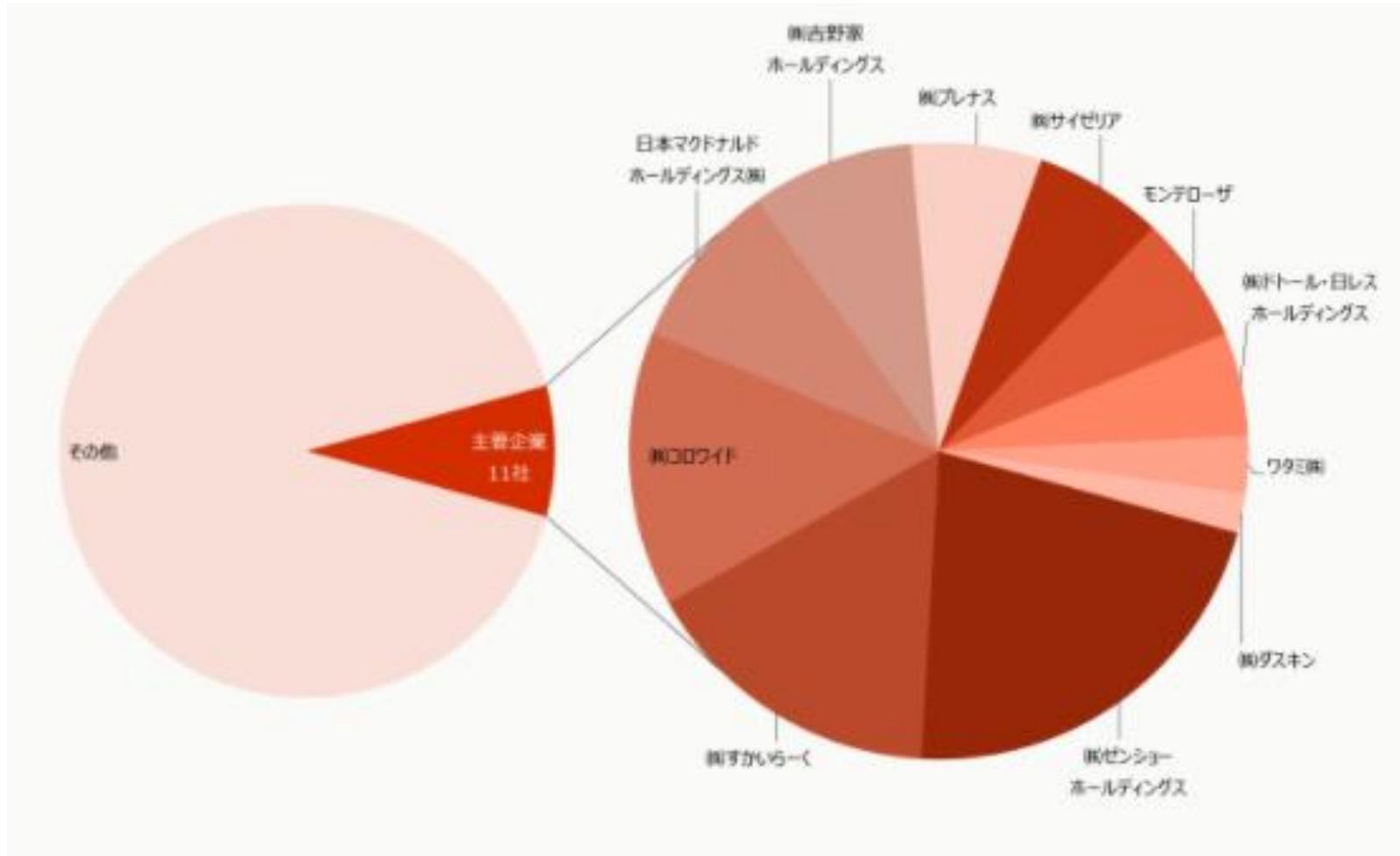
ロピア(2000億・950店舗)

DGS加工食品カテゴリー

品質

外食(フードビジネス)

2017年 外食マーケット25兆円の主要11社で約2.2兆＝寡占率
8.8%



市場
規模

25兆1816億円

事業
所数

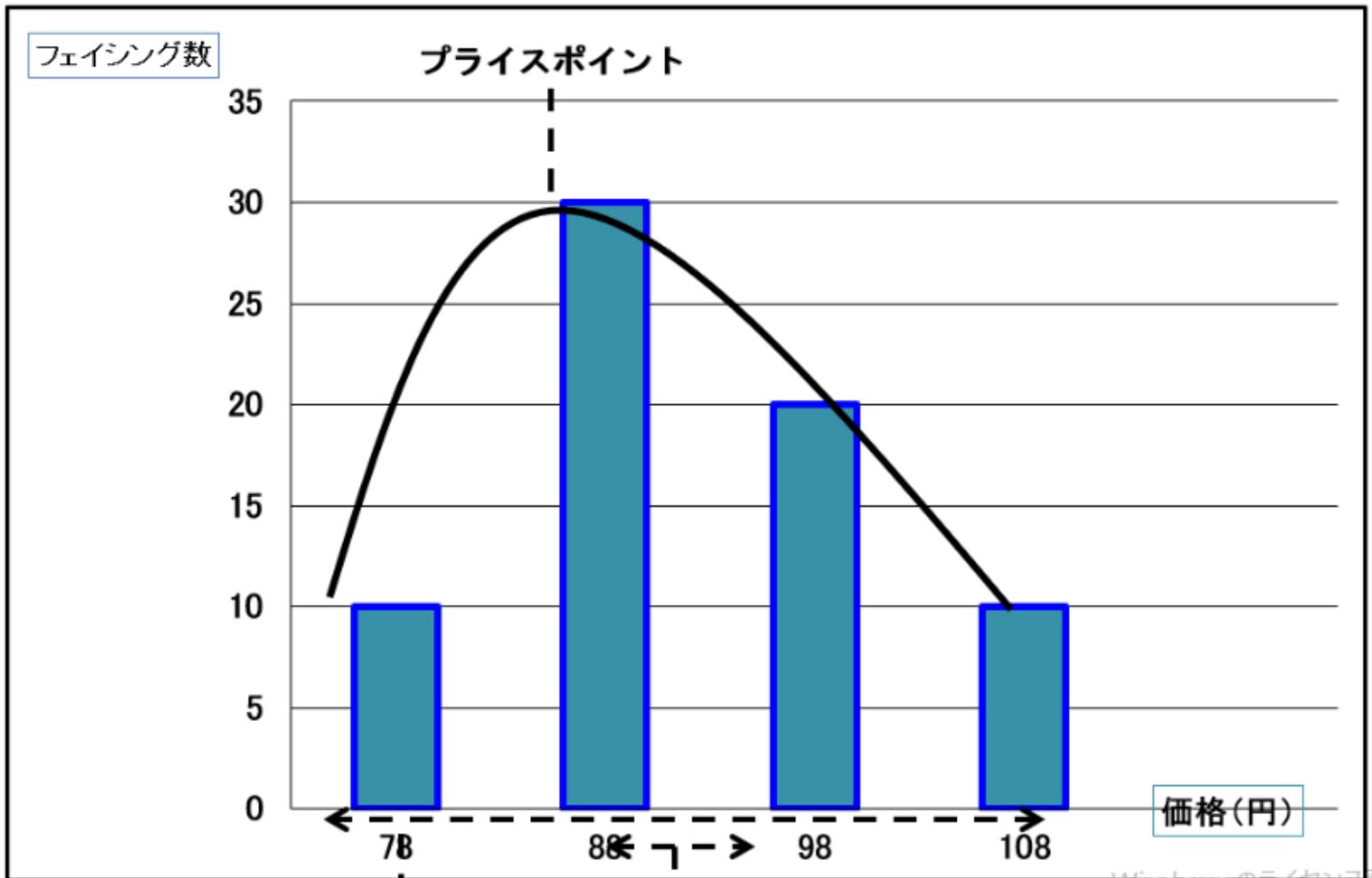
590,773所

2016年3月時点
単位：百万円

会社名	売上高	経常利益	対象事業売上高
(株)ゼンショーホールディングス	525,709	11,380	464,258
(株)すかいらく	351,146	24,717	341,809
(株)コロワイド	234,138	5,051	309,809
日本マクドナルドホールディングス(株)	189,473	-25,898	189,473
(株)吉野家ホールディングス	185,738	2,345	182,663
(株)ブレナス	145,828	6,719	145,828
(株)サイゼリア	144,961	9,134	144,961
モンテローザ	142,484	3,998	142,484
(株)ドトール・日レスホールディングス	124,796	9,491	117,035
ワタミ(株)	128,246	-1,132	64,095
(株)ダスキン	165,203	6,707	44,007

https://www.ycg-advisory.jp/industry/food/eat_out/

マーチャンダイザー(バイヤー)視点から見た 商品選定のポイント

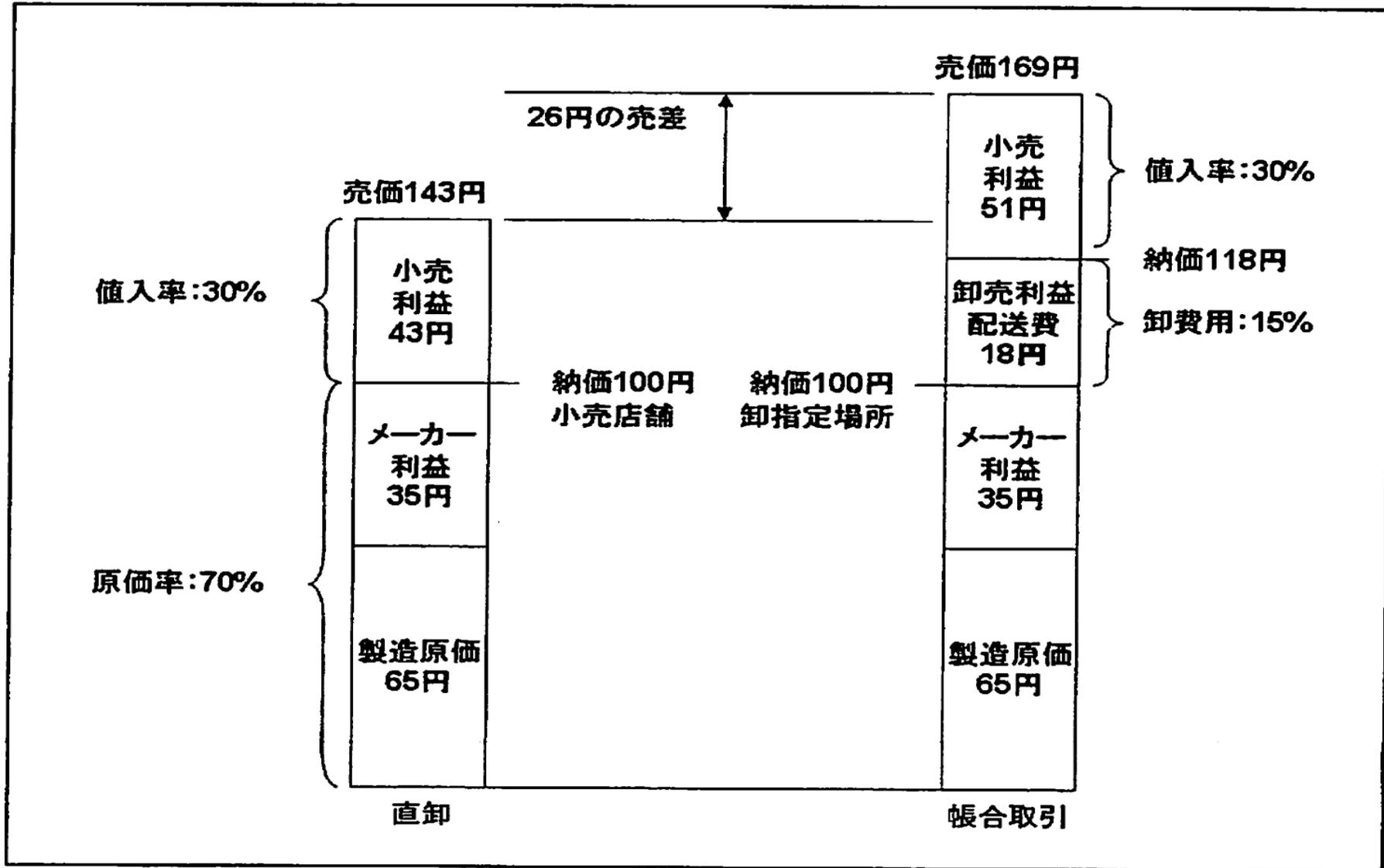


価格(円)	フェイスング数
78	10
88	30
98	20
108	10
合計	70
SKU数	12種類
オープニング価格	78円
クロージング価格	108円
価格ポイント	88円
プライスライン	4ライン

価格ゾーン 価格レンジ

- ※価格ゾーン：その品目の下限価格と上限価格のゾーン
- ※価格レンジ：品ぞろえの中心価格帯
- ※価格ポイント：その品目の値ごろ価格

原価構造



マーチャンダイザー(バイヤー)が商談・商談会でチェックする項目例

審査項目	内 容
味関連	味付け、のどごし、実感、香りを含め美味しさと全体的なバランスはどうか。
デザイン／コンセプト	パッケージ、容器等のデザインと商品の整合性がとれており、消費者の目にとまるものか。客層ターゲットが明確であり、食シーンを限定し商品化されているか。
新規性	市場新規性はあるか。(市場に無い商品か)
製造・製法・衛生管理	伝統製法か？新技術を取り入れた製法か？その他製法へのこだわり／衛生管理状態等
トレンド把握	現在トレンドである(今後数年程度続くと思われる)、又今後のトレンドを先取りした商品であるか(減塩・低カロリー商品など)。
取り扱いやすさ	量目・商品形状・棚割りのしやすさ、商品配送・保存のしやすさはどうか。
適正取引数量	取引ロットが大きすぎないか、混載可能かどうか
原料・品質状況	原材料の原産地や品質に対する追求は高いか。添加物を過度に使用していないか。
価格競争力	市場価格に対応できるか、また融通性はどうか。定番条件等の値入状況はどうか。
販促提案	試食販売(マネキン)協力はできるか、商品の魅力を伝えるPOPやコピーの提案があるか
商品説明能力	商品特徴に関する説明能力があるか
プレゼンカ	商品をわかりやすく魅力的に提案しているか。 試食提供があったか／他アイテムの準備・説明はできたか？
接遇	必要事項がまとまり、ストレスを感じさせない商談か
状況把握能力	金額条件提示や自社の商流物流の把握度合

FCPシート

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/syoudan_sheet/

FCP展示会・商談会シート		記入日	年
		月	日



■ 商品特性と取引条件

商 品 名			
提 供 可 能 時 期 (最もおいしい時期を1内に記載)	()	賞味期限/消費期限	賞味期限
主 原 料 産 地 (漁獲場所等)	JAN コード (13桁もしくは8桁)		消費期限
内 容 量	希望小売価格	税抜	税込(切替) 税率
1ケースあたり入数	保存温度帯	選択 (又は右に記入)	
発注リードタイム	販売エリアの制限	○無 ○有	
最大・最小ケース納品単位 (※ケース/箱 など単位も記載)	ケースサイズ	縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸)	重量(kg)
認 証 等 (商品・工場・農場等)	<input type="checkbox"/> 有機JAS <input type="checkbox"/> ISO ※ <input type="checkbox"/> HACCP ※ <input type="checkbox"/> 農業生産工程管理(GAP) ※ <input type="checkbox"/> その他(右に記入) <small>※印のものは、具体的な取得内容を記載</small>		

タ ー ゲ ッ ト	売 り 先	<input type="checkbox"/> 外食 <input type="checkbox"/> 中食 <input type="checkbox"/> 商社・卸売 <input type="checkbox"/> メーカー <input type="checkbox"/> スーパーマーケット <input type="checkbox"/> 百貨店 <input type="checkbox"/> その他小売 <input type="checkbox"/> ホテル・宴会・レジャー <input type="checkbox"/> その他(右に記入)
	お 客 様 (性別・年齢層など)	(<input type="checkbox"/> 業務用対応可能 <input type="checkbox"/> ギフト対応可能)
利 用 シ ーン (利用方法・おすすめレシピ等)		
商 品 特 徴		

■ 商品写真

写真 商品の全体がわかる写真を貼付	一括表示 (現物の写真を字が読めるように画像で貼付)				
アレルギー表示(特定原材料) <small>※使用している項目に○、使用していない場合は以下の欄に×をする。</small>					
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">表示義務有</td> <td> <input type="checkbox"/>えび、<input type="checkbox"/>かに、<input type="checkbox"/>くろみ、<input type="checkbox"/>小麦、<input type="checkbox"/>そば、 <input type="checkbox"/>卵、<input type="checkbox"/>乳、<input type="checkbox"/>落花生 </td> </tr> <tr> <td>表示を奨励 (任意表示)</td> <td> <input type="checkbox"/>アーモンド、<input type="checkbox"/>あび、<input type="checkbox"/>いか、<input type="checkbox"/>いんげん、<input type="checkbox"/>オレンジ、 <input type="checkbox"/>カシューナッツ、<input type="checkbox"/>キウイフルーツ、<input type="checkbox"/>牛肉、<input type="checkbox"/>ごま、 <input type="checkbox"/>さけ、<input type="checkbox"/>さば、<input type="checkbox"/>大豆、<input type="checkbox"/>鶏肉、<input type="checkbox"/>バナナ、<input type="checkbox"/>豚肉、 <input type="checkbox"/>まいたけ、<input type="checkbox"/>もも、<input type="checkbox"/>やまいも、<input type="checkbox"/>りんご、<input type="checkbox"/>ゼラチン </td> </tr> </table>		表示義務有	<input type="checkbox"/> えび、 <input type="checkbox"/> かに、 <input type="checkbox"/> くろみ、 <input type="checkbox"/> 小麦、 <input type="checkbox"/> そば、 <input type="checkbox"/> 卵、 <input type="checkbox"/> 乳、 <input type="checkbox"/> 落花生	表示を奨励 (任意表示)	<input type="checkbox"/> アーモンド、 <input type="checkbox"/> あび、 <input type="checkbox"/> いか、 <input type="checkbox"/> いんげん、 <input type="checkbox"/> オレンジ、 <input type="checkbox"/> カシューナッツ、 <input type="checkbox"/> キウイフルーツ、 <input type="checkbox"/> 牛肉、 <input type="checkbox"/> ごま、 <input type="checkbox"/> さけ、 <input type="checkbox"/> さば、 <input type="checkbox"/> 大豆、 <input type="checkbox"/> 鶏肉、 <input type="checkbox"/> バナナ、 <input type="checkbox"/> 豚肉、 <input type="checkbox"/> まいたけ、 <input type="checkbox"/> もも、 <input type="checkbox"/> やまいも、 <input type="checkbox"/> りんご、 <input type="checkbox"/> ゼラチン
表示義務有	<input type="checkbox"/> えび、 <input type="checkbox"/> かに、 <input type="checkbox"/> くろみ、 <input type="checkbox"/> 小麦、 <input type="checkbox"/> そば、 <input type="checkbox"/> 卵、 <input type="checkbox"/> 乳、 <input type="checkbox"/> 落花生				
表示を奨励 (任意表示)	<input type="checkbox"/> アーモンド、 <input type="checkbox"/> あび、 <input type="checkbox"/> いか、 <input type="checkbox"/> いんげん、 <input type="checkbox"/> オレンジ、 <input type="checkbox"/> カシューナッツ、 <input type="checkbox"/> キウイフルーツ、 <input type="checkbox"/> 牛肉、 <input type="checkbox"/> ごま、 <input type="checkbox"/> さけ、 <input type="checkbox"/> さば、 <input type="checkbox"/> 大豆、 <input type="checkbox"/> 鶏肉、 <input type="checkbox"/> バナナ、 <input type="checkbox"/> 豚肉、 <input type="checkbox"/> まいたけ、 <input type="checkbox"/> もも、 <input type="checkbox"/> やまいも、 <input type="checkbox"/> りんご、 <input type="checkbox"/> ゼラチン				
備 考 (当商品以外にアレルギーを扱っている場合はその旨を記入)					

※今後FCP事務局がシート普及拡大のためにセミナー等で掲載内容の紹介を行うことについて、右欄に○をして下さい。(無記入の場合は紹介しません。) 承諾 拒否

■ 出展企業紹介

出 展 企 業 名		
年 間 売 上 高	従 業 員 数 (社員名、パート名など)	
代 表 者 氏 名	写真	
メ ッ セ ー ジ		
ホ ー ム ペ ー ジ		
会 社 所 在 地	〒	
工 場 等 所 在 地	〒	
担 当 者	E - m a i l	
T E L	F A X	

■ 生産・製造工程アピールポイント ※農産品の場合は栽培面積・年間収穫量なども記載

写真	写真	写真
----	----	----

■ 品質管理情報

商品検査の有無	<input type="radio"/> 無 <input type="radio"/> 有一体的に	
衛生管理への取組	生産・製造 工程の管理	
	従業員の管理	
	施設設備の管理	
危機管理体制	担当者連絡先	担当者名または 担当部署名
	連絡先	

このシートは農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト(FOP)により、作成されました。詳しくは<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/index.html>をご覧ください。

商談会を活用しよう！

商談会とは

時間内に企業間でやり取りを行うBtoBイベント

出展企業／バイヤーともに「商談をする」という目的があるため、
効率的に商談を進められるメリットがあります

商談会の活用

割り当て時間の30分を有効に活用する

準備で結果が変わります！

同質商品との差別、特徴ポイントの整理は出来ていますか？

参加企業のご紹介(一部抜粋/検討中含む)



OONOYA(大野屋) 神奈川県

こだわり系のスーパーマーケット／食のセレクトストアを8店舗経営



信濃屋 東京都・神奈川県

酒販店をベースに17店舗経営。4店舗でこだわり食品の取り扱い有
食品:六本木ヒルズ／代田／野沢／喜多見 (世田谷地区)



食のセレクトショップ

きしな屋 きしなや 大阪府

こだわり食品専門店を4店舗経営
百貨店内にも店舗あり

企画概要 商談会参加者募集

参加資格

中小企業、小規模企業、組合、団体、個人事業主

(医療法人、一般社団法人、財団法人、NPO法人などは対象外)

自社商品をお持ちの事業者

(卸売事業者、販売代行事業者は対象外)

対象商品

食品

温度帯／常温品・冷蔵品・冷凍品

対象外／お酒、生鮮食品

参加方法

リアル参加 又は オンライン参加

企画概要

開催日

2024年3月14日(木) 9時30分~17時(予定)

開催場所

(独)中小機構本部 会議室 9階

〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門37森ビル

参加バイヤー (10社程度を想定)

小売店(スーパーマーケット、食品専門店、百貨店など)及び
直販など直接利用顧客を持つ事業者のバイヤー

商談を通じて得られること

商品導入検討

バイヤー評価(商品評価などのコメント)

会場参加特典

髙山アドバイザーによる個別アドバイス

応募方法

申込期間

2024年1月31日まで

提出書類

専用申込書

FCPシート(エントリーは1商品のみ)

申込先

(独)中小機構

経営支援部企業支援課チカパー担当

狩野、江口、吉岡

✉ renkei@smrj.go.jp

エントリー後のスケジュール

希望商談先ヒアリング

2024年2月上旬実施

バイヤーの希望商談先とのマッチング

商談先決定、スケジュールの調整・連絡

2024年2月下旬

事前アドバイス(希望者)(担当 靱山アドバイザー) ※別途発信予定

効果的な商談実施のための事前アドバイス
2024年2月下旬から3月上旬実施

実施方法

事前審査

ご応募いただいた事業者の方の商品を対象に、事前審査(書面審査)を実施。

マッチング

バイヤー／申込者の双方の希望をヒアリングした上で、マッチング。

※ ご応募すべての方がご参加頂けるわけではございません。
予めご了承ください。