

競争政策研究センター

第28回公開セミナー 流通市場における買い手パワーの競争への影響について

日本の流通構造の変化と米欧との違いについて

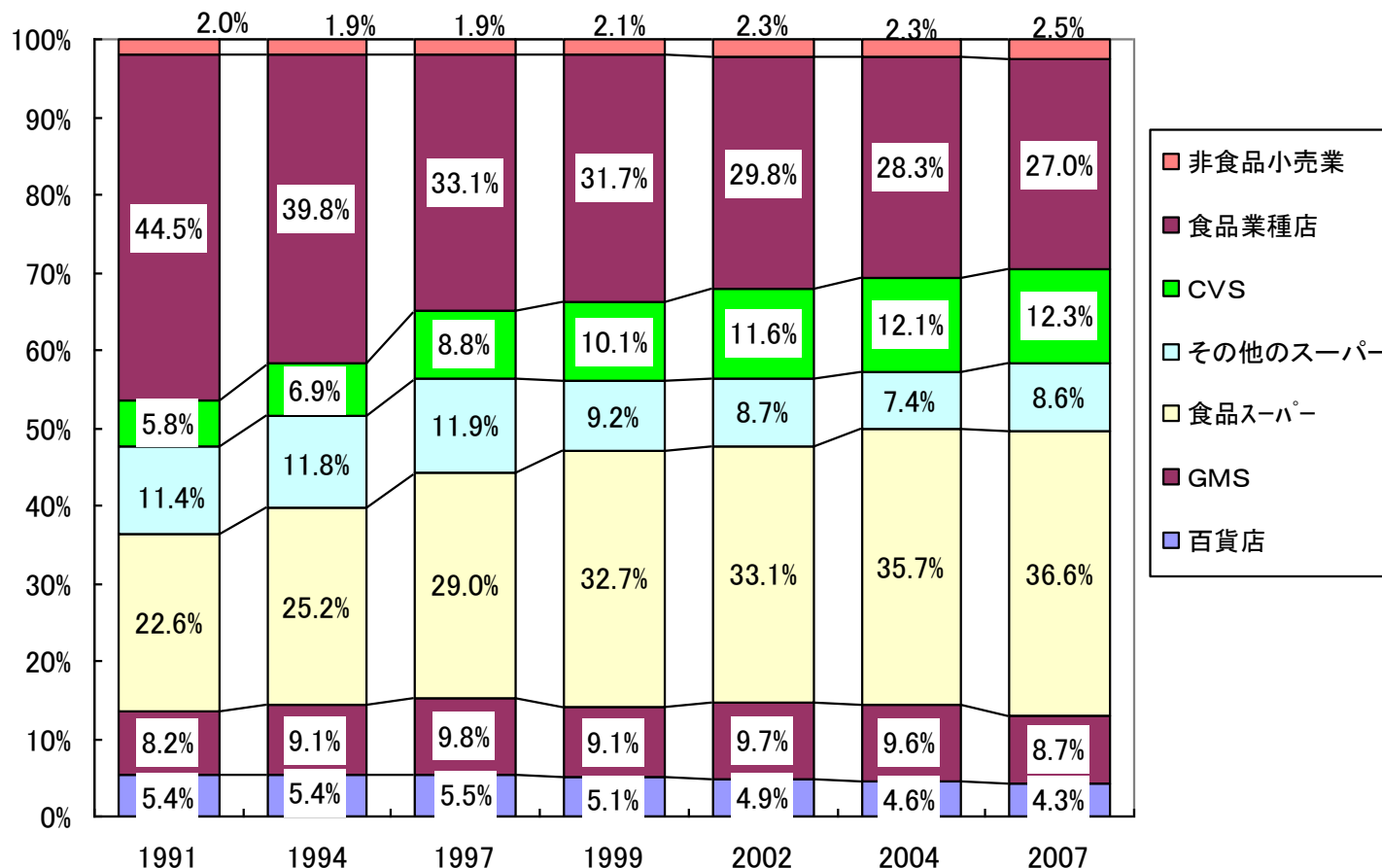
2011年12月9日

財団法人 流通経済研究所
常務理事 高橋 佳生

1. 食品の小売業態別販売シェアの推移

- ・広域商圈を必要とする「総合スーパー」は、90年代末に成熟化。
- ・食品業種店マーケットは一定程度存在し、「食品スーパー」「CVS」の成長余地はある。

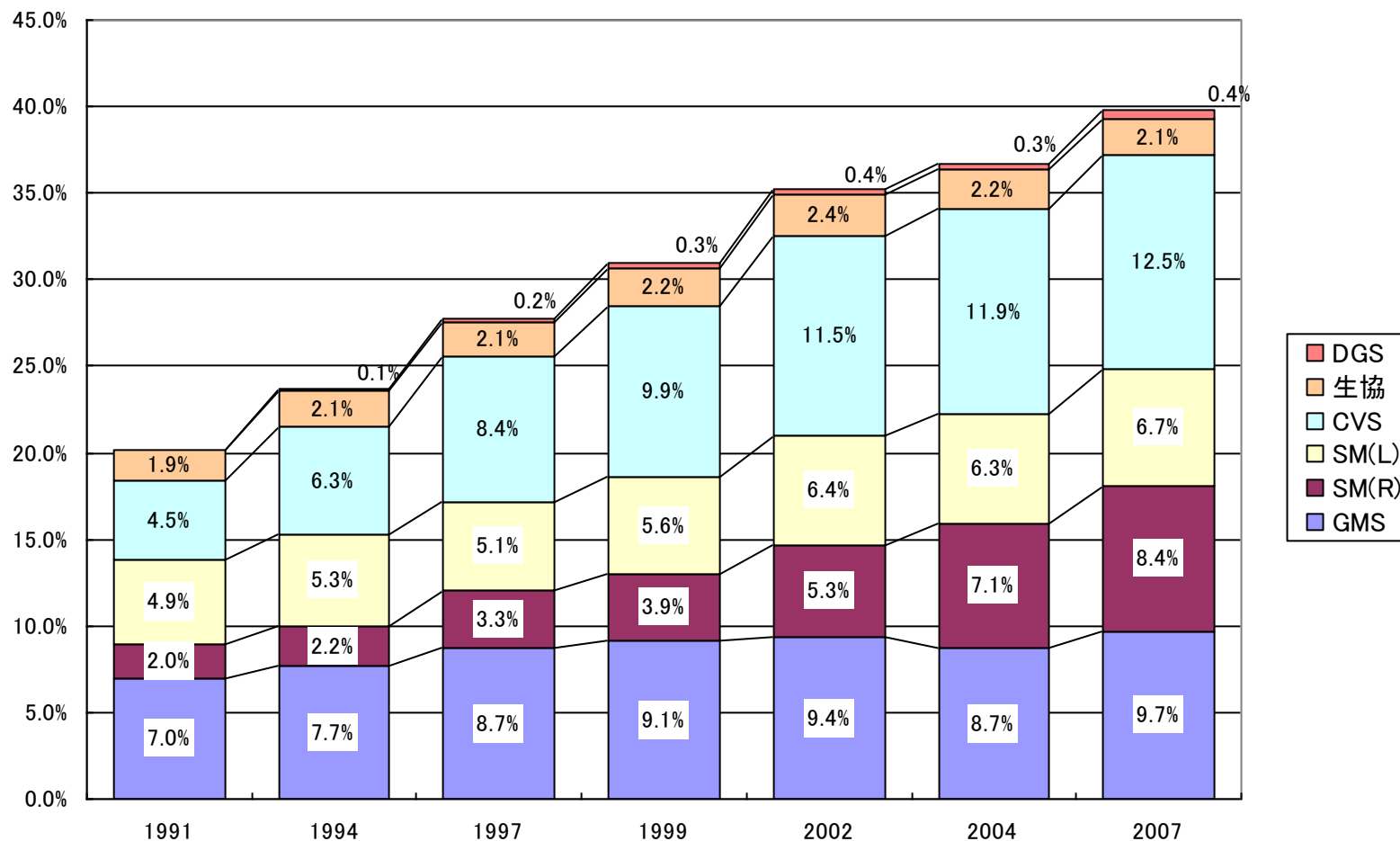
業態別の食品販売額シェアの推移



出所：経済産業省「商業統計」(2007年は速報値より推計)

2. 食品小売業の上位集中度

食品小売販売額の上位100社のシェアの推移



出所：企業別食品売上高は、日経流通新聞、有価証券報告書、日本スーパー名鑑より。

食品総小売販売額は商業統計に基づき、流通経済研究所が作成。SM(R)：売上高1,000億円以上、4県以上

3. 食品小売業の上位集中度 国際比較

日本の上位集中度は、欧米に比較して大幅に低い水準にある。

	日本 (2006年)	アメリカ (2004年)	フランス (2006年)	ドイツ (2006年)	イギリス (2006年)
上位5社	13.2	47.7	59.2	79.7	56.3
上位10社	18.2	60.8	73.3	—	66.2

出所： 下記資料を基に流通経済研究所作成

日本 商業統計、日経MJデータ

英仏独 Mintel“European Retail Handbook”

米国 Statistical Abstract of the United States、Progressive Grocer

4. 食品小売構造の国際比較

日本の食品小売業は、欧米諸国と比較して、市場規模が大きく分散的な構造となっている

食品小売構造の日米欧比較

	日本 (2006年)	米国 (2006年)	仏 (2008年)	独 (2007年)	英 (2008年)
食品小売売上高 (兆円)	41	65	34	21	23
食品小売店舗数 (人口1万人当たり)	30.7	5.0	11.5	11.8	14.0
食品小売密度(店/km ²)	1.0	0.02	0.1	0.3	0.4

資料: 日本商業統計(2007年)

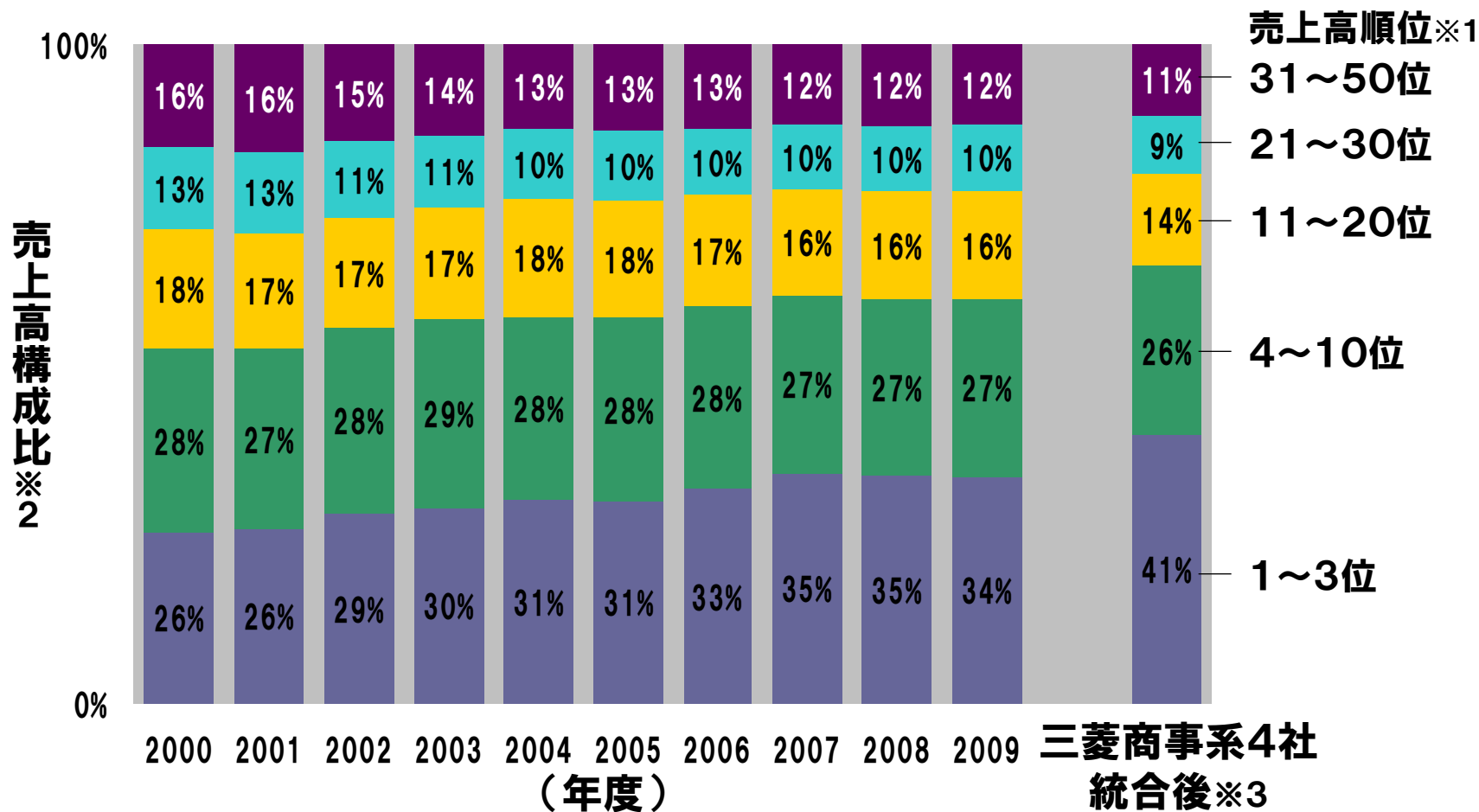
米国: “Statistical Abstract of the United States: 2007”、

仏・独・英: “Mintel (2010) “European Retail Handbook 2010/11”

為替レート: 各年の平均で換算

5. 食品卸における上位集中度の変化

食品卸売業は企業再編が進むなか、上位集中度が上昇傾向にある。
今後、三菱商事系4社の統合により、上位集中度はさらに高まる。



※1: 売上高順位は、日経MJが毎年行っている「日本の卸売業調査」の「食品」卸売業が対象である。

※2: 売上高構成比は、上記の売上高ランキング50位の合計売上高を100とした割合である。

※3: 統合後の売上高は2009年度の4社単純合算により算出している。三菱商事系4社とは(株)菱食、(株)明治屋商事、(株)フードサービスネットワーク、(株)サンエスをいう。
出所: 日本経済新聞出版社「流通経済の手引」「トレンド情報源」