

「経営発達支援計画」に基づく「業種ごとの需要動向調査

【総務庁家計調査年報より学ぶ】

(活用のポイント)

- ①家計調査年報を活用し、「何故この都道府県」で、「消費され」ているのか、を深める。(品目毎と品種の相違を探求)
- ②「品揃え」や「メニュー」に売れ筋商品の「幅と深さ」で購買意欲をを更に高める。(アイドルタイムの活用)
- ③ベンチマークでの他店の陳列・品揃え、メニューを自店に生かし、「お客様の満足度アップ」に生かす。(リピート=再来)

総務庁家計調査2017(平成29年)~2019(令和元年)平均 (分類抜粋)まとめ

【都道府県庁所在地別】

穀類計			米			パン			麺			生うどん・そば			もち		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	77,480	100%	順 (全国平均)	23,736	100%	順 (全国平均)	30,892	100%	順 (全国平均)	17,460	100%	順 (全国平均)	3,322	100%	順 (全国平均)		
1 大阪	84,901	110%	1 札幌	35,994	152%	1 神戸	38,012	123%	1 山形	21,546	123%	1 高松	6,698	202%	1 福井		
2 堺	84,788	109%	2 静岡	30,176	127%	2 大阪	36,899	119%	2 高松	21,122	121%	2 山形	4,487	135%	2 富山		
6 京都	80,628	104%	25 京都	23,392	99%	7 京都	34,947	113%	36 京都	16,536	95%	12 京都	3,698	111%	9 京都		

魚介類計			生鮮魚介			鮮魚			かつお			さけ			たい		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	75,055	100%	順 (全国平均)	42,178	100%	順 (全国平均)	38,775	100%	順 (全国平均)	1,415	100%	順 (全国平均)	4,871	100%	順 (全国平均)		
1 青森	90,933	121%	1 北九州	48,338	115%	1 金沢	45,165	116%	1 高知	7,873	556%	1 札幌	7,013	144%	1 福岡		
2 仙台	87,815	117%	2 富山	48,078	114%	2 北九州	45,118	116%	2 仙台	3,180	225%	2 青森	6,516	134%	2 大津		
10 京都	81,227	108%	8 京都	46,857	111%	8 京都	43,616	112%	26 京都	1,297	92%	21 京都	4,731	97%	8 京都		

計			えび			かに			塩干魚介			しらす干し			節籠・削り節		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	2,903	100%	順 (全国平均)	2,903	100%	順 (全国平均)	1,571	100%	順 (全国平均)	13,797	100%	順 (全国平均)	1,562	100%	順 (全国平均)		
1		0%	1 堺市	4,231	146%	1 鳥取	4,976	317%	1 青森	21,329	155%	1 静岡	3,796	243%	1 那覇		
2		0%	2 北九州	4,048	139%	2 福井	4,144	264%	2 新潟	18,771	136%	2 高知	3,239	207%	2 鹿児島		
		0%	8 京都	3,814	131%	5 京都	2,353	150%	12 京都	15,460	112%	5 京都	2,518	161%	5 京都		

肉類計			牛肉			豚肉			鶏肉			加工肉			ハム		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	90,370	100%	順 (全国平均)	21,670	100%	順 (全国平均)	30,086	100%	順 (全国平均)	15,781	100%	順 (全国平均)	17,718	100%	順 (全国平均)		
1 大津	112,756	125%	1 京都	37,171	172%	1 新潟	33,884	113%	1 福岡	10,853	69%	1 札幌	20,441	115%	1 横浜		
2 奈良	107,706	119%	2 大津	36,838	170%	2 さいたま	33,854	113%	2 大津	19,464	123%	2 青森	20,049	113%	2 川崎		
6 京都	107,108	119%	3 奈良	36,541	169%	28 京都	29,141	97%	7 京都	18,380	116%	28 京都	17,100	97%	4 京都		

乳卵類計			牛乳			乳製品			バター			チーズ			卵		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	45,850	100%	順 (全国平均)	15,141	100%	順 (全国平均)	21,355	100%	順 (全国平均)	1,074	100%	順 (全国平均)	5,808	100%	順 (全国平均)		
1 盛岡	51,711	113%	1 鳥取	18,557	123%	1 盛岡	26,420	124%	1 東京	1,513	141%	1 東京	7,615	131%	1 高知		
2 千葉	50,870	111%	2 京都	17,498	116%	2 東京	25,243	118%	2 川崎	1,504	140%	2 川崎	7,547	130%	2 鳥取		
16 京都	48,090	105%	3 広島	17,267	114%	30 京都	20,595	96%	8 京都	1,323	123%	29 京都	3,752	65%	10 京都		

野菜・海藻計			生鮮野菜			白菜			ねぎ			根菜			だいこん		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	105,488	100%	順 (全国平均)	70,480	100%	順 (全国平均)	1,398	100%	順 (全国平均)	3,149	100%	順 (全国平均)	17,921	100%	順 (全国平均)		
1 横浜	127,908	121%	1 横浜	87,690	124%	1 堺	1,991	142%	1 静岡	4,297	136%	1 京都	21,897	122%	1 宇都宮		
2 京都	126,585	120%	2 東京	86,586	123%	2 大阪	1,988	142%	2 東京	4,091	130%	2 新潟	21,244	119%	2 京都		
3 東京	125,815	119%	4 京都	83,756	119%	3 京都	1,982	142%	3 名古屋	4,055	129%	3 横浜	20,999	117%	3 盛岡		

乾物・海藻計			こんぶ			油揚げ			梅干し			他の野菜漬物			こんぶ・つくだ煮		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	9,199	100%	順 (全国平均)	916	100%	順 (全国平均)	2,961	100%	順 (全国平均)	1,462	100%	順 (全国平均)	5,065	100%	順 (全国平均)		
1 佐賀	11,098	121%	1 富山	2,003	219%	1 福井	5,515	186%	1 和歌山	2,906	199%	1 京都	7,536	149%	1 大津		
2 横浜	10,922	119%	2 京都	1,581	173%	2 京都	4,695	159%	2 さいたま	2,276	156%	2 山形	6,777	134%	2 福井		
4 京都	10,593	115%	3 福井	1,467	160%	3 金沢	4,464	151%	4 京都	1,877	128%	3 大津	6,621	131%	7		

果物計			生鮮果物			柿			すいか			バナナ			キウイフルーツ		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	38,812	100%	順 (全国平均)	35,618	100%	順 (全国平均)	1,033	100%	順 (全国平均)	1,331	100%	順 (全国平均)	4,849	100%	順 (全国平均)		
1 福島	49,477	127%	1 福島	46,024	129%	1 岐阜	2,114	205%	1 鳥取	1,995	150%	1 広島	5,771	119%	1 横浜		
2 山形	47,970	124%	2 山形	45,016	126%	2 奈良	1,648	160%	2 熊本	1,968	148%	2 名古屋	5,753	119%	2 相模原		
28 京都	38,102	98%	29 京都	34,914	98%	11 京都	1,237	120%	12 京都	1,457	3%	3 京都	5,505	114%	8 京都		

油脂・調味料計			調味料			しょう油			みそ			ソース			ジャム		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	43,421	100%	順 (全国平均)	38,805	100%	順 (全国平均)	1,759	100%	順 (全国平均)	2,232	100%	順 (全国平均)	741	100%	順 (全国平均)		
1 大津	47,076	108%	1 大津	42,197	109%	1 山形	2,978	169%	1 長野	3,170	142%	1 広島	1,173	158%	1 横浜		
2 長野	46,745	108%	2 鳥取	41,881	108%	2 松江	2,557	145%	2 熊本	2,801	125%	2 岡山	950	128%	2 さいたま		
25 京都	43,558	100%	23 京都	39,127	101%	34 京都	1,675	95%	28 京都	2,142	96%	3 京都	945	128%	11 京都		

飲料計			茶類			紅茶			コーヒー			炭酸飲料			ミネラルウォーター		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	55,590	100%	順 (全国平均)	13,351	100%	順 (全国平均)	745	100%	順 (全国平均)	6,295	100%	順 (全国平均)	5,424	100%	順 (全国平均)		
1 水戸	64,560	116%	1 静岡	17,584	132%	1 東京	1,368	184%	1 京都	8,555	136%	1 青森	7,613	140%	1 那覇		
2 川崎	63,643	114%	2 水戸	16,725	125%	2 さいたま	1,258	169%	2 水戸	7,929	126%	2 札幌	7,125	131%	2 川崎		
52 京都	46,973	84%	47 京都	10,212	76%	7 京都	994	133%	3 大津	7,711	122%	51 京都	4,007	74%	40 京都		

酒計			清酒			焼酎			ビール			ウイスキー			ワイン		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	46,658	100%	順 (全国平均)	5,556	100%	順 (全国平均)	6,240	100%	順 (全国平均)	10,914	100%	順 (全国平均)	1,698	100%	順 (全国平均)		
1 秋田	58,920	126%	1 秋田	10,265	185%	1 宮崎	13,882	222%	1 札幌	14,927	137%	1 山形	3,875	228%	1 東京		
2 新潟	54,116	116%	2 福島	9,848	177%	2 鹿児島	11,193	179%	2 盛岡	13,804	126%	2 千葉	3,547	209%	2 横浜		
28 京都	40,542	87%	21 京都	5,972	107%	28 京都	5,879	94%	10 京都	12,183	112%	23 京都	1,658	98%	26 京都		

外食計			食事代			日本そば・うどん			すし(外食)			和食			喫茶代		
順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比	順	単位/円	平均比
順 (全国平均)	172,378	100%	順 (全国平均)	136,507	100%	順 (全国平均)	6,245	100%	順 (全国平均)	14,885	100%	順 (全国平均)	23,048	100%	順 (全国平均)		
1 東京	255,522	148%	1 東京	205,281	150%	1 高松	14,063	225%	1 金沢	23,387	157%	1 岐阜	44,954	195%	1 岐阜		
2 川崎	232,881	135%	2 川崎	184,361	135%	2 静岡	9,866	158%	2 福井	22,013	148%	2 名古屋	39,540	172%	2 名古屋		
29 京都	163,876	95%	20 京都	136,099	100%	48 京都	4,534	73%	41 京都	12,198	82%	48 京都	16,014	69%	13 京都		

吉)

単位/円	平均比
1.760	100%
2.989	170%
2.960	168%
2.018	115%

単位/円	平均比
943	100%
2.039	216%
2.033	216%
1.775	188%

単位/円	平均比
867	100%
2.588	299%
1.334	154%
1.167	135%

単位/円	平均比
5.135	100%
6.504	127%
6.177	120%
6.104	119%

単位/円	平均比
9.353	100%
11.393	122%
11.370	122%
9.997	107%

単位/円	平均比
1.771	100%
2.368	134%
2.228	126%
2.167	122%

単位/円	平均比
1.194	100%
2.021	169%
1.999	167%
1.595	134%

単位/円	平均比
1.878	100%
2.879	153%
2.630	140%
2.284	122%

単位/円	平均比
1.269	100%
1.809	143%
1.757	138%
1.438	113%

単位/円	平均比
3.454	100%
5.570	161%
5.083	147%
2.402	70%

単位/円	平均比
3.349	100%
7.461	223%
5.689	170%
2.876	86%

単位/円	平均比
7.005	100%
14.522	207%
12.768	182%
7.175	102%

「経営発達支援計画」に基づく「業種ごとの需要動向調査

【小売業から学ぶ】

【1】小売業の変遷（京都の概要）

- ① 1964年10月、東京オリンピック名神高速道路開通
- ② 1960年代、SM・セルフレジ登場
電気冷蔵庫の普及
食品保存料、添加物
- ③ 1970年代、コールドチェーン
GSMの全国展開
SMのチェーン化
物流網の確立
- ④ 1980年代、CVSのチェーン化
小売業(競合⇒競争へ)
食の多様化
主婦の就業化
深夜営業
- ⑤ 1992年
SSM、HC、ドラッグ等のチェーン化
バブル崩壊
デフレ低成長の時代へ
- ⑥ 1995年以降、阪神淡路大震災、東日本大震災
大雨・洪水・温暖化要因も
共働きの増加、少子高齢化、個食化
米飯とパン食の逆転(数量・金額)
業態の組み合わせと洋風化、惣菜の拡充
- ⑦ 2020.2新型コロナウイルスがパンデミックスを引き起こす

※資料②

業界規模	伸び率	利益率
61.1兆円	2.80%	1.90%

※資料③

	全店売上高 (百万円)	構成比	前年同月 比(全店)	前年同月 比(既存店)
総売上高	98,304	100.0	112.3	110.7
食品合計	89,721	91.3	114.4	112.5
生鮮3部門合計	34,764	35.4	116.5	114.6
青果	14,143	14.4	117.5	115.8
水産	9,286	8.4	109	107.2
畜産	12,334	12.5	121	118.9
惣菜	8,812	9.0	96.4	95.3
日配	19,673	20.0	117	114.7
一般食	26,411	26.9	116.7	114.8
非食品	6,023	6.1	97.5	93.9
その他	2,559	2.6	90.1	91.4

(用語説明)

※GMS	量販店(ゼネラルマーチャンダイジングストア)
※SM	スーパーマーケット
※CVS	コンビニエンスストア
※SSM	スーパースーパーマーケット
※HC	ホームセンター
※DS	ディスカウント

※資料①

順位	銘柄名	売上高 (百万円)	業種	決算期
1	イオン	8,518,215	小売業	Feb-19
2	セブン&アイ	6,791,215	小売業	Feb-19
3	ファストリ	2,290,548	小売業	2019/8
4	ヤマダ電	1,600,583	小売業	Mar-19
5	バンパシHD	1,328,874	小売業	Jun-19
6	三越伊勢丹	1,196,803	小売業	Mar-19
7	H2Oリテイ	926,872	小売業	Mar-19
8	高島屋	912,848	小売業	Feb-19
9	ビックカメラ	894,021	小売業	Aug-19
10	ツルハHD	782,447	小売業	May-19
11	ウエルシア	779,148	小売業	Feb-19
12	イズミ	732,136	小売業	Feb-19
13	エディオン	718,638	小売業	Mar-19
14	ローソン	700,647	小売業	Feb-19
15	ライフコーポ	698,693	小売業	Feb-19
16	USMH	694,323	小売業	Feb-19
17	ケーズHD	689,125	小売業	Mar-19
18	ファミマ	617,174	小売業	2019/21
19	コスモス薬品	611,137	小売業	May-19
20	ニトリHD	608,131	小売業	Feb-19
21	サンドラッグ	588,069	小売業	Mar-19
22	マツキヨHD	575,991	小売業	Mar-19
23	パローHD	565,930	小売業	Mar-19
24	しまむら	546,944	小売業	Feb-19
25	ナジマ	513,057	小売業	Mar-19
26	アークス	512,246	小売業	Feb-19
27	スギHD	488,464	小売業	Feb-19
28	Jフロント	459,840	小売業	2019/21
29	DCM	445,758	小売業	Feb-19
30	平和堂	437,636	小売業	Feb-19
31	ヤオコー	435,084	小売業	Mar-19
32	良品計画	409,697	小売業	Feb-19
33	上新電	403,832	小売業	Mar-19
34	ココカラF	400,559	小売業	Mar-19
35	アスクル	387,470	小売業	May-19
36	コメリ	346,862	小売業	Mar-19
37	コーナン	333,496	小売業	Feb-19
38	フジ	312,388	小売業	Feb-19
39	ゲオHD	292,560	小売業	Mar-19
40	クリエイトS	286,299	小売業	May-19
41	近鉄百	282,700	小売業	Feb-19
42	アインHD	275,596	小売業	Apr-19
43	MV西日本	274,937	小売業	Feb-19
44	ABCマート	266,703	小売業	Feb-19
45	オークワ	265,115	小売業	Feb-19
46	カワチ薬品	264,926	小売業	Mar-19
47	いなげや	251,655	小売業	Mar-19
48	丸井G	251,415	小売業	Mar-19
49	クスリアオキ	250,885	小売業	May-19
50	青山商	250,300	小売業	Mar-19

【2】小売業トップ50位を参考に見ましょう。

- ① 小売業の特徴の変化
 - ・イオンは、マイカル・ダイエー等を吸収合併し、GMS・モール・生活総合産業へと変貌しています。
 - ・セブンアイは、セブンイレブンが主体となり、イトーヨーカ堂、その他を有しています。
 - ・アパレルの躍進も目覚ましく、3位のユニクロ・GUのファーストリテイリング、しまむら等も
 - ・家電チェーン店は、近年大きく売上高を伸ばし、上位に多数入っています。亀岡市でもヤマダ電機、エディオン、上新、ケーズデンキなどが出店しています。
 - ・ドラッグの躍進は目覚ましく、多くがベスト50位に入っています。近年は、コスモスなどの様に食品の品ぞろえを強化し、内税表示で特徴を出しているDSも現れています。
 - ・百貨店も上位には入っていますが、数年前にCVSに売上で、抜かれ今後の対策が必要です。
 - ・SM業態に特化した、ライフ、パローなども積極的な出店で利益も出しています。
 - ・資料③の、SMでは、2020年4月の実績は、コロナの影響がプラス効果となっている。

【3】ライフスタイルの変化（京都の概要）

- ① 上位50位だけでも、20年程前までは、それ程売上が無かった業態も、社会環境の変化、ライフスタイルの変化等と共に、京都・亀岡などへの進出が目立ってきています。
- ② 上記の特徴をみても、各業種は、戦略を立て、社会環境やライフスタイルの変化を捉え品揃えを変え、「来店楽しさ」「お得な商品」「きめ細かな接客」「子供からお年寄り迄」幅広い層に対応できるように、様々な工夫を行っています。
- ③ 店舗の大小により、又商圏の居住者を取り組むための工夫もを行っています。
- ④ 亀岡市は、京都市などと比較して、公共交通機関が地域の隅々まで網羅出来ません。従って、車両の保有台数が2台以上と多いので、これ等への対応も必要です。

【4】当会員の事業者の皆様は、「この変化に対応」が出来ているでしょうか？

- ① これ等の変化に対応して行かねば、ジリジリと売り上げを落として参ります。
- ② 売上が落ちなくても、利益額が減少して参ります。
- ③ 活性化策を講じる事により、現状維持又は売上・利益の増に繋がります。

【5】“挑戦する事業者”の仲間を増やし、創意工夫し、利益構造をアップさせる。

- ① 時間を作る。(生み出す) ⇒ (作業分析) (導線調査) (ムリ・ムダ・ムラ)
- ② 同業者の品揃え調査、売れ筋商品の発掘
- ③ 異業種から学び自社に生かす。(その視点を把握すれば、容易に改善に繋がる) (ストアーコンパリスン競合調査分析)
- ④ 定期的にスケジュールを組み、絶え間ない努力をする。
- ⑤ そのお手伝いを、当会議所が行いますので、ご遠慮なくご相談下さいませ。

「経営発達支援計画」に基づく「業種ごとの需要動向調査

【飲食業から学ぶ】

【1】. 外食産業の歴史

- ① 1970～1990年代
外食産業としての始まりは、1970年頃
開店繁盛の時代
- ② 1970年代、
コールドチェーン確立 冷凍技術の飛躍的向上
GSMへのテナント出店 深夜営業
主婦の就業化 食の多様化
飲食業(競合⇒競争へ) 中食の始まり
- ③ 1990年～2000年頃
大手競争の時代
- ③ 1992年 バブル崩壊
デフレ低成長の時代へ
- ④ 2000年～2008年頃
業態研究の時代
- ⑤ 2008年～現在
混沌混迷の時代
- ⑥ 2020.2-4新型コロナウイルスがパンデミックスを引き起こす

業界規模	伸び率	利益率
5.5兆円	3.40%	1.20%

飲食業界 利益率ランキング
トップ10 (2018 - 2019年)

順位	企業名	利益率(%)
1	ライドオン・エクスプレス	32.5
2	コメダHD	16.8
3	串カツ田中	10.0
4	ヨシックス	8.4
5	アーランドサービスHD	8.2
6	日本マクドナルドHD	8.0
7	ブロンコビリー	7.6
8	ハイデイ日高	7.2
9	ジョリーパスタ	5.7
10	壱番屋	5.4
11	精養軒	5.3
12	SFPホールディングス	5.0
13	王将フードサービス	5.0
14	あみやき亭	5.0
15	物語コーポレーション	4.9
16	G-FACTORY	4.8
17	ハブ	4.6
18	ドトール・日レスHD	4.6
19	スシログローバルHD	4.5
20	元気寿司	4.3
21	サンマルクHD	4.1
22	くら寿司	3.9
23	ダスキン	3.7
24	フライングガーデン	3.7
25	ホリイフードサービス	3.6
26	木曾路	3.6
27	魚力	3.4
28	オリジン東秀	3.4
29	ロック・フィールド	3.3
30	サイゼリヤ	3.2
31	すかいらーくHD	3.1
32	一や	2.9
33	ハチバン	2.8
34	日本KFCホールディングス	2.7
35	チムニー	2.6
36	銚子丸	2.6
37	フジオフードシステム	2.5
38	幸楽苑HD	2.4
39	東和フードサービス	2.4
40	力の源ホールディングス	2.2
41	ゼットン	2.2
42	松屋フーズHD	2.1
43	ハークスレイ	2.0
44	バルニバービ	2.0
45	DDホールディングス	2.0
46	ロイヤルHD	2.0
47	鳥貴族	1.9
48	東京一番フーズ	1.9
49	リンガーハット	1.8
50	一家ダイニングプロジェクト	1.7

飲食業界 売上高ランキング
トップ10 (2018 - 2019年)

順位	企業名	売上高(億円)
1	ゼンショーHD	6,076
2	すかいらーくHD	3,663
3	日本マクドナルドHD	2,722
4	コロワイド	2,443
5	吉野家HD	2,023
6	スシログローバルHD	1,748
7	サイゼリヤ	1,540
8	プレナス	1,539
9	トリドールHD	1,450
10	ロイヤルHD	1,377
11	くら寿司	1,324
12	ドトール・日レスHD	1,292
13	クワイエット・レストランズHD	1,194
14	松屋フーズHD	981
15	ワタミ	947
16	カネ美食品	824
17	王将フードサービス	816
18	カップ・クワイエット	761
19	日本KFCホールディングス	743
20	サンマルクHD	700
21	モスフードサービス	662
22	JFLAホールディングス	643
23	ペッパーフードサービス	635
24	大庄	615
25	物語コーポレーション	589
26	ココスジャパン	574
27	アトム	519
28	ロック・フィールド	509
29	DDホールディングス	509
30	壱番屋	502
31	オリジン東秀	473
32	リンガーハット	469
33	ハークスレイ	459
34	チムニー	456
35	木曾路	450
36	SRSホールディングス	445
37	元気寿司	420
38	ハイデイ日高	418
39	幸楽苑HD	412
40	グルメ杵屋	410
41	SFPホールディングス	377
42	フジオフードシステム	361
43	ダイナックHD	360
44	ダスキン(※)	354
45	伊藤園(※)	345
46	鳥貴族	339
47	梅の花	326
48	ジョイフル	321
49	あみやき亭	321
50	ホットランド	317

【2】. 飲食業トップ50位を参考に見ましょう。

- ① 出店タイプ
 - ・ロードサイド店
 - ・ビルテナント
 - ・SC(ショッピングセンター)テナント出店
 - ・その他
- ② 大手は、HD(ホールディング)経営で業種転換容易
 - ・出店後の売上低迷に機敏に対応可能
- ③ 利益率で大きな差
 - ・決算計上方法の相違も綱領必要
 - ・利益率は、32%～1.7%と幅広い(右図参照)
 - ・商品コストに人件費を入れるのがポイント
 - ・着席数の回転率を如何に上げれるか
 - ・店内調理の範囲決め、オペレーション組み
 - ・PC(プロセスセンター)での調理で効率化を図る

【3】. 店舗形態の種類

店舗の例[編集]	
食堂	屋台
大衆食堂	出店
レストラン	料亭
ファミリーレストラン	飲み屋
喫茶店	居酒屋(割烹)
ファーストフード	ビアガーデン
	立ち食いそば・うどん店

【4】. 「これ等の変化に対応」が出来るでしょうか?

- ① 食べ歩きをしているか否か(月/何回)
- ② 原材料、その他へのこだわりは
- ③ ターゲットは何か
- ④ 固定客と流動客の比率とその対応は
- ⑤ 曜日ごとの客層と客単価
- ⑥ メニュー(固定・季節・ビックリ)の比率は

【5】 “挑戦する事業者”の仲間を増やし、創意工夫し、利益構造をアップさせる。

- ① 時間を作る。(生み出す) ⇒ (作業計画) (作業分析) (導線調査) (ムリ・ムダ・ムラ)
- ② 同業者の品揃え調査、売れ筋商品の発掘
- ③ 異業種から学び自社に生かす。(その視点を把握すれば、容易に改善に繋がる) (ストアーコンパリスン等)
- ④ 定期的にスケジュールを組み、絶え間ない努力をする。
- ⑤ そのお手伝いを、当会議所が行いますので、ご遠慮なくご相談下さいませ。

「経営発達支援計画」に基づく「業種ごとの需要動向調査
【ヒット商品から学ぶ】

日経MJ 2019年度上期ヒット商品番付

日経MJ(日経流通新聞)では半年ごとに「ヒット商品番付」を発表しています。

「消費動向や世相を踏まえ、売れ行き、開発の着眼点、産業構造や生活者心理に与えた影響などを総合的に判断して作成した」とのことで、日経流通新聞が創刊された1971年から発表されている人気の企画です。

先週発表された2019年上期のヒット商品番付は次のとおりでした(上位のみ)。

	西		東
任天堂「あつまれどうぶつの森」	横綱		オンライン生活ツール
おうちごはん	大関		応援消費
テークアウト	関脇		無観客ライブ
湖池屋「プライドポテト」	小結		手渡しなし宅配
生鮮ネットスーパー	前頭		「檸檬堂」
ケンタッキー「500円ランチ」	同		シュクメルリ
パナソニック ホームベーカリー	同		「キュキュット あとラクミスト」
カミュ「ペスト」	同		「パラサイト 半地下の家族」
手作りマスク	同		「ファイナルファンタジーVIIリメイク」
ネックゲーター	同		ナイキ 厚底ランニングシューズ
バリカン&ひげトリマー	同		「ルージュ・エルメス」
「愛の不時着」	同		「恋はつづくよどこまでも」
「バーミュキュラ フライパン」	同		マクドナルド「ごはんバーガー」
トランポリン遊具	同		令和版 ビリーズブートキャンプ
ダルゴナコーヒー	同		麒麟ビバレッジ「iMUSE水」
アマビエ	同		ボードゲーム