

【1】 情勢・環境の変化

- ① コロナ禍の消費動向の変化を注視する
- ② エネルギー問題/主原料・輸送等、全てに影響を及ぼす
- ③ 持続可能な「SDGs開発17の目標」を取り入れる
- ④ 海外事情/資源・原料・物流・その他をチェックしてみる
- ⑤ 少子高齢化の進行を考察し、中期的視野を取り入れる
- ⑥ ドル/円の推移、NY原油価格動向

【2】 総合

- ① 2020年 消費者物価指数（全国）推移
- ② 京都府家計調査 令和2年(2020)より
- ③ ヒット商品ベスト30位 2021年（詳細別途）

【3】 総務省 家計調査年報 2019年(令和元年)～2021年(令和3年)平均

- ① 飲食・業態別前年比
- ② 外食・食事代 ・全国平均 ・1位～3位 ・近畿地区府県
- ③ (金額) ・すし(外食) ・和食 ・洋食 ・焼肉 ・中華
- ④ (金額) ・飲酒代 ・喫茶代

【4】 小売り・業績

- ① 小売販売額動向 2020
- ② 小売業ランキング
- ③ スーパーランキング
 - ・売上高 ・経常利益 ・純利益
 - ・平均年収 ・平均年齢 ・勤続年数

【資料】

- ・物価指数 ・都道府県別、家計調査(食の分野) ・京都府家計調査
- ・飲食ランキング ・外食産業別データ
- ・小売業ランキング
 - ・売上高 ・経常利益 ・純利益
 - ・平均年収 ・平均年齢 ・勤続年数

【1.情勢・環境変化に対応した経営を目指す】

2021年は、「新型コロナウイルス」がパンデミック(世界的大流行)となり二年目を経過しました。年間を通じて、「緊急事態宣言」、「蔓延防止等重点措置」などを織り交ぜながら事業者及び消費者は、様々な行動が制約され多岐に亘り、今迄かつてない経営活動やライフスタイルの変化を余儀なくされました。その中で知恵や工夫を行いながら、コロナ終息の時期が見えない、「新たな経営手法」を模索してきました。気候変動やパンデミックの影響は、グローバル化した経済社会に於いて大きな影響を受けていますが、今後も、これ等の課題を乗り越えてまいります。

特に、原油を始めとする資源価格の高騰、気候変動による豪雨・水害、干ばつ等の影響で農産物の収穫減による農産物の価格高騰、資源の乏しい我が国では、船便での輸出入が多く、船便コンテナの回送滞り等による運賃の高騰等々、様々な諸問題が折り重なっており、商工業者及び消費者の家計への影響も続いております。又、2022年2月24日にロシアによるウクライナへの軍事侵攻は、これ等の問題を更に難しくしております。

私達は、今迄以上、これ等の諸問題に日常から注力し、事業活動を行っていく必要に迫られています。

①コロナ禍の消費動向の変化を注視する

- ・コロナ前と現在の推移分析する
- ・伸長させる分野/休止する分野に分ける
- ・政策設定/方向性/その他を整理して、方針決定を行う。

②エネルギー問題/主原料・輸送等、全てに影響を及ぼす

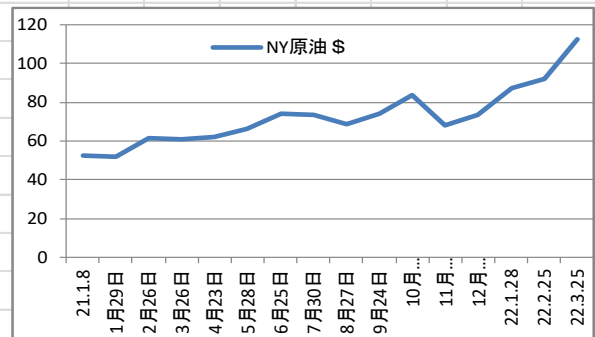
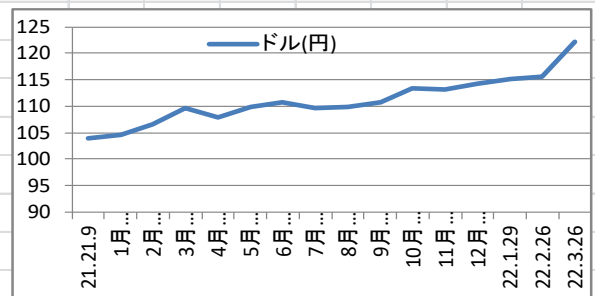
- ・原油価格/為替相場を毎日把握する
- ・原油高騰は暫く続くものと思し政策に生かす
- ・我社の影響分野を把握し先ずは試算してみる

③持続可能な「SDGs 開発17の目標」を取り入れる

- ・原材料、製造過程、流通、販売方法等々で思考してみる
- ・「17の項目」について、常に工程作業を振り返り、検証してみる
- ・改善項目を念頭におき事業を進め、事業効率に生かす

④海外事情/資源・原料・物流・その他をチェックしてみる

- ・グローバル化の影響で、現在は様々な課題に於いて世界情勢の変化と併せ、日本の経済活動は左右されます
- ・日本の少子高齢化は、年々徐々に進行しています
- ・自社周辺の環境も、年々変化しており、対応が必要です
- ・10年前と現在、5年後を見据えて事業計画を立てましょう



※ご相談は、当会議所まで、ご連絡ください!

◇売上低迷時(コロナ禍でも出来る) 売上・利益アップのチャレンジ課題 重点対策/100項目	
【食品製造業・小売業・飲食業・サービス・その他】 ※毎週、弱点課題から取り組みましょう!!	
選択	【売上アップ】 主要項目 抜粋100
1	【社会情勢/環境の変化に対応】 ①コロナ禍の消費動向 変化注視 ②エネルギー問題 関連/全てに影響 ③持続可能なSDGs を取り入れ ④海外事情/資源・原料・材料・物流・他 ⑤少子高齢化の進行を考察
2	【思考方法改革】 ①時間配分の見直し ②作業計画の分担 ③PDCA/5W1H ④基本・実施計画 ⑤年月/週日/時
3	【自社のポジション】 ①生活スタイル変化 ②自社の位置は? ③業界/業種 ④事業構造/改革 ⑤取引先/エリア
4	【売れる/売れない】 ①お客様の判断 ②バイヤーの判断 ③担当者の判断 ④トップの判断 ⑤陳列技術プレゼン
5	【良い店/悪い店】 ①無意識に足が向く ②気軽に入れる ③新発見がある ④楽しい/和やか ⑤トレンド導入
6	【探求心の蓄積】 ①月/週の目標 ②目標の実施 ③目標の評価 ④目標の修正 ⑤目標修正/実施
7	【自己満足/落し穴】 ①お客様満足は何か ②直接聴いてるか ③憶測は無いのか ④原因追及は? ⑤諦めは禁物
8	【顧客の価値感】 ①商品価値の相異 ②旨い/機能性 ③原材料厳選 ④ナチュラル/自然・天然 ⑤商圏の範囲
9	【顧客の価値感】 ①判断基準の相違 ②収入の相違 ③世帯人数の差 ④品質と量目 ⑤「端数価格政策」
10	【品揃えの幅/深さ】 ①ライフスタイルの変化 ②自社の立地診断 ③スペース限定 ④客層の選択 ⑤客層(時間帯別)
11	【商品の総合力】 ①マス開発/個の開発 ②商品コンセプト ③品揃の幅・深さ ④厳選/ターゲット ⑤定期フェア活性化
12	【商品価値/差別化】 ①品群毎に包含 ②分析・吟味 ③優位性とは ④兵站(へいたん) ⑤販売チャネル
13	【安全・安心・信頼】 ①クリーンリネス ②店構え/売場/応対 ③製造/追跡可否 ④信頼/発表会 ⑤意見・要望の対応
14	【衛生管理で安心】 ①お客様目線の衛生 ②室内/商品の衛生 ③4S/5S,整理整頓... ④細菌の種類/繁殖 ⑤細菌の増殖抑え
15	【品質管理の信頼】 ①商品特性/性質 ②商品の変化・劣化 ③管理区分/人的役割 ④モノ/保管方法 ⑤価値向上に直結
16	【味覚と管理の関係】 ①低温管理について ②加熱殺菌について ③保存方法について ④商品回転率 ⑤使用・販売/期限
17	【ブランドカ/無形資産】 ①原材料吟味/選定 ②工程管理の厳格化 ③「容器包装リサイクル法」 ④安心/輸送・陳列 ⑤お客様満足とは
18	【経営健全化へ】 ①弾力的経営/調整役 ②損益分岐点思考 ③売上高バランス ④利益/額・率 ⑤経営計画書
19	【人材育成効力】 ①分身育成/生産性UP ②組織運営力効果 ③リーダー育成深耕 ④企業ビジョン&求心力 ⑤仕事を任せせる
20	【働き方改革効果】 ①賃上げ/生産性UP ②スキルUP/生産性UP ③研修/他流試合 ④従業員の方向性 リソース作成

【2. 総合項目】

①2020年 消費者物価指数（全国）推移

2020年基準 消費者物価指数 全国 2022年（令和4年）2月分 (2022年3月18日公表)							
	年平均（前年比 %）			月次（前年同月比 %）			
	2019年	2020年	2021年	2021年11月	12月	2022年1月	2月
総合	0.5	0	▲0.2	0.6	0.8	0.5	0.9
生鮮食品を除く総合	0.6	▲0.2	▲0.2	0.5	0.5	0.2	0.6
生鮮食品及びエネルギーを除く総合	0.6	0.2	▲0.5	▲0.6	▲0.7	▲1.1	▲1.0

②京都府家計調査 令和2年(2020)より ⇒

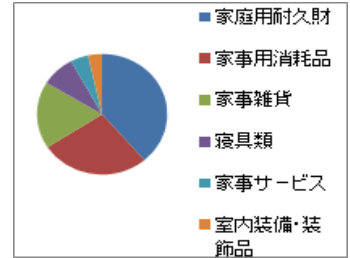
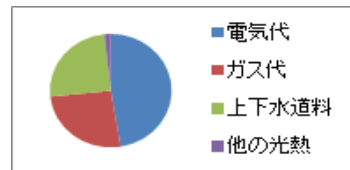
- ・消費支出は、253,880円
 - ・その内、食利用費は、31.1%を占める
 - ・光熱・水道が8.1%、家具・家事用品が4.6%
- ※数値は、データの属性により異なるので、留意のこと。

③ヒット商品ベスト30位 2021年（詳細別途）

ヒット商品ベスト30 2021年	日経クロストレンド引用
【1位】TikTok売れ	短尺動画サイトが利用者1000万を突破し、最強の動画コマースサービスに進化。Gumiから高級車まで、あらゆるモノが売れた。
【2位】ウマ娘 プリティーダービー	競馬をテーマにした美少女系ゲームが累計1000万ダウンロード突破。競馬へのあくなき追従が支持を広げた。
【3位】シン・エヴァンゲリオン劇場版	新劇場版4部作がついに終結。公開延期も武器にしたマーケティングにファンが熱狂し、興行収入100億円を達成。
【4位】昭和・平成レトロブーム	50万個超えのレトロ食器、昭和風景の遊園地……。Z世代が「かっこいい」「かわいい」と肯定的に評価し、ブームが拡大した。
【5位】ahamo/povo/LINEMO	2021年3月の開始前から話題を呼び、大手3社合計で約300万契約を獲得した。競争でスマホ料金の低廉化が一気に進んだ。
【6位】マリトッツォ	ローマ発のシンプルスイーツが、大手企業やコンビニなどが商品化。アレンジ合戦にはテイクアウト寿司店も参入した。
【7位】麒麟一番搾り 糖質ゼロ	国内初となる「糖質ゼロ」ビールが、麒麟ビールの史上最速で累計2億本を達成。味と健康の両立を狙う人が飛びついた。
【8位】BTS	韓流アイドルが国際化によって人気が加速し、ついにミリオンを記録。韓国ブームでは語れない「逆輸入」現象が起きた。
【9位】ピッコマ	定番漫画アプリの一つが、「縦読みフルカラー漫画」の強化で新規ファンを開拓。21年は7カ月で販売金額315億円を達成した。
【10位】Visaのタッチ決済	クレジットカードの非接触決済サービスが、対応カード発行枚数と対応店舗数とともに大きく伸ばした。結果、取引件数が1年で約5倍に急伸。
【21位】Yogibo	ピースソファなどのシリーズが、ステイホーム特需以降も続伸。売り上げ230億円規模で定番家具の仲間入りを果たした。
【22位】BASE FOOD	栄養をバランスよく摂取できる完全栄養食が、甘い味のパンを追加したことで間食需要も獲得、累計1000万食を突破した。
【23位】丸亀うどん弁当	女性や家族連れが支持し1200万食超を突破。てんぷら付きで税込390円からと安く、店内で食べるより得たと評判に。
【24位】VLOGOAM	Vlogに最適化し金額シェア1位。高コスパのカメラとしても好評で、スマホに押されがちだったカメラ市場の希望の星になった。
【25位】シームレスせんまぐ	ありそうでなかった、分解不要の「一体型栓」を新開発。不満が多かった洗い物の手間を減らし、計100万本を突破した。
【26位】後払い決済	EC拡大を追い風に「兆円市場」に成長。「今買える」利便性を、クレジットカードを使わない若年層や主婦層などが支持した。
【27位】ふしぎ駄菓子屋 競天堂	NHKアニメ化で売れ行きが加速し、シリーズ累計の発行部数が350万を突破。大人自らの描写で親世代も引きつけた。
【28位】テレワークスーツ	オン/オフ兼用のおうち用スーツを大手が次々に販売し、数百万着のヒットも。不況の紳士服業界の救世主に。
【29位】サーサーバイ	顔を隠すビッグサイズの「台湾唐揚げ」を扱う店の割合がこの1年で4倍以上に。大手外食チェーンやNBも商品化した。
【30位】ワクチンフィバー	「約8割発熱」という副反応の説明で解熱剤が品薄に。記録に便利な体温計や、ワクチンマップなどのサービスも好評だった。

令和2年（二人以上の世帯）		
資料：家計調査（総務省、府企画統計課）		
消費支出	253,880	構成比
食料	79,072	31.1%
調理食品	10,328	13.1%
野菜・海藻	10,080	12.7%
肉類	9,963	12.6%
外食	9,159	11.6%
穀類	7,332	9.3%
魚介類	6,550	8.3%
菓子類	6,429	8.1%
乳卵類	4,484	5.7%
飲料	4,435	5.6%
油脂・調味料	3,919	5.0%
酒類	3,309	4.2%
果物	3,083	3.9%
住居	8,886	3.4%
設備修繕・維持	5,395	62.1%
家賃地代	3,290	37.9%
光熱・水道	20,662	8.1%
電気代	9,802	47.4%
ガス代	5,348	25.9%
上下水道料	5,161	25.0%
他の光熱	350	1.7%
家具・家事用品	11,732	4.6%
家庭用耐久財	4,547	38.8%
家事用消耗品	3,170	27.0%
家事雑貨	2,107	18.0%
寝具類	982	8.4%
家事サービス	517	4.4%
室内装備・装飾品	408	3.5%
被服及び履物	8,888	3.5%
洋服	3,832	43.1%
シャツ・セーター類	1,664	18.7%
下着類	842	9.5%
生地・糸類	139	1.6%
和服	-	-

令和2年(二人以上の世帯)		
1世帯当たり1か月の消費支出金額(京都市)		
集計世帯数	(世帯)	年平均
84		
299	(人)	
1.17	(人)	
60.9	(歳)	



【11位】カントリーマアム チョコまみれ	老舗クッキーブランドの新たなゆるキャラが購買層を若返らせた。ブランド累計で200億円の売り上げを見込む。
【12位】格安越境EC	韓国コスメ/ファッションの流行で若者の利用が加速。使い勝手を高め、利用者数1900万人を超えたサービスも登場した。
【13位】アサヒスーパードライ 生ジョッキ缶	泡が湧き出す缶を新開発し、缶ビールの可能性を広げた。動画サイトでも人気になるなど話題先行で即完売状態が今も続く。
【14位】桃太郎電鉄 ～昭和 平成 令和も定番！～	5年ぶりに登場した「桃鉄」の最新作が販売300万本を突破。親子や友人と一緒に遊びやすく、同シリーズ最大級のヒットに。
【15位】ファインバブルシャワーヘッド	油性インクを洗い落とす効果で人気となり2社で数十万台を販売。3万～4万円の高機能シャワー新市場が誕生した。
【16位】くちばし型マスク	韓国発くちばしのような立体形状の不織布マスクが、しゃべりやすさとファッション性で人気に。マスクの新カテゴリーを創出した。
【17位】米化オートミール	古典的なシリアルであるオートミールが電子レンジで「お米」のように食べられると話題に。参入メーカーが相次いだ。
【18位】ケイト リップモンスター	ユニークな色名で多色展開した口紅が、約4カ月で累計出荷数100万本突破。逆風のコスメ業界で異例のヒットとなった。
【19位】東京リベンジャーズ	SNSの話題づくりが興行収入44.6億円につながり、21年の実写映画トップに。原作漫画の累計発行部数もアニメ化、映画化で約4.4倍になった。
【20位】アリエール 除菌プラス ジェル	従来の衣料用液体洗剤では難しかった「除菌」ができる洗剤が、消費者の心をつかむ。700万本を出荷、液体洗剤で優位に。

【 需要動向調査】

2022.3.31.経営支援担当チーム

【 3. 外食・食事代】

↓※業態別2020年/前年比

※総務省・家計調査年報より作成

農水省データより引用 (参考)2019年対比	売上高	店舗数	客数	客単価	売上高	店舗数
	前年比	前年比	前年比	前年比	前々年比	前々年比
全体	98.60%	96.40%	98.00%	100.50%	83.20%	94.40%

ファーストフード	合計	104.80%
	洋風	109.30%
	和風	100.20%
	麺類	99.00%
持帰・米飯/回転寿司		103.90%
その他		99.40%

ファミリーレストラン	合計	91.80%
	洋風	91.00%
	和風	90.60%
	中華	98.00%
	焼き肉	90.80%

パブ/居酒屋	合計	57.80%
	パブ・ビアホール	62.30%
	居酒屋	56.30%

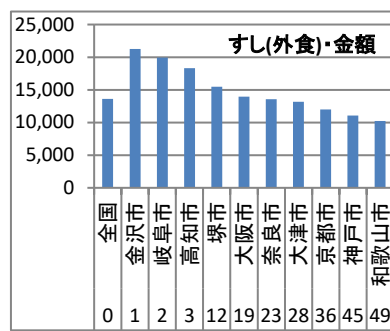
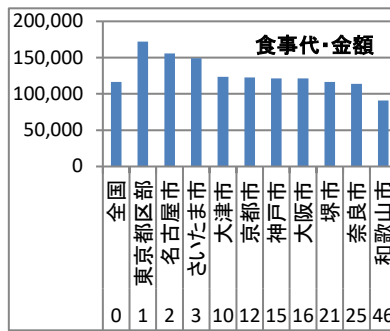
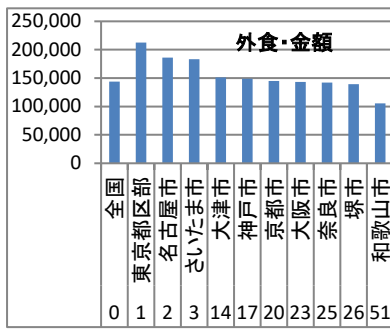
ディナーレストラン(計)	89.90%
喫茶(計)	100.10%
その他(計)	98.80%

2019年(令和元年)～2021年(令和3年)平均

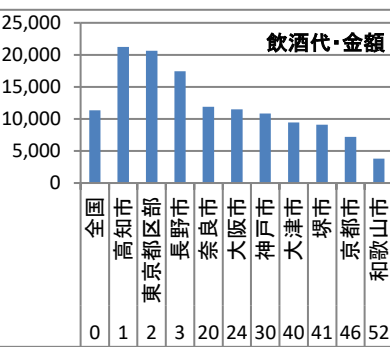
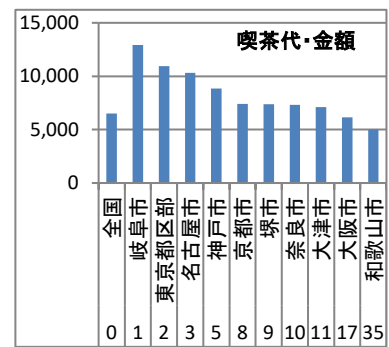
- (コメント) ①外食と食事代の比較では、全国平均、1～3位、及び近畿地区の全てに於いて上回っている
 ②項目順では、1.和食、2.すし(外食)、洋食、焼肉、中華と続いているが、地域性に留意が必要です
 ③飲酒代金額では、近畿地区は、3県が平均を超えているが、4県は下回っている
 ④コロナ禍に於いても、ファーストフード、喫茶は伸長している
 ⑤ファミレスは、約10%減、パブ/居酒屋は、60%前後と大幅減となっている

↓※都道府県ランキング 2019年(令和元年)～2021年(令和3年)平均 (県庁所在地)

外食			食事代			すし(外食)		和食		中華食		洋食		焼肉						
順	都道府県	金額	順	都道府県	金額	順	都道府県	金額	順	都道府県	金額	順	都道府県	金額	順	都道府県	金額			
0	全国	144,022	0	全国	116,429	0	全国	13,620	0	全国	19,716	0	全国	4,179	0	全国	9,794	0	全国	6,184
1	東京都	212,373	1	東京都	172,261	1	金沢市	21,255	1	岐阜市	38,875	1	静岡市	6,690	1	岐阜市	16,101	1	高知市	11,145
2	名古屋市	185,876	2	名古屋市	155,583	2	岐阜市	19,959	2	佐賀市	33,329	2	岐阜市	6,561	2	札幌市	15,761	2	岐阜市	9,845
3	さいたま市	183,531	3	さいたま市	149,255	3	高知市	18,331	3	名古屋市	30,533	3	横浜市	6,518	3	水戸市	15,678	3	金沢市	9,410
14	大津市	151,141	10	大津市	123,522	12	堺市	15,462	9	大阪市	23,806	7	大阪市	5,427	21	堺市	9,624	15	堺市	7,219
17	神戸市	148,957	12	京都市	122,501	19	大阪市	13,977	16	奈良市	22,644	9	神戸市	5,099	25	大阪市	9,052	18	大阪市	7,075
20	京都市	145,150	15	神戸市	121,468	23	奈良市	13,571	23	堺市	21,730	10	京都市	5,087	27	京都市	8,989	22	奈良市	6,857
23	大阪市	143,025	16	大阪市	121,196	28	大津市	13,168	30	大津市	18,416	11	堺市	5,070	28	大津市	8,837	38	神戸市	5,382
25	奈良市	142,025	21	堺市	116,370	36	京都市	11,992	36	和歌山市	17,487	13	奈良市	4,743	29	奈良市	8,778	41	京都市	5,091
26	堺市	139,457	25	奈良市	114,042	45	神戸市	11,053	37	京都市	17,398	15	大津市	4,586	32	神戸市	7,849	44	大津市	4,788
51	和歌山市	105,562	46	和歌山市	90,744	49	和歌山市	10,245	39	神戸市	17,251	30	和歌山市	3,659	43	和歌山市	6,378	48	和歌山市	4,392



喫茶代			飲酒代		
順	都道府県	金額	順	都道府県	金額
0	全国	6,522	0	全国	11,358
1	岐阜市	12,921	1	高知市	21,254
2	東京都	10,957	2	東京都	20,656
3	名古屋市	10,320	3	長野市	17,439
5	神戸市	8,848	20	奈良市	11,920
8	京都市	7,397	24	大阪市	11,474
9	堺市	7,371	30	神戸市	10,864
10	奈良市	7,316	40	大津市	9,434
11	大津市	7,105	41	堺市	9,110
17	大阪市	6,154	46	京都市	7,199
35	和歌山市	5,003	52	和歌山市	3,810



【 需要動向調査】

2022.3.31.経営支援担当チーム

【 4. 小売業】

小売販売額の動向 2020年

※用語説明(SM=スーパーマーケット)

(活用資料) 日経及び業界動向サーチ引用)

・経済産業省「商業動態統計調査」では、日本全国の2020年の小売販売額は前年比1.0%増の146兆4,570億円。
 ・業種別では、前年比増は「機械器具小売業(50.7%)」、「無店舗小売業(40.1%)」、「医薬品・化粧品小売業(35.3%)」。
 減少幅大は、「織物・衣服・身の回り品小売業(21.4%)」「各種商品小売業(13.5%)」。

・テレワークの普及や「巣ごもり需要」が追風。オフィス街や繁華街等では人出が減ったため、コンビニや百貨店、アパレル業界が苦戦。

・売上高、イオン、セブン&アイ・HD微減、ユニクロ運営のファーストリ苦戦、ヤマダは増、ドンキホーテ等運営PPI微増、ウエルシア・ツルハ等は増。

・コロナ対応で効果のある企業は、好調を持続 業界内での優勝劣敗も進む

・スーパーを展開するライフコーポレーション、パローHD、ニトリHDなどは増加。

・新型コロナウイルス感染拡大に伴う巣ごもり消費に対応出来た企業は効果。イオンは2019年、準トのマルエツ、刀匠、マツモトキヨシ、東3社の共同持ち株会社USMH ユナイテッド・SM・HD設立。スケールメリットを活かし業界での優位性を保持

・2021年10月にはマツモトキヨシHDとココカラファインが統合、ドラッグストア業界は再編や合併を繰り返し、食品品揃え拡充等で競争が激化。

・今後、中長期的には少子高齢化の影響等もあり、国内の市場が縮小する恐れもあり、再編や合併による勢力図の入れ替わりも考えられる。

※各種データは、地域性、業態タイプ、運営方法、その他が異なるので留意する事。

日経 小売順位100 2021年			
順位	銘柄名	売上高(百万円)	決算期
1	イオン	8,603,910	Feb-21
2	セブン&アイ	5,766,718	Feb-21
3	ファストリ	2,132,992	2021/8I
4	ヤマダHD	1,752,506	Mar-21
5	パンパシHD	1,708,635	Jun-21
6	ウエルシア	949,652	Feb-21
7	ツルハHD	919,303	May-21
8	ビックカメラ	834,060	Aug-21
9	三越伊勢丹	816,009	Mar-21
10	ケーズHD	792,542	Mar-21
11	エディオン	768,113	Mar-21
12	ライフコーポ	759,146	Feb-21
13	H2Oリテイ	739,198	Mar-21
14	USMH	733,849	Feb-21
15	パローHD	730,168	Mar-21
16	コスモス薬品	726,424	May-21
17	ニトリHD	716,900	Feb-21
18	高島屋	680,899	Feb-21
19	イズミ	679,777	Feb-21
20	ローソン	666,001	Feb-21

21	サンドラッグ	634,310	Mar-21
22	スギHD	602,510	Feb-21
23	アークス	556,946	Feb-21
24	マツキヨココ	556,907	Mar-21
25	しまむら	543,560	Feb-21
26	ノジマ	523,327	Mar-21
27	ヤオコー	507,862	Mar-21
28	DCM	471,192	Feb-21
29	良品計画	453,689	Aug-21
30	上新電	449,121	Mar-21
31	コーナン	442,069	Feb-21
32	平和堂	439,326	Feb-21
33	アスクル	422,151	May-21
34	コメリ	385,700	Mar-21
35	MV東海	355,904	Feb-21
36	クリエイトS	338,476	May-21
37	ゲオHD	328,358	Mar-21
38	Jフロン	319,079	2021/2I
39	フジ	315,382	Feb-21
40	クスリアオキ	305,880	May-21
41	アインHD	297,305	Apr-21
42	カワチ薬品	284,492	Mar-21
43	ベルク	284,460	Feb-21
44	オークワ	279,217	Feb-21
45	日本調剤	278,951	Mar-21
46	いなげや	265,917	Mar-21
47	アクシアル	256,351	Mar-21
48	リテールPA	241,844	Feb-21
49	ネクステージ	241,146	Nov-20
50	アルペン	233,215	Jun-21

スーパー業界 平均年収ランキング (2020 - 2021年)

順位	企業名	平均年収(万円)
1	イオン	829
2	エイチ・ツー・オーリテ...	804
3	東急	762
4	セブン&アイ・HD	742
5	アクシアルリテイリング	729
6	ユナイテッド・スーパー...	700
7	パローHD	679
8	ローソン	620
9	ヤオコー	601
10	マックスバリュ東海	568
11	関西スーパーマーケット	559
12	いなげや	558
13	ライフコーポレーション	557
14	イズミ	556
15	ドミー	555
16	マミーマート	551
17	マックスバリュ西日本	540
18	ベルク	538
19	PLANT	537
20	平和堂	528
21	オークワ	525
22	スーパーバリュー	524
23	アークス	522
24	ヤマナカ	510
25	北雄ラッキー	508
26	アオキスーパー	501
27	フジ	498
28	サンエー	498
29	Olympicグループ	489
30	神戸物産	484

スーパー業界 経常利益ランキング (2020 - 2021年)

順位	企業名	経常利益(億円)
1	セブン&アイ・HD	3,573
2	イオン	1,388
3	ローソン	376
4	イズミ	360
5	パローHD	283
6	ライフコーポレーション	281
7	神戸物産	236
8	ヤオコー	222
9	アークス	195
10	ユナイテッド・スーパー...	194

スーパー業界 純利益ランキング (2020 - 2021年)

順位	企業名	純利益(億円)
1	セブン&アイ・HD	1,792
2	イズミ	230
3	ライフコーポレーション	178
4	神戸物産	150
5	ヤオコー	145
6	アークス	129
7	パローHD	125
8	平和堂	97
9	ユナイテッド・スーパー...	88
10	ベルク	88

スーパー業界 勤続年数ランキング (2020 - 2021年)

順位	企業名	勤続年数
1	リテールパートナーズ	24.5
2	ヤマナカ	22.3
3	エイチ・ツー・オーリテ...	21.1
4	いなげや	20.6
5	イオン	19.9
6	北雄ラッキー	19.6
7	フジ	18.9
8	関西スーパーマーケット	18.7
9	オークワ	18.5
10	ヤマザワ	18.4
11	平和堂	17.7
12	天満屋ストア	17.6
13	Olympicグループ	17.5
14	セブン&アイ・HD	17.1

スーパー業界 平均年齢ランキング (2020 - 2021年)

順位	企業名	平均年齢
1	リテールパートナーズ	56.9
2	アクシアルリテイリング	56.1
3	イオン	49.9
4	Olympicグループ	48.9
5	オークワ	47.5
6	エイチ・ツー・オーリテ...	47.2
7	ユナイテッド・スーパー...	46.6
8	イオン九州	46.3
9	ヤマナカ	46.2
10	いなげや	45.8
11	北雄ラッキー	45.3
12	アークス	44.8
13	マックスバリュ西日本	44.7
14	ヤマザワ	44.0
15	セブン&アイ・HD	43.9
16	マックスバリュ東海	43.5
17	PLANT	43.3
18	イオン北海道	43.1
19	スーパーバリュー	42.8
20	マルヨシセンター	42.6
21	東急	42.5
22	パローHD	41.9
23	天満屋ストア	41.8
24	平和堂	41.7
25	関西スーパーマーケット	41.1
26	ライフコーポレーション	41.1
27	フジ	41.0
28	エコス	40.9
29	ローソン	40.7
30	オーシャンシステム	40.6

スーパー業界 売上高ランキング47位 (2020 - 2021年) (出所:業界動向サーチ作成)

順位	企業名	売上高(億円)
1	イオン ※	61,146
2	セブン&アイ・HD ※	18,026
3	ライフコーポレーション	7,591
4	パローHD	7,301
5	ユナイテッド・スーパー...	7,189
6	イズミ	6,797
7	アークス	5,569
8	マックスバリュ西日本	5,542
9	ヤオコー	4,871
10	ヨークベニマル	4,690
11	平和堂	4,393
12	マックスバリュ東海	3,559
13	神戸物産	3,408
14	イオン九州	3,300
15	イオン北海道	3,199
16	サミット	3,136
17	フジ	3,000
18	ベルク	2,816
19	エイチ・ツー・オーリテ...	2,811
20	オークワ	2,686