総合スーパー不振

イオン41%減益

3～8月営業 増税・天候追い打ち

2014.10.4 日経新聞

イオンが3日発表した2014年3～8月期決算は、消費増税や天候不順で主力業態の総合スーパーが振るわず、連結営業利益が433億円と前年同期比41%減った。記者会見で岡田元也社長は「競争力をなくしている」と分析し、商品開発のテコ入れを表明した。

連結営業収益(売上高)はダイエーを子会社化したため15%増えたが、そのダイエーは営業赤字が102億円(前年同期は41億円の赤字)に拡大して足を引っ張った。中核子会社イオンリテールも75億円の営業赤字(同75億円の黒字)だ。

いずれも既存店売上高は2～3%減で、中でも利益率の高い衣料品が落ち込んだ。イオンリテールなどは7月以降、食料品中心に100品目を値下げして巻き返しに出たが客数が戻らなかった。

両社を含む総合スーパー事業は営業損益が131億円の赤字(同110億円の黒字)だった。

同日決算発表したユニーグループ・ホールディングスも、総合スーパー子会社の営業利益が実質33%減った。「想定以上に増税の影響が大きかった」(前村哲路会長)といい、衣料品は7%の減収となった。

総合スーパーは食品から衣料品、日用雑貨まで何でもそろう半面、圧倒的な低価格や、高価格でも付加価値を求める「消費の二極化」に対応できていないとされる。分野を絞って魅力的な商品を投入する専門店やネット通信販売などに客を奪われ、コストも膨らんで中長期でみた収益性は低下傾向にある。

イオンの岡田社長は「増税後の戦い方が稚拙だった。商品提案の仕方や切り口が古く、顧客の嗜好と合っていない」などとも指摘した。商品力強化に加えて、持ち株会社の人員(約440人)の半分を事業会社に移すなど改革を急ぐ。

総合スーパーは既存店が不振(3～8月)

	売上高(営業収益)	営業損益	既存店売り上げ
イオン(連結)	3.4兆円(15)	433億円(▲41)	
イオンリテール	1.0兆円(▲0)	▲75億円(赤字転落)	▲1.8%
ダイエー	3861億円(▲6)	▲102億円(赤字拡大)	▲2.9%
セブン&アイHD	3.0兆円(7)	1672億円(2)	
イトーヨーカ堂	6405億円(▲2)	6億円(▲75)	▲4.1%
ユニーグループHD	5016億円(▲1)	114億円(▲23)	
ユニー	3625億円(▲3)	36億円(▲33)	▲3.2%

(注)カッコ内は前年同期比の増減率%。▲はマイナス

2014.9.27

イオン、営業益4割減

増税・悪天候で販売不振

3～8月

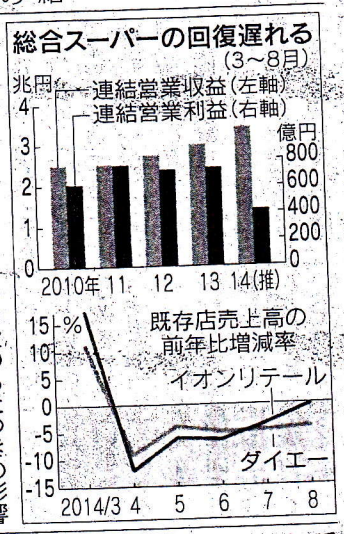
イオンの2014年3～8月期の連結業績は、消費増税後の販売回復の遅れが響いて営業利益が420億円前後と前年同期に比べて4割減ったようだ。競争激化や天候不順といった要因が重なり、鈍った客足を取り戻そうと値下げしたことで採算も悪化した。ダイエーを含む主力の総合スーパー事業は、営業赤字（前年同期は110億円の黒字）になったようだ。

小売り大手では、連結営業増益を確保したとみられるセブン&アイ・ホールディングスも、傘下のイトーヨーカ堂は不振だった。食品や衣料品、日用品などを幅広く扱う総合スーパーで、増税後の消費のもたつきの影響が鮮明に表れてきた。

イオンの売上高に当たる営業収益は約3兆4000億円と14%増えたようだ。ただ収益源である既存店ベースでは、総合スーパーの中核子会社イオンリテールが6カ月の合計で約2%減、前期の後半に連結対象に加わったダイエーが約3%減と振るわなかった。

総合スーパーは増税直後の3～5月期決算で赤字になっており、その後の3カ月間も低迷が続いた。食品スーパー子会社のマックスバリュ中部、マックスバリュ東北が業績予想を下方修正するなど地方の苦戦も目立つ。カード、銀行の金融事業は2割増益だったようだが全体を補えなかった。

イオンは3～8月期の連結業績予想を出していない。足元では気温の低下で秋物衣料が上向いているうえ、例年、下期の利益の比率が高い。15年2月期通期は営業収益7兆円（前期比1割増）、営業利益2000億～2100億円（約2割増）を見込む。決算発表は10月3日に予定している。



2014.9.27 日経MJ

ニュースなデータ

昨年度 総売上高23兆8900億円

赤字スーパー、21%に増加

仕入れ・輸入コスト上昇

帝国データバンクがまとめたスーパーマーケットの業績・倒産動向調査によると、2013年度の総売上高は約23兆8941億円で前年度より1・5%増えた。消費増税前の駆け込み需要などが売り上げを押し上げたが、赤字企業の割合は21%と前年度より3・9ポイント増えた。仕入れコストの上昇などで収益力が落ちている企業が多いことがわかる。

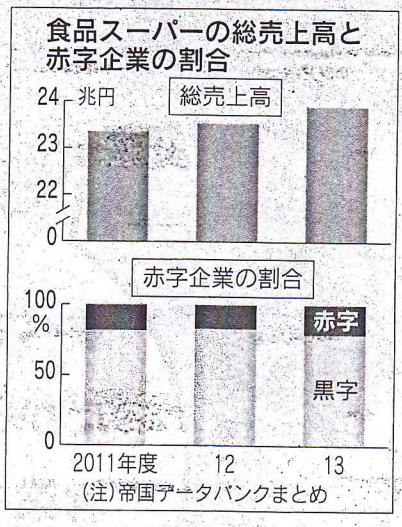
全国のスーパー（売上高10億円以上）のうち11年度から13年度の売上高が明らかになった1011社を対象に調べた。13年度の総売上高は12年度に続いて2期連続で前年度を上回った。増加幅も12年度より大きくなった。13年度に増収となった企業は前年度比17%増の344社。一方で、減収となった企業は18・2%減った。

全国を9地域に分けて見ると、増収企業の割合が最も高かったのは四国で44・7%、次いで中部の39・0%、関東の35・7%が続いた。減収となった企業の割合では北海道が53・5%で最高だった。

損益が判明した737社のうち、13年度は582社（79%）が黒字となった。ただ、12年度には黒字企業が82・9%を占めており、3・9ポイント落ち込んでいる。

一方で、赤字となった企業は21%を占めた。前年度より3・9ポイント増えており、収益力の低下が浮き彫りになっている。13年度に発生したスーパーの倒産は3%減の65件で、廃業は9・8%減の119件だった。

今回の調査について帝国データバンクは「消費増税前の駆け込み需要で売上高を伸ばしたが、生鮮食品などの仕入れ価格の上昇や円安による輸入コストの高騰で収益環境は悪化している。中小スーパーへの影響は大きい」と分析する。

大手各社は規模の強みを生かし、人口が集中する都市部への出店を進めている。「商圏拡大を狙った企業買収やコストの効率化を目的とした再編が今後活発化する」とも見ている。

消費増税前の駆け込み需要もあって全体の総売上高は伸びた