



19. スーパー・ドラッグストア

業界動向

スーパー ～市場規模は前年並みながら、収益環境は悪化

2022年度下期は、食品・日用品メーカー各社の値上げに対する店頭販売価格への転嫁が進んだことで市場規模は前年並みを維持したものの、人件費や水道光熱費等のコスト上昇がスーパー各社の損益悪化要因となりました。2023年度についても、人件費をはじめとした更なるコスト上昇が想定されることから、収益環境は厳しさを増す見通しです。

ドラッグストア ～積極出店と調剤・食品の伸長で市場は拡大

2022年度下期は、大手各社の積極出店に加えて、調剤・食品強化等の商品ラインナップ拡大も寄与して、市場規模は前年を上回りました。2023年度も同様の取組みによる他業態からのシェア取り込みのほか、インバウンド需要も回復傾向で推移するとみられ、市場成長が続く見通しです。

今後の見通し

スーパー ～人手確保に向けて人件費負担が増加

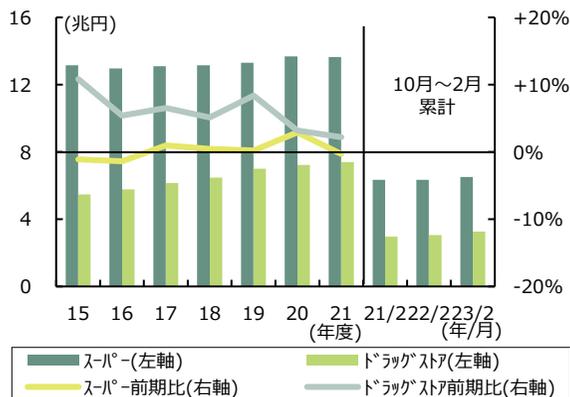
感染収束に伴って人手不足感が再度高まっているうえ、物価上昇が進むなかで従業員の処遇改善要請も強まっていることから、当面は人件費負担の増加を余儀なくされるとみられます。こうした状況下、店舗オペレーションの効率化やセルフレジ導入等の省人化投資の重要性が高まっており、小売各社の収益力を左右するポイントになるとみられます。

ドラッグストア ～対中国の水際対策終了に伴うインバウンド需要の回復に期待

コロナ禍でほぼゼロになったインバウンド需要は、22/10月以降の出入国規制緩和により反転し、23年以降は欧米や東南アジアの観光客を中心に回復ペースが加速してきています。今後は、対中国の水際対策が終了することで更なる回復が期待されており、ドラッグストア各社としては、中国人観光客からの人気が高いOTC医薬品や化粧品のラインナップ拡充等、インバウンド需要取り込みに向けた商品戦略が重要になるとみられます。

図表1 スーパー・ドラッグストアの市場規模

～スーパー・ドラッグストア共に拡大



出所：経済産業省「商業動向統計」より弊行作成

図表2 スーパー・ドラッグストアの売上高上位4位

(2022年度・国内ランキング)

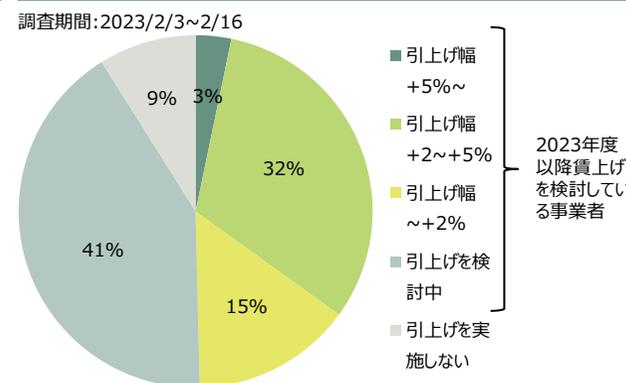
スーパー企業名		営業収益	営業利益
1	イオンリテール	17,515	57
2	ライフコーポレーション	7,654	191
3	イトーヨーカ堂	7,293	4
4	U.S.M.H	7,087	64

ドラッグストア企業名		売上高	営業利益
1	ウエルシアHD	11,443	456
2	ツルハHD(注)	9,688	427
3	マツキヨココカラ&カンパニー(注)	9,500	578
4	コスモス薬品(注)	8,135	300

注：2022年度業績予想
出所：各社IR資料より弊行作成

図表3 スーパーにおける賃上げに関する調査

(n=114)



出所：全国スーパーマーケット協会「スーパーマーケットにおける賃上げに関する調査」より弊行作成