

서일본지역 유통업체 동향 및 한국산 식품 수출확대

오사카aT 자체기획단신 44호

서일본지역 상장 대형유통업체 '14년 상반기 매출분석

- '14년 상반기 서일본지역 대형유통업체 식품슈퍼 매출 1위는 라이프, 전체 매출 1위는 코스모스약품
 - 라이프 코아퍼레이션은 전국 244개 점포로 전개를 하며 매출 2,866억엔으로 식품슈퍼 중 가장 많은 매출액을 보이고 있으며, 전년대비 109% 증가를 보이고 있음
 - 최근 성장을 지속하고 있으며, 식품취급 비중도 증가시키고 있는 드렉스토아 코스모스약품이 매출액에 있어서 전년대비 112.9% 성장한 3,718억엔을 보이고 있음
- 식품슈퍼 중 식품 매출비중이 높은 슈퍼는 라이프으로 2,334억엔으로 매출액 비중 83.7%를 차지, 드렉스토아 코스모스약품이 1,995억엔으로 53.7%를 차지하고 있음
 - 라이프코아퍼레이션은 식품부분이 전년대비 110.3% 증가를 보이고 있으며, 드렉스토아 코스모스약품은 전년대비 113.5% 증가를 보이고 있음
 - 식품비중이 가장 높은 유통업체는 마르큐로 94.5%, 가장 낮은 대형유통업체는 이즈미로 35.0%를 차지하고 있음

<서일본지역 상장 대형유통업체 상반기 매출현황>

업체명	매출액		영업이익		경상이익		순이익		기존점매출	점포수		식품매출		식품이익율	
	금액 (백만엔)	전년비	금액 (백만엔)	전년비 (%)	금액 (백만엔)	전년비	순이익 (백만엔)	전년비	전년비 (%)	점포수	증감	금액 (백만엔)	식품구성비(%)	이익율 (%)	전년비 (P)
라이프	286,646	109.0	4,676	133.3	4705	130.0	2,459	125.6	103.7	244	13	233,399	83.7	27.0	0.2
헤이와도	203,989	103.8	6,872	110.8	7,129	110.4	4,393	100.2	101	141	5	112,277	70.5	27.5	0.2
오쿠와	136,456	94.2	800	74.5	1,108	83.6	▲5	-	94	163	▲9	99,441	83.1	25.3	0.4
간사이슈퍼	58,586	98.8	▲775	-	▲486	-	▲381	-	94.5	65	3	52,503	94.3	23.5	0.6
막스밸류서 일본	134,942	102.2	833	58.0	997	64.4	▲29	-	98	178	6	120,114	91.2	23.0	- 0.1
이즈미	283,405	104.0	13,770	94.1	13,690	96.1	8,515	92.8	102	104	11	91,071	35.0	24.2	- 0.2
후지	155,324	99.8	2,124	93.2	2,564	95.7	1,534	130.5	98	98	3	60,936	41.9	21.6	-
덴만야스토 아	37,250	94.3	1,034	120.4	856	112.5	85	39.6	98	22	▲4	12,781	51.8	23.5	0.4
하로즈	47,781	107.2	1,698	116.3	1,650	116.8	1,010	122.6	99	62	6	43,400	93.4	22.0	-
마르큐	42,480	99.8	1,592	97.6	1,779	103.7	1,093	107.9	99	83	1	39,195	94.5	24.5	0.7
마루요시센 터	21,096	101.8	308	142.2	192	234.2	49	1,720.4	-	37	-	-	-	-	-
바로	231,997	104.4	7,246	110.7	7,760	109.9	4,679	117.4	-	281	44	-	-	-	-
다이코쿠텐 보상	124,811	108.9	5,014	108.1	5,061	108.9	2,523	102.7	-	93	6	-	-	-	-
코스모스약 품	371,825	112.9	16,707	107.6	18,193	108.4	10,600	112.8	-	577	66	199,517	53.7	-	-

※ 참고 : 식량신문 발표 자료 참고(12.3)

※ 서일본지역 대형유통업체 유니, 이즈미야 등 미기재

상장 대형유통업체 '14년도 매출예상

<'14년도 매출 예상>

- '14년도 서일본지역 대형유통업체 매출액 예상을 보면, 이즈미로 5,580억엔, 라이프가 5,570억엔으로 선두그룹을 유지하며, 드렉스토아 부분은 코스모스약품이 4,190억엔으로 1위가 예상됨
- 영업이익율이 높은 유통업체는 이즈미 5.4%, 마르큐 4.4%, 다이고쿠텐물산 4.03%, 코스모스약품 4.01%, 헤이와도 3.4%가 예상되어 본업에 충실한 기업이라고 볼 수 있음
- 순이익율이 가장 높은 유통업체는 이즈미로 3%를 보이고 있으며, 코스모스약품 2.5%, 마르큐 2.4%, 다이고쿠텐물산 2.02%, 헤이와도 1.84%가 예상되어 지속성장 가능성 높은 기업임

	매출액 (백만엔)	영업이익 (백만엔)	순이익 (백만엔)	비고
라이프	575,000	9,050	4,350	-
헤이와도	414,000	14,100	7,600	-
오쿠와	273,000	2,200	▲550	-
간사이슈퍼	120,170	50	210	-
맥스밸류서일본	275,000	4,600	1,800	-
이즈미	580,000	31,100	17,500	-
후지	313,000	6,000	3,400	-
덴만야스토아	73,500	2,000	420	-
하로즈	97,600	3,330	1,950	-
마르큐	86,200	3,750	2,100	-
마루요시센터	41,200	530	130	-
바로	478,000	16,700	9,400	-
다이고쿠텐물산	129,000	5,210	2,612	-
코스모스약품	419,000	16,800	10,600	-

※ 참고 : 식량신문 발표 자료 참고(12.3)

시사점

- 일본 대형유통업체 연계 판촉 시 일본식품과 한국식품 동반 성장을 위한 판매제안 등으로 한국식품 판매가 유통업체 성장의 동기 부여 요인이 되게 하여야 하며, 수출확대에 기여하는 형태의 사업전개 필요
 - 라이프코아퍼레이션, 이즈미, 헤이와도 등 매출액 및 영업이익을 증가추세를 보이고 있는 유통업체 연계 한국농식품 판촉 강화 필요
 - ※ 헤이와도 '14년 첫 한국페어 실시
 - 영업이익, 경상이익율이 좋은 지역밀착 대형유통업체 마르큐 등과 연계한 판촉 강화로 한국 농식품 판매루트 강화 필요
 - ※ 마르큐 '13, '14년도 한국페어 개최
 - 신규 판매채널로 성장 중인 드럭스토아 코스모스약품 등과 연계한 판촉 강화로 건강식품 등 한국 농식품 신규 상품 개발 및 판매확대 방안 강구 필요
 - ※ 코스모스 '14년 첫 한국페어(인삼류) 개최, '15년 종합식품 확대 페어 개최 예정
- ※ 참고 : 식품신문 12월 3일자 참고
- [문의 : 오사카aT센터 유정열 / yjy@atcenter.or.jp]