通販・通教　売上高ランキング

(前期実績対象本決算期:17年10月期～18年9月期)

単位:百万円、増減率:%(▲はマイナス)=前期比、※:本紙推定、◇:変則決算、連:連結決算

順位	前回順位	社名	前期売上高 実績	前期売上高 増減率	今期売上高 見込み	今期売上高 増減率	決算月	本社所在地	業態/主力媒体/主力商品
221	191	愛しとーと	※ 5,500	▲15.4	—	—	9月	福岡	専業/マス/健食
〃	221	集英社	5,500	0.0	6,000	9.1	5月	東京	兼業(出版)/ネット/衣料品
〃	221	AXES	5,500	10.0	—	—	3月	東京	専業/ネット/ブランド品
224	223	◎ユナイテッドアローズ	※ 5,458	35.0	—	—	3月	東京	兼業/ネット/衣料品
225	231	◎白鳩	5,384	5.9	◇ 2,900	—	8月	京都	専業/ネット/衣料品
226	225	◎バロックジャパンリミテッド	※ 5,300	▲10.6	—	—	1月	東京	兼業/ネット・雑誌/衣料品
227	226	北の達人コーポレーション	5,292	96.2	7,589	43.4	2月	北海道	専業/ネット/健食・化粧品
228	228	◎mighty	5,200	40.5	—	—	1月	大阪	専業/ネット/衣料品
〃	229	オズ・インターナショナル	5,200	15.6	5,300	1.9	2月	東京	専業/ネット/化粧品
230	224	ティーライフ	単 5,171	▲4.1	—	—	7月	静岡	専業/カタログ・ネット/健食・化粧品
231	230	ワコールホールディングス	5,128	1.0	—	—	3月	京都	兼業(製造業)/カタログ/衣料品
232	238	健康の杜	5,031	4.0	—	—	9月	福岡	専業/マス/健食
233	227	ロイヤル	※ 5,000	—	—	—	8月	愛知	兼業(専門店)/ネット/靴
〃	233	ハーブ健康本舗	※ 5,000	12.1	—	—	10月	福岡	専業/ネット/健食
〃	233	ナチュラルガーデン	※ 5,000	▲3.6	—	—	4月	千葉	専業/ネット/健食・化粧品
〃	233	アルク	※ 5,000	0.0	—	—	1月	東京	兼業(出版)/DM・カタログ・マス/通教
〃	233	アウトレットプラザ	※ 5,000	—	—	—	3月	東京	専業/ネット/PC・家電製品
〃	248	まんだらけ	※ 5,000	—	—	—	9月	東京	兼業(専門店)/ネット/書籍
239	237	サニーヘルス	※ 4,972	5.6	—	—	10月	長野	専業/マス/健食
240	239	紀伊國屋書店	※ 4,800	—	—	—	8月	東京	兼業(専門店)/ネット/書籍
241	240	◎リフレ	4,731	1.2	4,800	1.4	3月	埼玉	専業/折込/健食
242	241	シーエスシー	※ 4,680	▲0.4	—	—	12月	愛知	専業/マス/化粧品・健食
243	242	マキシム	※ 4,650	▲0.2	—	—	6月	兵庫	専業/ネット/衣料品
244	243	アールエスコンポーネンツ	※ 4,600	—	—	—	3月	神奈川	専業(BtoB)/カタログ/工業部品
〃	243	タンタンコーポレーション	4,600	—	4,800	4.3	2月	東京	専業/ネット/家電製品
246	246	ネクストトゥエンティワン	4,541	▲6.3	—	—	3月	東京	兼業(専門店)/ネット/時計
247	282	リネットジャパングループ	連 4,535	22.3	連 7,028	54.9	9月	愛知	専業/ネット/書籍
248	248	高橋ふとん店	※ 4,500	▲3.6	—	—	3月	徳島	兼業(小売)/ネット/寝具
〃	248	森永製菓	※ 4,500	—	—	—	3月	東京	兼業(製造業)/マス・ネット/健食
〃	248	花キューピット	※ 4,500	—	—	—	3月	東京	兼業/ネット/花
〃	248	DECENCIA	※ 4,500	60.0	—	—	12月	東京	専業/ネット/化粧品
〃	248	サン・クロレラ販売	※ 4,500	—	—	—	12月	京都	専業/マス/健食
〃	254	レミントン	※ 4,500	—	—	—	8月	神奈川	専業/DM/健康器具・健食
254	259	八幡物産	4,497	4.5	4,922	9.5	8月	鳥取	専業/テレビ/健食
255	255	イーブックイニシアティブジャパン	4,449	▲15.1	—	—	3月	東京	兼業(電子書籍)/ネット/書籍・CD・DVD
256	256	◎新日本カレンダー	※ 4,400	4.8	—	—	1月	大阪	兼業(雑貨)/カタログ・ネット/ペット用品
257	258	ソースネクスト	4,390	9.6	—	—	3月	東京	兼業(卸)/ネット/PCソフト
258	247	ダイワ	4,365	3.0	—	—	9月	大阪	専業/折込・カタログ/家庭用品
259	258	ビーチ・ジョン	4,333	▲12.0	—	—	3月	東京	専業/カタログ/衣料品
260	260	全日空商事	4,302	4.4	—	—	3月	東京	兼業(商社)/ネット/総合
261	261	池部楽器店	※ 4,300	—	—	—	8月	東京	兼業(専門店)/ネット/楽器
262	276	タイセイ	4,246	8.3	—	—	9月	大分	専業(BtoB)/カタログ・ネット/包装資材
263	263	石橋楽器店	※ 4,200	—	—	—	5月	東京	兼業(専門店)/ネット/楽器
〃	—	サンテク	※ 4,200	—	—	—	5月	大阪	専業(ウェブサービス)/ネット/総合
265	264	ぼん家具	4,178	6.5	—	—	4月	和歌山	専業/ネット/家具
266	266	◎dazzy	4,054	4.7	4,200	3.6	2月	東京	専業/ネット/衣料品・雑貨
267	269	ニッピコラーゲン化粧品	4,020	15.6	4,500	11.9	3月	東京	専業/新聞・カタログ/化粧品
268	261	トーカ堂	※ 4,000	—	—	—	6月	福岡	専業/テレビ/家電製品
〃	270	GIGA	※ 4,000	—	—	—	3月	東京	専業/ネット/家電製品
〃	270	未来	※ 4,000	14.2	—	—	3月	愛知	専業/ネット/衣料品
〃	270	ロクシタンジャポン	※ 4,000	—	—	—	3月	東京	兼業(店舗・卸)/マス/化粧品
〃	—	ストライプインターナショナル	※ 4,000	—	—	—	1月	岡山	兼業/ネット/衣料品
273	274	◎ロコンド	3,972	37.3	6,000	51.1	2月	東京	専業/ネット/靴・衣料品
274	277	◎夢展望	3,857	—	—	—	3月	大阪	専業/ネット/衣料品・雑貨
275	268	山忠	※ 3,838	▲4.9	—	—	7月	新潟	兼業(製造業)/カタログ/衣料品
276	278	大都	3,821	25.3	—	—	12月	大阪	専業/ネット/DIY用品
277	243	日本文化センター	※ 3,800	—	—	—	4月	東京	専業/テレビ/総合
〃	279	ジェイシークリエイティヴ	※ 3,800	—	—	—	5月	北海道	専業/テレビ/総合
279	280	タカミ	3,738	30.7	—	—	12月	東京	専業/ネット/化粧品
280	281	あさひ	3,723	43.9	—	—	2月	大阪	兼業(専門店)/ネット/自転車
281	265	◎長寿乃里	3,700	0.0	—	—	7月	神奈川	専業/カタログ・チラシ/化粧品・健食
〃	283	佐藤園	※ 3,700	▲3.0	—	—	1月	静岡	専業/新聞・カタログ/日本茶
〃	283	学文社	※ 3,700	2.8	—	—	12月	東京	専業/DM/通教
〃	283	◎三陽商会	※ 3,700	19.4	—	—	12月	東京	兼業/ネット/衣料品
285	286	ふくや	3,695	▲4.9	3,800	2.8	3月	福岡	兼業(製造業)/DM/食品

表の見方

「第71回通販・通教売上高、利益率ランキング」は、通販新聞社が2018年12月に行ったアンケート調査を基に作成。調査用紙は通販・通教実施企業約600社に送付した。非回答企業の数値は「週刊通販新聞」「月刊ネット販売」での取材データおよび企業情報のほか、民間調査機関の調査資料なども参考にしている。

「前期実績」の調査対象期間は17年10月から18年9月までに迎えた本決算。「今期見込み」は18年10月から19年9月に迎える決算期が対象となる。表の数値は通販・通教のみの売上高と営業利益を掲載（本紙推定値の場合は売上高、営業利益の前に「※」を記載）。原則として店舗や卸を加えていない数値とした（例外は社名前に「◎」を付け注釈を記載）。連結決算の数値は社名右欄に「連」と示した。前の期の数値が判明しない企業や変則決算で数値が比較できない企業の増減率は掲載していない。表中「◎」が付く企業は以下の事情による（社名の前の数字はランキング順位）。

〈売上高ランキング〉

②アスクルは新たに連結子会社となったチャームの売上高を含む連結売上高。

④ジャパネットホールディングスは通販以外の他の事業を含むグループの連結売上高。

⑤ベネッセコーポレーションは雑誌等を含む売上高。

⑥ジュピターショップチャンネルは催事、店舗を含む。

⑦大塚商会はオフィス用品通販の売上高。

⑧ベルーナは総合通販事業と専門通販事業の合計値。

⑫ニッセンホールディングスの増減率は17年2月期が14カ月の変則決算のため前年の同期間における売上高と比較して算出。

⑭ZOZOは18年10月1日、スタートトゥデイから社名を変更。なお数値は会計上の売上高で、商品取扱高（通流総額）は2705億4300万円。

⑰ビックカメラはコジマ、ソフマップを含むグループのネット販売売上高合計。

⑲カウネットは商品調達部門を除く通販売上高。

㉒イオンはネットスーパーを中心とするデジタル領域のグループ売上の推定値。

㉔オークローンマーケティングは通販と店舗向け卸などを含む総売上高。

㉕イトーヨーカ堂はネットスーパーなどの売上高。

㉖日本生活協同組合連合会は通販本部における全国生協へのカタログ商品の卸販売額。

㉘ファンケルはグループ（ファンケル化粧品、ファンケルヘルスサイエンス、アテニア）の連結売上高に占める通販売上高の数字。

㉙MOAは卸を含む。

㉛キタムラは宅配売上と店舗受取売上を合算した「EC関与売上」の数値。

㉜オイシックス・ラ・大地は18年7月1日、オイシックスドット大地から社名を変更。今期見込みは、らでぃっしゅぼーや（13カ月の変則決算）の売上高も含む。

㉞ワタミは宅食事業の売上高。

㉟マウスコンピューターは店舗売上などを含む。

㊲新日本製薬は店舗売上高を含む推定値。

㊸DoCLASSEは店舗を含んだ連結売上高。

㊽ピュアクリエイトは卸を含む推定値。

(54)サードウェーブは18年2月、子会社のドスパラを吸収合併。

(58)TSUTAYAはネットメディア事業、映像・楽曲配信事業などの推定値。

(60)CROOZ SHOPLISTはクルーズが18年5月10日に全ての事業を子会社化し純粋持株会社となったことに伴い発足。

(66)ベイクルーズは自社通販サイト「ベイクルーズストア」の売上高で、他社ECを含めたEC事業全体の売上高は335億円。

(68)シュッピンはネット販売の売上高で、店舗を含めた総売上高は309億2100万円。

(72)Z会は教室・出版部門を含む。

(74)ローソンエンタテインメントは18年6月1日、ローソンHMVエンタテイメントから社名を変更。

(78)アダストリアは自社通販サイトの売上高の推定値で、他社ECを含めたEC事業全体の売上高は333億円。

(81)アイケイは卸も含む。

(83)わかさ生活は17年9月期が決算月変更に伴う9カ月の変則決算のため増減率を掲載していない。

(84)オンワードホールディングスはグループの国内EC売上合計の推定値で、モール経由や海外を含めた通販売上高は202億円。

(87)ゴルフダイジェスト・オンラインは店舗販売やゴルフレッスン事業なども含む。

(90)フォーレストは決算月変更に伴う13カ月の変則決算の推定値のため増減率を記載していない。

(92)グランマルシェは店舗売上などを含む総売上高。

(96)ファッション・コ・ラボはブランド自社EC支援事業の流通額を含む。

(98)ナックは宅配水事業の売上高。

(106)ワールドは自社通販サイトの売上推定値で、他社ECを含めたEC事業全体の売上高は193億円。

(110)アサヒカルピスウェルネスは一部原料販売事業の売上高も含む。

(119)ユーグレナはグループの直販売上高の合計。

(122)MTGは他のネット販売事業者の卸も含む。

(124)ランクアップは卸も含む。

(125)ハルメクは出版事業の売上高を含んだ単体の全社売上高で、通販売上高は約8割。

(126)小林製薬は16年12月期が決算月変更に伴う9カ月の変則決算だが、増減率は前年同期間で比較した。

(128)オットージャパンは店舗売上を含む。

(134)エイチ・ツー・オーリテイリングは関西と九州における個別宅配事業と宅配プラットフォームの売上高。

(137)J-MOSは通販支援事業を含んだ総売上高。

(138)テレビ東京ダイレクトは通販提携事業を含む総売上高。

(139)ユーコーは店舗売上を含む。

(144)ロッピングライフはコンサルティング事業等を含む総売上高。

(148)全国通販はグループ全体の売上高。

(150)ディーエムジェイは全日本通教、全日本通販の売上高も含む。

(156)アズワンはユーザー指定販売店を介在した電子カタログでネット受注する「電子カタログ集中購買」と、大手BtoB通販サイトや自社サイトなどの「インターネット通販」の合計売上高。

(165)TSIホールディングスはグループで運営する自社EC合計の売上高推定値で、他社サイトを含めたEC事業全体の売上高は289億円。

(175)コメ兵は店舗取り寄せを含む。

(176)フィールライフは10カ月の変則決算のため増減率を省いた。

(183)大日本印刷は18年7月1日付で子会社のトゥ・ディファクトから書籍販売サイト「ホント」の運営を引き継いでいる。数字はトゥ・ディファクトが運営していた書籍の通販と電子書籍販売などの18年3月期時点の売上高。

(188)オージオは卸や一部不動産事業も含む。

(191)オフィスコムは店舗なども含む。

(195)水晶院は店舗や書道教室などを含む推定値。

(195)トランスコスモスは通販ブランド「日本直販」の売上高推定値。

(198)大丸松坂屋百貨店は百貨店通販サイトと「クリック&コレクト」の合算値。

(199)アンファミエは18年4月1日、同じベルーナグループのナースリーと合併して新たにナースステージが発足しているが、数値はアンファミエ単独の前期売上高を掲載。

(201)アクアクララはロイヤルティ収入などFC本部の売上高。

(204)エモテントは全社の売上高。

(210)丸長は卸も含む。

(213)トーエルは宅配水事業の売上高。

(214)ユニーはネットスーパーとネットショップの売上高合計。

(215)クローバーは18年10月1日、リツコから社名を変更。

(224)ユナイテッドアローズは自社通販サイトの売上の推定値で、他社ECを含めたEC事業全体の売上高は235億円。

(225)白鳩は店舗売上を含む。また今期見込みは決算月変更に伴う6カ月の変則決算。

通販・通教売上高　増収率ランキング

（前期実績対象本決算期：17年10月期～18年9月期）

単位：百万円、増収率：％、※：本紙推定、連：連結業績

順位	順売上位高	社名	前期売上高 実績	増収率	主力媒体／主力商品
1	227	北の達人コーポレーション	5,292	96.2	ネット／健食・化粧品
2	197	ファーマフーズ	6,298	82.9	テレビ・ネット／健食・化粧品
3	32	オイシックス・ラ・大地	連 39,987	73.7	ネット・折込／食品
4	59	ルクサ	21,841	68.3	ネット／総合
5	248	ＤＥＣＥＮＣＩＡ	※ 4,500	60.0	ネット／化粧品
6	57	セブンネットショッピング	22,048	56.3	ネット／総合
7	280	あさひ	3,723	43.9	ネット／自転車
8	66	ベイクルーズ	※ 19,500	42.3	ネット／衣料品
9	191	オフィスコム	6,500	41.9	ネット・カタログ／オフィス家具
10	228	ｍｉｇｈｔｙ	5,200	40.5	ネット／衣料品
11	204	さくらフォレスト	※ 6,100	38.8	マス・ネット／健食
12	273	ロコンド	3,972	37.3	ネット／靴・衣料品
13	158	キャラアニ	8,336	36.6	ネット／雑貨
14	156	アズワン	8,440	35.9	ネット／理化学機器
15	29	ＭＯＡ	43,787	35.4	ネット／家電製品
〃	84	オンワードホールディングス	※ 15,100	35.4	ネット／衣料品
17	38	ニトリ	30,500	35.0	ネット／家具・雑貨
〃	224	ユナイテッドアローズ	※ 5,458	35.0	ネット／衣料品
19	165	ＴＳＩホールディングス	※ 8,000	31.2	ネット／衣料品
20	211	グァルダ	5,900	31.1	ネット／衣料品
21	43	ＤｏＣＬＡＳＳＥ	27,500	31.0	カタログ／衣料品
22	279	タカミ	※ 3,738	30.7	ネット／化粧品
23	184	ソーシャルテック	※ 7,000	30.0	ネット／化粧品
24	20	ユニクロ	63,063	29.4	ネット／衣料品
25	88	タンスのゲン	14,600	29.2	ネット／家具
26	14	ＺＯＺＯ	連 98,432	28.8	ネット／衣料品
27	152	チップワンストップ	8,700	27.9	ネット／電子部品
28	159	アクセルクリエィション	8,328	27.7	テレビ／総合
29	15	ＭｏｎｏｔａＲＯ	連 88,347	26.9	カタログ／工業部品
30	97	ＧＳＴＶ	13,531	26.2	テレビ／宝飾品
〃	293	そごう・西武	3,599	26.2	ネット／総合
32	276	大都	3,821	25.3	ネット／ＤＩＹ用品
33	206	ベルネージュダイレクト	※ 6,000	25.0	カタログ／衣料品・雑貨
34	175	コメ兵	7,594	23.5	ネット／ブランド品
35	61	世田谷自然食品	20,900	22.9	マス・ＤＭ／健食
36	247	リネットジャパングループ	連 4,535	22.3	ネット／書籍
37	188	オージオ	6,923	22.2	折込／化粧品
38	149	ビューティガレージ	8,968	21.8	ネット／理美容品
39	81	アイケイ	17,089	21.6	カタログ／総合
40	68	シュッピン	19,062	21.5	ネット／中古カメラ

利益率ランキング

首位はヤーマンで37％

配送費増受け、全体的に低調

「通販・通教」事業を一部は実店舗や卸なども含む）。今回、掲載した72社の中でトップとなったのは美容機器などの販売を手がけるヤーマンで、利益率は37・1％だった。また、利益率が2桁だったのは合計18社で、前回調査時（２０１７年６月期～18年５月期）と比べて増減はなかった。20％超の企業は同2社減の3社となり、配送運賃上昇などの影響もあって減益となったところも多く、全体的に利益率が低下した様子が伺えた。商品別では、化粧品・健食企業などの上位ランクインが目立っている。

1位となったヤーマンはインフォマーシャルや各種媒体広告において、売り上げに対する効果を重視しつつ一定の金額を投下する方針を継続したこともあり、前年比で30％以上の増益となった。

2位となったＺＯＺＯも利益率は30％以上を記録。配送運賃の上昇や最大2か月後の支払いが可能な「ツケ払い」の利用拡大に伴う代金回収手数料の増加、ＰＢの業務委託費の発生などがあったが、商品取扱高・売り上げともに3割以上伸びたことで計画を上回る営業利益となり、高い利益率を維持している。

3位は化粧品や健食を取り扱う北の達人コーポレーションで26・5％。ウェブ広告の自社運用化に伴い、効果分析を強化したことで費用対効果が上昇。広告代理店に支払っていた手数料の削減にもなった。また、直近の売れ筋商品の粗利が高いことで全体の利益率が4～5％上昇。主力商品の「カイテキオリゴ」の原価の見直しを図ったことも好影響した。

4位の水宅配のトーエルはボトル販売本数の増加により営業利益が前年比で伸長した。5位となったのはシーズ・ホールディングスで、中核子会社であるドクターシーラボの売上高が増加したほか、17年11月に脱毛エステや痩身サロンを全国で展開するセドナエンタープライズを連結子会社したことで、粗利が増加した。

新たな顔ぶれも

上位5社以外での注目企業を見てみると、13位のＡＮＡＰはインターネットを通じて化粧品などを販売する目的で設立した子会社が積極的な広告投資を行うなどの方針を取ったことで、売上高が前年比で15％増加したものの、そのほとんどを広告宣伝費に投じたことで営業利益は前年比で半減した。

通販・通教　利益率ランキング

（前期実績対象本決算期：17年10月期～18年９月期）

単位：万円、増減率：％（▲はマイナス）＝前期比

順位	社名	連結or単体	前期利益 対売上高比率(%)	実績（万円）	増減率（%）	今期利益 見込み（万円）	増減率（%）	対売上高比率(%)	主要品目	決算月
1	ヤーマン		37.1	206,800	30.3	—	—	—	美容機器	4 月
2	ＺＯＺＯ	連	33.2	3,266,900	24.3	4,000,000	22.4	27.2	衣料品	3 月
3	北の達人コーポレーション		26.5	140,300	159.0	243,000	73.1	32.0	化粧品・健食	2 月
4	トーエル		17.8	105,000	6.8	—	—	—	水宅配	4 月
5	◎シーズ・ホールディングス	連	17.2	874,700	2.1	1,000,000	14.3	16.9	化粧品	7 月
6	◎オルビス		17.1	908,000	▲ 19.5	—	—	—	化粧品・健食	12 月
7	◎Ｈａｍｅｅ		14.7	137,900	24.7	—	—	—	モバイルアクセサリー	4 月
8	ハーバー研究所	連	13.4	240,000	35.6	252,000	5.0	13.0	化粧品	3 月
〃	ＭｏｎｏｔａＲＯ	連	13.4	1,183,700	24.7	1,424,900	20.4	13.0	工業部品	12 月
10	ヒラキ		13.2	123,800	25.4	—	—	—	靴	3 月
〃	リフレ		13.2	62,300	▲ 3.9	—	—	—	健食	3 月
12	オージオ		12.5	86,700	12.9	90,000	3.8	11.3	化粧品	3 月
13	サントリーウエルネス		12.3	1,069,400	3.5	—	—	—	健食	12 月
〃	ＡＮＡＰ		12.3	45,200	▲ 15.4	—	—	—	衣料品	8 月
15	ハンコヤドットコム		11.6	31,700	—	—	—	—	印鑑	6 月
16	夢展望	連	11.5	58,300	—	—	—	—	衣料品・雑貨	3 月
17	ミスミグループ本社	連	11.1	3,484,800	28.5	3,500,000	0.4	10.2	金型部品	3 月
〃	◎ほぼ日		11.1	56,200	12.3	61,400	9.2	11.6	文具・雑貨	8 月
19	銀座ステファニー化粧品		9.7	70,100	—	55,200	▲ 21.3	7.1	化粧品	12 月
20	ユニフォームネクスト		9.6	33,400	6.6	34,200	2.4	8.6	ユニフォーム	12 月
21	歯愛メディカル	連	9.1	207,700	15.9	200,800	▲ 3.3	7.6	歯科材料	12 月
22	ビューティガレージ		8.7	78,000	33.5	—	—	—	理美容品	4 月
23	アプロス		8.5	20,800	22.2	28,100	35.0	11.4	化粧品・健食	11 月
24	ロコンド		8.2	32,600	69.0	—	—	—	靴・衣料品	2 月
25	◎森下仁丹		7.2	58,400	145.0	—	—	—	健食	3 月
26	ディーエイチシー	連	7.1	771,300	14.2	—	—	—	化粧品・健食	7 月
27	カタログハウス		6.9	181,000	▲ 7.2	—	—	—	雑貨	3 月
〃	ティーライフ	単	6.9	35,600	▲ 14.0	—	—	—	健食・化粧品	7 月
〃	エー・ピー・シー メディア コム		6.9	9,700	194.8	17,000	75.2	10.4	総合	3 月
30	テレビ東京ダイレクト		6.0	57,000	▲ 6.4	95,000	66.7	6.9	総合	3 月
31	ゴルフダイジェスト・オンライン	連	5.6	121,400	13.1	85,000	▲ 30.0	3.3	ゴルフ用品	12 月
〃	ベルーナ		5.6	692,600	▲ 4.1	807,000	16.5	6.0	総合	3 月
33	マウスコンピューター		5.3	195,200	▲ 14.0	—	—	—	パソコン	3 月
34	ワタミ		5.2	198,300	▲ 17.9	—	—	—	食品	3 月
35	カウネット		5.1	342,800	15.0	—	—	—	オフィス用品	12 月
36	タイセイ	単	4.9	20,600	47.8	—	—	—	製菓材料	9 月
37	オズ・インターナショナル		4.6	24,000	—	24,000	0.0	4.5	化粧品	2 月
38	ナック		4.5	59,600	117.3	—	—	—	水宅配	3 月
39	ベガコーポレーション		4.3	56,100	▲ 32.2	—	—	—	家具	3 月
40	Ｚ会		4.2	79,000	—	80,000	▲ 1.3	4.1	通教	3 月
41	ＣＲＯＯＺ ＳＨＯＰＬＩＳＴ		4.0	86,600	4.0	—	—	—	衣料品	3 月
〃	日本テレビ放送網		4.0	32,400	▲ 36.2	—	—	—	総合	3 月
43	アイケイ		3.8	65,700	66.6	—	—	—	総合	5 月
〃	ネクストトゥエンティワン		3.8	17,400	▲ 5.2	—	—	—	時計	3 月
〃	ブックオフオンライン		3.8	23,200	▲ 43.8	—	—	—	書籍	3 月
46	全日空商事		3.7	16,100	30.9	—	—	—	総合	3 月
〃	デファクトスタンダード		3.7	42,300	▲ 3.4	43,100	1.7	3.3	ブランド品	9 月
〃	白鳩		3.7	19,900	▲ 1.4	◇ 2,600	—	0.9	衣料品	8 月
49	オークローンマーケティング		3.5	169,400	25.4	—	—	—	総合	3 月
50	フジヤカメラ店		3.3	3,200	▲ 17.9	—	—	—	カメラ	8 月
51	ｄａｚｚｙ		3.2	12,800	209.4	20,000	56.2	4.8	衣料品・雑貨	2 月
52	フェリシモ	連	2.9	85,900	—	51,700	▲ 39.8	1.7	衣料品・雑貨	2 月
53	ルクサ		2.6	57,200	—	—	—	—	総合	3 月
54	オイシックス・ラ・大地	連	2.2	89,100	18.4	180,000	102.0	2.8	食品	3 月
55	スクロール	連	2.1	130,300	▲ 4.9	240,000	84.1	3.4	総合	3 月
56	ジェイオーディ		1.9	43,000	—	—	—	—	総合	6 月
57	フジヤエービック		1.8	1,100	53.1	—	—	—	音響・映像機器	6 月
58	フォーシーズホールディングス	連	1.6	3,700	▲ 66.1	—	—	—	化粧品・健食	9 月
59	ジェネレーションパス		1.5	9,800	▲ 38.4	—	—	—	インテリア	10 月

増収率ランキング

北の達人コーポが1位

健食・化粧品企業の躍進目立つ

「第71回通販・通教売上高ランキング」上位300社における増収企業をみると、2桁の伸びを見せた企業は83社だった。そのうち44社は20％以上の増収率。別表は増収率の上位40社をランキングとしてまとめたもので、これまでの調査と同様に健康食品や化粧品、衣料品を扱う企業が目立つ。また最上位6社は50％を超える増収を達成している。

トップは健康食品や化粧品を扱う北の達人コーポレーション。売上高は59億9200万円と決して規模は大きくないものの、倍増に近い96・2％の増収率となった。今期についても43・4％増の75億8900万円を見通しているファーマフーズ。能性素材を使った健康食品事業を展開する2位の売