



東京都産業労働局

令和5年度

東京の 中小企業の現状

流通産業編

令和 5 年度
東京の中小企業の現状
(流通産業編)

東京都産業労働局

令和5年度

「東京の中小企業の現状（流通産業編）」

の発刊にあたって

国内経済は、インバウンド消費の拡大や大企業を中心に業績が改善するなど、回復に向けた動きが進む一方で、中小企業を取り巻く経営環境は、長期化する物価の高騰や円安の進行などの影響により、依然として厳しい状況にあります。

また、来月から、運輸や建設の事業者には時間外労働に上限規制が適用されることから、長時間労働の削減に向けて、人材の確保と生産性の向上に関する取組が求められています。

今回発刊する「東京の中小企業の現状（流通産業編）」では、仕入や販売、物流等の流通産業の基礎的なデータに加え、業界を取り巻く環境変化に対応し、競争力の強化に向けて取り組む中小企業の現状を分析しました。また、人手不足や事業承継、デジタル技術の活用といった中小企業が直面する経営課題などをテーマとして取り上げました。

都内中小流通産業（卸売業・小売業）の方々をはじめとして、中小企業や関係機関の方々に経営方針や経営戦略の一助として、また産業振興の基礎資料として、この「東京の中小企業の現状」が役立つことができれば幸いです。

最後に、本書につきましては、有識者の皆様から貴重なご意見を賜りました。本書の作成にあたり、ご協力を頂きました有識者の皆様、そして中小企業の皆様にこの場を借りて厚く御礼申し上げます。

令和6年3月

東京都産業労働局商工部長 山崎 太朗

目 次

第Ⅰ編 東京の流通産業の現状と変化

第1章 都内人口と消費支出の動向	5
第1節 都内人口と世帯数の変化	5
1 都内人口の特性	5
2 人口の推移	6
3 都内世帯数の推移	9
第2節 都民の消費支出動向	11
1 消費支出の推移	11
2 世帯主年齢階層別の消費支出	14
3 世帯人員別の消費支出	15
第2章 流通産業の構造特性とその変化	16
1 都内の流通産業	16
2 都内の卸売業	18
3 都内の小売業	21
第3章 東京の中小流通産業の経営動向	24
1 業況DIの推移	24
2 採算状況の推移	25
3 資金繰りDIの推移	26
4 雇用人員DIの推移	27
5 設備投資の実施割合の推移	28

第Ⅱ編 東京の流通産業の経営実態（アンケート結果）

第1章 卸売業	35
第1節 企業概要	35
1 調査概要	35
2 業種	35
3 取引形態	36
4 流通系列関係	37
5 所在地	38
6 支社・支店・営業所の有無	38
7 企業形態	39
8 資本金	40
9 従業者規模	41
10 従業者の平均年齢	42

11	代表者の年齢	43
12	創業時期	44
第2節 経営成果（業績）とその動向		45
1	年間売上高	45
2	売上総利益	47
3	経常損益	50
4	期末在庫	52
第3節 仕入活動		54
1	仕入先企業数	54
2	3年前と比較した仕入先企業数の変化	56
3	仕入先企業数の最も多い地域	58
4	仕入先の見直し状況	60
5	仕入活動の課題	62
第4節 販売活動		64
1	3年前と比較した販売先企業数の変化	64
2	販売先企業数の最も多い地域	66
3	販売価格の決定において重視している事項	68
4	一般消費者への販売	70
5	販売活動の課題	74
第5節 物流業務		76
1	保管	76
2	在庫管理	77
3	流通加工	78
4	配送・輸送	79
5	主な販売先に対する納期	80
6	物流業務の課題	82
第6節 ICT（情報通信技術）の利活用		84
1	ICTを活用した取組	84
2	3年前と比較したICTの利活用状況の変化	86
3	ICTの利活用における課題	88
4	インターネット販売	90
第7節 事業承継		98
1	経営者の続柄・出身	98
2	事業展開の方向性	100
3	事業承継の希望・方針	102
4	現実の後継者の状況	104
5	事業承継上の課題	106

6 廃業の予定の主な理由	108
第2章 小売業	110
第1節 企業概要	110
1 調査概要	110
2 業種	110
3 所在地	111
4 企業形態	112
5 資本金	113
6 従業者規模	114
7 従業者の平均年齢	115
8 代表者の年齢	116
9 創業時期	117
10 店舗数	118
11 総売場面積	119
第2節 経営成果（業績）とその動向	120
1 年間売上高	120
2 売上総利益	122
3 経常損益	125
第3節 主たる店舗の状況	128
1 立地環境	128
2 商店街組織	130
3 土地・建物の所有状況	132
4 来客用駐車場の状況	135
5 最新改装時期	136
6 営業時間と定休日	137
7 商圈範囲	140
8 来店客数等の変化	142
第4節 仕入活動	150
1 仕入先企業数	150
2 3年前と比較した仕入先企業数の変化	152
3 仕入先企業数の最も多い地域	154
4 最も多い仕入先	155
5 チェーン等への加盟状況	156
6 仕入先の見直し状況	158
7 発注手段の状況	160
8 発注から納品までの期間	163
9 仕入活動の課題	164

第5節 販売活動	166
1 顧客層	166
2 今後の顧客方針	168
3 取扱品目数とその変化	170
4 品揃えの幅と深さ	174
5 販売単価の決定において重視している事項	178
6 取扱商品の魅力向上のために実施している取組	180
7 販売活動の課題	182
8 決済方法	184
第6節 ICT（情報通信技術）の利活用	188
1 ICTを活用した取組	188
2 3年前と比較したICTの利活用状況の変化	190
3 ICTの利活用における課題	192
4 インターネット販売	194
第7節 事業承継	202
1 経営者の続柄・出身	202
2 事業展開の方向性	204
3 事業承継の希望・方針	206
4 現実の後継者の状況	208
5 事業承継上の課題	210
6 廃業の予定の主な理由	212

第Ⅲ編 東京の流通産業に関するテーマ分析（アンケート結果）

第1章 従業員の過不足状況とその影響	218
第1節 卸売業	218
1 雇用している従業員の有無	218
2 従業員（者）数の変化	220
3 従業員の過不足状況	226
4 人手不足の影響	228
5 人手不足への具体的な対策	232
第2節 小売業	234
1 雇用している従業員の有無	234
2 従業員（者）数の変化	236
3 従業員の過不足状況	242
4 人手不足の影響	244
5 人手不足への具体的な対策	248

第2章 競争力強化への取組	250
第1節 卸売業	250
1 競争環境における重要な変化	250
2 東京の立地環境	252
3 競争力向上のために実施している取組	254
4 業務の効率化・合理化への取組	256
5 競争力向上に取り組まない理由	257
6 収益性からみた競争力向上への取組	258
7 経営において重視している事項	262
第2節 小売業	264
1 消費者意識や購買行動の変化で重要と考える事項	264
2 競争力向上のために実施している取組	266
3 業務の効率化・合理化への取組	268
4 競争力向上に取り組まない理由	270
5 収益性からみた競争力向上への取組	272
6 経営上の強み	276
7 経営において重視している事項	278
8 地域活動への取組	280

資料

「東京の中小企業の現状」のための企業調査の概要

東京の中小企業の現状に関する調査 卸売業調査票

東京の中小企業の現状に関する調査 小売業調査票

凡 例

1 本報告書における区分

本報告書における調査では、企業を以下のように区分している。

【卸売業】

(1) 業種区分

食料品卸売業	
①生鮮食品卸売業	野菜・果実卸売業、食肉卸売業、生鮮魚介卸売業
②加工食品等卸売業	米穀類卸売業、その他農畜産物・水産物卸売業、酒類卸売業、菓子・パン類卸売業、その他の食料・飲料卸売業
衣料品関連卸売業	紳士服卸売業、婦人・子供服卸売業、靴・履物卸売業、かばん・袋物卸売業、その他衣服・身の回り品卸売業
住関連卸売業	家庭用電気機械器具卸売業、家具・建具卸売業、家庭用品卸売業、陶磁器・ガラス器卸売業
その他卸売業	医薬品・化粧品等卸売業、紙製品卸売業、文具卸売業、スポーツ用品卸売業、がん具・娯楽・ホビー用品卸売業、貴金属・ジュエリー卸売業、その他の卸売業

※ただし、他の調査結果等からの引用については、この限りではない。

(2) 従業者規模区分

「1～5人」、「6～9人」、「10～49人」、「50人以上」の4区分

※ただし、他の調査結果等からの引用については、この限りではない。

(3) 取引形態による区分

一次卸

- ①小売直取引卸：生産者または海外から仕入、小売業者に販売
- ②他部門（小売業者以外）直取引卸：生産者または海外から仕入、産業用使用者、海外に販売
- ③元卸：生産者または海外から仕入、卸売業者に販売

二次卸

- ①中間卸：卸売業者から仕入、卸売業者に販売
- ②最終卸：卸売業者から仕入、小売業者、産業用使用者、海外に販売

その他

- ①製造問屋：下請委託製造品を販売する卸売業者
- ②その他卸：上記のいずれにも分類されない卸売業者

(4) 地域区分

都心	千代田区、中央区、港区
副都心	新宿区、文京区、渋谷区、豊島区
城東	台東区、墨田区、江東区、荒川区、足立区、葛飾区、江戸川区
城南	品川区、目黒区、大田区
城西	世田谷区、中野区、杉並区、練馬区
城北	北区、板橋区
多摩	多摩地域の市町村
島しょ	調査対象外地域

【小売業】

(1) 業種区分

総合商品小売業	総合商品小売業（総合スーパー・コンビニエンスストア等）
生鮮食品小売業	野菜・果実小売業、食肉小売業、鮮魚小売業
食料品関連小売業	酒小売業、菓子・パン小売業、米穀類小売業、惣菜・弁当・すし等小売業、 その他飲食料品小売業
衣料品関連小売業	呉服・服地・寝具小売業、紳士服小売業、婦人・子供服小売業、靴・履物小売業、 かばん・洋品雑貨・アクセサリ等小売業
住関連小売業	家具・建具・じゅう器小売業、家電製品小売業、家庭用品・金物・荒物等小売業
その他小売業	時計・眼鏡等小売業、花・植木小売業、書籍・文房具小売業、 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業、医薬品・化粧品小売業（ドラッグストア・ 調剤薬局）、その他の小売業

※ただし、他の調査結果等からの引用については、この限りではない。

(2) 従業者規模区分

「1～2人」、「3～5人」、「6～19人」、「20人以上」の4区分

※ただし、他の調査結果等からの引用については、この限りではない。

(3) 地域区分

都心	千代田区、中央区、港区
副都心	新宿区、文京区、渋谷区、豊島区
城東	台東区、墨田区、江東区、荒川区、足立区、葛飾区、江戸川区
城南	品川区、目黒区、大田区
城西	世田谷区、中野区、杉並区、練馬区
城北	北区、板橋区
多摩	多摩地域の市町村
島しょ	調査対象外地域

2 調査の内容

本報告書を作成するにあたり、東京都内に立地する卸売業3,000企業と小売業7,000企業の計10,000企業を対象とした「東京の中小企業の現状に関する調査（アンケート）」及び卸売業・小売業40企業を対象としたヒアリング調査を実施した。各調査結果は、第Ⅱ編、第Ⅲ編で使用している。

なお、本文中「前回調査」として記載しているものは、「令和2年度東京の中小企業の現状（流通産業編）」における調査結果である。

【本報告書利用上の注意】

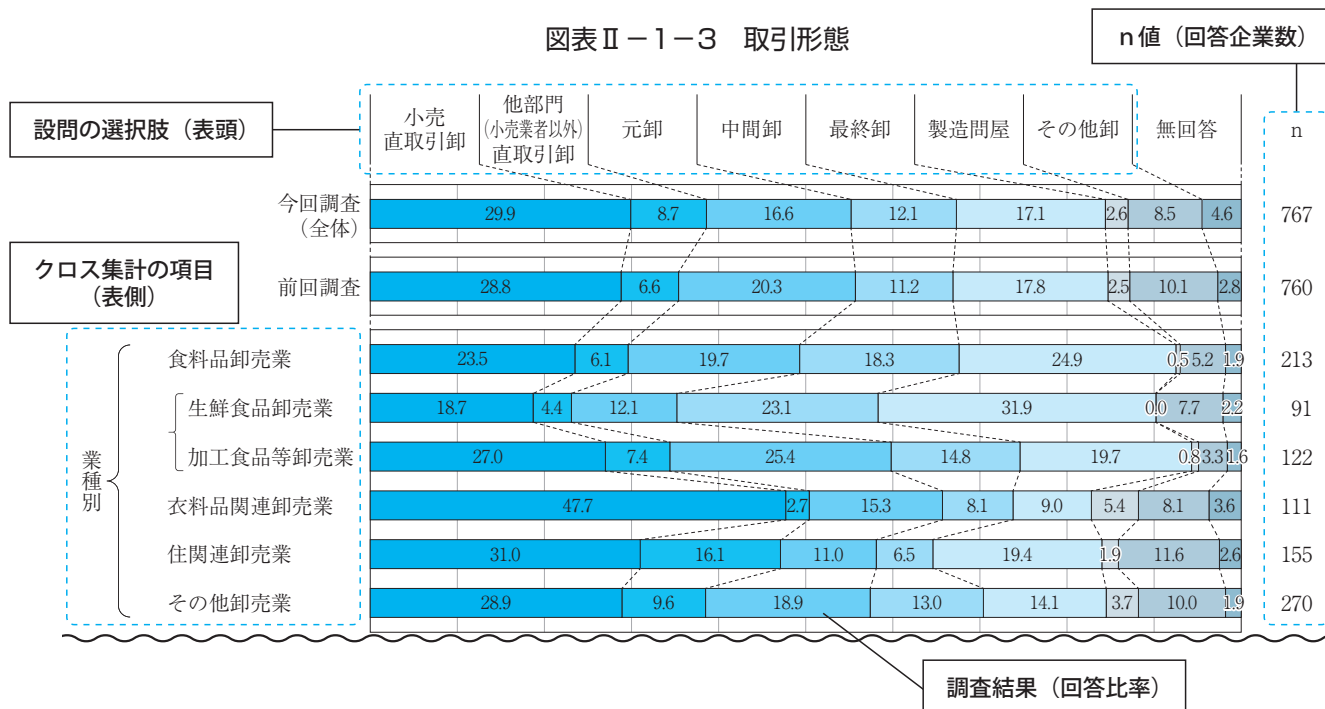
令和5年度流通産業編における小売業調査では前回調査と同様に無店舗小売業を調査対象外としている。平成29年度までの調査と調査対象の範囲が異なるため比較をする際には留意する必要がある。

3 図表の見方及び分析に関する注意事項

- ①調査結果の回答比率は、その設問の回答数を基数として、小数点以下第2位を四捨五入して算出している。四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。
- ②複数回答の場合、回答比率の合計は通常100%を超える。
- ③複数回答の図表上部の棒グラフは、今回調査（全体）の値を表す。
- ④図表中の「n」とは、その設問への回答企業数を表す。
- ⑤クロス集計の項目（表側）に無回答がある場合、これを表示していない。よって全体の数値と各項目の和が一致しない場合がある。
- ⑥クロス集計の項目（表側）で回答数が少ないものについては分析、コメントの対象としない場合がある。選択肢に「3年前は未創業」がある設問はその選択肢を表側から除外している。
- ⑦選択肢に「その他」、「特になし」等がある場合、本文中ではその数値を除外して記述をしている場合がある。
- ⑧各設問の分析における文章表記において、次のようにカッコを用いている。

「***」	設問の選択肢（表頭）について言及する場合。 例：「40歳未満」「40歳代」など
『***』	設問の選択肢（表頭）をまとめて言及する場合。 例：「40歳未満」と「40歳代」をまとめて『50歳未満』など
<***>	クロス集計の項目（表側）をまとめて言及する場合。 例：10～49人と50人以上をまとめて<10人以上>など

【単純回答の図表例】



【複数回答の図表例】

図表Ⅱ－１－25 仕入活動の課題

