

平成
23
年度

東京の 中小企業の現状

流通産業編

平成 23 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

平成23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

平成23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

平成23年3月に発生した東日本大震災は、サプライチェーンの寸断、企業の生産活動の急激な低下、消費者マインドの冷え込み、電力供給問題などをもたらし、リーマン・ショックによる落ち込みから一部持ち直しの動きが見られていた日本経済に大きな打撃を与えました。

東京都が毎月実施している「東京都中小企業の景況」調査においても、震災直後に業況、見通しともに著しく落ち込みました。その後、震災による都内経済の落ち込みは緩やかに回復しつつあるものの、歴史的な円高の進行や国内産業空洞化の懸念、長期化するデフレ、少子高齢化など、中小企業を取り巻く状況は依然として厳しいものとなっています。

東京は、巨大な消費市場を抱え、全国最大の流通産業の集積があり、卸売業・小売業は、事業所数、従業者数、年間商品販売額ともに全国1位です。しかし、卸売業においては卸売業を介さない流通形態が拡大し、小売業においても消費者の購買力の低下や価格競争の激化による利益率の低下など、流通産業を取り巻く環境は厳しさを増しています。また、東日本大震災により、物流機能を担う卸売業、消費者の動向が直接業績に影響する小売業ともに、大きな打撃を受けました。

今回の「東京の中小企業の現状（流通産業編）」は、こうした厳しい経営環境のなか、都内流通産業（卸売業及び小売業）の経営実態や経営課題を明らかにするとともに、東日本大震災の影響及び災害対策をテーマとして取り上げました。都内中小企業の皆様にとりましては経営活動の一助として、また、関係機関の皆様には産業振興の基礎資料として、この「東京の中小企業の現状」をご活用いただければ幸いです。

最後に、本書につきましては、産業技術大学院大学が作成を担当し、「東京の中小企業の現状」作成検討委員会の委員の皆様が執筆いたしました。本書の作成にあたり、貴重なご意見とご協力をいただきました中小企業の皆様及び「東京の中小企業の現状」作成検討委員会の委員の皆様には、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

平成24年3月

東京都産業労働局商工部長 河内 豊

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

第 1 節 東京の人口と世帯数の変化	3
1. 東京の人口特性	3
(1) 居住人口	3
(2) 昼夜間人口	3
2. 東京の人口推移	4
3. 年齢別の人口	6
4. 世帯数の推移	6
第 2 節 都民の消費支出動向	8
1. 都民の消費支出の特徴	8
(1) 消費支出特性	8
(2) 世帯主年齢別消費支出特性	10
(3) 世帯人員別消費支出特性	11

第 2 章 流通産業の構造特性とその変化

第 1 節 東京の流通産業の規模	12
1. 東京における流通産業	12
2. 東京の卸売業	13
(1) 卸売業の全体規模と推移	13
(2) 卸売業の業種別構成比	14
3. 東京の小売業	16
(1) 小売業の全体規模と推移	16
(2) 小売業の業種別構成比	17
第 2 節 構造特性とその変化	19
1. 卸売業の従業者・就業者規模別構造特性	19
2. 小売業の従業者・就業者規模別構造特性	20
3. 1 事業所・1 従業者あたり年間商品販売額	22
(1) 卸売業	22
(2) 小売業	23

第 3 章 東京の中小企業の景況

第 1 節 業況判断	24
第 2 節 採算状況	26
第 3 節 資金繰り状況	27
第 4 節 雇用人員の状況	28

第1章 卸売業

第1節 企業概要	31
1. 業種及び業態	31
(1) 業種構成	31
(2) 取引形態	31
(3) 流通系列関係	32
2. 所在地	33
3. 企業形態	33
4. 資本金	33
5. 従業者	34
(1) 従業者規模	34
(2) 従業者の平均年齢	35
6. 経営者	36
(1) 経営者の年齢	36
(2) 経営者の続柄・出身	37
7. 創業時期	37
8. 後継者の状況	38
第2節 経営成果（業績）とその動向	40
1. 売上高の状況	40
(1) 年間売上高	40
(2) 売上高の変化	41
2. 売上総利益の状況	43
(1) 売上総利益額	43
(2) 売上総利益率	44
(3) 売上総利益額の増減	44
3. 経常利益額の状況	45
4. 期末在庫の状況	46
(1) 期末在庫高	46
(2) 期末在庫高の増減	47
5. 労働分配率の状況	48
6. 資金繰りの状況	49
第3節 卸売業の取引活動とその変化	50
第1項 仕入活動の実態	50
1. 仕入先総数の変化	50
2. 仕入先企業数の最も多い地域	51
3. 自社の仕入活動における問題点	53
第2項 販売活動の実態	54

1. 販売先総数の変化	54
2. 販売先企業数の最も多い地域	55
3. 自社の販売活動における問題点	57
第4節 物流活動と情報化	59
第1項 物流活動の状況	59
1. 物流業務と納期・物流コスト	59
(1) 物流に関する業務	59
(2) 主な販売先に対する納期	65
(3) 3年前と比較した販売先に対する納期	66
(4) 物流コストの割合	67
第2項 情報化の状況	69
(1) コンピュータの業務への活用状況	69
(2) オンラインネットワーク利用状況と効果	71
(3) インターネット販売	72
(4) 情報化の課題	74
第5節 経営環境の変化への認識	76
1. 競争環境の変化	76
2. 現在も続いている商慣習	78
3. 東京の立地環境	80
4. 経営環境変化への自社の対応状況	82
(1) 環境変化への対応	82
(2) 同業他社との比較	86
第6節 今後の経営戦略の方向性	90
1. 経営に関する考え方	90
(1) 経営ビジョン・理念	90
(2) 年間事業計画	91
(3) 物流投資	93
(4) 情報化投資	95
(5) 従業員に対する達成目標の設定	96
2. 外部相談先	97
(1) 外部知識の活用	97
(2) 主な外部の相談先	99
3. 業界の将来性	101
第2章 小売業	
第1節 企業概要	103
1. 業種	103
2. 所在地	103
3. 企業形態	104
4. 従業員	104
5. 経営者	106

(1) 経営者の年齢	106
(2) 経営者の続柄・出身	107
6. 創業時期	107
7. 後継者の状況	108
第2節 経営成果（業績）とその動向	110
1. 売上高の状況	110
(1) 年間売上高	110
(2) 売上高の変化	111
2. 売上総利益の状況	112
(1) 売上総利益額	112
(2) 売上総利益率	113
(3) 売上総利益額の増減	114
3. 経常利益の状況	115
(1) 経常利益額	115
(2) 経常利益額の増減	116
4. 経営者の小売業外収入の状況	118
(1) 小売業外収入	118
(2) 小売業外収入割合とその変化	120
第3節 仕入活動の実態と課題	122
1. 仕入活動の実態	122
(1) 仕入先総数	122
(2) 仕入先総数の変化	123
(3) 仕入先企業数の最も多い地域	124
(4) 中小卸売業からの仕入割合	125
(5) 発注方式	126
(6) 納品期間	127
(7) 在庫量の変化	129
(8) 仕入先の問題点	130
(9) 仕入・商品管理の状況	132
第4節 販売活動の実態と課題	137
1. 店舗の状況	137
(1) 主たる店舗の立地	137
(2) 店舗数とその変化	139
(3) 売場面積とその変化	141
(4) 土地・建物の所有状況	142
(5) 商店街組織への加盟状況	145
(6) 店舗の最新改装時期と今後の予定	146
(7) 店舗の営業時間と定休日	148
2. 商圈	152
3. 主な客層とその変化	153

(1) 主な客層	153
(2) 来店客数の変化	154
(3) 平均客単価の変化	156
(4) 人通りの変化	157
4. 取扱商品	159
(1) 取扱品目数とその変化	159
(2) 品揃えの幅と深さ	161
(3) 取扱商品の魅力向上	164
第5節 情報化の実態	166
1. 情報化の状況	166
(1) 情報化への投資	166
(2) POSシステムの導入状況	167
(3) EOSの導入状況	168
(4) 顧客管理システムの導入状況	169
(5) インターネット・電子メールの導入状況	169
(6) ホームページ	169
第6節 環境認識と課題	171
1. 環境認識	171
(1) 消費者意識や購買行動の変化	171
(2) 消費者の環境意識	172
(3) インターネット通販の利用	174
(4) 配達サービスへの要望	175
2. 環境の変化	176
(1) 立地環境の変化	176
(2) 競争環境の変化	178
3. 地域とのつながり	180
(1) 地域活動	180
(2) 災害時対応	180
(3) 街づくりへの関心	181
第7節 経営戦略	182
1. 自店の強みと弱み	182
(1) 自店の強み	182
(2) 自店の弱み	184
2. 外部知識の活用	186
3. 経営理念と事業計画	186
(1) 経営理念・ビジョン	186
(2) 事業計画	188
第8節 スタンプ・クレジット・電子マネー	189
1. スタンプ・ポイントカード	189
2. クレジットカード	190

3. 電子マネー	191
(1) 電子マネーの消費者意識	191
(2) 電子マネーでの商品販売	193

第Ⅲ編 東京の流通産業に関するテーマ分析

第1章 卸売業における東日本大震災の影響と課題

第1節 震災の影響	197
1. 震災の影響	197
2. 震災の影響の程度	198
3. 震災の影響の内容	200
4. 建物、設備、商品などの実害	202
(1) 建物（店舗・倉庫）の実害	202
(2) 設備の実害	203
(3) 商品の実害	205
5. 調査時点（平成23年7月）における回復見込み	207
第2節 仕入業務に関する課題	209
1. 仕入業務に関する震災の影響	209
2. 仕入業務に関する課題	211
第3節 販売業務に関する課題	212
1. 販売先の対応変化	212
2. 販売先の変化の内容	214
3. 震災前と比べた売上高の変化（平成23年6月末時点）	216
第4節 震災後の災害対策	218
1. 実施している大規模災害への対策	218
2. 今回の震災を機に始めた対策	220
3. 経営の方向性の検討	222
4. 経営の方向性変更の内容	224

第2章 小売業における東日本大震災の影響と課題

第1節 震災の影響	226
1. 震災の影響	226
2. 震災の影響の程度	227
3. 震災の影響の内容	228
4. 建物、設備、商品などの実害	230
(1) 建物（店舗・倉庫）の実害	230
(2) 設備の実害	231
(3) 商品の実害	232
5. 調査時点（平成23年7月）における回復見込み	233
第2節 仕入業務に関する課題	234
1. 仕入業務に関する震災の影響	234

2. 仕入業務に関する課題	235
第3節 販売業務に関する課題	236
1. 顧客（消費者）の変化	236
2. 顧客（消費者）の変化の内容	237
3. 震災前と比べた売上高の変化（平成23年6月末時点）	239
第4節 震災後の災害対策	240
1. 実施している大規模災害への対策	240
2. 今回の震災を機に始めた対策	242
3. 経営の方向性の検討	244
4. 経営の方向性変更の内容	245

凡 例

本報告では、企業を以下のように区分している。

1 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、その他の農畜産物・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	婦人・子供服卸売業、靴・履物卸売業、かばん・袋物卸売業、その他の衣服・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	医薬品卸売業、紙製品卸売業、文具卸売業、スポーツ用品卸売業、玩具・娯楽用品卸売業、ホビー用品卸売業、貴金属製品卸売業、他に分類されない卸売業

(2) 規模区分（従業者区分）

「1～4人」、「5～9人」、「10～49人」、「50人以上」の4区分

(3) 取引タイプによる区分

一次卸

- ①他部門直取引卸（生産業者または国外から仕入、他部門の産業使用者、国外へ販売）
- ②小売直取引卸（生産業者または国外から仕入、小売業者に販売）
- ③元卸（生産業者または国外から仕入、卸売業者へ販売）

二次卸

- ④中間卸（販社または卸売業者から仕入、卸売業者へ販売）
- ⑤最終卸（販社または卸売業者から仕入、小売業者に販売）

その他卸

- ⑥製造問屋（下請委託製造品を販売する卸）
- ⑦その他卸（上記いずれにも分類されない）

(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 対象外地域

2 小売業

(1) 業種区分

総合商品小売業	その他の各種商品小売業 (ex.スーパーなど)、コンビニエンスストア
生鮮食品小売業	食肉小売業、鮮魚小売業、野菜・果実小売業
食料品関連小売業	各種食料品小売業、酒小売業、乾物小売業、菓子・パン小売業、米穀小売業、そう菜・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・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、洋品雑貨・小間物小売業、装身具・アクセサリ小売業、かばん・袋物小売業
住関連小売業	家具・インテリア小売業、家庭用品・金物・荒物小売業、家電製品小売業、その他の家具・建具・じゅう器等小売業
その他小売業	医薬品・化粧品小売業、書籍小売業、文具小売業、スポーツ用品小売業、玩具・娯楽用品小売業、楽器小売業、時計・眼鏡小売業、中古品小売業、花・植木小売業、自転車・自動車小売業、他に分類されない小売業

(2) 規模区分 (従業者規模)

「1～2人」、「3～4人」、「5～19人」、「20人以上」の4区分

(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 対象外地域

3 調査の内容

東京の中小企業の現状を作成するにあたり、東京都内に立地する卸売業3,000社と小売業7,000社の計10,000社を対象とした「『東京の中小企業の現状』アンケート調査」及び卸売業・小売業40社を対象としたヒアリング調査を実施している。各調査結果は、第Ⅱ編・第Ⅲ編で使用されている。調査結果は、端数処理の関係で合計が100 (%)にならない場合がある。

なお、『前回調査』として記載しているものは、平成20年度版「東京の中小企業の現状（流通産業編）」における調査（平成20年7月実施）結果である。