

平成29年度

# 東京の 中小企業の現状

流通産業編

平成29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29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

近年の日本経済は、全体として緩やかな回復基調が続くなかで、大企業を中心に良好な収益環境を持続し、雇用・所得環境も改善が続きました。

一方で、都内中小企業を取り巻く経営環境は、人手不足による人件費の上昇、配送費・原材料費の上昇、消費者の低価格志向など、厳しい状況との声も多く届いています。

今回の「東京の中小企業の現状（流通産業編）」では、都内の卸売業及び小売業の経営実態や経営課題を明らかにし、経営力向上に努めながら持続的・発展的な経営に向けて取り組んできた中小企業の現状を分析するとともに、事業承継、物流活動、事業の採算性をテーマとして取り上げました。

都内中小企業の皆様には経営方針・経営戦略策定の一助として、また、関係者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、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がこの場を借りて厚く御礼申し上げます。

平成30年3月

東京都産業労働局商工部長 **坂本 雅彦**



# 目次

## 第Ⅰ編 東京の流通産業の現状と変化（既存統計分析）

第1章 都内人口と消費支出の動向	4
第1節 東京の人口と世帯数の変化	4
1 東京の人口特性	4
2 東京の人口推移	5
3 東京の世帯数推移	8
第2節 都民の消費支出動向	10
1 消費支出の推移	10
2 世帯主年齢階層別の消費支出	13
3 世帯人員別の消費支出	14
第2章 流通産業の構造特性とその変化	15
1 東京における流通産業	15
2 東京の卸売業	17
3 東京の小売業	23
第3章 東京の中小流通産業の経営動向	29
1 業況DI	29
2 採算DI	30
3 資金繰りDI	31
4 雇用人員DI	32
5 設備投資の実施割合	33
6 業種別の経営比率	34

## 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	39
第1節 企業概要	39
1 調査概要	39
2 業種構成と取引形態	39
3 所在地及び支社・支店・営業所の有無	41
4 従業者	43
5 代表者の年齢	46
6 企業形態	47
7 資本金及び流通系列関係	48
8 創業時期	52

第2節	経営成果（業績）とその動向	54
1	売上高の状況	54
2	売上総利益の状況	58
3	経常利益の状況	64
4	期末在庫	68
第3節	仕入活動の実態と課題	69
1	仕入先総数の状況	69
2	仕入先企業数の最も多い地域	72
3	仕入先の見直し状況	74
4	仕入における品質と価格のバランスと仕入活動の課題	76
第4節	販売活動の実態と課題	79
1	販売先総数の変化	79
2	販売先企業数の最も多い地域	80
3	販売価格決定において重視している事項	83
4	一般消費者への販売	84
5	販売活動の課題	87
第5節	物流業務と納期	88
1	物流業務の状況	88
2	販売先に対する納期	93
第6節	IT（情報技術）の利活用	94
1	導入しているIT	94
2	IT利活用状況の変化	95
3	IT利活用に伴う生産性の向上	97
4	インターネット販売	98
第7節	経営環境の変化	106
1	競争環境の変化	106
2	東京の立地環境	108
第8節	今後の経営戦略の方向性	110
1	卸機能の強化	110
2	情報収集源	112
3	外部相談先	113
4	事業展開の方向性	114
第2章	小売業	116
第1節	企業概要	116
1	調査概要	116
2	業種構成	116
3	所在地	117

4	従業者	118
5	代表者の年齢	121
6	企業形態	122
7	資本金	123
8	創業時期	124
9	店舗数と総売場面積	125
<b>第2節</b>	<b>主たる店舗の状況</b>	<b>128</b>
1	店舗の立地	128
2	商店街組織の状況	132
3	店舗の土地・建物の所有状況	134
4	駐車場の状況	138
5	店舗の最新改装時期	139
6	店舗の営業時間と定休日	140
7	店舗の商圈範囲	143
<b>第3節</b>	<b>経営成果（業績）とその動向</b>	<b>144</b>
1	売上高の状況	144
2	売上総利益の状況	148
3	経常利益の状況	152
4	決済方法	154
5	会員制度の導入状況	158
6	経営者の小売業以外からの収入の状況	162
<b>第4節</b>	<b>仕入活動の実態と課題</b>	<b>166</b>
1	仕入先総数の状況	166
2	仕入先企業数の最も多い地域	170
3	仕入先の見直し状況	172
4	最も多い仕入先	173
5	発注方式の状況	174
6	発注から納品までの期間	177
7	仕入における品質と価格のバランスと仕入活動の課題	178
8	チェーン等への加盟状況	181
<b>第5節</b>	<b>販売活動の実態と課題</b>	<b>182</b>
1	主な顧客層	182
2	主な店舗における来店客数等の変化	184
3	今後の顧客方針	190
4	取扱品目とその変化	191
5	品揃えの幅と深さ	194
6	販売価格決定において重視している事項	198



7	取扱商品の魅力向上の取組	200
8	販売活動の課題	202
<b>第6節</b>	<b>小売業を取り巻く環境と経営</b>	204
1	消費者意識や購買行動の変化で重視している事項	204
2	小売業態の変化の影響度	205
3	海外からの来訪者の影響	210
<b>第7節</b>	<b>経営上の強みと集客の取組</b>	214
1	経営上の強み	214
2	集客に向けて取り組んでいること	216
<b>第8節</b>	<b>IT（情報技術）の利活用</b>	217
1	導入しているIT	217
2	IT利活用状況の変化	218
3	IT利活用に伴う生産性の向上	220
4	インターネット販売	221

## 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）

<b>第1章</b>	<b>事業承継</b>	228
<b>第1節</b>	<b>卸売業</b>	228
1	経営者の続柄・出身	228
2	事業承継の希望・方針	230
3	事業承継の課題	232
4	廃業を決意した理由	236
<b>第2節</b>	<b>小売業</b>	237
1	経営者の続柄・出身	237
2	事業承継の希望・方針	238
3	事業承継の課題	240
4	廃業を決意した理由	245
<b>第2章</b>	<b>物流活動の状況（卸売業）</b>	246
1	物流コストの割合	246
2	物流費の高騰に起因した販売単価の値上げ	248
3	仕入先からの物流費の高騰を起因とした値上げ要請	250
4	流通の効率化に対する課題	252
5	流通の効率化のための情報システム予算	254
<b>第3章</b>	<b>事業の採算性と経営</b>	256
<b>第1節</b>	<b>卸売業</b>	256
1	今後の事業の採算性	256
2	年間売上高	257

3	卸機能の強化	258
4	販売活動の課題	259
5	IT 利活用に伴う生産性の向上	260
6	事業展開の方向性	261
<b>第2節</b>	<b>小売業</b>	<b>262</b>
1	今後の事業の採算性	262
2	年間売上高	263
3	販売活動の課題	264
4	小売業以外からの収入	265
5	土地と建物の所有状況	266
6	IT 利活用に伴う生産性の向上	267

## 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

「1～4人」、「5～9人」、「10～49人」、「50人以上」の4区分

#### (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

##### その他卸

- 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」、「3～4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	調査対象外地域

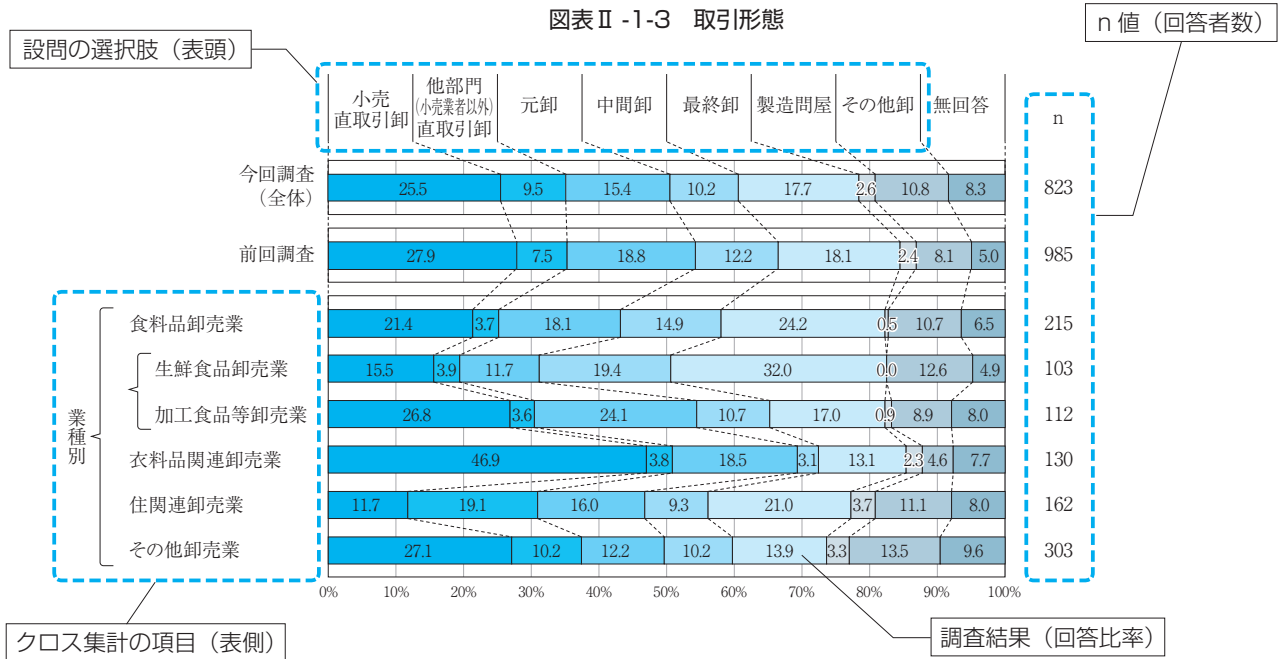
## 2 調査の内容

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 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に関する調査（アンケート）」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。

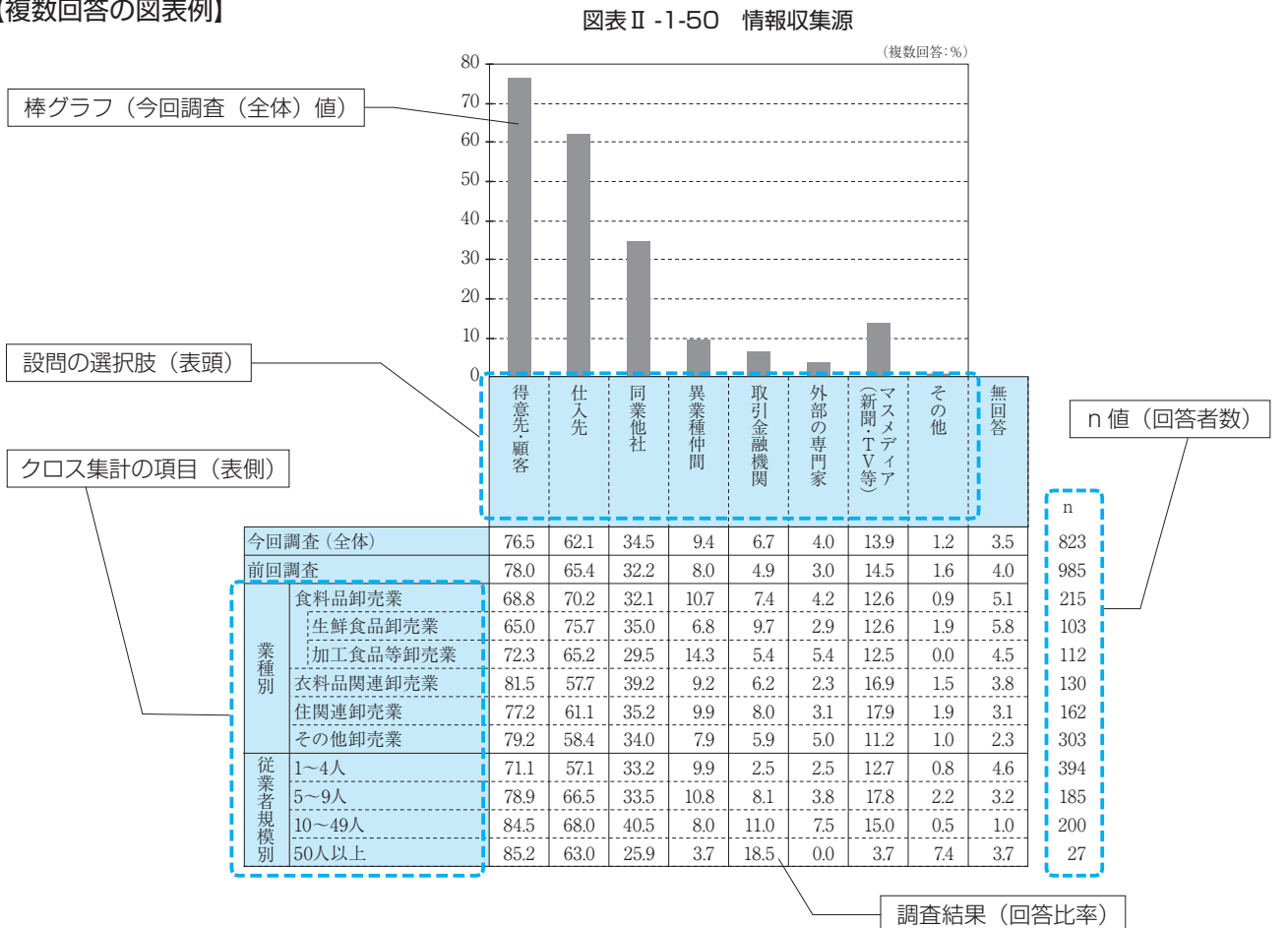
なお、本文中「前回調査」として記載しているものは、平成 26 年度「東京の中小企業の現状（流通産業編）」における調査（平成 26 年 7 月実施）結果である。

### 3 図表の見方

#### 【単数回答の図表例】



#### 【複数回答の図表例】



- 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。
- 複数回答の場合、回答比率の合計は通常100%を超える。
- 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。
- 図表中の「n」とは、その設問への回答者数を表す。
- クロス集計の項目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。
- クロス集計の項目において、回答者数が少ない属性については、分析・コメントの対象としていない。
- 選択肢に「その他」がある場合、本文中ではその数値を除外して記述している場合がある。
- 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。

「\*\*\*」 設問の選択肢について言及する場合。

例：「30歳代以下」「40歳代」など

『\*\*\*』 設問の選択肢をまとめて言及する場合。

例：「30歳代以下」と「40歳代」をまとめて『40歳代以下』など

<\*\*\*> クロス集計の項目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