

# 食鳥肉販売業の実態と 経営改善の方策

平成23年2月



## はじめに

本書は、「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」に規定される適用営業及び営業者に係る生活営業振興のための指針を作成に資するなど、生活衛生関係営業の健全な育成及び将来の展望を明らかにするための基礎資料を得ることを目的として、平成21年11月1日に実施した「生活衛生関係営業経営実態調査」の調査結果を中心に、食鳥肉販売業の実態と経営改善の方策について、小野攻中小企業診断士が執筆を担当しました。

本方策が食鳥肉販売業を巡る諸問題の解決を図り、経営の近代化・合理化を推進するための一助となれば幸いです。

平成23年2月

厚生労働省健康局生活衛生課長

堀 江 裕

問い合わせ

厚生労働省健康局生活衛生課調査係

電話(03)5253-1111 内線 2438

# 目 次

I 食鳥肉販売業の業界動向	
1 一般食堂業界の市場規模とその動向	
(1) 厳しい市場縮小傾向にさらされている卵・鶏肉小売業	1
(2) 不安定傾向を示す食肉卸売業の市場規模	1
2 家計年間消費動向…鶏肉消費市場は成熟化傾向	2
3 食鳥肉消費形態の構造的変化	
(1) 1世帯あたりの外食・中食・内食年間支出額推移	3
(2) 鶏肉の1世帯あたり年間購入量の推移	3
(3) 消費者の食肉購入先の変化	4
4 食鳥肉小売業の経営動向	
(1) 事業所数は約15%の減少	5
(2) 事業所数の減少を生き残り企業でカバー	6
(3) 食鳥肉販売業(健全・欠損企業別)の経営指標	6
II 実態調査の結果にみる食鳥肉販売業の現状	
1 調査対象となった食鳥肉販売業の特性	
(1) 卸・小売業機能別、経営主体別施設数の構成割合	7
(2) 営業年数	8
(3) 立地条件	9
(4) 従業員の規模別施設数	10
(5) 経営者の年齢と後継者の有無	11
2 食鳥肉販売業の営業	
(1) 1ヶ月の定休日数	12
(2) 1日の営業時間	13
(3) 開店時間と閉店時間	14
(4) 本業の当期純利益動向の主な原因	16
(5) 生鮮肉の仕入先	17
3 従業員と労働条件	
(1) 1施設あたり平均従業員数	18
(2) 常時雇用者の1施設あたり平均在勤年数及び平均年齢	19
(3) 1日平均労働時間	20
(4) 月平均休日数	21
(5) 労働時間短縮努力	22
(6) 各種制度の整備状況	23
4 施設・設備の整備状況	
(1) 土地・建物の所有状況	24
(2) 土地・建物の平均面積	25
(3) 現在の施設の建物年数(店舗新築・改築後の年数)	26
(4) 設備の保有状況	27
(5) 設備投資の実績と予定	28

5 福祉サービスへの取り組み	
(1) 配達サービスの実施状況	32
(2) 商品表示の状況	33
(3) 品目別売上高の割合	34
(4) ごみ減量化・リサイクル実施状況	35
(5) 地域との共生の状況	36
6 経営上の問題点と今後の方針	
(1) 経営上の問題点	37
(2) 今後の経営方針	38
III 食鳥肉販売業の経営改善の方策	
(1) 食鳥肉販売業の「振興指針」の紹介	39
(2) 食鳥肉販売業経営改善のポイント	49

「食鳥肉販売業」営業の実態について、平成21年度生活衛生関係営業経営実態調査の結果が取りまとめられた。この調査結果に基づいて、食鳥肉販売業界の動向と経営上の問題点、ならびに、「食鳥肉販売業の振興指針（平成20年4月1日から適用）」を踏まえて、今後の経営改善方策について記述する。

## I 食鳥肉販売業の業界動向

### 1 食鳥肉販売業の業界規模とその動向

経済産業省「商業統計表」により、「卵・鶏肉小売業」及び「食肉卸売業」の商店数や販売額等の市場規模の推移をみたものが（表-1）（表-2）である。

#### （1）厳しい市場縮小傾向にさらされている卵・鶏肉小売業

- ① （表-1）により、平成3年の状況と平成19年の調査を比較してみると、事業所数と年間販売額は半減しており、従業者数と売場面積は約6割落ち込んでいる。調査年ごとの比較でも、平成3年以来一貫して下落し続けている。
- ② 反面1事業所あたりの売り場面積と従業者数は、それぞれ21.4%、15.1%増となっており、零細事業所の廃業による事業所数や従業者数、販売額などの減少の一方で、比較的規模の大きい食肉売り場の進展が伺われる。

表-1 卵・鶏肉小売業の商店数・販売額等の推移

平成	事業所数	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)	1事業所当たり 売場面積(㎡)	1事業所当たり 従業者数(人)
3年	4,363	12,231	107,527	112,008	25.7	2.8
6年	3,706	10,383	87,224	111,021	30.0	2.8
9年	3,187	8,869	76,254	90,520	28.4	2.8
14年	2,691	8,398	60,678	81,213	30.2	3.1
19年	2,292	7,395	53,422	71,442	31.2	3.2
19/3年	52.5%	60.5%	49.7%	63.8%	121.4%	115.1%

（資料：平成19年商業統計）

#### （2）不安定傾向を示す食肉卸売業の市場規模

- ③ 食肉卸売業の事業所数は、平成3年に比較して平成19年では7.1%の減少、年間販売額では16.2%の減少となっているが、従業者数は逆に2.1%の増加となっており、小売業界と同様に比較的規模の小さい事業所の廃業が続いたことが分かる。
- ④ 年間販売額を前回調査年との比較で増減率をみてみると、それぞれ平成6年は前回調査（平成3年）より-9.4%、平成9年は+6.7%、平成14年は-22.5%、平成19年が+11.8%となっており、浮き沈みを繰り返しながら、結局平成3年調査の83.8%の縮小となっている。

表-2 食肉卸売業の商店数・販売額等の推移

平成	事業所数	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)	増減率	1事業所当たり 従業者数(人)	1事業所当たり 年間販売額 (百万円)
3年	8,006	72,953	7,626,607		9.1	953
6年	8,104	79,146	6,907,555	-9.4%	9.8	852
9年	7,921	74,988	7,369,246	6.7%	9.5	930
14年	7,447	73,238	5,713,005	-22.5%	9.8	767
19年	7,438	74,478	6,389,088	11.8%	10.0	859
19/3年	92.9%	102.1%	83.8%		109.9%	90.2%

(資料:平成19年商業統計)

## 2 家計年間消費動向・・・鶏肉消費市場は成熟化傾向

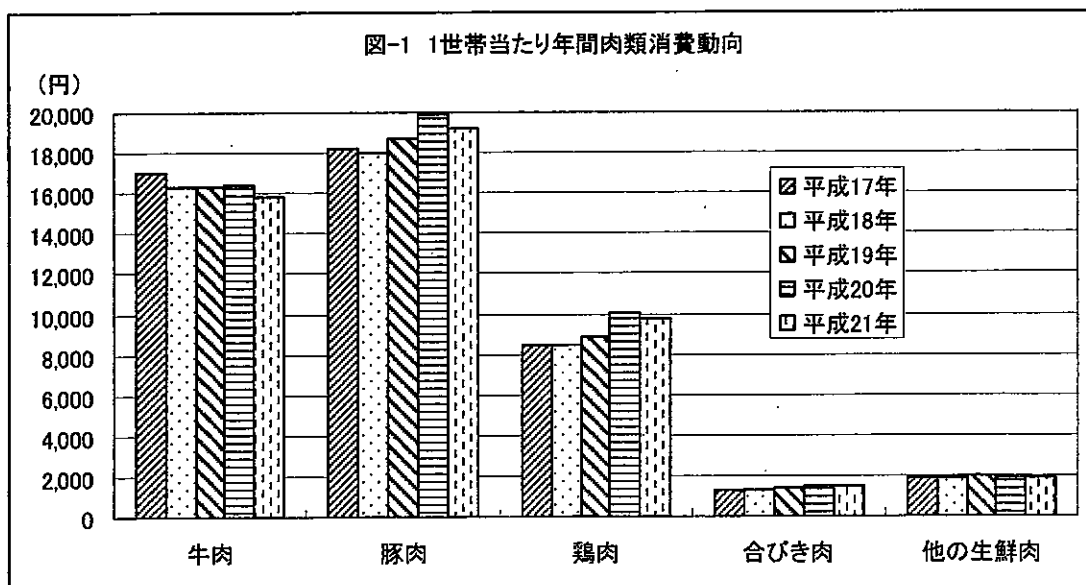
(表-3)(図-1)は、総務省「家計調査年報」により、最近5年間の1世帯あたりの鶏肉を含む年間肉類消費の動向をみたものである。

グラフ(図-1)で分かるように、生鮮肉の1世帯あたりの消費額は、平成20年度に前年比11.3%増となったほかは、ほぼ安定した消費傾向が続いている。

表-3 1世帯当たり年間肉類消費動向(単位:円)

	牛肉	豚肉	鶏肉	合びき肉	他の生鮮肉	生鮮肉合計	加工肉合計
平成17年	16,988	18,165	8,454	1,328	1,849	46,784	12,849
平成18年	16,304	18,006	8,453	1,338	1,930	46,030	12,846
前年対比率	96.0%	99.1%	100.0%	100.8%	104.4%	98.4%	100.0%
平成19年	16,311	18,668	8,855	1,370	1,958	47,159	13,278
前年対比率	100.0%	103.7%	104.8%	102.4%	101.5%	102.5%	103.4%
平成20年	16,377	19,888	10,016	1,527	1,894	49,702	13,836
前年対比率	100.4%	106.5%	113.1%	111.5%	96.7%	105.4%	104.2%
平成21年	15,862	19,178	9,719	1,534	1,860	48,153	13,675
前年対比率	96.9%	96.4%	97.0%	100.5%	98.2%	96.9%	98.8%

(資料:総務省家計調査年報)





### 3 食鳥肉消費形態の構造的変化

#### (1) 1世帯あたりの<sup>がいしょく</sup>・<sup>なかしょく</sup>・<sup>うちしょく</sup>年間支出額推移

(表-4) は1世帯あたりの外食・中食・内食に関する年間支出額の推移をみたものである。

お米中心の伝統的食事に畜産物や果物が加わり、豊かに実現された「日本型食生活」は、その後、生活習慣病の増加などにより健康意識に変化をもたらし、バブル後は、経済停滞から低価格志向急増へと、食生活面でも構造的な変化をもたらしている。

近年、食生活の外食化、中食化（惣菜、弁当等）が定着し、外食・中食業界の競争が一段と激しくなっている一方、内食（家庭内）料理のレシピへの関心も高まりをみせている。

平成21年の喫茶・飲酒を除く一般外食の1世帯あたりの年間消費額は、7年前の平成14年に比べて88.2%と減少しており、惣菜など調理品（中食）支出も98.7%と下降傾向にある。一方で、肉類への支出額は105.4%と増加している。

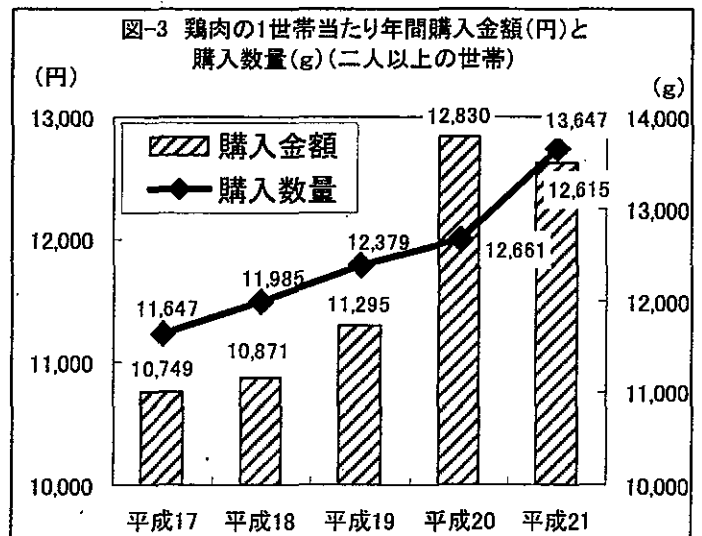
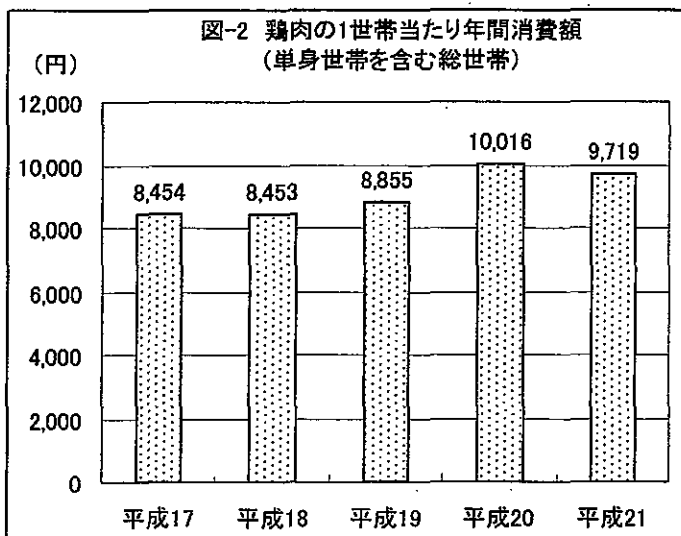
表-4 1世帯当たりの外食・中食・内食年間支出推移(単位:円)

平成	一般外食	調理品(中食)	肉類	魚介類	野菜・海藻
14年	174,546	90,541	58,682	84,577	88,965
17年	164,671	90,825	59,633	76,152	86,114
18年	157,720	91,374	58,876	74,652	85,109
19年	161,512	91,471	60,437	74,645	84,661
20年	163,981	90,334	63,537	72,752	84,556
21年	153,940	89,384	61,828	70,272	82,869
21年/14年	88.2%	98.7%	105.4%	83.1%	93.1%

(資料:総務省家計調査年報)

#### (2) 鶏肉の1世帯あたり年間購入量の推移

(図-2) は(表-3) でみた最近5年間の1世帯あたりの鶏肉の年間消費額をグラフに表したもので、(図-3) は二人以上の世帯の、鶏肉の1世帯あたりの年間購入金額と購入量の推移をみたものである。集計世帯の対象は同じではないが、消費額と消費量の傾向をみると、平成21年は若干減少してはいるが、1世帯あたりの消費額の傾向と同様に、購入量も継続的に増えていることが分かる。



(資料:総務省家計調査年報)

(3) 消費者の食肉購入先の変化

(図-4)(表-5)は、最近の食肉の購入先別の買物回数の推移をみたものである。

購入先としては「食品スーパー」が直近調査では67.6%と最も多く、次いで「大型スーパー」の15.8%、「生協・農協系販売店」6.6%などとなっている。

平成18年調査からの推移をみると、食品スーパーの割合が7.1%上昇している反面、百貨店での購入割合が4.4%下降した。

食肉ディスカウントストアの割合は1.2%から1.8%とわずかではあるが上昇傾向となっている。

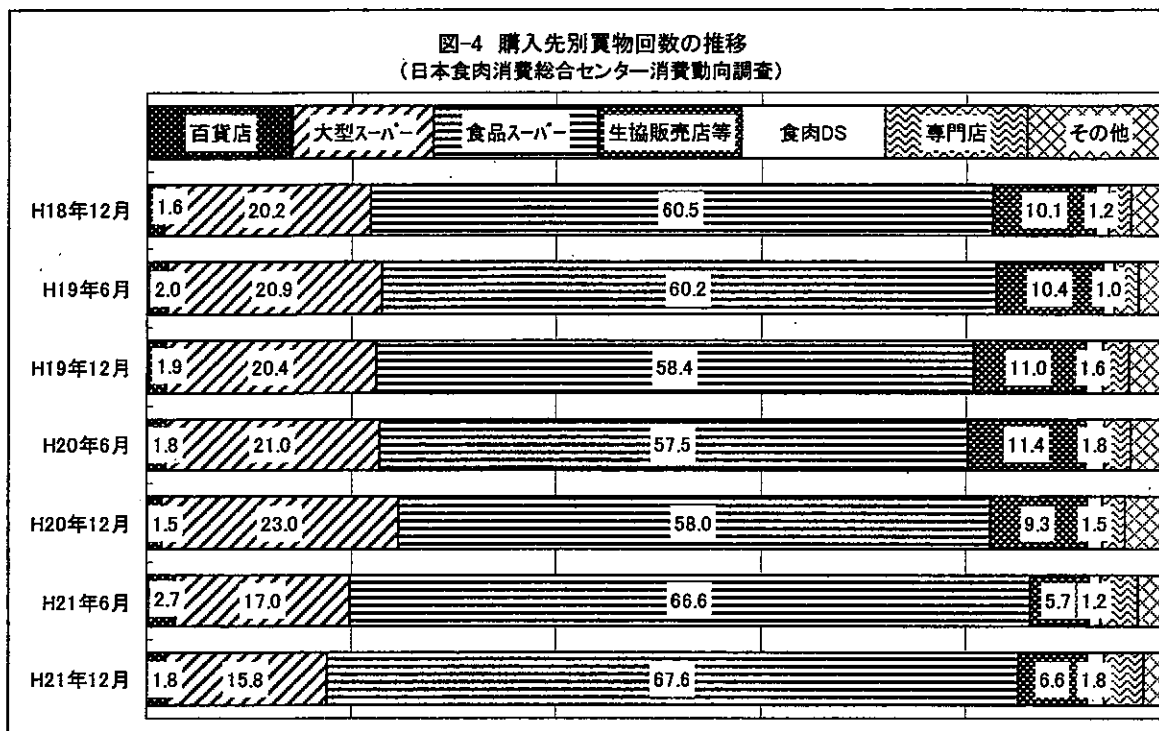


表-5 購入先別買い物回数の推移(単位:%)n=8629

	百貨店	大型スーパー	食品スーパー	生協・農協系販売店	食肉ディスカウントストア	専門店	その他(宅配など)
H18年12月	1.6	20.2	60.5	10.1	1.2	2.3	3.8
H19年6月	2.0	20.9	60.2	10.4	1.0	2.4	3.2
H19年12月	1.9	20.4	58.4	11.0	1.6	2.6	4.1
H20年6月	1.8	21.0	57.5	11.4	1.8	2.6	3.9
H20年12月	1.5	23.0	58.0	9.3	1.5	2.3	4.4
H21年6月	2.7	17.0	66.6	5.7	1.2	3.6	3.2
H21年12月	1.8	15.8	67.6	6.6	1.8	3.8	2.6

(資料:(財)日本食肉消費総合センター消費動向調査)

#### 4 食鳥肉小売業の経営動向

(表-6) は、卵・食鳥肉小売業の従業者規模別事業所数と1事業所あたりの販売効率を、商業統計により、平成14年と平成19年の比較を行ったものである。

表-6 卵・鶏肉小売業：従業者規模別事業所数及び販売効率

平成	従業者規模別事業所数				事業所数 合計	1事業所当たりの販売効率		
	2人以下	3~4人	5~9人	10人以上		1事業所当たり 年間販売額 (万円)	従業員1人当 り年間販売額 (万円)	1㎡当たり年 間販売額(万 円)
14年	1,620	652	331	88	2,691	2,255	723	75
(構成費)	60.2%	24.2%	12.3%	3.3%	100.0%			
19年	1,383	527	292	90	2,292	2,331	722	75
(構成比)	60.3%	23.0%	12.7%	3.9%	100.0%			
19/14年	-14.6%	-19.2%	-11.8%	2.3%	-14.8%	3.4%	-0.1%	0.0%

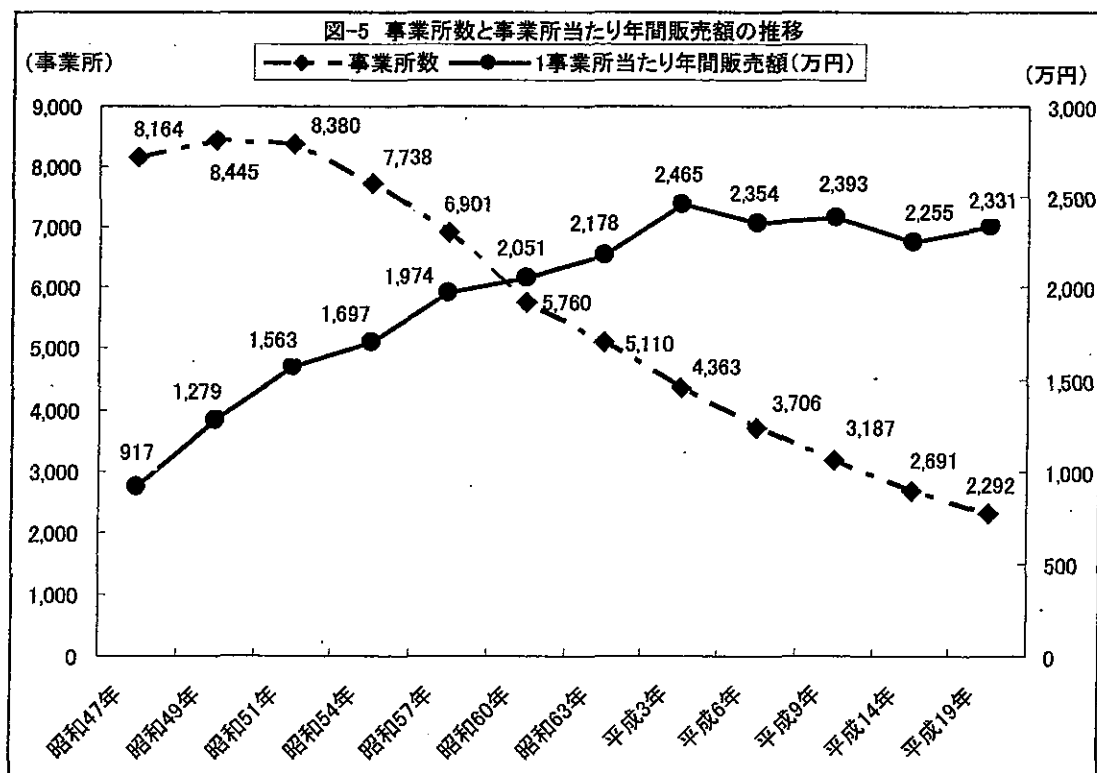
(資料:平成14、19年商業統計)

##### (1) 事業所数は約15%の減少

① 平成14年と比較して事業所の数は-14.5%と減少している。これをピーク時の昭和49年と比較すると6,153件の減少となり当時の27%にまで落ち込んでしまった。(図-5)

② (表-6)により、従業者規模別にみると、それぞれの構成比に大きな変化はないが、減少幅が一番多かったのは「3~4人」規模の-19.2%で、「2人以下」規模が-14.6%となっている。「5~9人」規模も-11.8%と減少し、増加したのは「10人以上」規模で2.3%増となった。

規模の小さな事業所が減って、比較的規模の大きい事業者が増えたことが分かる。



## (2) 事業所数の減少を生き残り企業でカバー

(表-6)により、卵・鶏肉小売業の販売効率をみてみると、平成14年との対比で、平成19年の効率は、1事業所あたり年間販売額は3.4%の上昇となっているが、従業員1人あたりの年間販売額と売場効率は横ばい状況となっている。事業所数が減った分を生き残り企業がカバーしようとしている姿が伺える。

同じ効率を(図-5)でみてみると、事業所数の減少を補う生き残り企業の販売努力がよく分かる。

## (3) 食鳥肉販売業(健全・欠損企業別)の経営指標

- ① (表-7)は、前回及び今回実施された経営実態調査に基づき、調査対象企業の経営指標を比較したものである。
- ② 調査対象企業には「卸売業のみ」「小売業のみ」「卸売業と小売業の両方」が含まれているが、ここでは、これらの業種を合算して指標が算出されている。
- ③ 前回の調査結果と同様に利益率の悪化が継続しており、経営の厳しさが浮き彫りにされている。
- ④ 利益率に関する5指標はすべて「悪化」となっており、明るい材料は販売面での従業員1人あたりの年間売上高が好転しているだけである。
- ⑤ 総資本対自己資本比率の悪化と固定長期適合率の好転からは、厳しい資金繰り局面で政府の不況対策施策による救済的融資に支えられた事業所が、少なからずあるものと推測できる。

表-7 経営指標の比較表

実態調査実施年月	(対象企業数)	平成16年10月			平成21年11月			総平均比較
		健全企業(85)	欠損企業(33)	総平均(38)	健全企業(47)	欠損企業(17)	総平均(64)	
1 総合	経営資本対営業利益率(%)	3.9	-6.2	2.5	2.4	-3.4	1.4	悪化
	経営資本回転率(回)	2.4	2.2	2.4	2.2	3.7	2.4	不変
	売上高対営業利益率(%)	1.6	-2.8	1.0	1.1	-0.9	0.6	悪化
	総資本対経常利益率(%)	4.1	-3.4	3.0	3.4	-3.5	2.3	悪化
2 財務	総資本対自己資本比率(%)	33.9	22.1	32.3	24.6	-5.8	19.6	悪化
	当座比率(%)	90.5	95.4	91.3	86.5	56.6	77.2	悪化
	流動比率(%)	115.0	125.9	116.8	151.1	80.9	129.3	悪化
	自己資本対固定資産比率(%)	160.9	201.3	164.8	177.1	-525.8	211.3	悪化
	固定長期適合率(%)	95.6	82.9	93.8	76.2	222.2	82.8	好転
3 販売	固定資産回転率(回)	4.0	4.5	4.0	4.3	11.3	5.2	好転
	売上高対総利益率(%)	27.7	26.4	27.5	21.9	17.6	20.8	悪化
	売上高対経常利益率(%)	1.9	-1.7	1.4	1.8	-1.0	1.1	悪化
	従業員1人当たり年間売上高(千円)	32,951	11,051	26,074	32,873	20,957	28,573	好転
	営業費比率(%)	26.0	29.2	26.5	20.9	18.6	20.2	好転
4 労務	売上高対広告費比率(%)	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	好転
	従業員1人当たり月平均人件費(千円)	359	126	286	230.3	135.8	196.2	好転
	総人件費対直接人件費比率(%)	94.9	95.6	95.0	94.6	91.1	93.7	好転
	人件費対福利厚生費比率(%)	5.1	4.4	5.0	5.4	8.9	6.3	悪化
	従業員1人当たり有形固定資産(千円)	7,013	1,944	5,421	5,308	1,474	3,926	悪化

## Ⅱ 実態調査の結果にみる食鳥肉販売業の現状

### 1 調査対象となった食鳥肉販売業の特性

平成21年度の経営実態調査の対象となった施設総数275について、特徴的な事項について以下に述べる。

#### (1) 卸・小売業機能別、経営主体別施設数の構成割合

(図-1)(表-1)は、「卸売業のみ」「小売業のみ」「卸・小売業の両方」別に、経営主体別施設数の構成割合をみたものである。

- ① 総数で見ると、「小売業のみ」が46.9%で最も多く、次いで「卸・小売業の両方」が32.7%、「卸売業のみ」が17.1%となっている。
- ② 機能別にみると「卸売業のみ」については、53.2%が株式会社で運営されており、有限会社の29.8%を合わせると、全体の83%が法人組織となっている。「小売業」では8割近くの77.5%が個人経営である。
- ③ 「卸・小売業の両方」については、個人経営40.0%、株式会社35.6%、有限会社22.2%の順になっている。

図-1 卸・小売業機能別経営主体別施設数の構成割合

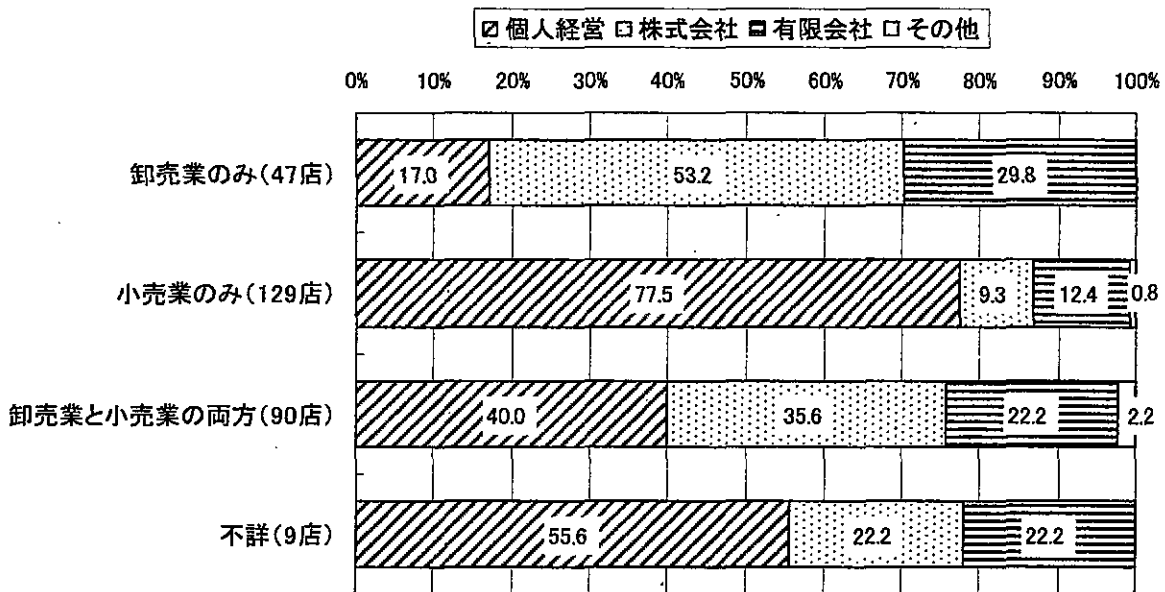


表-1 卸・小売業機能別経営主体別施設数の構成割合(単位:%)

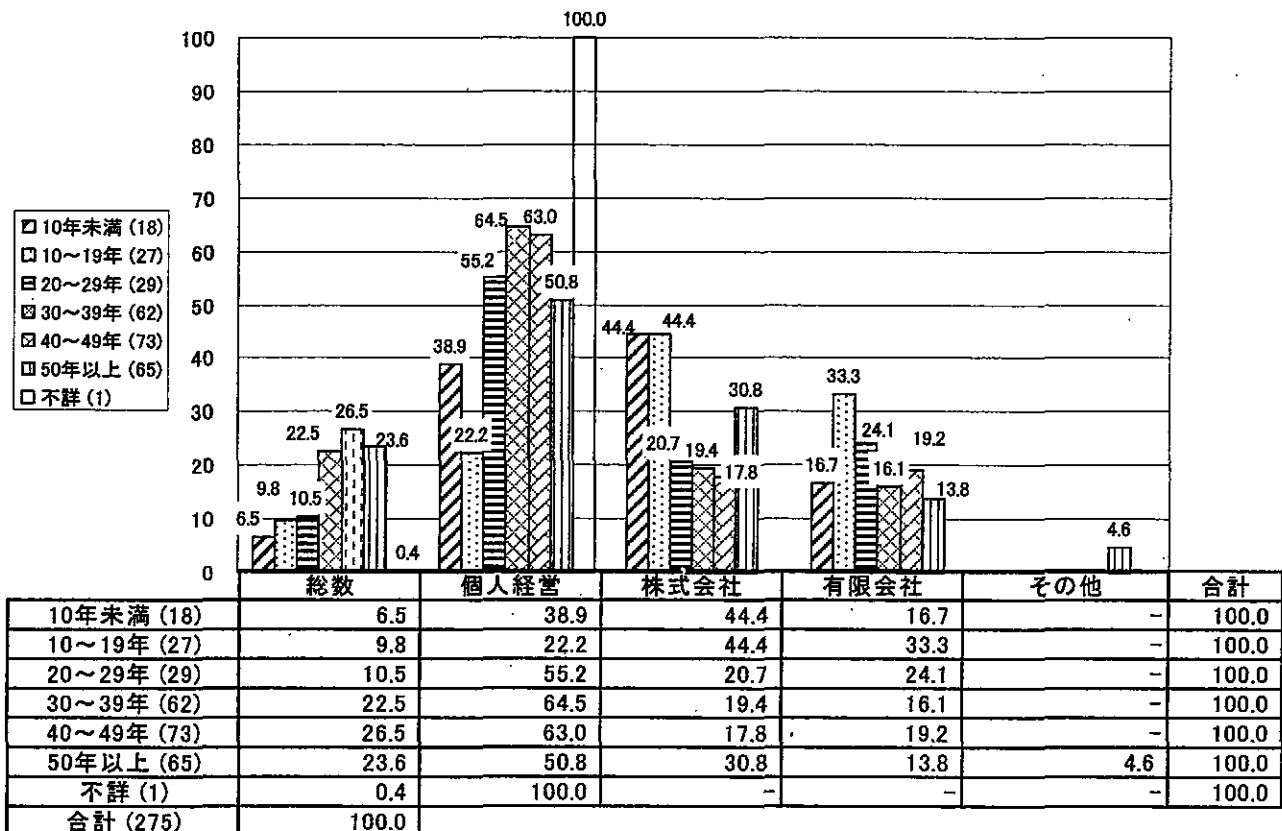
	総数	個人経営	株式会社	有限会社	その他	合計
卸売業のみ(47店)	17.1	17.0	53.2	29.8	-	100.0
小売業のみ(129店)	46.9	77.5	9.3	12.4	0.8	100.0
卸売業と小売業の両方(90店)	32.7	40.0	35.6	22.2	2.2	100.0
不詳(9店)	3.3	55.6	22.2	22.2	-	100.0
合計	100.0					

## (2) 営業年数

(図-2) は営業年数別に経営主体の構成割合をみたものである。

- ① 総数で見ると、「40～49年」が26.5%、「50年以上」が23.6%、「30～39年」が22.5%となっており、30年以上の営業店が全体の72.6%を占めている。
- ② 営業年数別にみると、「50年以上」では個人経営が50.8%と最も多く、次いで株式会社の30.8%、有限会社の13.8%となっている。
- ③ 「40～49年」でも63.0%が個人経営で最も多い。「30～39年」でも同様に64.5%の個人経営が最も多くなっており、30年以上の経験を持つ店の50%～65%が個人経営で占められている。
- ④ 「20～29年」では、個人経営が55.2%で、株式会社・有限会社の法人組織が44.8%の割合である。
- ⑤ 「10～19年」では、株式会社が44.4%、有限会社が33.3%、個人経営が22.2%となり、「10年未満」では株式会社44.4%、個人経営38.9%、有限会社16.7%となっており、法人組織での開業が増えたことが分かる。近年の創業期における政府の最低資本金制度の撤廃や会社法の制定などによる影響が出ているものと伺える。

図-2 営業年数別・経営主体別施設数の構成割合(単位:%)



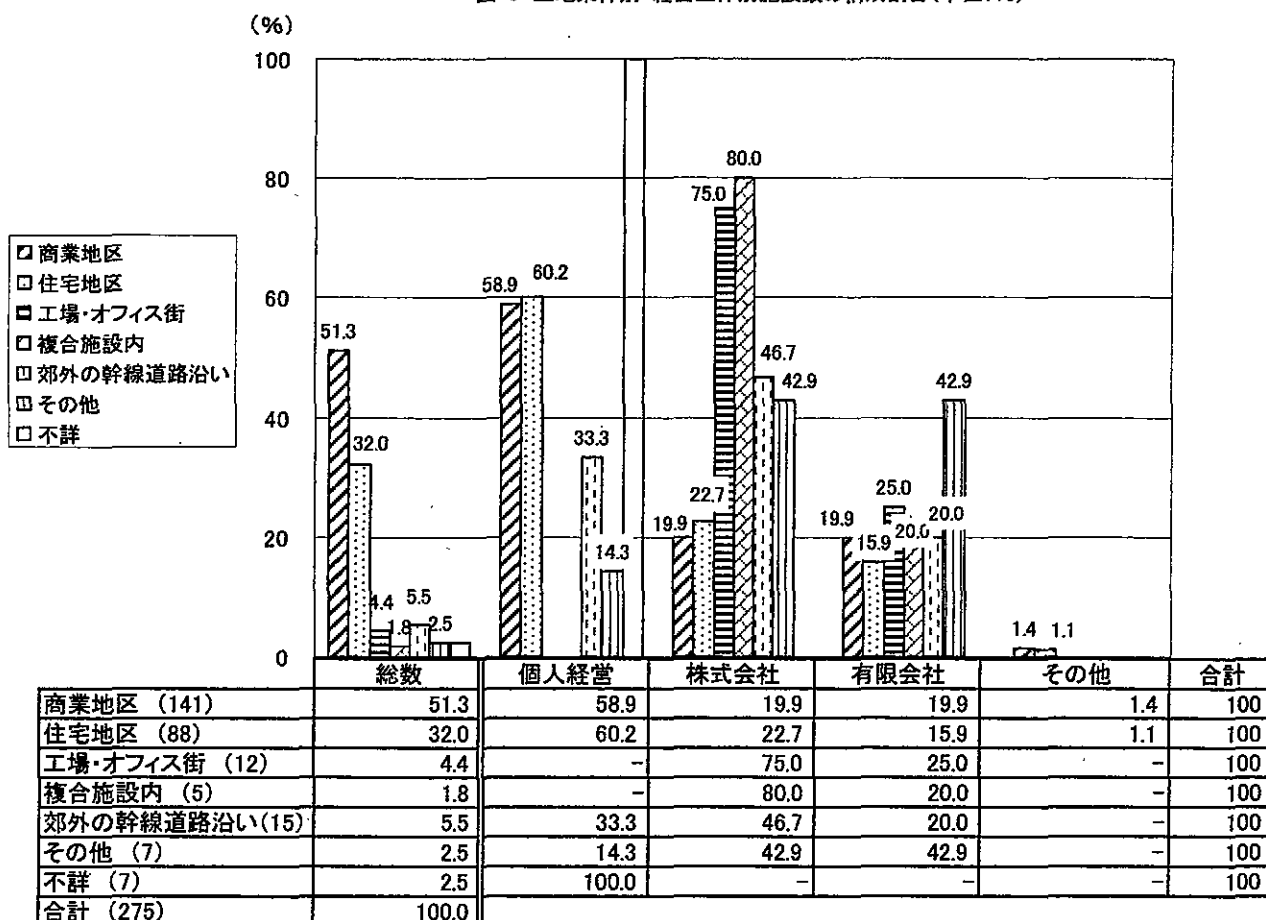
(注) ( )内は施設数

### (3) 立地条件

(図-3) は、立地条件別に経営主体の構成割合をみたものである。

- ① 総数で見ると、「商業地区」が51.3%で最も多く、次が「住宅地区」の32.0%となっているが、その他地区の比率は1.8%~5.5%となっており、比較的少ない。
- ② 立地別にみると「商業地区」と「住宅地区」では個人経営の割合が高く、それぞれ、58.9%、60.2%となっている。
- ③ 「工場・オフィス街」「複合施設内」では、それぞれ、75.0%、80.0%を株式会社による立地が占めている。
- ④ 「郊外の幹線道路沿い」では、株式会社が46.7%で最も多く、次いで個人経営の33.3%、有限会社の20.0%となっている。

図-3 立地条件別・経営主体別施設数の構成割合(単位:%)



(4) 従業員の規模別施設数

(図-4)(表-2)は従業員規模別に経営主体の割合を示したものである。

- ① 総数で見ると「2人」規模の割合が26.2%で最も多く、次いで「5～9人」規模の18.5%、「3人」規模の14.9%となっていて、「4人以下」規模の割合が58.6%と6割近くを占めている。
- ② 従業員規模別にみると、「1人」「2人」規模では個人経営が86.4%、88.9%とほとんどであり、「20人以上」では、株式会社・有限会社の法人組織運営が100%を占めている。
- ③ 「3人」「4人」規模では46.3%、65.4%と個人経営が多いが、株式会社・有限会社も混ざって、個人経営と法人経営の割合は半々位である。
- ④ 「5～9人」規模では株式会社が41.2%で最も多く、「10～19人」規模では株式会社と有限会社の割合は44.4%で並んでいる。

図-4 従業員規模別・経営主体別施設数の構成割合(単位:%)

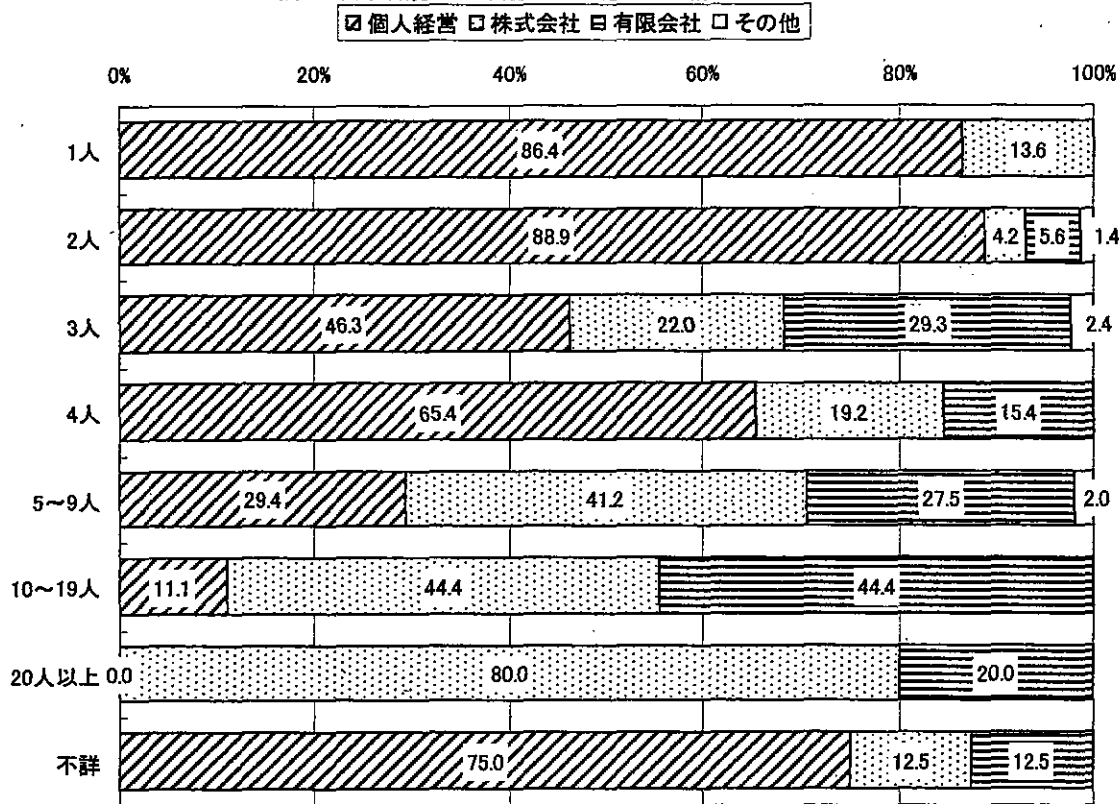


表-2 従業員規模別・経営主体別施設数の構成割合(単位:%)

	総数		個人経営	株式会社	有限会社	その他	合計
	実数	構成割合					
1人	22	8.0	86.4	13.6	-	-	100.0
2人	72	26.2	88.9	4.2	5.6	1.4	100.0
3人	41	14.9	46.3	22.0	29.3	2.4	100.0
4人	26	9.5	65.4	19.2	15.4	-	100.0
5~9人	51	18.5	29.4	41.2	27.5	2.0	100.0
10~19人	27	9.8	11.1	44.4	44.4	-	100.0
20人以上	20	7.3	-	80.0	20.0	-	100.0
不詳	16	5.8	75.0	12.5	12.5	-	100.0
合計	275	100.0					



(5) 経営者の年齢と後継者の有無

(図-5)(図-6)(表-3)は、経営者の年代別施設数の割合と後継者の有無状況について経営主体別にみたものである。

- ① 経営者の年代については、「60～69歳」の40.7%が最も多く、「70歳以上」の22.9%と合わせると63.6%となり、経営者の高齢化が分かる。
- ② 後継者の有無については、回答259のうちの58.7%が「後継者なし」と答えており、事業承継対策への不安が浮き彫りとなった。
- ③ (図-6)で明らかな様に、個人経営においては、その67.8%が「後継者なし」と答えており、廃業率の増加に懸念がもたれる。

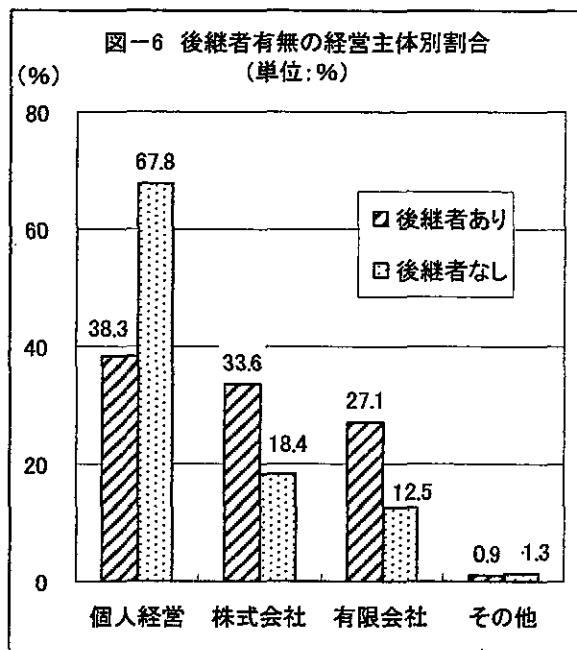
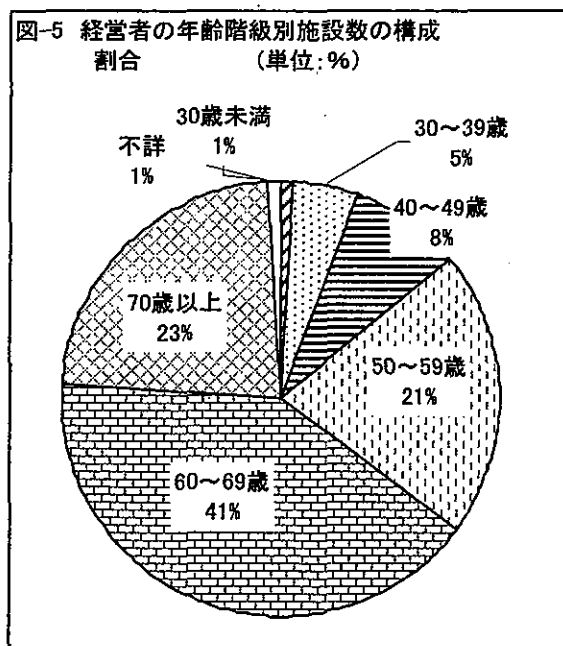


表-3 経営者の年齢階級別施設数の構成割合(単位:歳、%)

	総数	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不詳
施設数	275	2	13	23	59	112	63	3
構成割合	100.0	0.7	4.7	8.4	21.5	40.7	22.9	1.1

	個人経営	株式会社	有限会社	その他	総数
後継者あり	41	36	29	1	107
構成割合	38.3	33.6	27.1	0.9	100.0
後継者なし	103	28	19	2	152
構成割合	67.8	18.4	12.5	1.3	100.0
施設数合計	259	100.0			

## 2 食鳥肉販売業の営業

### (1) 1ヶ月の定休日数

(図-7)(表-4)は従業者規模別に1ヶ月の定休日の割合をみたものである。

- ④ 1ヶ月の定休日数を総数で見ると、「4日」が32.0%で最も多く、「5日」が30.5%で次いでおり、この両方で6割以上の62.5%を占めている。
- ⑤ 従業者規模別にみると、「1人」から「10～19人」規模までは、この「4日」と「5日」に集中している傾向にある。
- ⑥ 「20人以上」規模では「8日」が35.0%で最も多く、次いで「5日」の20.2%、7日の15.0%となっており、「9日以上」はわずか5.0%にとどまっている。

図-7 従業者規模別定休日 日数別施設数の構成割合(単位:%)

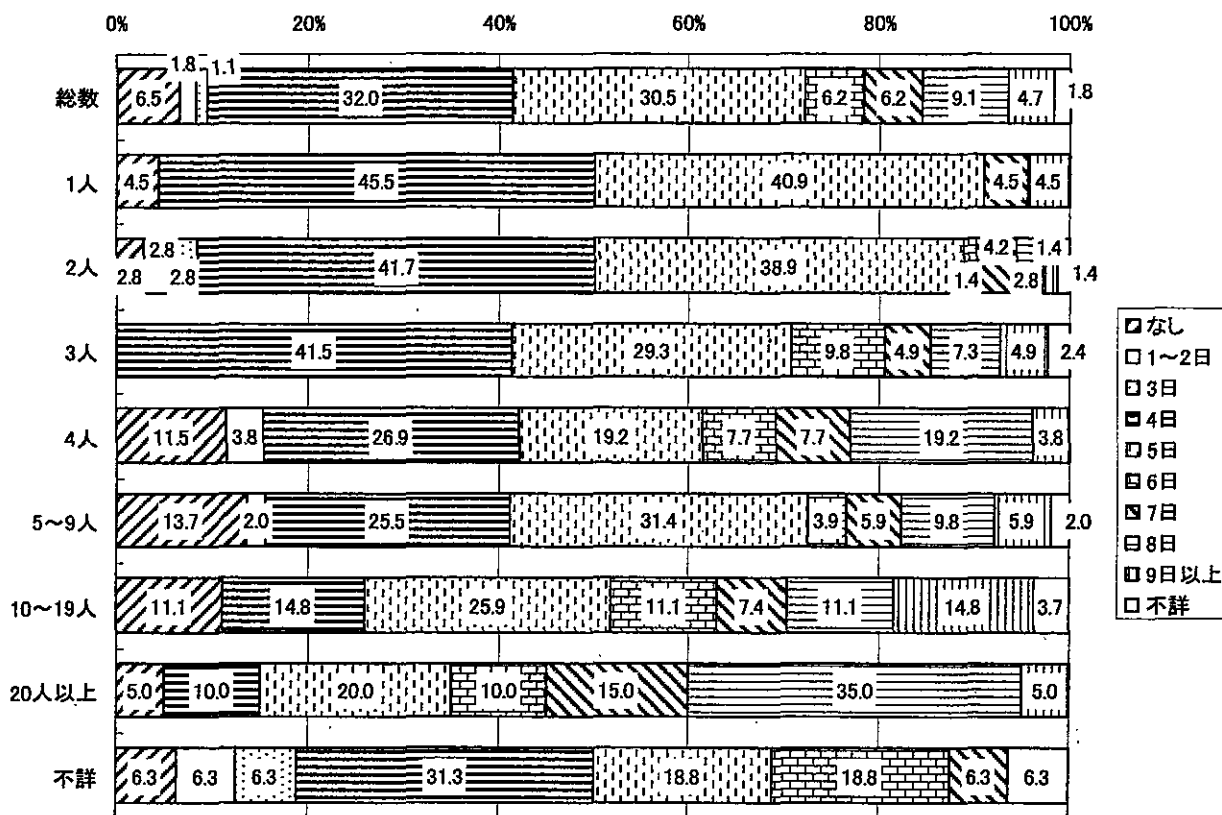


表-4 従業者規模別定休日 日数別施設数の構成割合(単位:%)

	総数		なし	1～2日	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日以上	不詳	合計
	実数	構成割合											
総数	275	100.0	6.5	1.8	1.1	32.0	30.5	6.2	6.2	9.1	4.7	1.8	100.0
1人	22	8.0	4.5	-	-	45.5	40.9	-	4.5	-	4.5	-	100.0
2人	72	26.2	2.8	2.8	2.8	41.7	38.9	1.4	4.2	2.8	1.4	1.4	100.0
3人	41	14.9	-	-	-	41.5	29.3	9.8	4.9	7.3	4.9	2.4	100.0
4人	26	9.5	11.5	3.8	-	26.9	19.2	7.7	7.7	19.2	3.8	-	100.0
5～9人	51	18.5	13.7	2.0	-	25.5	31.4	3.9	5.9	9.8	5.9	2.0	100.0
10～19人	27	9.8	11.1	-	-	14.8	25.9	11.1	7.4	11.1	14.8	3.7	100.0
20人以上	20	7.3	5.0	-	-	10.0	20.0	10.0	15.0	35.0	5.0	-	100.0
不詳	16	5.8	6.3	6.3	6.3	31.3	18.8	18.8	6.3	-	-	6.3	100.0

(2) 1日の営業時間

(図-8)(表-5)は立地条件別に営業時間をみたものである。

- ① 総数で見ると、「9～10時間」が23.6%で最も多く、「10～11時間」が22.9%、「8～9時間」が20.4%と次いでおり、この3時間帯で66.9%と約7割を占めている。
- ② 立地条件別にみると、商業地区では「9～10時間」「10～11時間」の2時間帯で50.3%を占め、住宅地区では「8～9時間」と「10～11時間」がそれぞれ23.9%が一番多く、「9～10時間」が17.0%で次いでいる。
- ③ 工場・オフィス街では、「8～9時間」と「9～10時間」の2時間帯で75.0%を占め、複合施設内では「10～11時間」を除いて、「7時～13時間」の間のそれぞれの時間帯で、20.0%ずつとなっている。
- ④ 郊外の幹線道路沿いでは「8～9時間」「9～10時間」の2時間帯で86.7%と9割近い割合になっている。

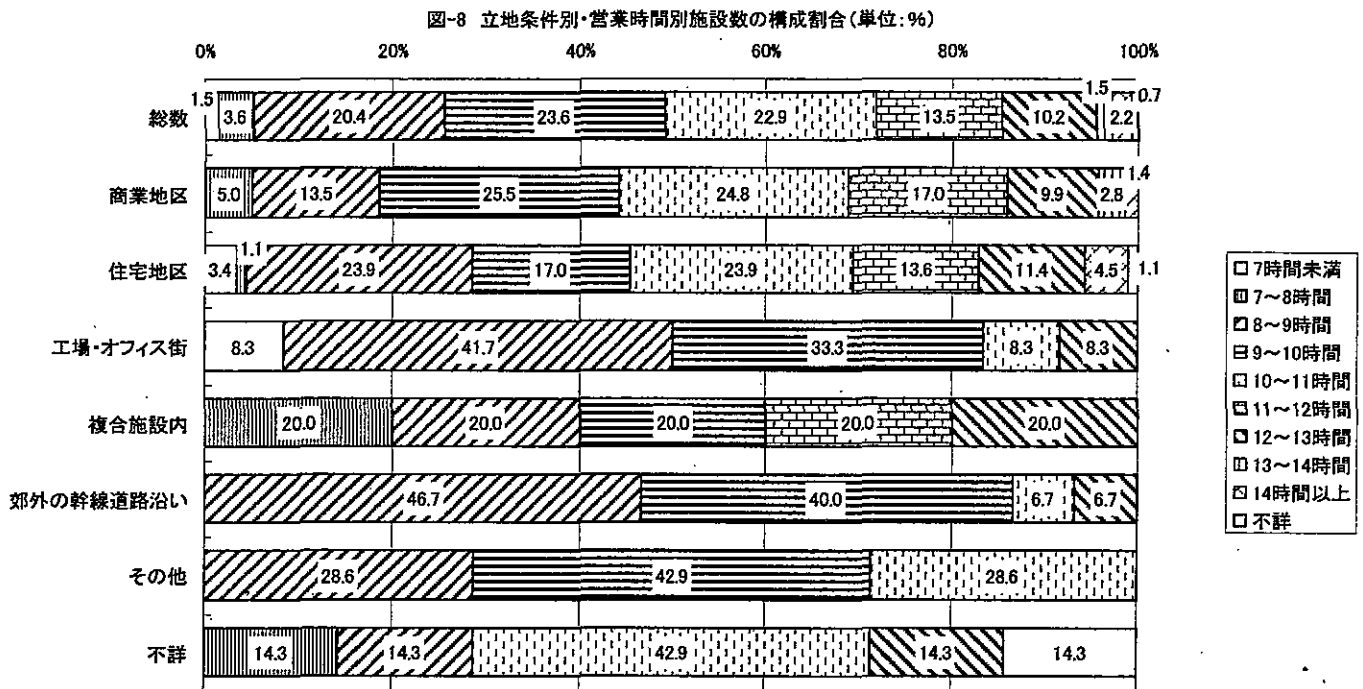


表-5 立地条件別・営業時間別施設数の構成割合(単位:%)

	総数		7時間未満	7～8時間	8～9時間	9～10時間	10～11時間	11～12時間	12～13時間	13～14時間	14時間以上	不詳	合計
	実数	構成割合											
総数	275	100.0	1.5	3.6	20.4	23.6	22.9	13.5	10.2	1.5	2.2	0.7	100.0
商業地区	141	51.3	-	5.0	13.5	25.5	24.8	17.0	9.9	2.8	1.4	-	100.0
住宅地区	88	32.0	3.4	1.1	23.9	17.0	23.9	13.6	11.4	-	4.5	1.1	100.0
工場・オフィス街	12	4.4	8.3	-	41.7	33.3	8.3	-	8.3	-	-	-	100.0
複合施設内	5	1.8	-	20.0	20.0	20.0	-	20.0	20.0	-	-	-	100.0
郊外の幹線道路沿い	15	5.5	-	-	46.7	40.0	6.7	-	6.7	-	-	-	100.0
その他	7	2.5	-	-	28.6	42.9	28.6	-	-	-	-	-	100.0
不詳	7	2.5	-	14.3	14.3	-	42.9	-	14.3	-	-	14.3	100.0
合計	275	100.0											

(3) 開店時間と閉店時間

(表-6) 及び (図-9) (図-10) は、立地条件別に、開店・閉店時間別の施設数割合を示したものである。

- ① 総数で見ると、開店時間については、「9時前」が42.9%で最も多く、「10時台」の28.4%、「9時台」の25.8%が続いている。
- ② 閉店時間では、「18時前」が27.3%で最も多く、次いで「19時台」の24.4%、「18時台」の22.2%、「20時台」の17.8%となっている。
- ③ 卸売、小売の混在アンケート結果であり、早朝開店で20時まで閉店の分布がほとんどである。
- ④ 立地別にみても、複合施設内立地を除いて、すべての立地で「9時前」開店が最も多くなっている。
- ⑤ 商業地区では、開店については、「9時前(36.2%)」「9時台(31.2%)」「10時台(29.8%)」の順で、閉店時間については、「19時台(30.5%)」「18時前(21.3%)」「20時台(20.6%)」となっている。
- ⑥ 住宅地区の開店時間では、「9時前(45.5%)」「10時台(30.7%)」「9時台(21.6%)」の順で、閉店時間については、「18時前～20時台」の時間帯でそれぞれ25.0%ずつの割合である。
- ⑦ 工場・オフィス街では「9時前」開店、「18時前」閉店がそれぞれ66.7%と圧倒的に多くなっている。
- ⑧ 複合施設内では、建物施設による時間的制約があるためか、開店時間は「9時台」が最も多く全体の40%をしめているが、15時以降の夜型営業店も多いため「15時台」開店も20%の割合となっている。閉店時間も「21時台」が40%で最も多く、「23時以降」が20%という状況である。
- ⑨ 郊外の幹線道路沿い立地では、工場・オフィス街立地と傾向が同じでほとんどが「10時台」までに開店、遅くても「20時台」にはすべて閉店となっている。

表-6 立地条件別・開店時間及び閉店時間別施設数の構成割合(単位:%)

	総数		開店時間	9時前	9時台	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時以降	不詳	合計
	実数	構成割合	閉店時間	18時前	18時台	19時台	20時台	21時台	22時台	23時以降			
総数	275	100.0	開店時間	42.9	25.8	28.4	1.5	0.4	-	-	0.7	0.4	100.0
			閉店時間	27.3	22.2	24.4	17.8	4.4	2.2	1.1	-	0.7	100.0
商業地区	141	51.3	開店時間	36.2	31.2	29.8	1.4	0.7	-	-	0.7	-	100.0
			閉店時間	21.3	19.9	30.5	20.6	5.0	2.1	0.7	-	-	100.0
住宅地区	88	32.0	開店時間	45.5	21.6	30.7	2.3	-	-	-	-	-	100.0
			閉店時間	25.0	25.0	20.5	20.5	3.4	3.4	1.1	-	1.1	100.0
工場・オフィス街	12	4.4	開店時間	66.7	16.7	16.7	-	-	-	-	-	-	100.0
			閉店時間	66.7	25.0	8.3	-	-	-	-	-	-	100.0
複合施設内	5	1.8	開店時間	20.0	40.0	20.0	-	-	-	-	20.0	-	100.0
			閉店時間	20.0	20.0	-	-	40.0	-	20.0	-	-	100.0
郊外の幹線道路沿い	15	5.5	開店時間	53.3	20.0	26.7	-	-	-	-	-	-	100.0
			閉店時間	40.0	33.3	20.0	6.7	-	-	-	-	-	100.0
その他	7	2.5	開店時間	85.7	-	14.3	-	-	-	-	-	-	100.0
			閉店時間	85.7	-	14.3	-	-	-	-	-	-	100.0
不詳	7	2.5	開店時間	57.1	14.3	14.3	-	-	-	-	-	14.3	100.0
			閉店時間	29	29	14	14	-	-	-	-	-	14

図-9 立地条件別・開店時間別施設数の構成割合(単位:%)

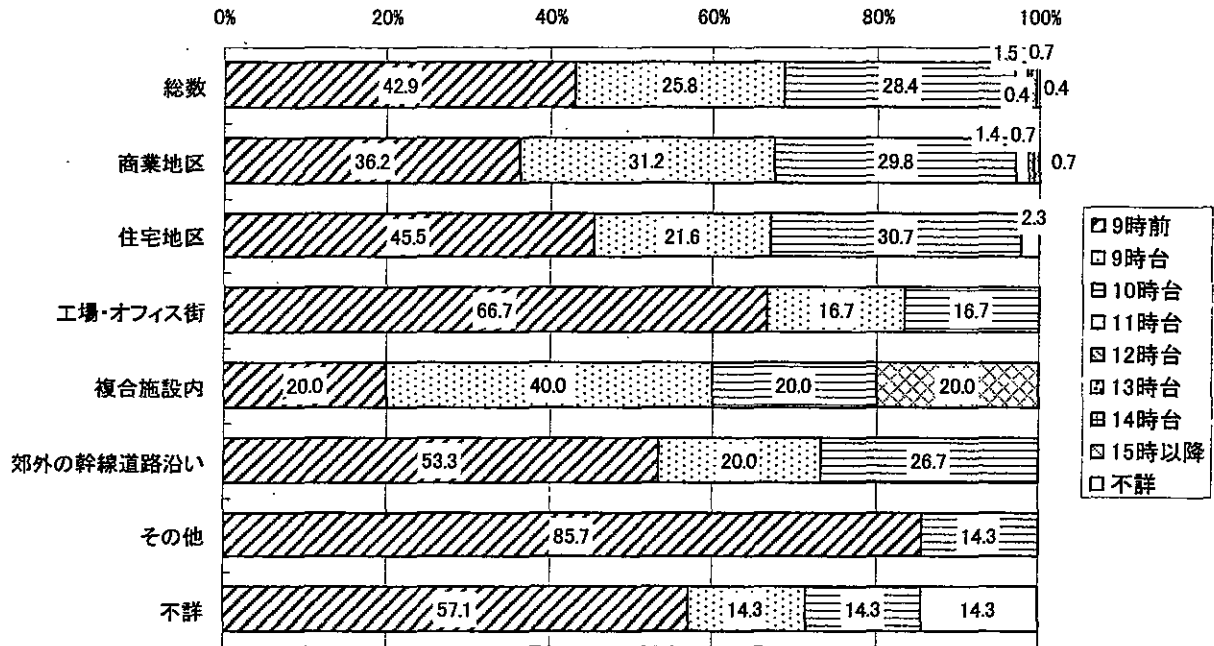
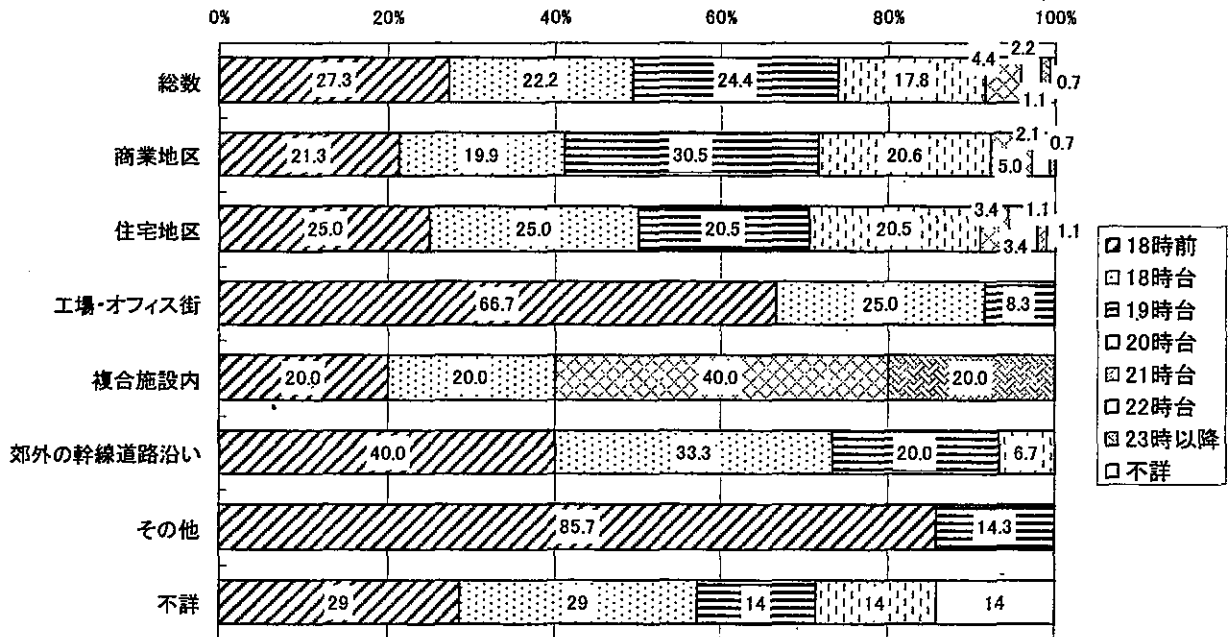


図-10 立地条件別・開店時間別施設数の構成割合(単位:%)



(4) 本業の当期純利益動向の主な原因

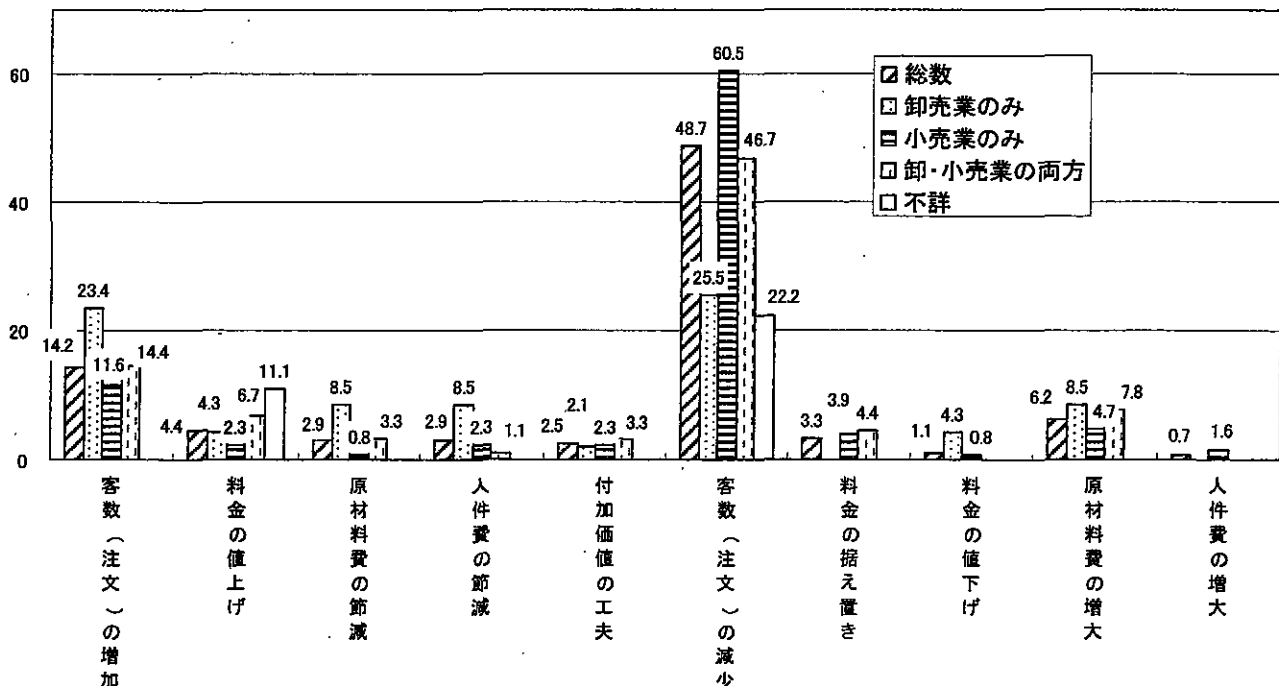
(表-7)(図-11)は、本業の当期純利益の動向の主な原因について、「利益増加原因」と「利益減少原因」に分けて、卸・小売業の機能別に施設数の構成割合をみたものである。

- ① 全体の動向をみると、(図-11)で分かるように、回答者の多くが「客数(注文)の減少」と答えており、市場の縮小傾向が明確に表されている。
- ② 機能別にみると、卸売では、「客数の減少」と「客数の増加」が25.5%と23.4%で拮抗しており、業界内部での明暗が分かれている様子が伺える。
- ③ 小売業では、利益減少原因を挙げた割合が71.5%を占めており、特に顧客(注文)減少が深刻な問題と言える。
- ④ 卸・小売業の両方では、「客数(注文)の減少」が46.7%である一方、「客数(注文)の増加」も14.4%が挙げられており、「付加価値の工夫」の回答も3.3%ではあるが、機能別動向の中では最も多い。

表-7 卸・小売業機能別・当期純利益動向の原因別施設数の構成割合(単位:%)

	総数		利益増加原因					利益減少原因					その他	特になし	不詳	合計
	実数	構成割合	客数(注文)の増加	料金の値上げ	原材料費の節減	人件費の節減	付加価値の工夫	客数(注文)の減少	料金の据え置き	料金の値下げ	原材料費の増大	人件費の増大				
総数	275	100.0	14.2	4.4	2.9	2.9	2.5	48.7	3.3	1.1	6.2	0.7	0.7	7.6	4.7	100.0
卸売業のみ	47	17.1	23.4	4.3	8.5	8.5	2.1	25.5	-	4.3	8.5	-	2.1	10.6	2.1	100.0
小売業のみ	129	46.9	11.6	2.3	0.8	2.3	2.3	60.5	3.9	0.8	4.7	1.6	-	3.9	5.4	100.0
卸・小売業の両方	90	32.7	14.4	6.7	3.3	1.1	3.3	46.7	4.4	-	7.8	-	1.1	8.9	2.2	100.0
不詳	9	3.3	-	11.1	-	-	-	22.2	-	-	-	-	-	33.3	33.3	100.0
合計	275	100.0														

図-11 卸・小売業機能別当期純利益動向の主な原因



### (5) 生鮮肉の仕入先

(図-12)(表-8)は、卸・小売業機能別に仕入先別施設数の割合をみたものである。

- ① 総数で見ると「卸売業者・卸売市場」が61.8%で最も多く、以下「食肉加工会社」が28.7%、「生産者・生産者団体」が18.9%、「食肉センター」7.3%などとなっている。
- ② 卸売業では、「卸売業者・卸売市場」が48.9%、「食肉加工会社」が44.7%となって2大ルートを形成し、31.9%の「生産者・生産者団体」が続いている。
- ③ 小売業のみについては、「卸売業者・卸売市場」の69.8%が圧倒的に多く、「食肉加工会社」が26.4%となっている。
- ④ 卸・小売業の両方では、「卸売業者・卸売市場」の55.6%が最も多く、次いで、「生産者・生産者団体」の30.0%、「食肉加工会社」の25.6%、「食肉センター」が13.3%という順である。

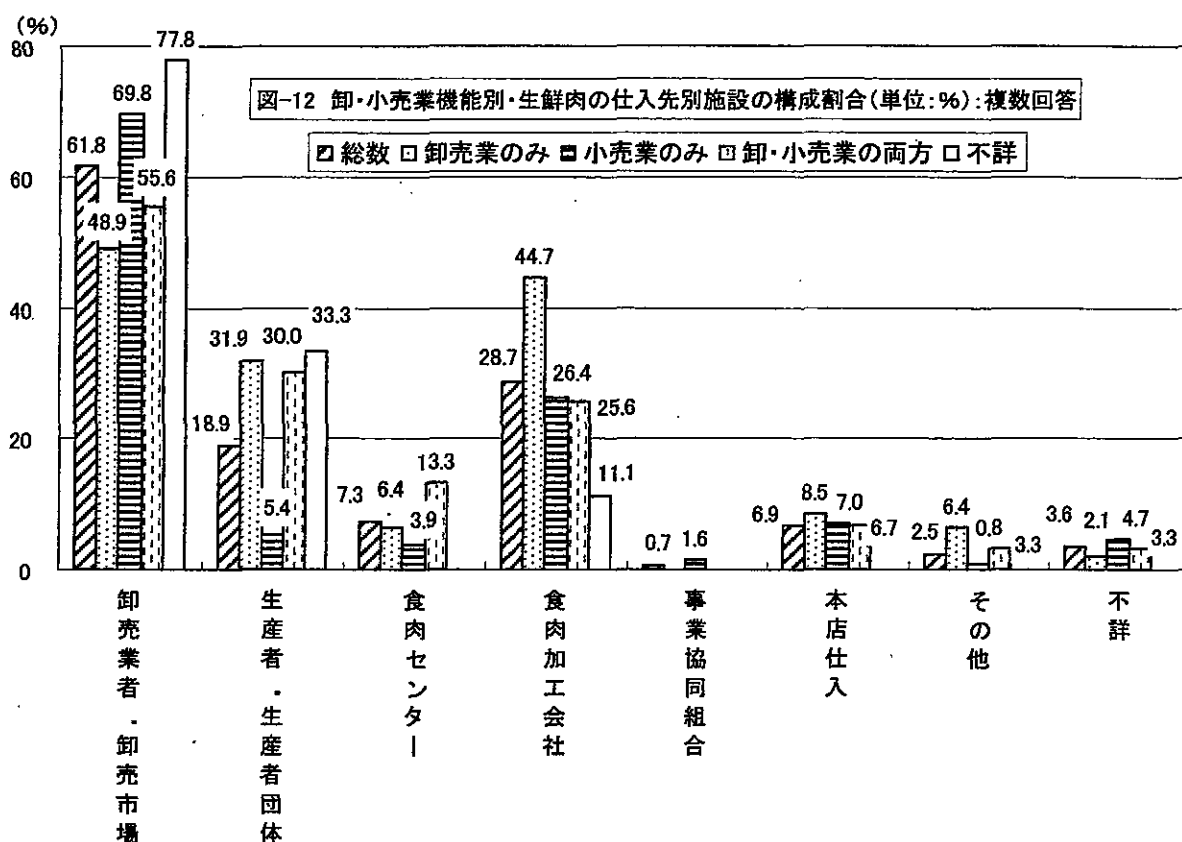


表-8 卸・小売業機能別・生鮮肉の仕入先別施設数の構成割合(単位:%) (複数回答)

	総数		卸売業者・卸売市場	生産者・生産者団体	食肉センター	食肉加工会社	事業協同組合(協同仕入)	本店仕入	その他	不詳
	実数	構成割合								
総数	275	100.0	61.8	18.9	7.3	28.7	0.7	6.9	2.5	3.6
卸売業のみ	47	17.1	48.9	31.9	6.4	44.7	-	8.5	6.4	2.1
小売業のみ	129	46.9	69.8	5.4	3.9	26.4	1.6	7.0	0.8	4.7
卸・小売業の両方	90	32.7	55.6	30.0	13.3	25.6	-	6.7	3.3	3.3
不詳	9	3.3	77.8	33.3	-	11.1	-	-	-	-
合計	275	100.0								

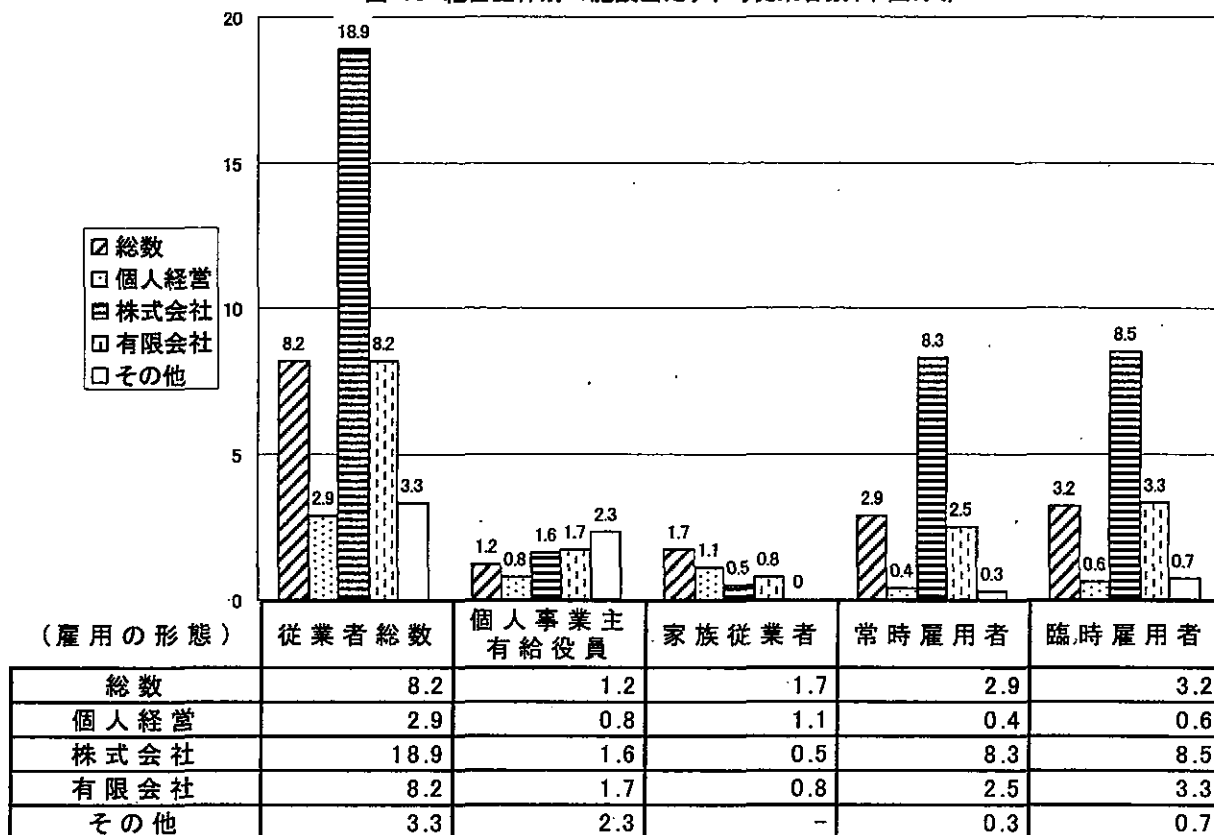
### 3 従業者と労働条件

#### (1) 1施設あたり平均従業者数

(図-13)は、経営主体別に、雇用形態別平均従業者数をみたものである。

- ① 総数では、平均従業者数は8.2人となっている。内訳では、「個人事業主・有給役員」が1.2人、「家族従業員」は1.7人（個人経営1.1人、個人経営以外0.6人）、「常時雇用者」が2.9人、「臨時雇用者」が3.2人である。
- ② 経営主体別に平均従業者数をみると、株式会社が18.9人と最も多いが、前回調査の24.4人と比較すると5.5人減となり、22.5%と2割以上の削減となっている。有限会社の平均従業者数は8.2人、個人経営では2.9人となっている。
- ③ 雇用形態別にみると、個人経営では「家族従業者」の割合が高く、株式会社、有限会社では「臨時雇用者」の割合が最も高くなっている。どの経営主体においても、従業員対策と人件費対策に厳しさが伺える。

図-13 経営主体別・1施設あたり平均従業者数(単位:人)





(2) 常時雇用者の1施設あたり平均在勤年数及び平均年齢

- ① (図-14) は、常時雇用者の1施設あたりの平均在勤年数をみたものである。平均勤続年数を男女別にみると、男性では「20年以上」の33.0%が最も多く、女性は「5～9年」の29.4%が最も多い。
- ② (図-15) は、常時雇用者の1施設あたりの平均年齢をみたものである。平均年齢を男女別にみると、男性・女性いずれも「50歳以上」が最も多く、男性42.3%、女性47.1%の割合となっている。

図-14 常時雇用者男女別・平均在勤年数別施設数の構成割合  
(単位:%)

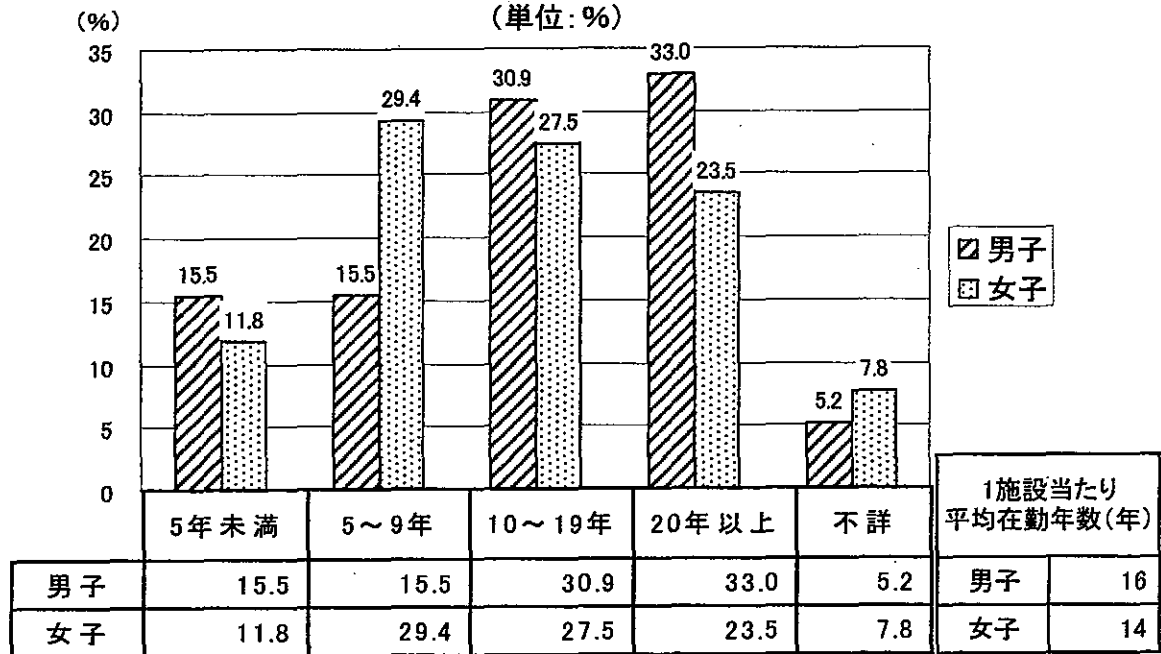
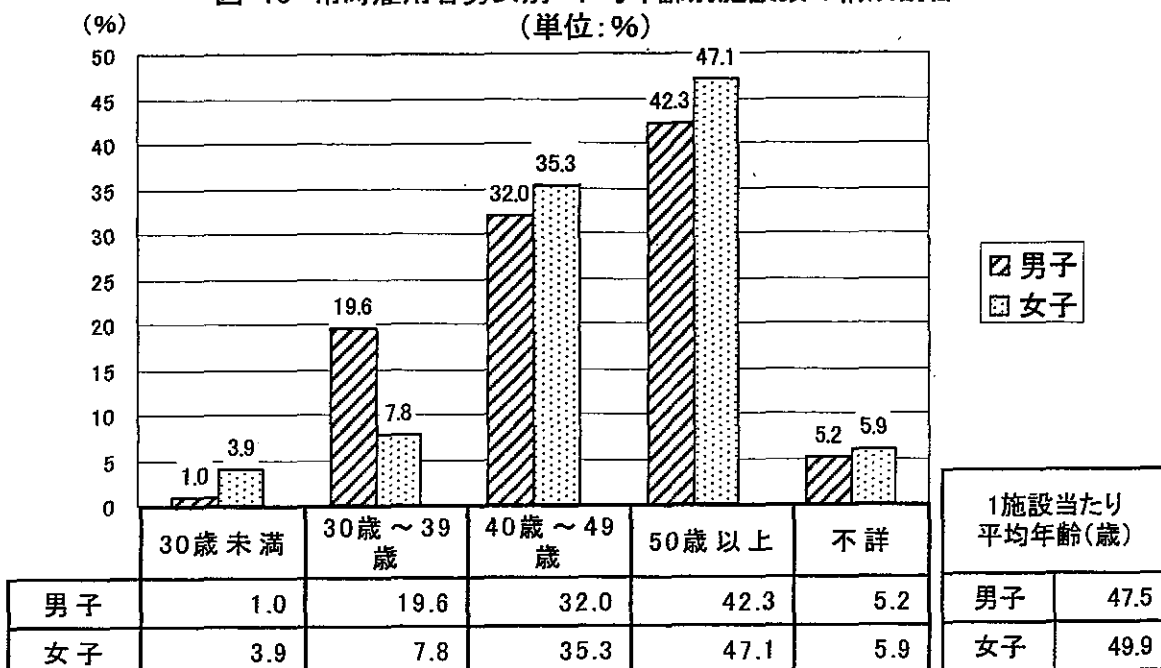


図-15 常時雇用者男女別・平均年齢別施設数の構成割合  
(単位:%)

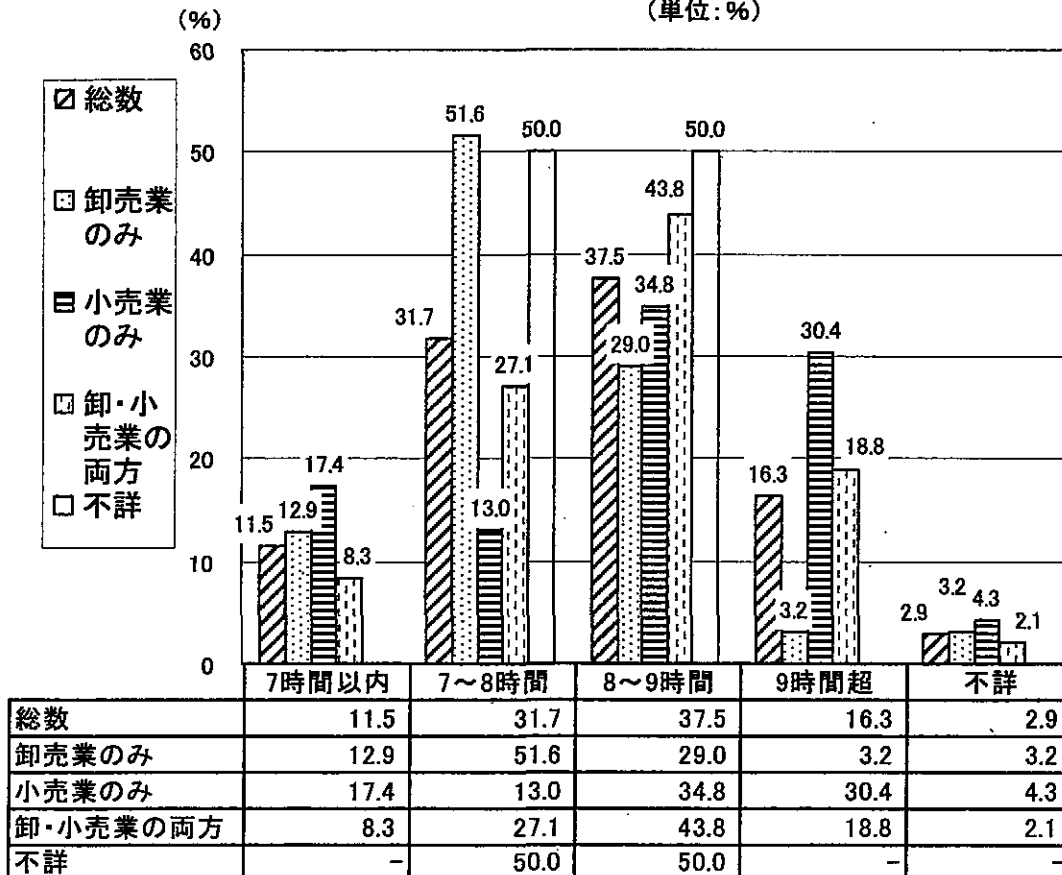


### (3) 1日平均労働時間

(図-16) は常時雇用者のある施設の1日平均労働時間を、卸・小売業機能別にみたものである。

- ① 総数では「8～9時間」が37.5%で最も多い。
- ② 卸売業のみでは、「7～8時間」が51.6%で最も多く、次いで「8～9時間」が29.0%、「7時間以内」が12.9%で、「9時間超」は3.2%である。
- ③ 小売業のみでは、「8～9時間」が34.8%で最も多く、以下、「9時間超」の30.4%、「7時間以内」の17.4%、「7～8時間」の13.0%の順となっている。
- ④ 卸・小売業の両方では、「8～9時間」が43.8%、次いで、「7～8時間」の27.1%、「9時間超」の18.8%、「7時間以内」の8.3%の順である。

図-16 卸・小売業機能別・1日平均労働時間別施設数の構成割合  
(単位:%)



#### (4) 月平均休日数

(図-17)(表-9)は、常時雇用者の月平均休日数を卸・小売業機能別にみたものである。

- ① 総数では、「5日」が26.9%で最も多く、「8日」の26.0%が次いで多い。以下「4日(17.3%)」「6日(9.6%)」「9日以上(7.7%)」「7日(6.7%)」の順となっている。
- ② 卸売業のみについてみると、「8日」の38.7%が最も多く、比率が一番少ないのは「6日」の6.5%である。1施設あたりの平均休日数は卸売業のみが「6.8日」で最も多くなっている(不詳を除く)。
- ③ 一方、小売業のみでは「4日」の34.8%が最も多く、次いで「5日」の30.4%となっており、この両方で65%強の割合である。
- ④ 卸・小売業の両方の平均休日数は、総数の傾向に近く「5日」が29.2%で最も多く、「8日」が25.0%で次いでいる。

図-17 卸・小売業機能別・月平均休日数別施設数の構成割合

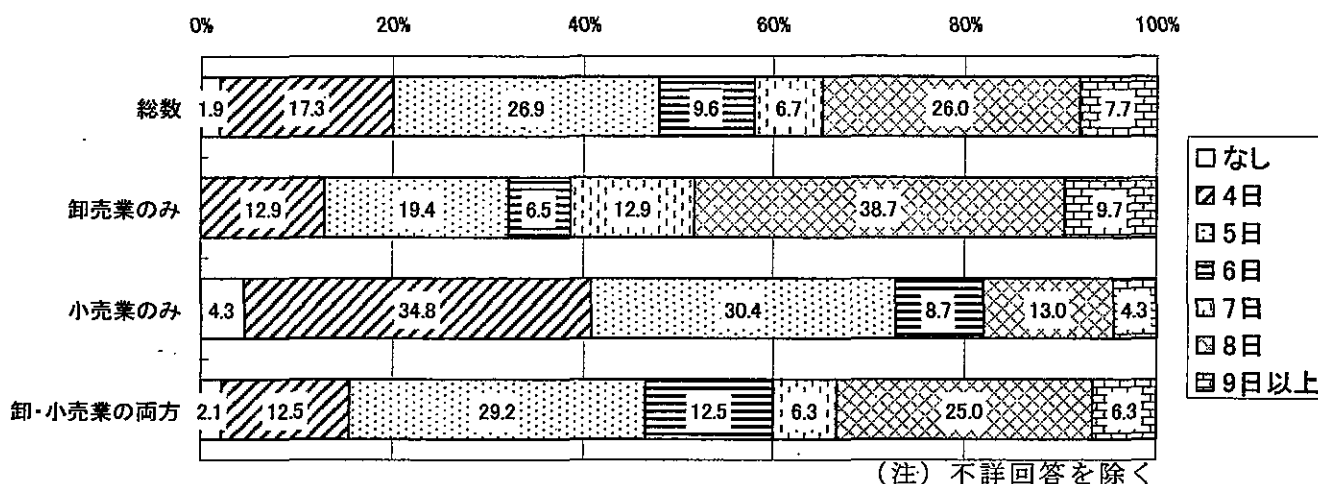


表-9 卸・小売業機能別・月平均休日数別施設数の構成割合(単位:%)

	なし	1~2日	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日以上	不詳	1施設当たり平均休日数
総数	1.9	-	-	17.3	26.9	9.6	6.7	26.0	7.7	3.8	6.1
卸売業のみ	-	-	-	12.9	19.4	6.5	12.9	38.7	9.7	-	6.8
小売業のみ	4.3	-	-	34.8	30.4	8.7	-	13.0	4.3	4.3	5.2
卸・小売業の両方	2.1	-	-	12.5	29.2	12.5	6.3	25.0	6.3	6.3	6.1
不詳	-	-	-	-	50.0	-	-	-	50.0	-	7.0

(5) 労働時間短縮努力

(表-10)(図-18)(図-19)は労働時間短縮のための努力の有無と労働時間短縮努力の内容を訊いたものである。

- ① (図-18)では、労働時間短縮のための努力の有無を卸・小売業機能別に示した。総数では53.8%が「短縮努力あり」と回答し、「短縮努力なし」は46.2%である。
- ② (図-19)では、労働時間短縮努力の内容を、卸・小売業機能別に示している(複数回答)。グラフ全体でみると、卸・小売業ともに「週休2日制度」への取り組みが最も多く行われている様子が分かる。

表-10 卸・小売業機能別・労働時間短縮努力別施設数の構成割合(単位:%)

	総数		労働時間短縮努力あり	労働時間短縮努力ありの項目(複数回答)					労働時間短縮努力なし	不詳
	実数	構成割合		週休2日制度	計画休暇制度	設備導入による省力化	その他の努力	不詳		
総数	104	100.0	53.8	25.0	11.5	9.6	9.6	1.0	46.2	2.9
卸売業のみ	31	29.8	58.1	32.3	16.1	12.9	6.5	-	41.9	-
小売業のみ	23	22.1	52.2	17.4	8.7	4.3	8.7	4.3	47.8	8.7
卸・小売業の両方	48	46.2	50.0	22.9	10.4	8.3	10.4	-	50.0	2.1
不詳	2	1.9	-	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-
合計	104	100.0								

図-18 卸・小売業機能別・労働時間の短縮努力の有無の構成割合

☑ 労働時間短縮努力あり ☐ 労働時間短縮努力なし

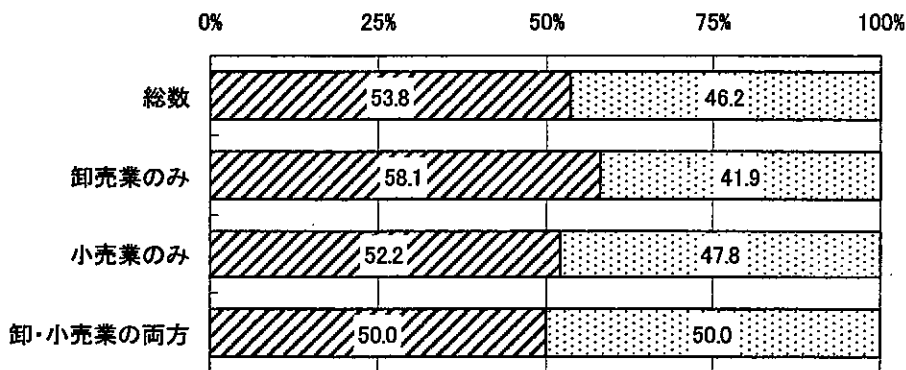
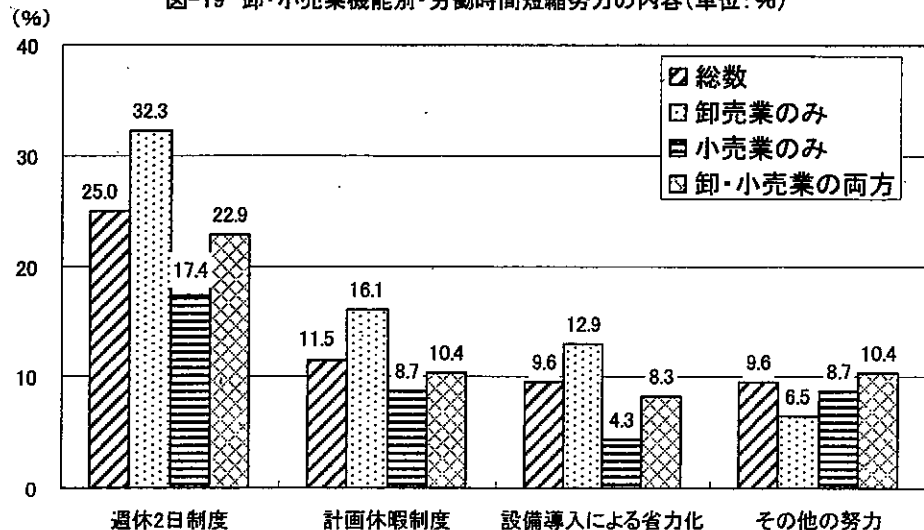


図-19 卸・小売業機能別・労働時間短縮努力の内容(単位:%)



(6) 各種制度の整備状況

(表-11) は就業規則、国民年金基金、厚生年金基金などの整備・実施状況を、経営主体別に整理したものである。

- ① 「就業規則」の整備状況を総数で見ると、62.5%が「就業規則あり」と答え、37.5%が「就業規則なし」と答えている。「就業規則あり」について経営主体別にみると、「株式会社」が79.2%で有限会社が59.3%となっており、個人経営では30.4%にとどまっている。
- ② 「国民年金基金」制度については、総数では76.0%が「制度なし」と答え、「制度あり」はわずか9.6%である。
- ③ 「厚生年金基金」制度では、総数で見ると「制度あり」が45.2%、「制度なし」が51.0%の割合になっている。
- ④ また、健康診断の実施状況を見ると、「年1回」が51.9%で最も多く、「年2回以上」と「2,3年に1回」はそれぞれ2.9%で、「実施なし」が38.5%となっている。

表-11 経営主体別・各種制度の実実施施設数の構成割合(単位:%)

		総数	個人経営	株式会社	有限会社	その他	
実数		104	23	53	27	1	
構成割合		100.0	22.1	51.0	26.0	1.0	
就業規則	就業規則あり	62.5	30.4	79.2	59.3	-	
	複数回答	賃金	44.2	21.7	64.2	25.9	-
		退職制度	38.5	8.7	62.3	18.5	-
		休暇	38.5	4.3	62.3	22.2	-
		職業訓練(研修等)	4.8	-	5.7	7.4	-
		その他	7.7	-	13.2	3.7	-
		不詳	5.8	-	1.9	18.5	-
	就業規則なし	37.5	69.6	20.8	40.7	100.0	
不詳	2.9	8.7	1.9	-	-		
国民年金基金	国民年金基金制度あり	9.6	4.3	11.3	11.1	-	
	国民年金基金制度なし	76.0	91.3	71.7	74.1	-	
	不詳	14.4	4.3	17.0	14.8	100.0	
厚生年金基金	厚生年金基金制度あり	45.2	-	58.5	55.6	100.0	
	厚生年金基金制度なし	51.0	95.7	35.8	44.4	-	
	不詳	3.8	4.3	5.7	-	-	
健康診断の実施状況							
年2回以上		2.9	-	1.9	7.4	-	
年1回		51.9	30.4	62.3	51.9	-	
2,3年に1回		2.9	-	3.8	3.7	-	
その他		1.9	-	-	7.4	-	
実施なし		38.5	60.9	32.1	29.6	100.0	
不詳		1.9	8.7	-	-	-	

#### 4 施設・設備の整備状況

##### (1) 土地・建物の所有状況

(図-20)(表-12)は、営業施設の土地・建物の所有状況を経営主体別にみたものである。

- ① 総数では、「土地・建物とも借用」が42.5%で最も多く、「土地・建物とも自己所有」は40.4%となっている。
- ② 経営主体別にみると、個人経営では「土地・建物とも自己所有」が47.0%で、「土地・建物とも借用」の37.6%より9.4%多く、株式会社では、半数強の50.7%が「土地・建物とも借用」で、「土地・建物とも自己所有」は31.0%である。
- ③ 有限会社は「土地・建物とも借用」が44.2%で「土地・建物とも自己所有」の34.6%より9.6%多く、土地か建物のどちらかを自己所有している比率が他の経営主体と比較して高くなっている。
- ④ 資産構成面で経営主体別の特徴が認められる項目となっていることが伺える。

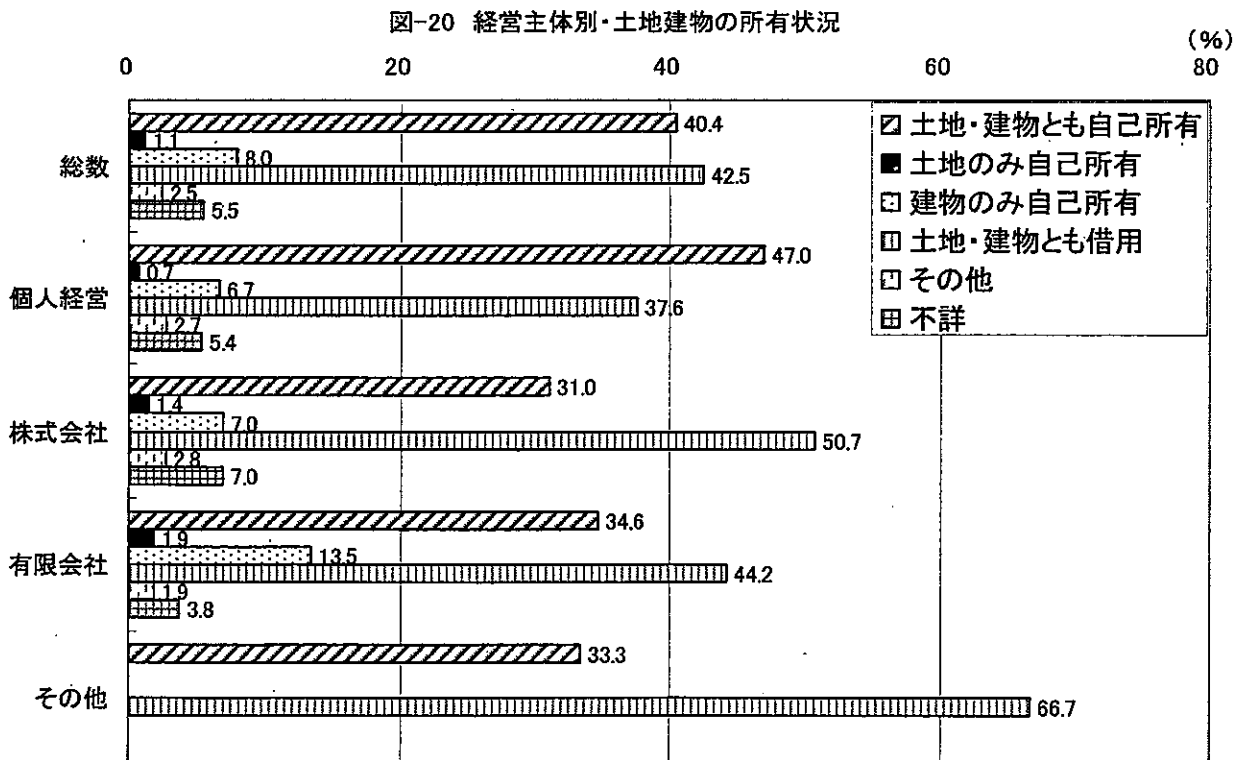


表-12 経営主体別・土地建物の所有状況(単位:％)

	総数		土地・建物の所有状況					
	実数	構成割合	土地・建物とも自己所有	土地のみ自己所有	建物のみ自己所有	土地・建物とも借用	その他	不詳
総数	275	100.0	40.4	1.1	8.0	42.5	2.5	5.5
個人経営	149	54.2	47.0	0.7	6.7	37.6	2.7	5.4
株式会社	71	25.8	31.0	1.4	7.0	50.7	2.8	7.0
有限会社	52	18.9	34.6	1.9	13.5	44.2	1.9	3.8
その他	3	1.1	33.3	-	-	66.7	-	-

(2) 土地・建物の平均面積

(図-21) は1施設あたりの土地の面積と建物の延べ床面積を経営主体別にみたものであり、(表-13) は経営主体別の1施設あたりの土地と建物の延べ床面積について、広さ別に分けて、構成割合をみたものである。

- ① 総数で見ると、1施設あたりの土地の平均面積は「309.7㎡」で、建物の延べ床面積の平均は「269.4㎡」となっている。
- ② 平均面積を経営主体別にみると、株式会社が「土地835.6㎡、床面積829.5㎡」で最も広く、以下、有限会社「土地328.0㎡、床面積134.4㎡」、個人経営「土地81.5㎡、床面積72.0㎡」の順になっている。

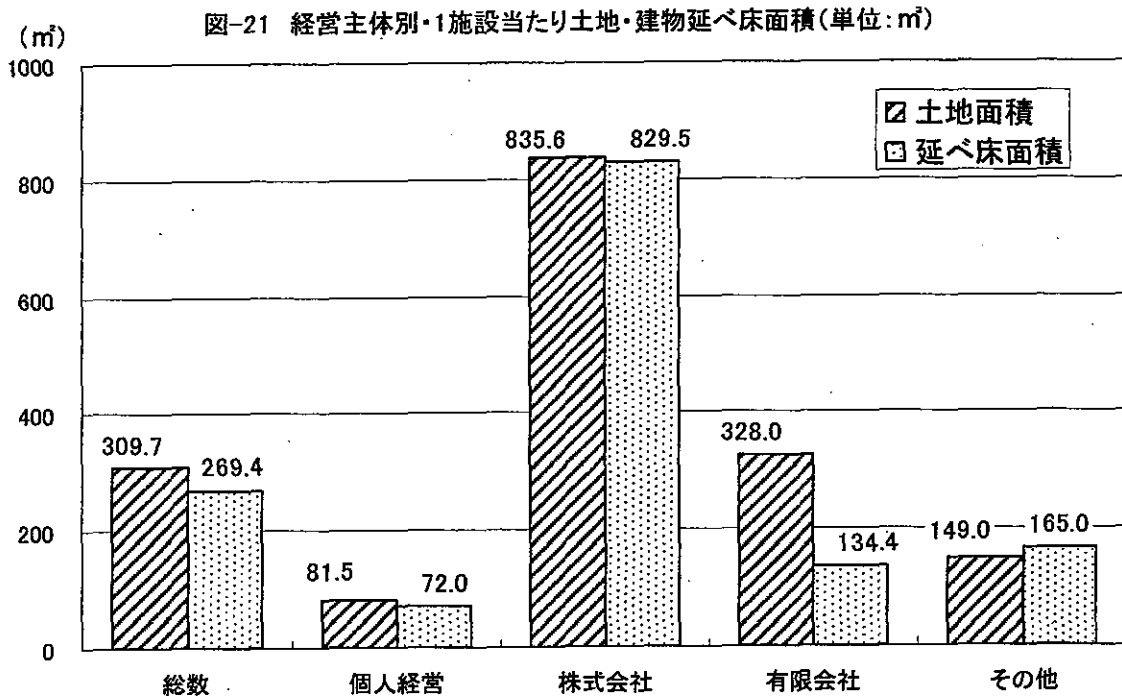


表-13 経営主体別・1施設当たり土地・建物面積の構成割合(単位:%)

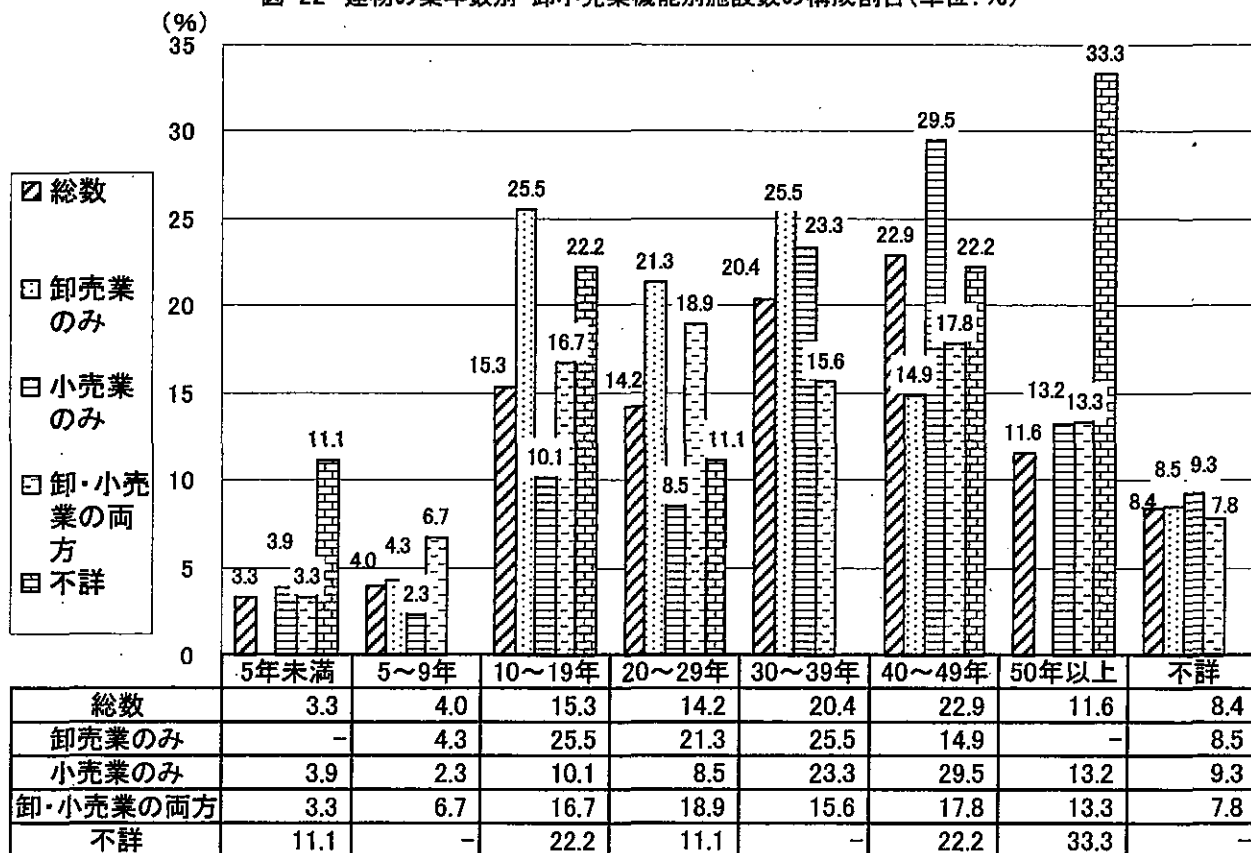
		総数	個人経営	株式会社	有限会社	その他
土地面積	1施設当たり平均面積(㎡)	309.7	81.5	835.6	328.0	149.0
	50㎡未満	27.3	37.6	7.0	26.9	-
	50~100㎡	13.5	16.8	11.3	7.7	-
	100~300㎡	16.4	13.4	18.3	21.2	33.3
	300~500㎡	4.4	3.4	5.6	5.8	-
	500㎡以上	7.3	-	21.1	9.6	-
	不詳	31.3	28.9	36.6	28.8	66.7
延べ床面積	1施設当たり平均面積(㎡)	269.4	72.0	829.5	134.4	165.0
	50㎡未満	30.5	42.3	14.1	21.2	-
	50~100㎡	16.0	14.8	9.9	28.8	-
	100~300㎡	16.0	14.1	19.7	15.4	33.3
	300~500㎡	3.3	1.3	5.6	5.8	-
	500㎡以上	5.8	0.7	18.3	3.8	-
	不詳	28.4	26.8	32.4	25.0	66.7

### (3) 現在の施設の建物年数（店舗新築・改築後の年数）

(図-22) は現在の施設の建物年数を、卸・小売業機能別にみたものである。

- ① 建物の築年数を総数で見ると、「40～49年」が22.9%で最も多く、「30～39年」が20.4%で次いでいる。「30年以上」の店舗が全体の54.9%を占めており、建物の老朽化を表している。前回調査では「30～39年」「20～29年」という順序だったので、そのまま10年間分シフトした感がある。「5年未満」が3.3%しかないことから、新築・改築資金の調達への厳しさを伺うことが出来る。
- ② 卸・小売業機能別に建物の築年数をみると、卸売業のみでは「10～19年」「30～39年」が25.5%で最も多く、「20～29年」が21.3%、「40～49年」が14.9%、「5～9年」が4.3%となっており、「5年未満」と「50年以上」の回答はない。
- ③ 小売業のみでは、「40～49年」が29.5%で最も多く、次いで「30～39年」の23.3%、「50年以上」の13.2%となっており、30年以上の建物が66.0%を占めている。
- ④ 卸・小売業の両方については、「20～29年」が18.9%で最も多く、以下「40～49年」が17.8%、「10～19年」が16.7%、「30～39年」が15.6%、「50年以上」が13.3%などの順となっている。

図-22 建物の築年数別・卸小売業機能別施設数の構成割合(単位:%)





#### (4) 設備の保有状況

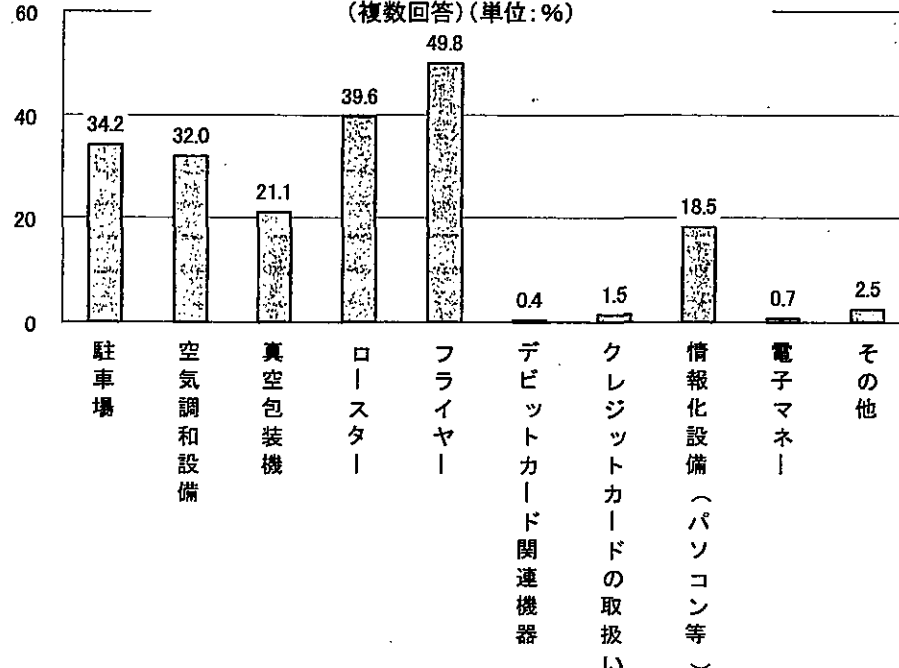
(表-14) は卸・小売業機能別に保有設備と実施サービスの種類について割合をみたもので、(図-23) は総数における設備とサービスの構成割合をグラフにしたものである。

- ① 「駐車場」についてみると、総数では34.2%であるが、卸・小売業機能別にみると、「卸売業のみ(51.1%)」、「卸・小売業の両方(37.8%)」、「小売業のみ(24.8%)」の順となっている。
- ② 保有率が最も高いのは「フライヤー」「ロースター」で、総数ではそれぞれ49.8%、39.6%となっているが、卸・小売業機能別には、両設備とも卸売業のみでは12.8%、14.9%と低い比率になっている。
- ③ 「情報化設備(パソコン等)」については、卸・小売業の両方が30.0%で最も高く、卸売業が25.5%、小売業のみが8.5%の順で、総数では18.5%にとどまっている。

表-14 卸小売業機能別・保有設備及び実施サービス等の種類別施設数の構成割合  
(複数回答、単位:%)

	総数	卸売業のみ	小売業のみ	卸・小売業の両方	不詳
駐車場	34.2	51.1	24.8	37.8	44.4
空気調和設備	32.0	31.9	28.7	36.7	33.3
真空包装機	21.1	38.3	6.2	34.4	11.1
ロースター	39.6	14.9	48.8	40.0	33.3
フライヤー	49.8	12.8	64.3	50.0	33.3
デビットカード関連機器	0.4	-	0.8	-	-
クレジットカードの取扱い	1.5	2.1	1.6	1.1	-
情報化設備(パソコン等)	18.5	25.5	8.5	30.0	11.1
電子マネー	0.7	2.1	0.8	-	-
その他	2.5	8.5	1.6	1.1	-
特になし	13.5	10.6	14.7	12.2	22.2
不詳	6.5	10.6	7.0	3.3	11.1

図-23 施設総数における設備・サービス等の保有・実施割合  
(複数回答)(単位:%)



(5) 設備投資の実績と予定

① 過去3年間の設備投資実績及び資金調達方法

(表-15)は過去3年間に設備投資を行った施設の、「設備投資の主な理由」と「主な資金調達方法」「借入先」について、卸・小売業機能別に構成割合をみたものである。

(図-24)は、「設備投資の主な理由」について、卸・小売業機能別に構成割合をグラフにしたもので、(図-25)は「主な資金調達方法」「借入先」について卸・小売業機能別に構成割合をグラフにしたものである。

ア 総数で見ると設備投資の主な理由では、「設備の老朽」が65.3%で圧倒的に多く、次いで多いのが「経営改善策」の17.8%となっている。この傾向は卸・小売業機能別に見ても同じであるが、小売業のみでは、「設備の老朽」割合が特に高く81.1%を占める反面「経営改善策」は「経営者の交代」と同じ5.4%と低くなっている。

イ 主な資金調達方法については、総数では「自己資金」が34.7%で最も多く、「借入金」が28.7%、「自己資金と借入金」が21.8%となっている。卸・小売業機能別にみると、卸売業のみと小売業のみで「自己資金」の割合が高く、それぞれ41.2%、48.6%となっており、卸売業のみと卸・小売業の両方で「借入金」の割合が高く、それぞれ35.3%、40.0%となっている。

ウ 借入先(複数回答)では、「その他の金融機関」が35.6%で最も多く、「日本政策金融公庫」が20.8%、「その他」が3.0%であるが、「不詳」が47.5%もあり、気になる回答となっている。

表-15 設備投資と資金調達方法の卸・小売業機能別施設数の構成割合(単位:%)

		総数	卸売業のみ	小売業のみ	卸・小売業の両方	不詳
実数		101	17	37	45	2
構成割合		100.0	16.8	36.6	44.6	2.0
設備投資の 主な理由	設備の老朽	65.3	64.7	81.1	55.6	-
	経営改善策	17.8	29.4	5.4	20.0	100.0
	利用客の要望	2.0	5.9	2.7	-	-
	経営者の交代	5.9	-	5.4	8.9	-
	その他	4.0	-	2.7	6.7	-
	不詳	5.0	-	2.7	8.9	-
主な 資金調達方法	自己資金	34.7	41.2	48.6	22.2	-
	自己資金と借入金	21.8	5.9	27.0	22.2	50.0
	借入金	28.7	35.3	13.5	40.0	-
	不詳	14.9	17.6	10.8	15.6	50.0
借入先 (複数回答)	日本政策金融公庫	20.8	23.5	13.5	24.4	50.0
	その他の金融機関	35.6	41.2	18.9	46.7	50.0
	その他	3.0	-	8.1	-	-
	不詳	47.5	47.1	62.2	35.6	50.0

図-24 卸・小売業機能別・投資理由別施設数の構成割合(単位:%)

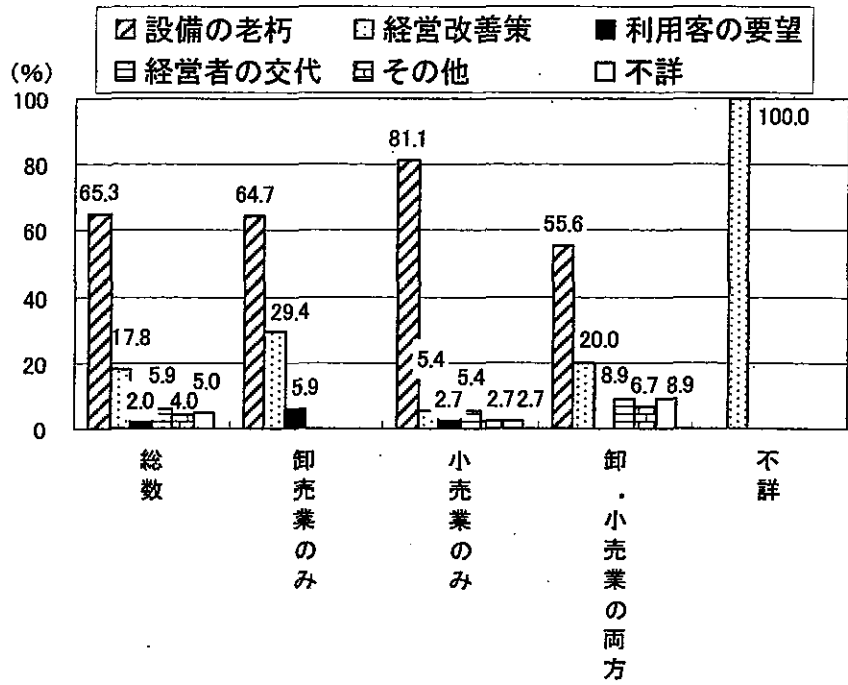
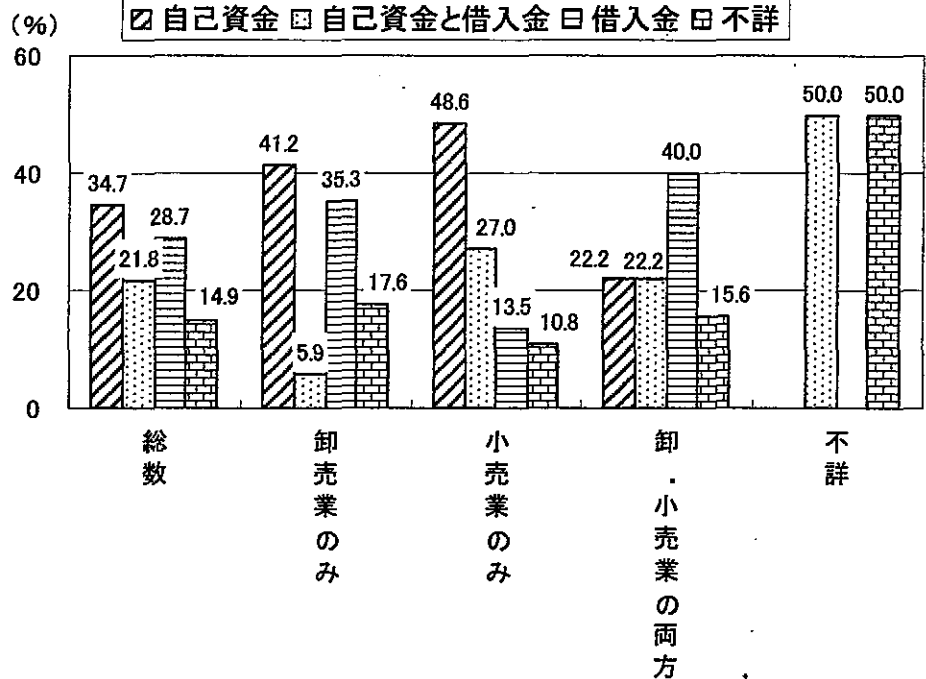


図-25 卸・小売業機能別・資金調達方法別施設数の構成割合(単位:%)



② 向こう3年間の設備投資予定及び資金調達方法

(表-16)は、向こう3年間の設備投資予定がある施設について、「設備投資の主な内容と理由」、「資金調達方法」について、卸・小売業機能別に構成割合をみたものであり、(図-26)は「設備投資の主な内容」の卸・小売業機能別の構成割合を表したグラフである。

- ア 総数で設備投資の主な内容を見てみると、「設備の改装」と「設備の新設・更新等」が最も多く35.6%で並んでいる。
- イ 設備投資の主な理由では、全ての機能施設で「設備の老朽」を挙げており、総数では62.7%となっており、卸・小売業機能別では、小売業のみ(76.9%)、卸・小売業の両方(67.9%)、卸売業のみ(50.0%)の順である。

表-16 向こう3年間の設備投資予定の内容別・卸小売業機能別施設数の構成割合(単位:%)

		総数	卸売業のみ	小売業のみ	卸・小売業の両方	不詳	
		実数	59	14	13	28	4
		構成割合	100.0	23.7	22.0	47.5	6.8
設備投資の 主な内容	設備の新築・改築	18.6	14.3	7.7	25.0	25.0	
	設備の改装	35.6	28.6	38.5	35.7	50.0	
	設備の新設・更新等	35.6	57.1	30.8	28.6	25.0	
	省エネ設備の更新等	-	-	-	-	-	
	その他	1.7	-	7.7	-	-	
	不詳	8.5	-	15.4	10.7	-	
設備投資の 主な理由	設備の老朽	62.7	50.0	76.9	67.9	25.0	
	経営改善策	16.9	21.4	23.1	14.3	-	
	利用客の要望	1.7	-	-	3.6	-	
	経営者の交代	1.7	-	-	3.6	-	
	水道光熱費等削減	-	-	-	-	-	
	その他	5.1	7.1	-	-	50.0	
	不詳	11.9	21.4	-	10.7	25.0	
	資金調達方法 (複数回答)	自己資金	23.7	35.7	23.1	21.4	-
日本政策金融公庫	10.2	-	30.8	7.1	-		
その他	35.6	28.6	-	53.6	50.0		
不詳	32.2	35.7	46.2	21.4	50.0		

図-26 向こう3年間の設備投資予定 卸・小売業機能別構成割合(単位:%)

設備の新築・改築
  設備の改装
  設備の新設・更新等
  省エネ設備の更新等
  その他
  不詳

