

平成18年版「東京都中小企業経営白書」発行される

流通産業の克服すべき課題を示す

- 東京都産業労働局 -

東京都産業労働局はこのほど平成18年版「東京都中小企業経営白書」を発行した。今回は3年ぶり、2回目の発行となる流通産業編で、小売業と消費財卸売業（主に小売業に商品を供給）を対象とし、その経営活動の実態を調査・分析して東京における流通産業の克服すべき課題を示している。白書の概要は次のとおり。

平成18年版「東京都中小企業経営白書（流通産業編）」の概要

3年前と比べて売上高、経常利益額が減少した企業は、小売業はともに7割を超えている。卸売業では、売上高の減少が6割弱、経常利益額減少が5割を超えている。

(1) 経営状況の厳しさが増す小売業

小売業全体では、3年前と比べて売上高が『増加（10%以上増加＋やや増加）』企業と回答した企業はわずかに9.6%に過ぎない。一方、『減少（10%以上減少＋やや減少）』と回答した企業は73.6%にのぼる。業種別にみると、生鮮食品小売業及び食料品関連小売業では『減少』企業が約8割と大きな割合を占めている。従業員規模別にみると、「10%以上減少」した企業の割合は、規模が小さいほど高い。

(2) 規模格差が大きい卸売業

卸売業全体では、3年前と比較して売上高が『増加』と回答した企業が24.3%と小売業に比べて高い割合である。一方、『減少』と回答した企業の割合は58.5%と増加企業の2倍以上になる。業種別にみると、衣料品関連卸売業では「10%以上減少」した企業が45.0%と大きな割合を占めている。従業員規模別にみると、規模が小さいほど『減少』した企業の割合が高い。50人以上では、『増加』した企業が5割を超え、『減少』した企業を上回っている。

小売業の後継者については、「決まらずに困っている」が7.4%、「今の代で廃業するので必要ない」が35.0%と、事業承継に問題を抱える企業が4割を占める。

小売業では後継者が「決まっている」

企業が28.0%であるのに対して、「今の代で廃業するので必要ない」とする企業が35.0%と廃業を考える企業が多く、小売店舗数の減少が危惧される。従業者規模別にみると、1～2人では「今の代で廃業するので必要ない」企業が61.5%と高い割合である。

11年以上店舗改装していない小売店舗が49.7%を占め、老朽化した店舗が多い。

小売業の店舗改装の時期は、「11～15年前」が17.1%、「16年以上前」が32.6%と11年以上前に改装した小売店舗が49.7%を占める。業種別にみると、各種小売業では5年以内に改装した店舗が4割以上あるのに対して、生鮮食品小売業では1割に過ぎない。従業者規模別にみると、1～2人では「16年以上前」に改装した企業が43.8%と、小規模店舗での改装の遅れが目立ち、規模間の格差が大きくあらわれている。

1日の来客店舗数の減少した企業が65.7%、平均客単価の減少した企業が61.6%を占め、集客力と販売力が低下している。

全体では1日の来店客数が『減少』した企業は65.7%と『増加』した企業の6.5%を大きく上回る。業種別にみると、生鮮食品小売業及び住関連小売業では7割を超えている。

従業者規模別にみると、1～2人では『減少』企業が75.4%と大きな割合を占めている。一方20人以上では『減少』は36.2%と、規模による格差が大きい。

全体の平均客単価の変化をみると、『減少』した企業は61.6%と『増加』を大きく上回る。業種別にみると、生鮮食品小売業では減少企業が7割を超え、来店客数に加えて客単価の減少が目立って高い。従業者規模別にみると、1～2人では『減少』企業が69.0%と、小規模の企業の割合は高くなっている。

【小売業・卸売業の取引活動】

卸売業はオンラインネットワークを利用する企業の割合が34.9%と少ない。なお、その利用する企業は従業者規模が大きくなるほど割合が高い。

卸売業はオンラインネットワークを「利用している」と回答した企業が34.9%と、「利用していない」企業の52.3%を下回り、メーカーや小売業等の取引先とのオンラインネットワーク化が遅れている企業が多い。

従業者規模別にみると、1～4人では「利用している」企業が19.5%であり、一方「利用していない」が67.1%と、その差がほぼ3倍となっている。また、5～9人の「利用している」企業が24.5%、10～49人が46.2%、50人以上では64.3%

と規模が大きいほどオンラインネットワークを利用する企業の割合が高い。

売上規模別では、「利用している」企業は、売上高3億円未満は20%台であるが、一方、3億円以上では5～10億円未満の38.0%を除きいずれも50%台であり、3億円未満の売上規模の企業との格差がみられる。

仕入活動の問題点として、小売業は「仕入価格が高い」「売れ筋商品が揃わない」、卸売業は「仕入価格が高い」「商品の企画開発力が弱い」が上位にある。

小売業の仕入活動において、「仕入価格が高い」(33.8%)、「売れ筋商品が揃わない」(17.2%)などを問題点としており、結果として販売価格や品揃え等の販売活動への影響も及んでいる。衣料品関連小売業では、「オリジナル性の高い商品が少ない」(38.9%)が第1位となっており、ファッション志向の業種の特徴があらわれている。中小小売業では、仕入価格の高さ、売れ筋商品の入手が難しい等を仕入上の問題としている。

卸売業の仕入活動では、「仕入価格が高い」(33.2%)と、「商品の企画開発力が弱い」(29.6%)を主な問題点としている。中小卸売業では高い仕入価格や弱い商品企画開発力などを仕入先の問題としている。

取引環境の変化で重要と考えるものとして、小売業では「中小卸売業の減少」、卸売業は「小売店の減少」の割合が最も高い。

取引環境の変化で重要と考えるものとして、小売業では「中小卸売業の減少」(32.3%)のほかに「仕入先による選別」(16.3%)などがあり、仕入先の減少や得意先の見直しによる中小卸売業との仕入活動の影響をあげている。

取引環境の変化で重要と考えるものとして、卸売業では「小売店の減少」(32.2%)が第1位であり、次いで「インターネット等を活用した販売形態の拡大」(30.4%)、「メーカーと大手小売業間の直接取引の増加」(22.5%)など、流通経路の短縮化、流通チャネルの多様化による取引環境の変化をあげ、従来の仕入先や得意先との取引活動への影響を懸念している。

【商店街の状況】

商店街に「空き店舗あり」と回答した企業が全体の6割を占めている。また、3年間に空き店舗が「増加している」との回答が6割弱を占めている。

小売業基本調査では、商店街に「空き店舗あり」と回答した企業が全体の6割を占めている。空き店舗ありと回答した

企業を立地環境別にみると、住宅地が68.7%と最も高く、有力繁華街は49.7%と比較的少ない。

回答のあった商店街のうち、この3年間に商店街で空き店舗が「増加している」と回答した企業が58.6%であり、「減少している」と回答した企業の20.4%を大きく上回っている。空き店舗が「増加している」と回答した企業を立地環境別にみると、私鉄・地下鉄などの駅前、JR線駅前、住宅地等で「増加している」とする企業の割合が6割弱を占めている。商店街の空き店舗の増加は店舗集積が低下し、商店街の集客力を弱めることが懸念される。

都内流通産業の課題

1. 中小小売業の経営課題

中小小売業は、売上高や利益が低下し、業績の悪化による企業の経営基盤の弱体化が進み、従来から小売経営の手法の見直しが迫られている。中小小売業が大型店等の競合相手に対して、商品、価格、サービス等の差別化戦略と顧客密着による経営を展開するためには次の課題を克服していく必要がある。

顧客満足を高めるマーケティングの強化
こだわりの商品調達と品揃えの実現
質の高い接客サービス重視の店づくり
チャレンジ精神を持つ経営者の能力の

向上

販売形態の革新

2. 中小卸売業の経営課題

中小卸売業は、小売業の減少、メーカーによる選別化、インターネット取引等の出現など、競争環境が激化し、売上高の減少や利益の低下を招いている。都内の中小卸売業が新たな経営展開を図るためには、商品の調達・企画開発の強化による差別化、物流の効率化と情報化の高度化等により競争力を高めることが必要である。

売場づくり等の小売支援機能の発揮

オリジナル性の高い商品の調達、企画開発の取り組み

得意先確保のための営業力の強化

物流と情報システムの強化

専門能力の高い人材の育成

3. 商店街の課題

都内の商店街は経営者の高齢化、空店舗の増加などにより、買物をする場所としての魅力や機能が低下し、顧客の流出が避けられない状況にある。こうした商店街を再生させるためには、商店街の集客力の向上、商店街組織の活性化等の取り組みが必要である。また、地域の住民等との連携による街のにぎわいの再生を目指していく視点が重要となっている。

商店街のにぎわい再生

・地域に根ざした個性あるまちづくり

の取り組み

- ・集客力の向上に向けた創意工夫
- ・まちづくりの視点からの空き店舗の有効活用

商店街活動の活性化

- ・安心・安全、環境等の一体的な取り組み
- ・大学や地域団体等との協働の推進
- ・地域での連携を推進する若手商人リーダーの育成

4. 流通産業の共通課題

少子・高齢社会への対応

小売業では高齢者を意識した商品構

成、接客サービスの内容、店舗づくりへの対応、商店街としても高齢者にやさしいまちづくり、高齢者の活動の場の提供が求められる。

流通活動の協働化への取り組み

経営資源に制約のある中小小売業及び中小卸売業は、個々の経営努力に加えてお互いの経営資源の活用を前提にした事業の連携・協働による新たな流通システムへの取り組みが求められる。

- ・企業や消費者等の連携による商品開発
- ・メーカー・卸売・小売による協働に向けた経営革新

*詳しくは東京都産業労働局のホームページ

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2006/07/60g76100.htm>をご覧ください。

インフォメーション

東京都中央会・多摩連絡所(立川)をご利用ください!

東京都中央会では、(財)多摩中小企業会館(立川市)に「多摩連絡所」を設置しています。毎週火曜日には、組合の設立や運営、決算関係の手続きをはじめ、組合全般に関するご相談をお受けしています。お気軽にご相談、ご利用ください。

相談日 毎週火曜日 午前9時30分～午後5時

場 所 多摩中小企業会館 地下1階(立川市錦町2-2-32 ☎042-525-6811)

相談に来訪される方は、相談内容と来訪時間を本会振興課(☎03-3542-0040)まで、事前にご連絡いただければ幸いです。