

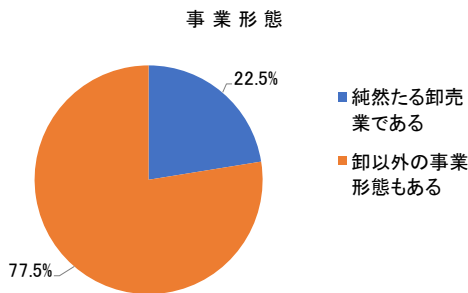
# 「卸売業の実態調査アンケート結果」の概要

平成 29 年 11 月  
高知商工会議所 卸商業部会

- ◆調査時期 平成 29 年 7 月～8 月
- ◆調査対象 高知商工会議所の会員で、卸売の業態を有するみなされる事業所  
502 事業所（卸売業 338、小売業 55、製造業 109）
- ◆回 答 数 140 事業所（回答率 27.9%）

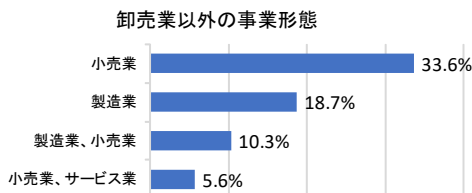
## ①事業形態について

○「純然たる卸売業」は 22.5%にしかすぎず、8 割近くが「卸売業以外の事業形態」も有している。大手ナショナルチェーンの進出が相次ぎ地元卸売業が淘汰される中、生き残りを賭けて他分野へのシフトにより活路を見出す様が見てとれる。



選択肢	有効回答数	構成比
純然たる卸売業である	31	22.5%
卸以外の事業形態もある	107	77.5%
合 計	138	100%

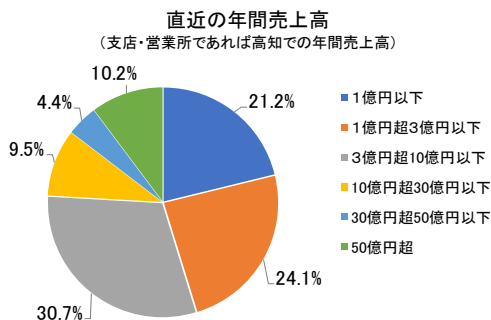
○「純然たる卸売業」とは、売上の100%がこれに相当する事業所。  
(他の者から購入した商品をその性質・形状を変更しないで他の事業所に販売)



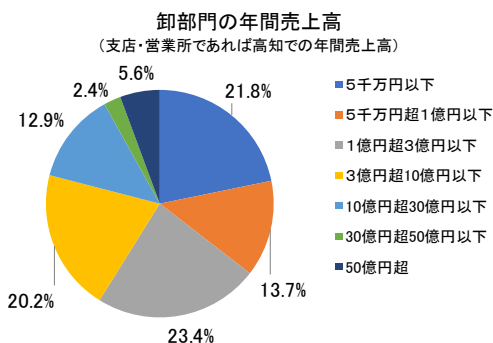
選 択 肢	有効回答数	構成比
小売業	36	33.6%
製造業	20	18.7%
製造業、小売業	11	10.3%
小売業、サービス業	6	5.6%

## ②年間売上高について

○直近の年間売上高が 3 億円以下は 45.3%、卸部門の年間売上高が 3 億円以下は 58.9%を占めた。一般的に利益率が小売業の 3 分の 1 程度とされる卸売業において、規模の小さい事業所が半数以上を占める実態が浮き彫りとなった。



選択肢	有効回答数	構成比
1億円以下	29	21.2%
1億円超3億円以下	33	24.1%
3億円超10億円以下	42	30.7%
10億円超30億円以下	13	9.5%
30億円超50億円以下	6	4.4%
50億円超	14	10.2%
合 計	137	100%



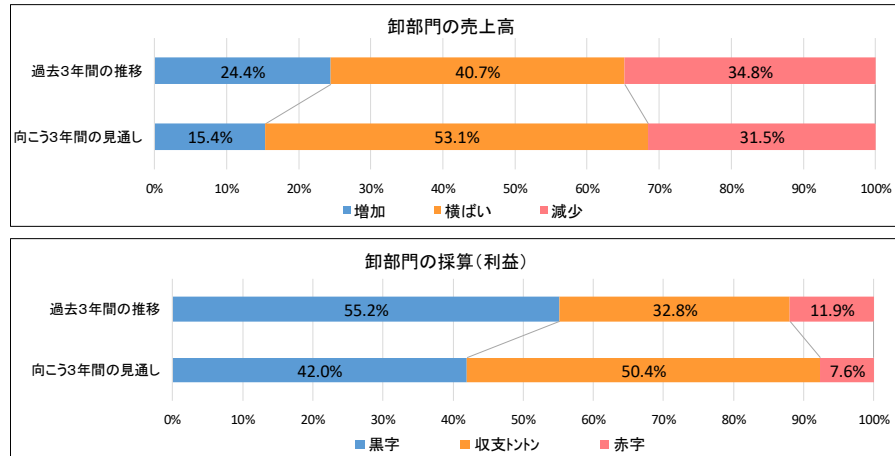
選択肢	有効回答数	構成比
5千万円以下	27	21.8%
5千万円超1億円以下	17	13.7%
1億円超3億円以下	29	23.4%
3億円超10億円以下	25	20.2%
10億円超30億円以下	16	12.9%
30億円超50億円以下	3	2.4%
50億円超	7	5.6%
合 計	124	100%

### ③卸売部門の売上高と採算(利益)の動向について

○売上高の過去3年間の推移では、増加(24.4%)より減少(34.8%)の回答が多く、向こう3年間の見通しでは、横ばいが半数以上を占める中、増加を見込む回答は15.4%にすぎない。

○売上高の過去3年間の推移で減少との回答が34.8%ながら、採算(利益)では黒字の回答が55.2%を占めた。

○向こう3年間の見通しでも、売上高増加を見込む回答が15.4%ながら、採算(利益)は黒字を見込む回答が42.0%を占めており、経営努力により何とか採算(利益)を確保している様子が見てとれる。



#### 卸売部門の売上高 … 過去3年間の推移

##### ■増加の大まかな要因

○新規開拓・営業の結果。増員と営業努力。産業振興計画・集落活動センター等県への取り組みによる需要増加など。

##### ■減少の大まかな要因

○人口減。県外企業の進出。取引先の減少・廃業。業界・市場の縮小。嗜好の変化・多様化。取引先である農家の減少など。

#### 卸売部門の売上高 … 向こう3年間の見通し

##### ■増加の大まかな要因

○新しい取引先と新商品での売上アップ。インターネット取引への進出。新規取引先の開拓。他の品目の生産拡大に取り組んでいるなど。

##### ■減少の大まかな要因

○流通・購買形態の変化(ネット販売・産地直送)など。

#### 卸売部門の採算(利益) … 過去3年間の推移

##### ■増加の大まかな要因

○販売数量の減少を利益率の増加を行い対応。利益重視の取引の見直し。安売り(値引)しないで販売。増員と営業努力。価格の見直し。直売部門の増など。

##### ■減少の大まかな要因

○取引先の減少や商品価格が10年前と同じ。競争激化により配達料・保管料の値段が上がらないなど。

#### 卸売部門の採算(利益) … 向こう3年間の見通し

##### ■増加の大まかな要因

○無駄を省き純利益を増やす。利益重視による取引の見直し。利益の固定化に成功。細かな財務管理を実施など。

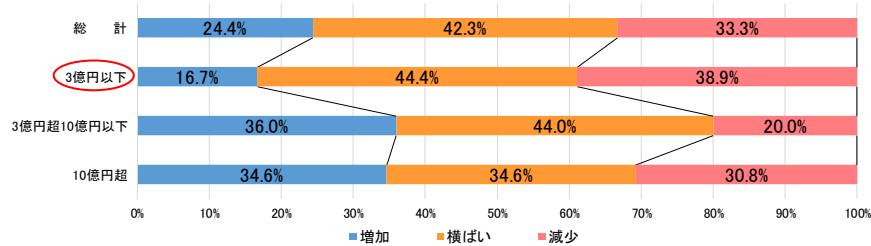
##### ■減少の大まかな要因

○主要卸先がメイン商品を他のものになっている傾向があるからなど。

○売上規模にかかわらず、過去3年間の推移・向こう3年間の見通しともに、減少との回答が一定を占めており、売上が期待できない中でも採算は確保できている。ただし3億円以下の事業所からの採算確保(黒字)を見込む声は他と比べると相対的に少ない。

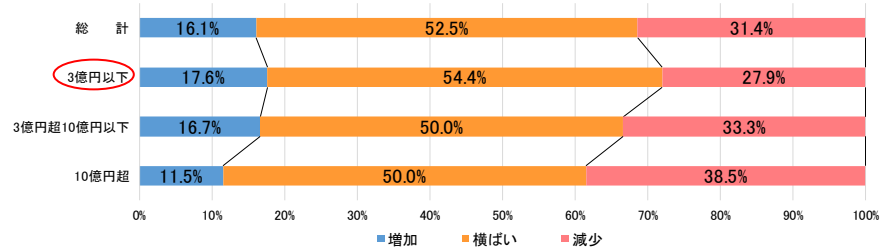
⑤【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(1)-1 卸部門の売上高における過去3年間の推移】

	増 加	横ばい	減 少	総 計
3億円以下	12 16.7%	32 44.4%	28 38.9%	72 100%
3億円超10億円以下	9 36.0%	11 44.0%	5 20.0%	25 100%
10億円超	9 34.6%	9 34.6%	8 30.8%	26 100%
総 計	30 24.4%	52 42.3%	41 33.3%	123 100%



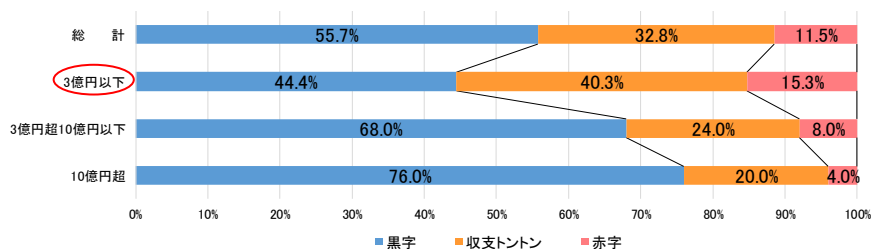
⑥【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(1)-2 卸部門の売上高における向こう3年間の見通し】

	増 加	横ばい	減 少	総 計
3億円以下	12 17.6%	37 54.4%	19 27.9%	68 100%
3億円超10億円以下	4 16.7%	12 50.0%	8 33.3%	24 100%
10億円超	3 11.5%	13 50.0%	10 38.5%	26 100%
総 計	19 16.1%	62 52.5%	37 31.4%	118 100%



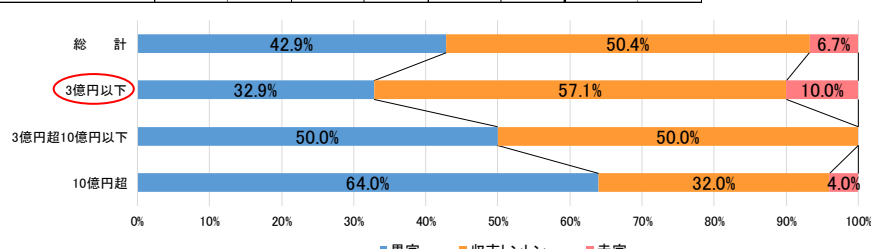
⑦【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(1)-3 卸部門の採算(利益)における過去3年間の推移】

	増 加	横ばい	減 少	総 計
3億円以下	32 44.4%	29 40.3%	11 15.3%	72 100%
3億円超10億円以下	17 68.0%	6 24.0%	2 8.0%	25 100%
10億円超	19 76.0%	5 20.0%	1 4.0%	25 100%
総 計	68 55.7%	40 32.8%	14 11.5%	122 100%



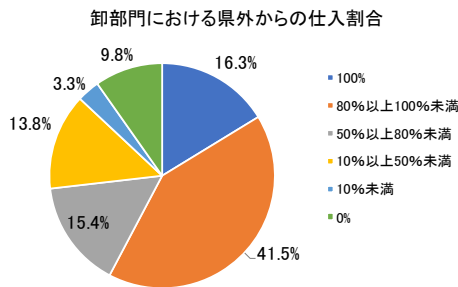
⑧【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(1)-4 卸部門の採算(利益)における向こう3年間の見通し】

	増 加	横ばい	減 少	総 計
3億円以下	23 32.9%	40 57.1%	7 10.0%	70 100%
3億円超10億円以下	12 50.0%	12 50.0%	0 0.0%	24 100%
10億円超	16 64.0%	8 32.0%	1 4.0%	25 100%
総 計	51 42.9%	60 50.4%	8 6.7%	119 100%



#### ④ 県外県内別の仕入・販売割合について

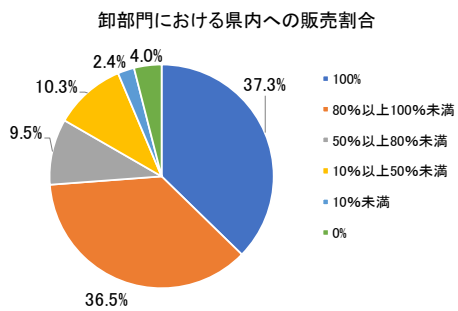
○ 県外からの仕入割合が80%以上は全体の57.8%、50%以上では73.2%を占め、一方、県内への販売割合が80%以上は全体の73.8%を占めており、県外から仕入れ県内へ販売する消費地卸の特徴が色濃く表れている。



選択肢	有効回答数	構成比
100%	20	16.3%
80%以上100%未満	51	41.5%
50%以上80%未満	19	15.4%
10%以上50%未満	17	13.8%
10%未満	4	3.3%
0%	12	9.8%
合計	123	100%

※0%は、県内・海外からの仕入の合計が100%のケース

57.8% } 73.2%



選択肢	有効回答数	構成比
100%	47	37.3%
80%以上100%未満	46	36.5%
50%以上80%未満	12	9.5%
10%以上50%未満	13	10.3%
10%未満	3	2.4%
0%	5	4.0%
合計	126	100%

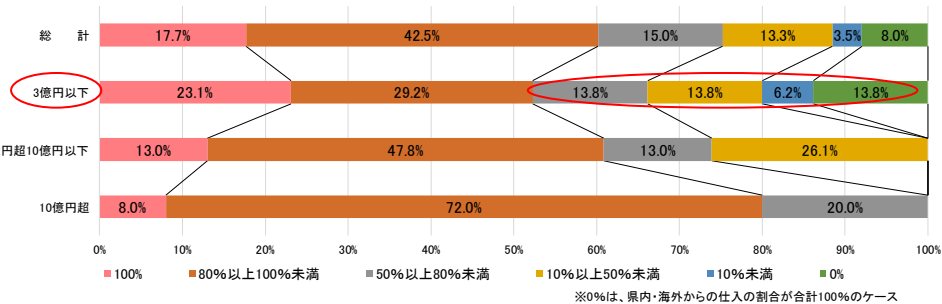
※0%は、県外・海外への販売の合計が100%のケース

73.8%

○ 売上規模でみると、3億円以下の事業所は他と比べて県外仕入の比率が低く、県内仕入の傾向が若干強いようにみえる。

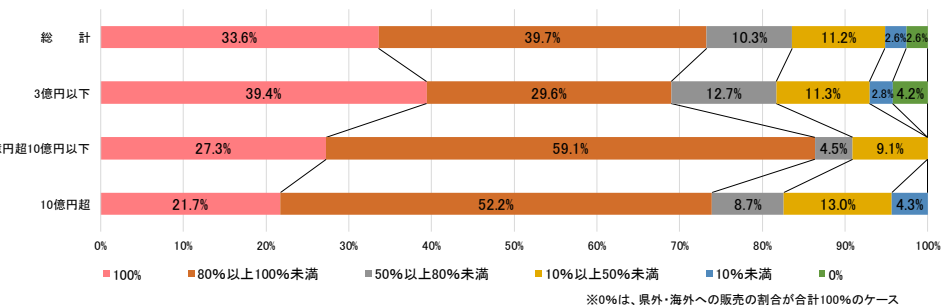
⑩【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(2)-2 卸部門における県内からの仕入割合】

	100%	80%以上100%未満	50%以上80%未満	10%以上50%未満	10%未満	0%	総計
3億円以下	15	23.1%	19	29.2%	9	13.8%	65
3億円超10億円以下	3	13.0%	11	47.8%	3	13.0%	23
10億円超	2	8.0%	18	72.0%	5	20.0%	25
総計	20	17.7%	48	42.5%	17	15.0%	113



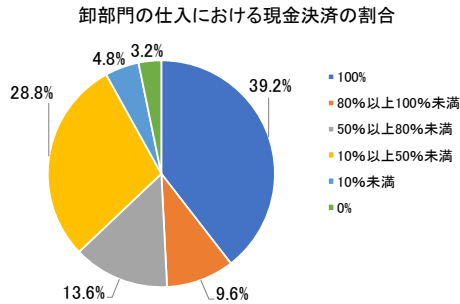
⑪【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(4)-1 卸部門における県内への販売割合】

	100%	80%以上100%未満	50%以上80%未満	10%以上50%未満	10%未満	0%	総計
3億円以下	28	39.4%	21	29.6%	9	12.7%	71
3億円超10億円以下	6	27.3%	13	59.1%	1	4.5%	22
10億円超	5	21.7%	12	52.2%	2	8.7%	23
総計	39	33.6%	46	39.7%	12	10.3%	116



### ⑤仕入条件(現金決済・手形決済)について

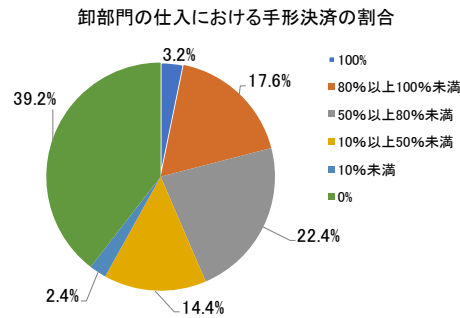
○仕入における現金決済の割合が100%は全体の39.2%、50%以上では62.4%を占め、一方、手形決済の割合が80%以上は全体の20.8%、50%以上は全体の43.2%であった。



選択肢	有効回答数	構成比
100%	49	39.2%
80%以上100%未満	12	9.6%
50%以上80%未満	17	13.6%
10%以上50%未満	36	28.8%
10%未満	6	4.8%
0%	4	3.2%
合計	124	99%

※0%は、手形決済の割合が100%のケース

62.4%



選択肢	有効回答数	構成比
100%	4	3.2%
80%以上100%未満	22	17.6%
50%以上80%未満	28	22.4%
10%以上50%未満	18	14.4%
10%未満	3	2.4%
0%	49	39.2%
合計	124	99%

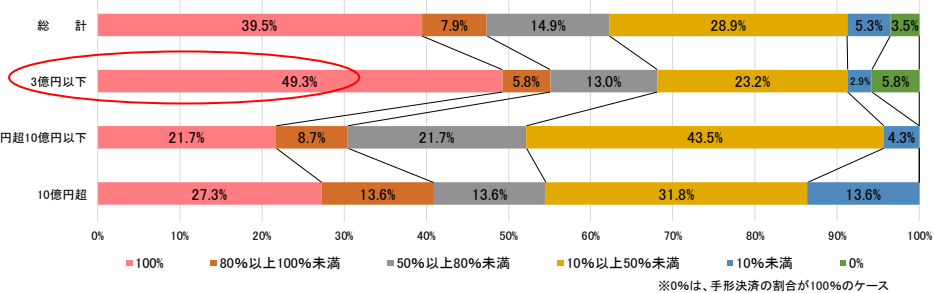
※0%は、現金決済の割合が100%のケース

20.8% } 43.2%

○売上規模でみると、3億円以下の事業所の49.3%は現金決済の割合が100%であり、総じて見ても現金決済の取引が意外とあることが垣間見えた。

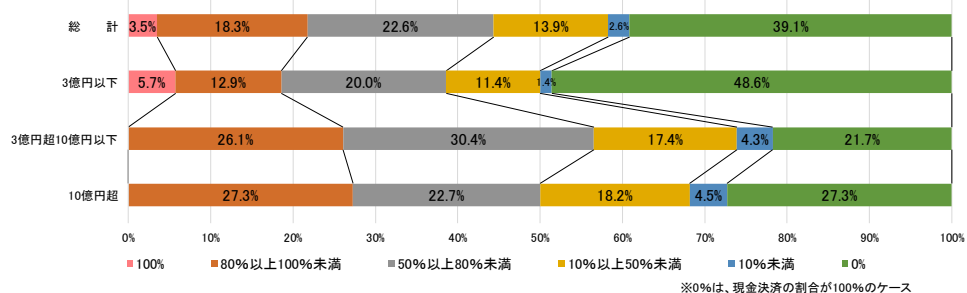
⑨【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(3)-1 卸部門の仕入における現金決済の割合】

	100%	80%以上100%未満	50%以上80%未満	10%以上50%未満	10%未満	0%	総計
3億円以下	34 49.3%	4 5.8%	9 13.0%	16 23.2%	2 2.9%	4 5.8%	69 100%
3億円超10億円以下	5 21.7%	2 8.7%	5 21.7%	10 43.5%	1 4.3%	0 0.0%	23 100%
10億円超	6 27.3%	3 13.6%	3 13.6%	7 31.8%	3 13.6%	0 0.0%	22 100%
総計	45 39.5%	9 7.9%	17 14.9%	33 28.9%	6 5.3%	4 3.5%	114 100%



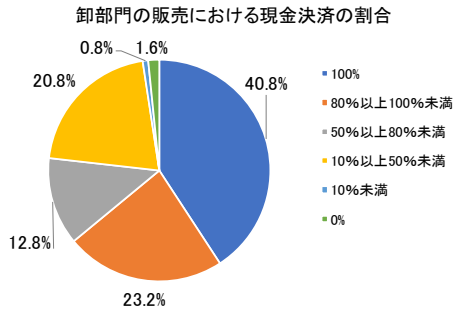
⑨【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-(3)-3 卸部門の仕入における手形決済の割合】

	100%	80%以上100%未満	50%以上80%未満	10%以上50%未満	10%未満	0%	総計
3億円以下	4 5.7%	9 12.9%	14 20.0%	8 11.4%	1 1.4%	34 48.6%	70 100%
3億円超10億円以下	0 0.0%	6 26.1%	7 30.4%	4 17.4%	1 4.3%	5 21.7%	23 100%
10億円超	0 0.0%	6 27.3%	5 22.7%	4 18.2%	1 4.5%	6 27.3%	22 100%
総計	4 3.5%	21 18.3%	26 22.6%	16 13.9%	3 2.6%	45 39.1%	115 100%



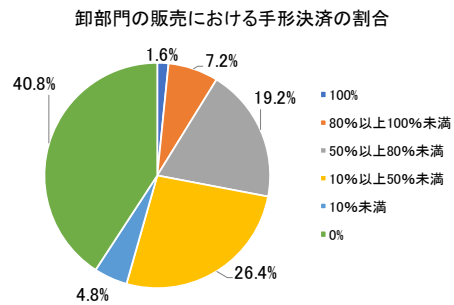
## ⑥販売条件(現金決済・手形決済)について

○販売における現金決済の割合が100%は全体の40.8%、50%以上では76.8%を占め、一方、手形決済の割合が80%以上は全体の8.8%、50%以上は全体の28.0%であった。



選択肢	有効回答数	構成比
100%	51	40.8%
80%以上100%未満	29	23.2%
50%以上80%未満	16	12.8%
10%以上50%未満	26	20.8%
10%未満	1	0.8%
0%	2	1.6%
合計	125	100%

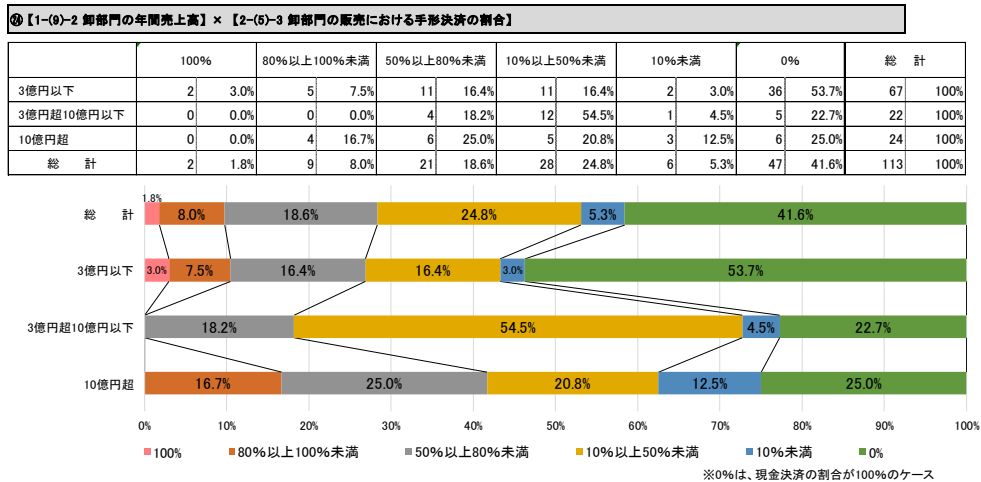
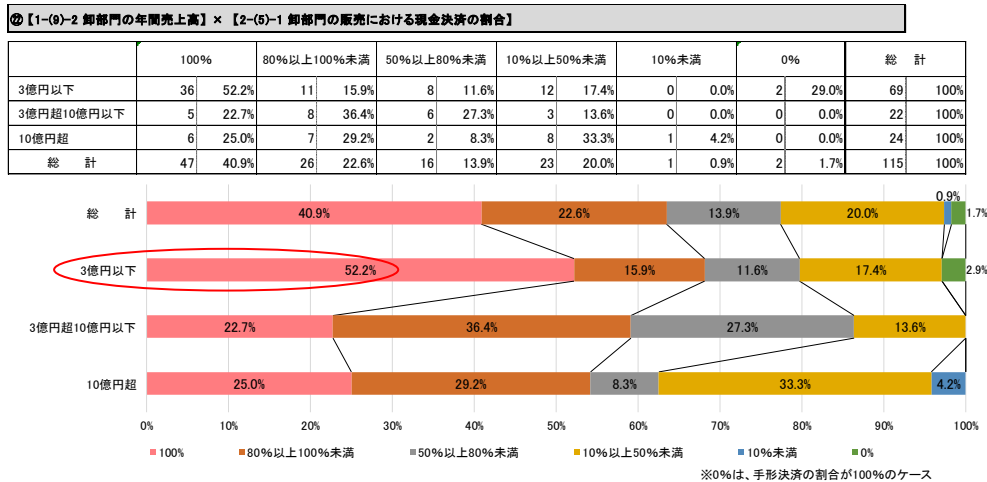
※0%は、手形決済の割合が100%のケース



選択肢	有効回答数	構成比
100%	2	1.6%
80%以上100%未満	9	7.2%
50%以上80%未満	24	19.2%
10%以上50%未満	33	26.4%
10%未満	6	4.8%
0%	51	40.8%
合計	125	100%

※0%は、現金決済の割合が100%のケース

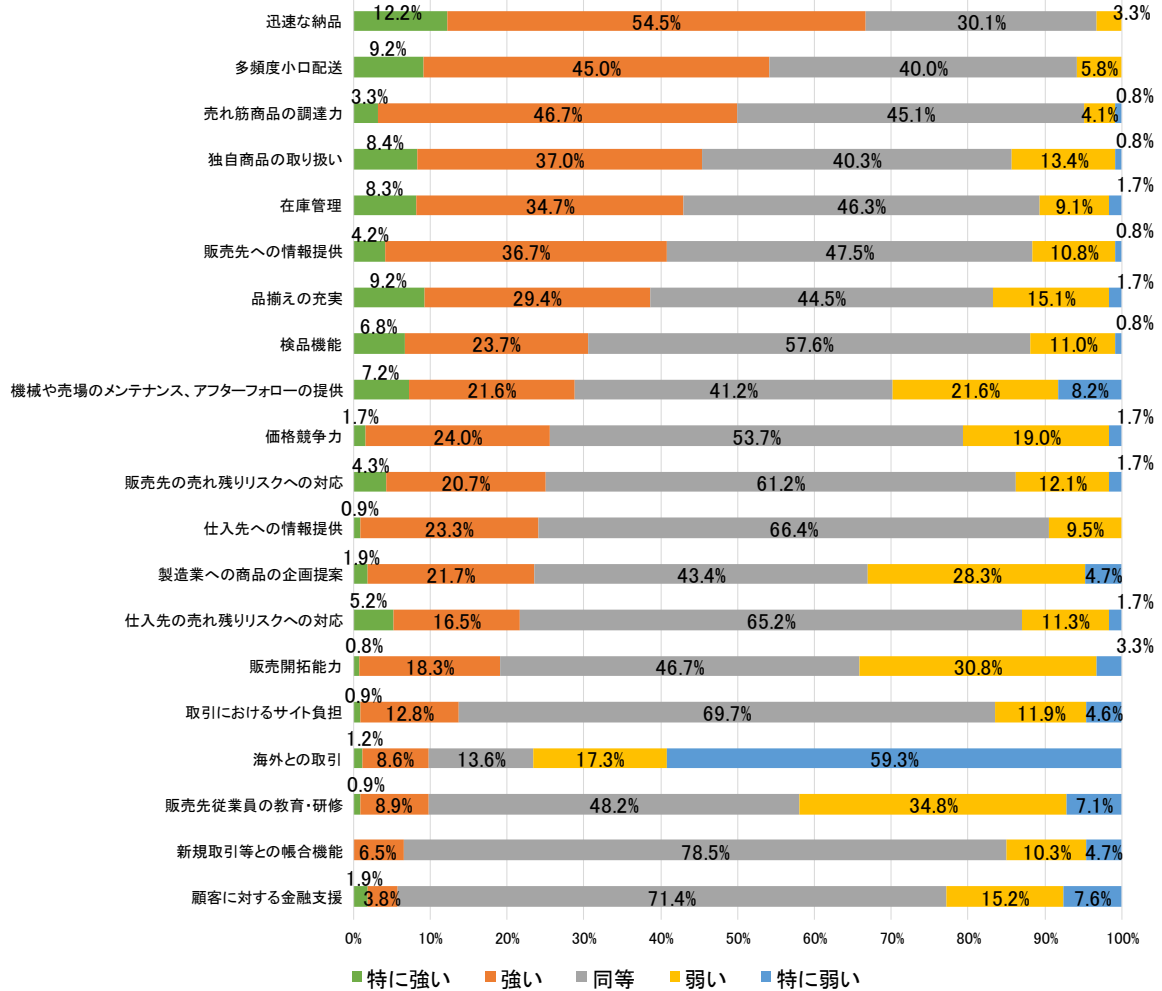
○売上規模でみると、3億円以下の事業所の52.2%は現金決済の割合が100%であり、総じて販売に関しては手形決済より現金決済の方が相対的に多いことが伺える。



⑦ 貴事業所が有していると思われる機能(他社との比較)について

○「迅速な納品」「多頻度小口配送」「売れ筋商品の調達力」の順で、半数以上が他社と比較した優位性(強み)としている。大手には真似できない中小ならではの小回りがきく御用聞きの間営や、独自の調達ルートなど他社との差別化を図っている様が見てとれる。

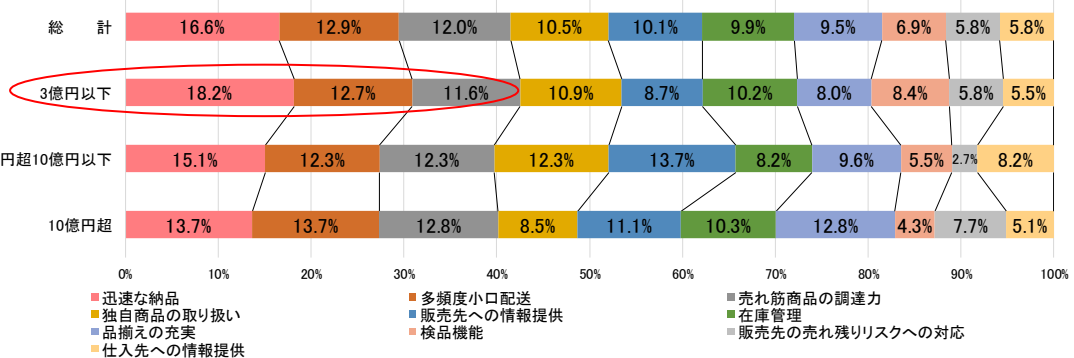
貴社が有していると思われる機能(他社との比較)・・・「特に強い+強い」合計順



○売上規模でみると、3億円以下の事業所が「迅速な納品」「多頻度小口配送」「売れ筋商品の調達力」などを、より強みにしている傾向が伺える。

⑦【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【2-6-1 貴社が有していると思われる機能(特に強い+強い)・・・上位10項目】

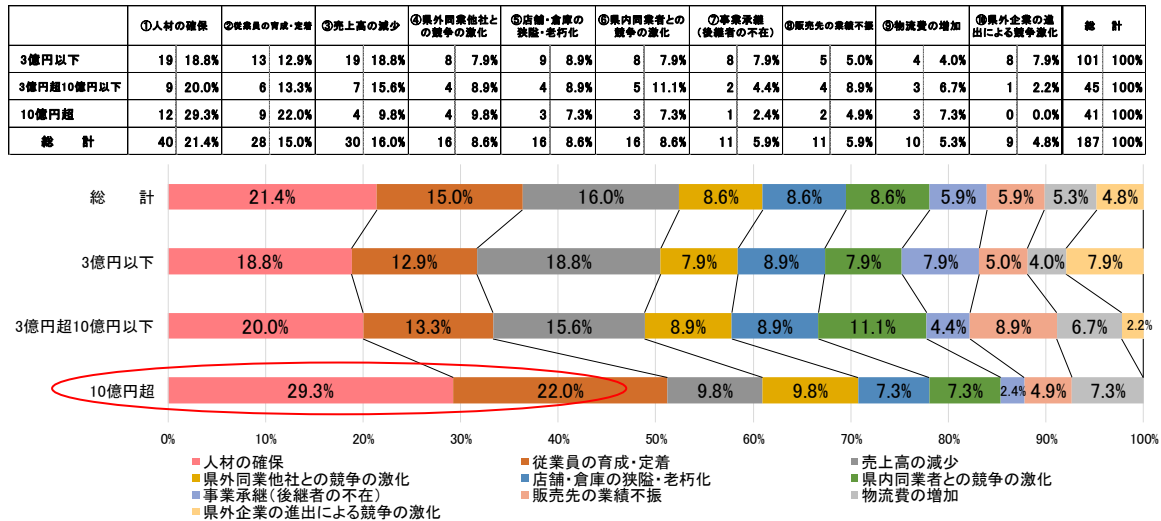
	迅速な納品		多頻度小口配送		売れ筋商品の調達力		独自商品の取り扱い		販売先への情報提供		在庫管理		品揃えの充実		検品機能		販売先の売れ残りリスクへの対応		仕入先への情報提供		総計	
3億円以下	50	18.2%	35	12.7%	32	11.6%	30	10.9%	24	8.7%	28	10.2%	22	8.0%	23	8.4%	16	5.8%	15	5.5%	275	100%
3億円超10億円以下	11	15.1%	9	12.3%	9	12.3%	9	12.3%	10	13.7%	6	8.2%	7	9.6%	4	5.5%	2	2.7%	6	8.2%	73	100%
10億円超	16	13.7%	16	13.7%	15	12.8%	10	8.5%	13	11.1%	12	10.3%	15	12.8%	5	4.3%	9	7.7%	6	5.1%	117	100%
総計	77	16.6%	60	12.9%	56	12.0%	49	10.5%	47	10.1%	46	9.9%	44	9.5%	32	6.9%	27	5.8%	27	5.8%	465	100%



### ⑧卸部門の視点に立った経営上の課題について

○経営上の課題において重要度の高いのは、「人材の確保」「従業員の育成・定着」「売上高の減少」の順で、全体の半数以上を占めている。売上規模でみると、特に10億円超の事業所において人材の問題に関する深刻さの度合いが強い。

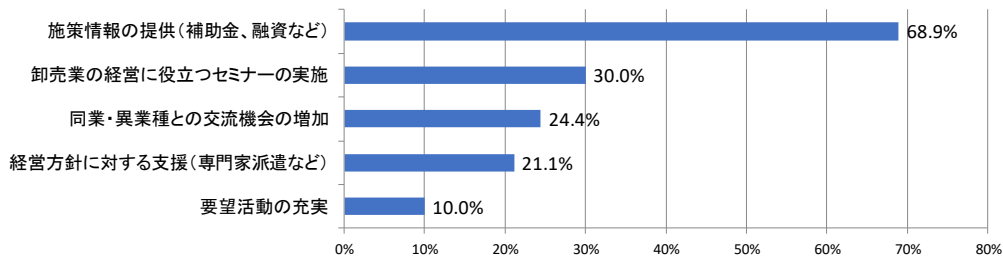
㊦【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】×【3 経営上の課題…上位10項目】



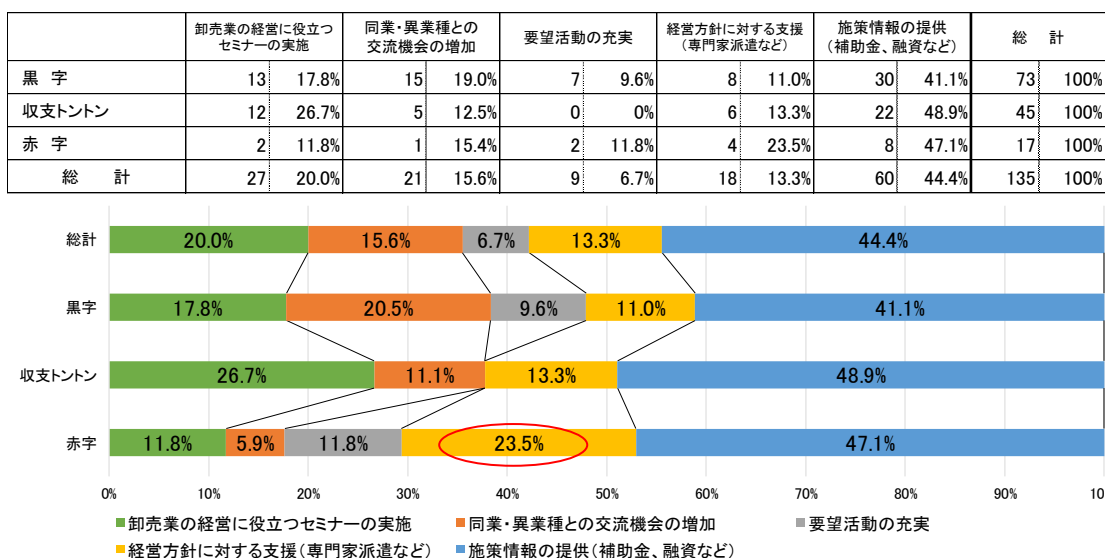
### ⑨経営上の課題解決に向けて、商工会議所に望むこと

○経営上の課題解決に向けて商工会議所に望むことでは、全体の68.9%が「施策情報の提供(補助金、融資など)」を挙げ、以下「卸売業の経営に役立つセミナーの実施」「同業・異業種との交流機会の増加」と続く。一方、過去3年間の採算(利益)が赤字の事業所からは、「経営方針に対する支援(専門家派遣など)」との声が多く寄せられている。

経営上の課題解決に向けて、商工会議所に望むこと



㊦【2-(1)-3 卸部門の過去3年間の採算(利益)推移】×【3-(3) 経営上の課題解決に向けて、商工会議所に望むこと】





## ⑩高知県の産業振興のため、卸売業が寄与できること

卸売業がこれまで培ってきた多様な販路やネットワーク、ノウハウを活かして、高知県経済の発展に寄与できると思われる(行政の関与や支援を期待する)事項

○点数化すると「県が取り組む地域産業クラスタープロジェクトへの卸売業の参画」を筆頭に以下のとおりとなった。

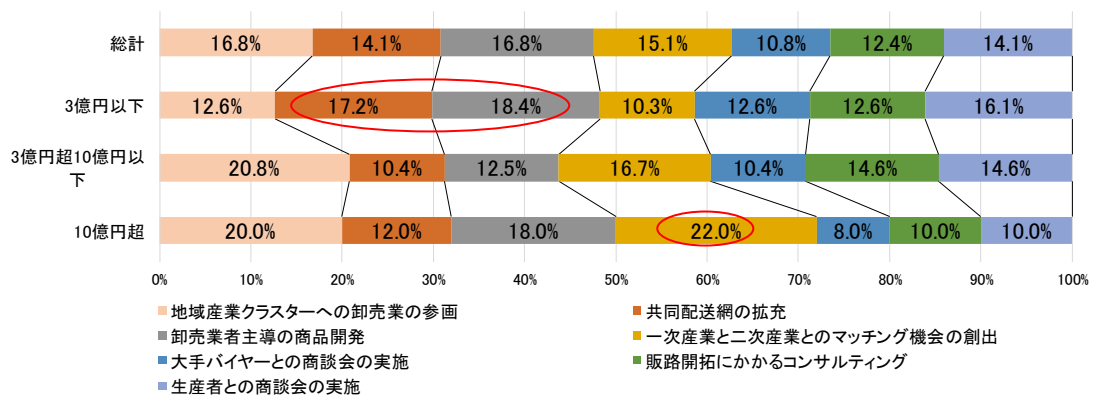
【上位3つを回答】 1位には3点、2位には2点、3位には1点を付与

順位	選 択 肢	点 数	1位	2位	3位
①	県が取り組む地域産業クラスタープロジェクトへの卸売業の参画 ※地域産業クラスターとは、地域に根差した第一次産業や観光などを核として、その周りにさまざまな産業を集積させる取り組み。	64	13	5	15
②	県内卸業者主導の商品開発	64	8	17	6
③	県内卸業者と生産者との商談会の実施	60	10	13	4
④	県内卸業者による共同配送網の拡充	56	13	3	11
⑤	県内卸業者による、一次産業と二次産業とのマッチング機会の創出	55	6	13	11
⑥	県内卸業者による生産者への販路開拓にかかるコンサルティング (例：製造ロット等を踏まえ、適した販路についての助言)	51	11	6	6
⑦	県内卸業者と大手バイヤーとの商談会の実施	47	10	5	7

○売上規模で見ると、3億円以下の事業所は「県内卸業者主導の商品開発」「県内卸業者による共同配送網の拡充」の割合が高く、10億円超の事業所は「県内卸業者による、一次産業と二次産業とのマッチング機会の創出」の割合が高い。

④【1-(9)-2 卸部門の年間売上高】 × 【4 高知県の産業振興のため、卸売業が寄与できること】

	地域産業クラスターへの卸売業の参画		共同配送網の拡充		卸売業者主導の商品開発		一次産業と二次産業とのマッチング機会の創出		大手バイヤーとの商談会の実施		販路開拓にかかるコンサルティング		生産者との商談会の実施		総 計	
3億円以下	11	12.6%	15	17.2%	16	18.4%	9	10.3%	11	12.6%	11	12.6%	14	16.1%	87	100%
3億円超10億円以下	10	20.8%	5	10.4%	6	12.5%	8	16.7%	5	10.4%	7	14.6%	7	14.6%	48	100%
10億円超	10	20.0%	6	12.0%	9	18.0%	11	22.0%	4	8.0%	5	10.0%	5	10.0%	50	100%
総 計	31	16.8%	26	14.1%	31	16.8%	28	15.1%	20	10.8%	23	12.4%	26	14.1%	185	100%



○向こう3年間の採算(利益)見通しで黒字を見込む事業所は、「県が取り組む地域産業クラスタープロジェクトへの卸売業の参画」「県内卸業者主導の商品開発」「県内卸業者による、一次産業と二次産業とのマッチング機会の創出」の順である。

○一方、赤字を危惧する事業所は、「県内卸業者主導の商品開発」や「県内卸業者と大手バイヤーとの商談会の実施」により活路を拓きたい意向が見てとれる。

④【2-(1)-4 卸部門の向こう3年間の採算(利益)見通し】×【4 高知県の産業振興のため、卸売業が寄与できること】

	地域産業クラスターへの卸売業の参画	共同配送網の拡充	卸売業者主導の商品開発	一次産業と二次産業とのマッチング機会の創出	大手バイヤーとの商談会の実施	販路開拓にかかるコンサルティング	生産者との商談会の実施	総計
黒字	15 19.0%	11 13.9%	13 16.5%	12 15.2%	8 10.1%	10 12.7%	10 12.7%	79 100%
収支トントン	16 15.7%	14 13.7%	15 14.7%	16 15.7%	12 11.8%	14 13.7%	15 14.7%	102 100%
赤字	1 7.7%	2 15.4%	3 23.1%	1 7.7%	2 15.4%	2 15.4%	2 15.4%	13 100%
総計	32 16.5%	27 13.9%	31 16.0%	29 14.9%	22 11.3%	26 13.4%	27 13.9%	194 100%

