

卸売業

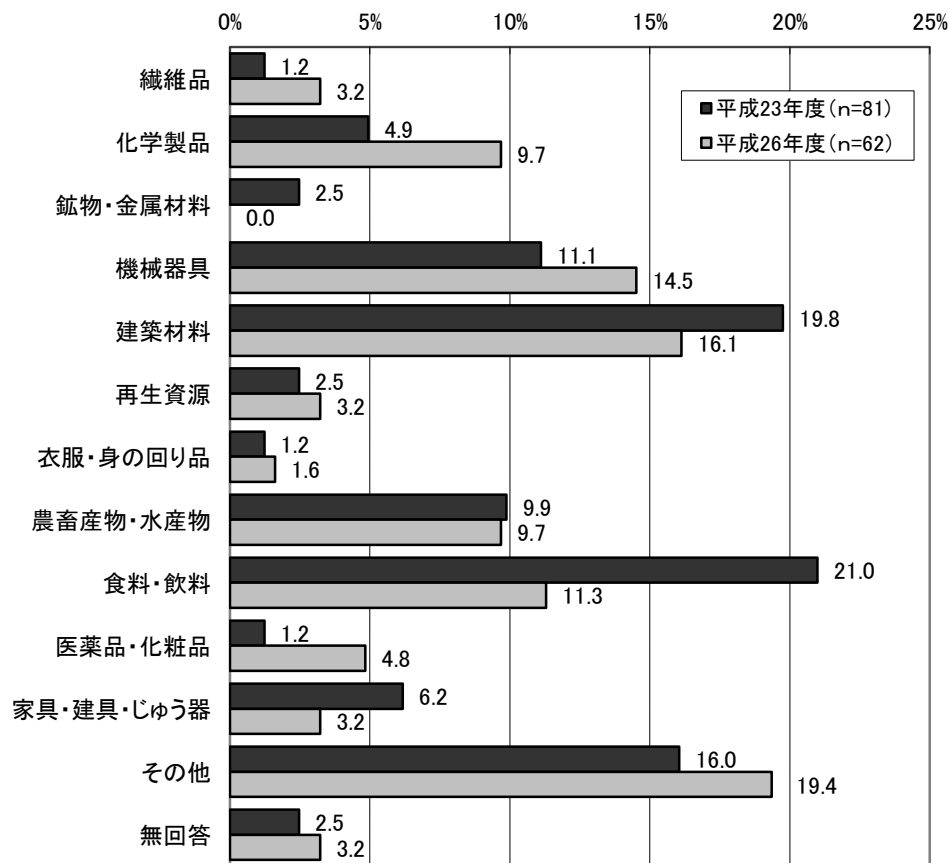
1 回答事業所の概要

(1) 主な業種

問1 貴事業所の主な業種は。(最も該当するもの1つだけに○印)

業種をたずねたところ、「その他」が19.4%と最も多く、「建築材料」(16.1%)、「機械器具」(14.5%)と続いている。

前回調査と比較すると、「化学製品」が4.8ポイント、「機械器具」が3.4ポイント、「その他」が3.3ポイント増加している。一方、前回調査で最も多かった「食料・飲料」は9.7ポイント減少している。

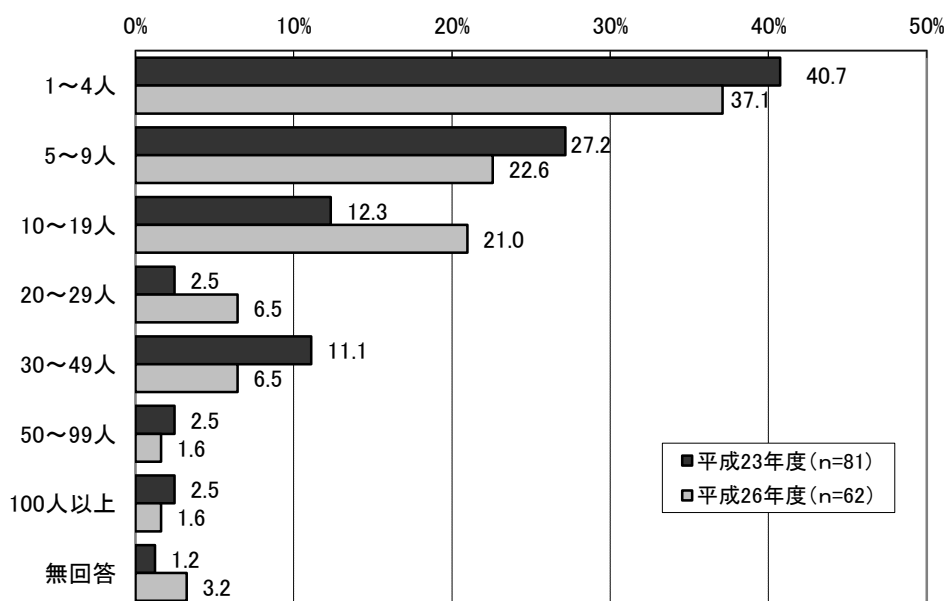


(2) 従業員数

問2 貴事業所の従業員数（パート従業員を含む）は。（1つだけ〇印）

従業員数をたずねたところ、「1～4 人」が 37.1%と最も多く、「5～9 人」(22.6%)、「10～19 人」(21.0%)と続いている。

前回調査と比較すると、「10～19 人」が 8.7 ポイント増加し、「5～9 人」、「30～49 人」は、ともに 4.6 ポイント減少している。



問2 従業員数

(单位:%)

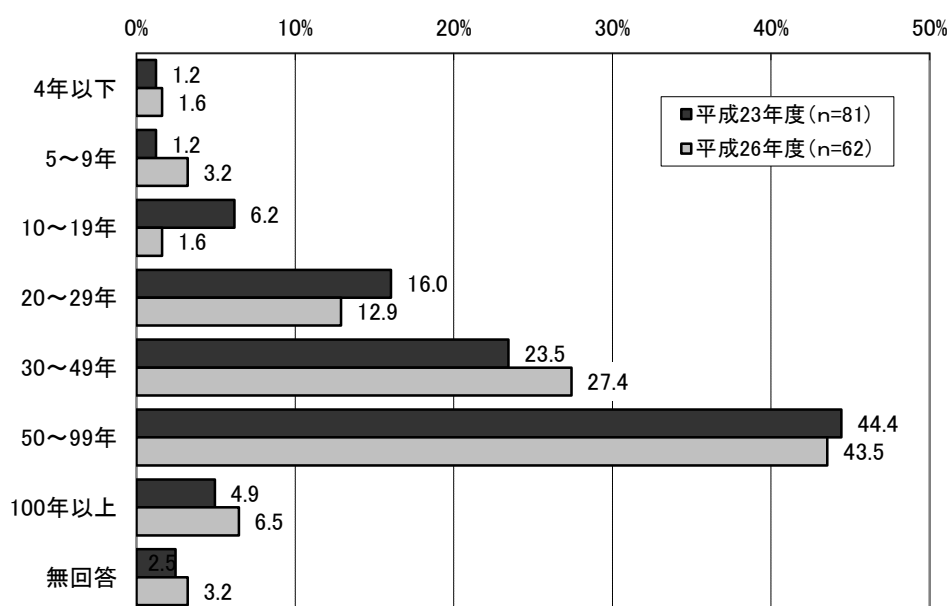
[illegible]

(3) 創業してからの営業年数

問3 貴事業所の創業してからの営業年数は。(1つだけ○印)

創業してからの営業年数をたずねたところ、「50～99年」が43.5%と最も多く、「30～49年」(27.4%)、「20～29年」(12.9%)と続いている。

前回調査と比較すると、「10～19 年」が 4.6 ポイント減少し、「30～49 年」が 3.9 ポイントと増加している。



問3 創業してからの営業年数

(單位:%)

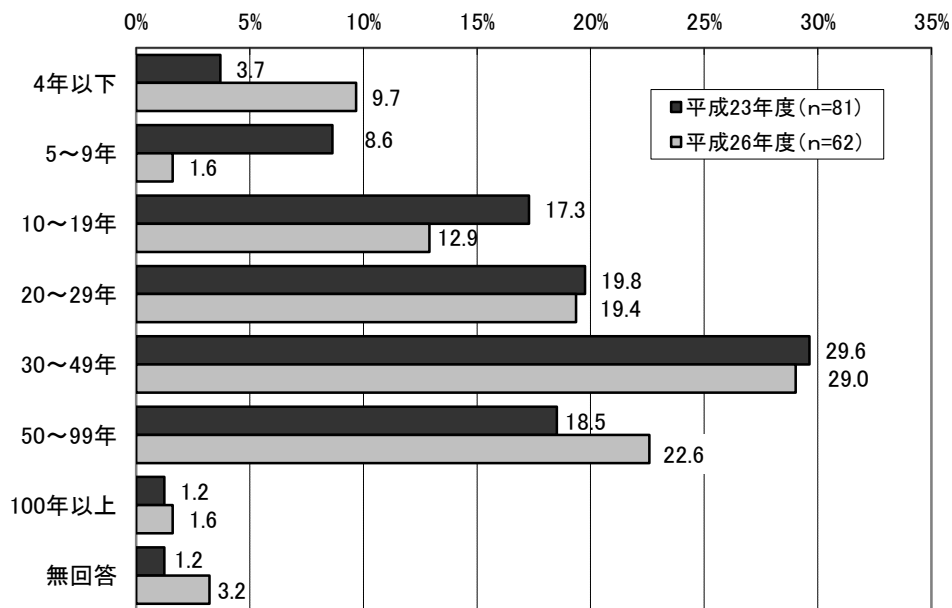
		全 体 （ 実 数 ）	4 年 以 下	5 ～ 9 年	1 0 ～ 1 9 年	2 0 ～ 2 9 年	3 0 ～ 3 9 年	4 0 ～ 4 9 年	5 0 ～ 5 9 年	6 0 ～ 6 9 年	7 0 ～ 7 9 年	8 0 ～ 8 9 年	9 0 ～ 9 9 年	1 0 0 年 以 上	無 回 答
全体		62	1.6	3.2	1.6	12.9	27.4	43.5	6.5	3.2					
業 種	繊維品	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0					
	化学製品	6	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	50.0	0.0	0.0					
	鉱物・金属材料	0	－	－	－	－	－	－	－	－					
	機械器具	9	0.0	11.1	0.0	22.2	44.4	22.2	0.0	0.0					
	建築材料	10	0.0	0.0	0.0	10.0	40.0	30.0	20.0	0.0					
	再生資源	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0					
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
	農畜産物・水産物	6	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0					
	食料・飲料	7	0.0	14.3	0.0	14.3	14.3	42.9	14.3	0.0					
	医薬品・化粧品	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0					
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0					
	その他	12	0.0	0.0	0.0	16.7	25.0	50.0	8.3	0.0					
	無回答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0					

(4) 現在地での営業年数

問4 貴事業所の現在地での営業年数は。(1つだけ○印)

現在地での営業年数をたずねたところ、「30～49 年」が 29.0%と最も多く、「50～99 年」(22.6%)、「20～29 年」(19.4%)、と続いている。

前回調査と比較すると、「4 年以下」が 6 ポイント増加し、「5～9 年」が 7 ポイント、「10～19 年」が 4.4 ポイント減少している。



問4 現在地での営業年数 (単位: %)

	全体 (実数)	4 年 以下	5 ～ 9 年	1 0 ～ 1 9 年	2 0 ～ 2 9 年	3 0 ～ 3 9 年	4 0 ～ 4 9 年	5 0 ～ 5 9 年	6 0 ～ 6 9 年	7 0 ～ 7 9 年	8 0 ～ 8 9 年	9 0 ～ 9 9 年	1 0 0 年 以上	無 回 答
全体	62	9.7	1.6	12.9	19.4	29.0	22.6	1.6	3.2					
業種														
繊維品	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0					
化学製品	6	16.7	0.0	0.0	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0					
鉱物・金属材料	0	—	—	—	—	—	—	—	—					
機械器具	9	11.1	0.0	22.2	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0					
建築材料	10	10.0	10.0	20.0	10.0	30.0	20.0	0.0	0.0					
再生資源	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0					
衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
農畜産物・水産物	6	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	50.0	0.0	0.0					
食料・飲料	7	14.3	0.0	0.0	14.3	28.6	42.9	0.0	0.0					
医薬品・化粧品	3	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0					
家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0					
その他	12	8.3	0.0	16.7	8.3	41.7	16.7	8.3	0.0					
無回答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0					

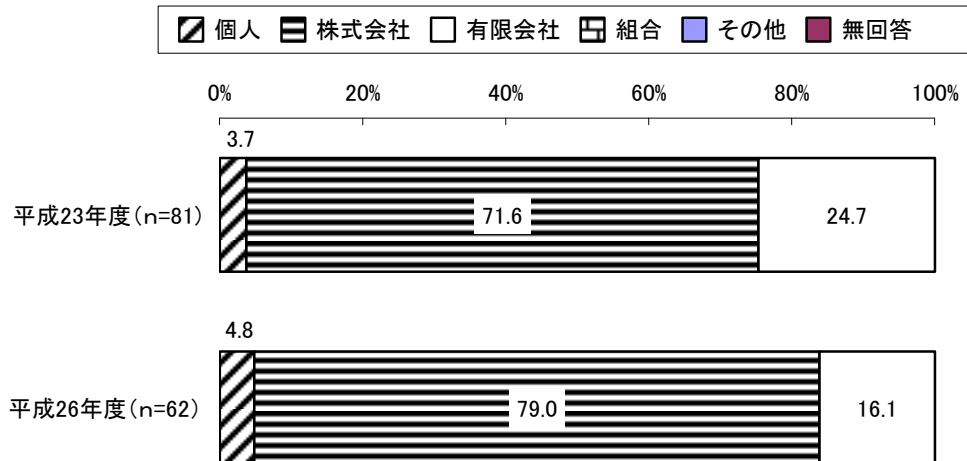
(5) 経営形態

問5 貴事業所の経営形態は。(1つだけ○印)

経営形態をたずねたところ、「株式会社」が79.0%と最も多く、「有限会社」(16.1%)、「個人」(4.8%)と続いている。

前回調査と比較すると、「株式会社」が7.4ポイントと増加し、「有限会社」が8.6ポイント減少している。

「有限会社」は従業員数がすべて『19人以下』であった。また、従業員数が多いほど株式会社の形態をとっている傾向がみられる。



問5 経営形態

(単位: %)

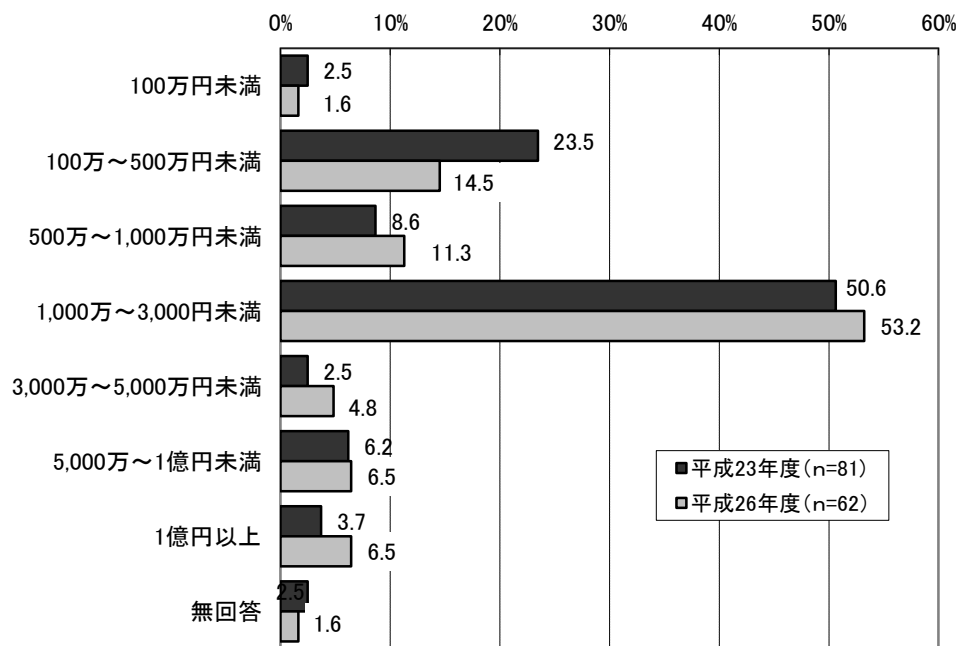
		全体 (実数)	個人	株式 会社	有限 会社	組合	その他	無 回答
業 種	全体	62	4.8	79.0	16.1	0.0	0.0	0.0
	繊維品	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	22.2	77.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	建築材料	10	0.0	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	再生資源	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	食料・飲料	7	0.0	71.4	28.6	0.0	0.0	0.0
	医薬品・化粧品	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	8.3	66.7	25.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
従 業 員 数	1～4人	23	13.0	73.9	13.0	0.0	0.0	0.0
	5～9人	14	0.0	64.3	35.7	0.0	0.0	0.0
	10～19人	13	0.0	92.3	7.7	0.0	0.0	0.0
	20～29人	4	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30～49人	4	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50～99人	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100人以上	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0

(6) 資本金または出資金

問6 貴事業所の資本金または出資金は。(1つだけ○印)

資本金または出資金をたずねたところ、「1,000万～3,000万円」が53.2%と最も多く、「100万～500万円未満」(14.5%)、「500万～1,000万円未満」(11.3%)と続いている。

前回調査と比較すると、「100万～500万円未満」が9ポイント減少している。

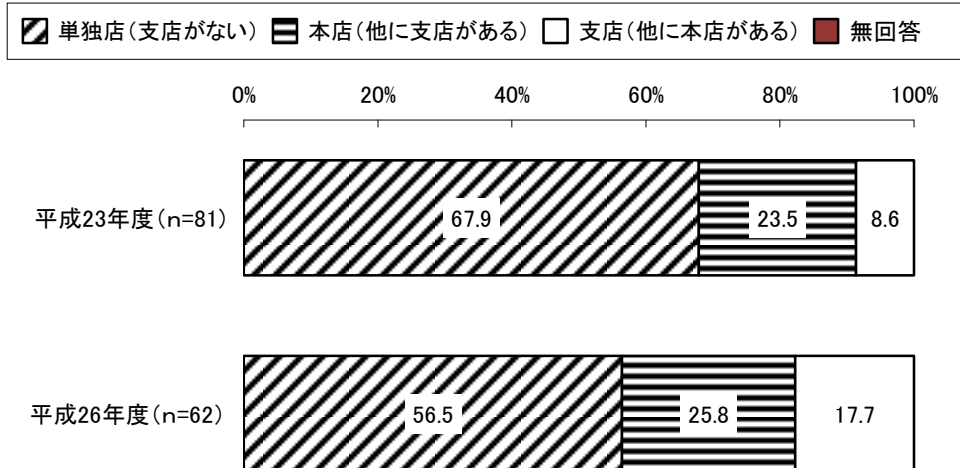


(7) 本支店の区分

問7 貴事業所は本店ですか支店ですか。(1つだけ○印)

本支店の区分をたずねたところ、「単独店（支店がない）」が 56.5%と最も多く、「本店（他に支店がある）」(25.8%)、「支店（他に本店がある）」(17.7%)と続いている。

前回調査と比較すると、「単独店（支店がない）」が 11.4 ポイント減少し、「支店（他に本店がある）」が 9.1 ポイント増加している。



問7 本支店の区分

(単位: %)

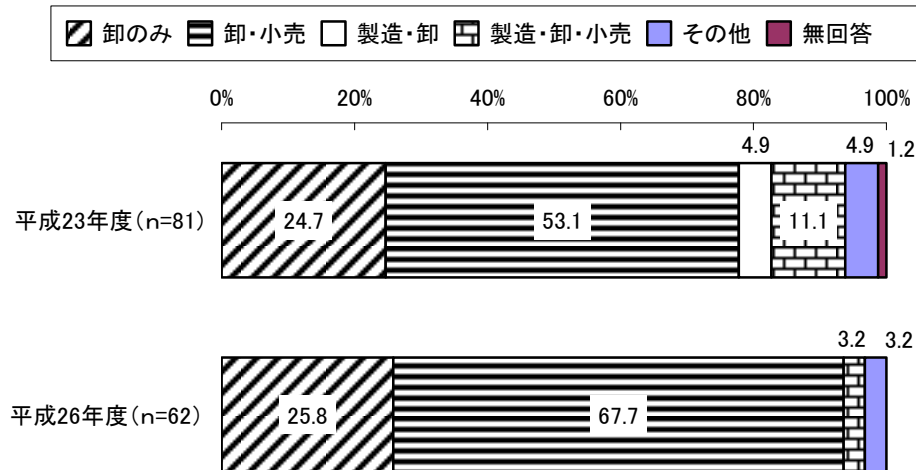
		全体 (実数)	単独店 (支店がない)	本店 (他に支店がある)	支店 (他に本店がある)	無回答
全体		62	56.5	25.8	17.7	0.0
業種	繊維品	2	100.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	16.7	66.7	16.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-
	機械器具	9	55.6	22.2	22.2	0.0
	建築材料	10	50.0	10.0	40.0	0.0
	再生資源	2	0.0	100.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	83.3	16.7	0.0	0.0
	食料・飲料	7	57.1	42.9	0.0	0.0
	医薬品・化粧品	3	33.3	0.0	66.7	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	50.0	0.0	50.0	0.0
	その他	12	75.0	16.7	8.3	0.0
	無回答	2	50.0	50.0	0.0	0.0

(8) 営業形態

問8 貴事業所の営業形態は。(1つだけ○印)

営業形態をたずねたところ、「卸・小売」が 67.7%と最も多く、「卸のみ」(25.8%)、「製造・卸・小売」(3.2%) と続いている。

前回調査と比較すると、「卸・小売」が 14.6 ポイント増加し、「製造・卸・小売」が 7.9 ポイント減少している。



問8 営業形態

(単位: %)

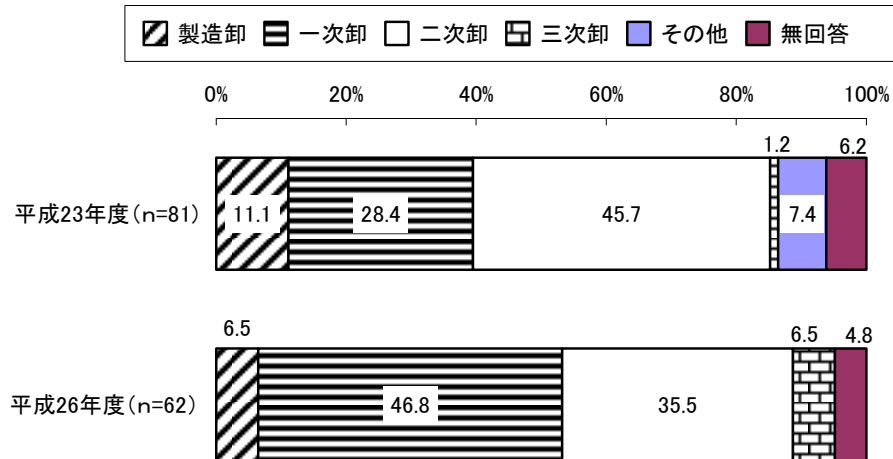
		全体 (実数)	卸 のみ	卸 ・ 小 売	製 造 ・ 卸	製 造 ・ 卸 ・ 小 売	そ の 他	無 回 答
全体		62	25.8	67.7	0.0	3.2	3.2	0.0
業 種	繊維品	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	—	—	—	—	—	—
	機械器具	9	22.2	77.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	建築材料	10	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	再生資源	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	食料・飲料	7	14.3	85.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	医薬品・化粧品	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	33.3	50.0	0.0	8.3	8.3	0.0
	無回答	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(9) 流通段階の位置

問9 貴事業所の流通段階の位置は。(1つだけ○印)

流通段階の位置をたずねたところ、「一次卸」が46.8%と最も多く、「二次卸」(35.5%)、「製造卸」、「三次卸」がともに6.5%と続いている。

前回調査と比較すると、「一次卸」が18.4ポイント増加し、「二次卸」が10.2ポイント減少している。



問9 流通段階の位置

(単位: %)

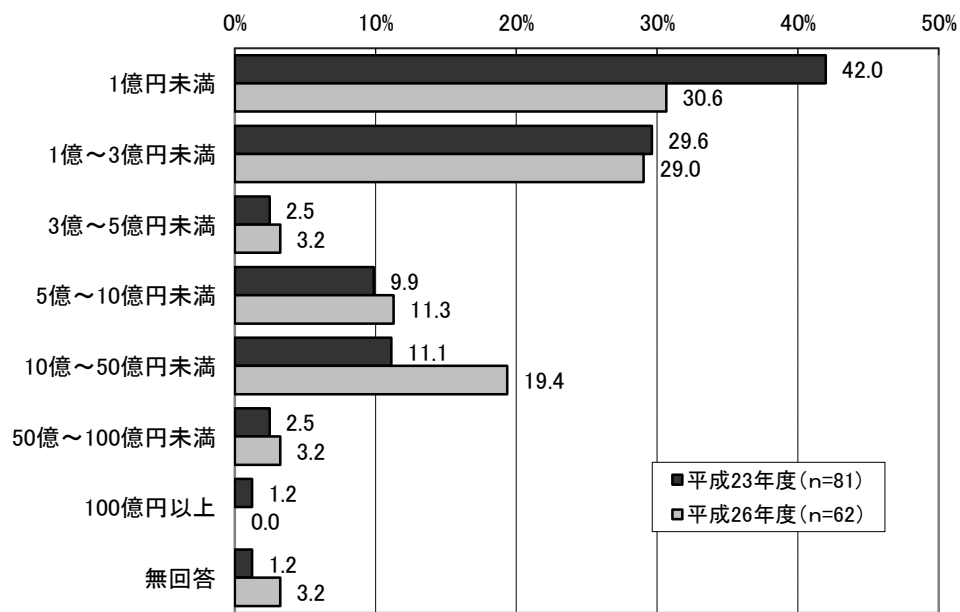
	全体 (実数)	製造卸	一次卸	二次卸	三次卸	その他	無回答
全体	62	6.5	46.8	35.5	6.5	0.0	4.8
業種	繊維品	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	化学製品	6	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-
	機械器具	9	0.0	44.4	44.4	11.1	0.0
	建築材料	10	0.0	30.0	60.0	10.0	0.0
	再生資源	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	50.0	33.3	0.0	16.7
	食料・飲料	7	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0
	医薬品・化粧品	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	その他	12	16.7	50.0	25.0	8.3	0.0
	無回答	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0

(10) 最近 1 年間の売上高

問 10 貴事業所の最近 1 年間の売上高は。(1 つだけ○印)

最近 1 年間の売上高をたずねたところ、「1 億円未満」が 30.6%と最も多く、「1 億～3 億円未満」(29.0%)、「10 億～50 億円未満」(19.4%) と続いている。

前回調査と比較すると、『1 億円未満』が 11.4 ポイント減少している。一方、「10～50 億円未満」では 8.3 ポイント増加している。

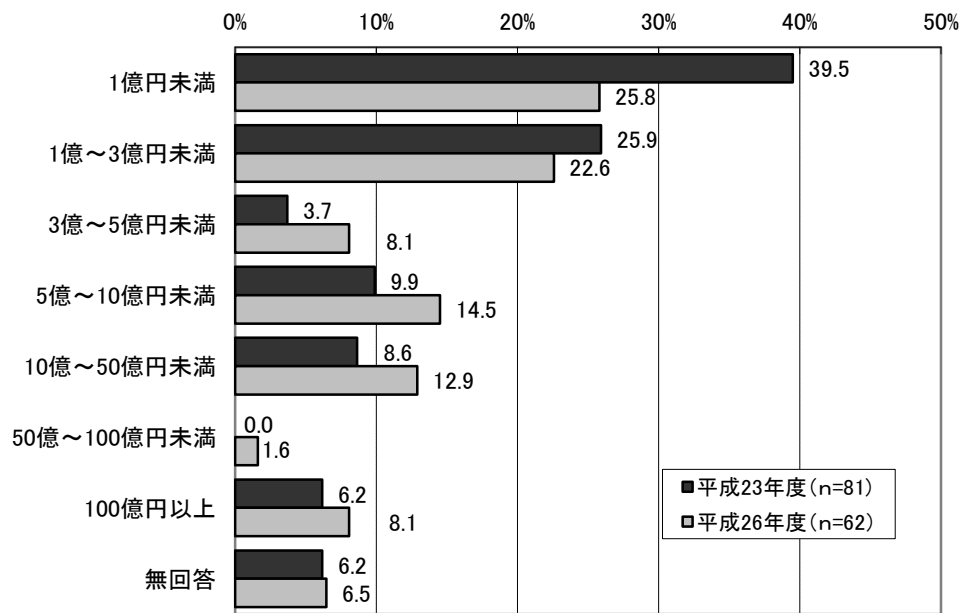


(11) 本支店合計の最近 1 年間の売上高

問 1 1 本店、支店合計の最近 1 年間の売上高は。(1 つだけ○印)

本店、支店合計の最近 1 年間の売上高をたずねたところ、「1 億円未満」が 25.8%と最も多く、「1 億～3 億円未満」(22.6%)、「5 億～10 億円未満」(14.5%) と続いている。

前回調査と比較すると、『1 億円未満』で 13.7 ポイント減少している。一方、『3 億～50 億円未満』までみるとそれぞれ 4 ポイント強増加している。



2 最近の経営内容と評価

(1) 前年同期と比較した経営状況

問12 貴事業所の最近の経営状況についてお伺いします。次のア～キの各項目について、前年同期と比較した場合に該当する1～5の番号を選んでください。

(各項目それぞれ1つずつ○印)

(ア) 売上高

「やや増加した」が27.4%と最も多く、「やや減少した」(22.6%)、「減少した」(21.0%)と続いている。

(イ) 取引先数

「変わらない」が32.3%と最も多く、「やや減少した」(21.0%)、「やや増加した」(19.4%)と続いている。

(ウ) 粗利益

「やや減少した」が29.0%と最も多く、「減少した」(21.0%)、「やや増加した」(19.4%)と続いている。

(エ) 主力商品の販売価格

「変わらない」が33.9%と最も多く、「やや増加した(やや値上がりした)」(27.4%)、「やや減少した(やや値下がりした)」、「減少した(値下がりした)」がともに(14.5%)と続いている。

(オ) 商品在庫

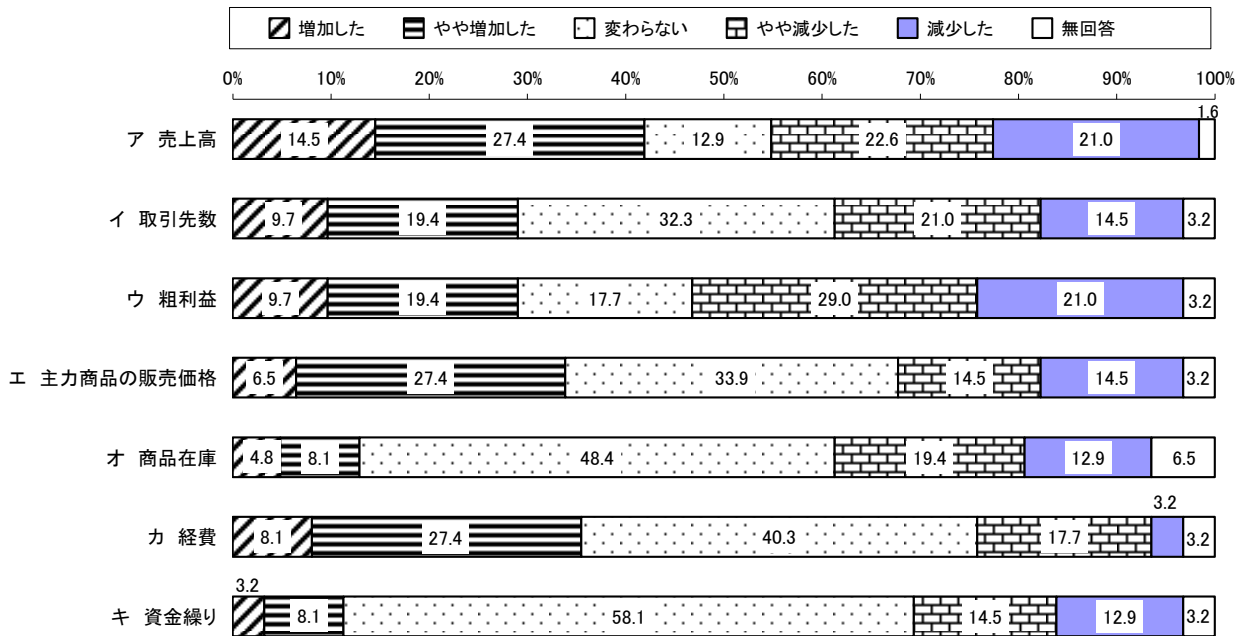
「変わらない」が48.4%と最も多く、「やや減少した」(19.4%)、「減少した」(12.9%)と続いている。

(カ) 経費

「変わらない」が40.3%と最も多く、「やや増加した」(27.4%)、「やや減少した」(17.7%)と続いている。

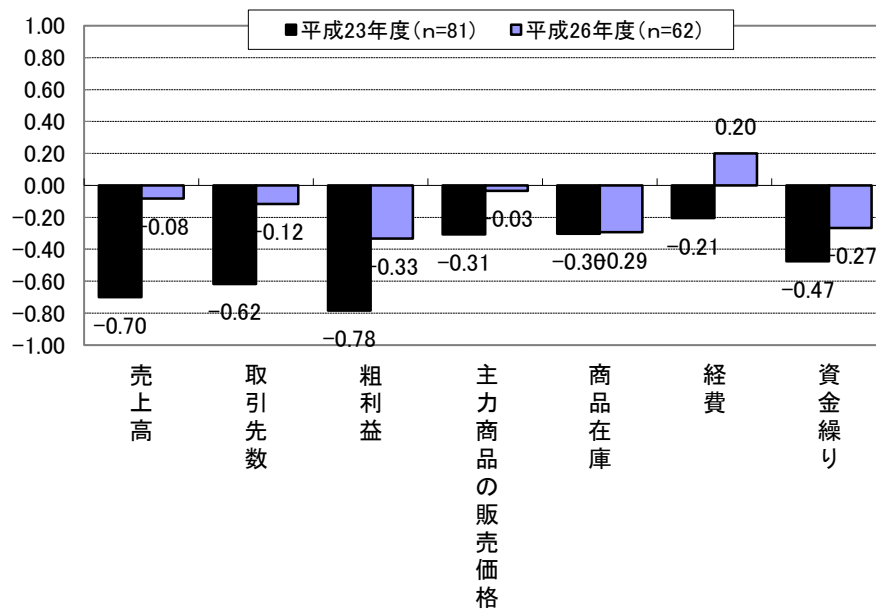
(キ) 資金繰り

「変わらない」が58.1%と最も多く、「やや減少した(やや苦しくなった)」(14.5%)、「減少した(苦しくなった)」(12.9%)と続いている。



下図は、前回調査結果と今回調査結果を評価点（評価点の算出方法は、3 ページの注意事項 4－1 を参照）として表したものである。

前回調査と比較すると、「売上高」、「取引先数」、「粗利益」などについては改善傾向がみられる。



業種別にみると、「家具・建具・じゅう器」は全般的に評価点がプラスとなっている。「売上高」は「機械器具」、「農畜産物・水産物」、「医薬品・化粧品」、「家具・建具・じゅう器」でプラス評価である。

従業員数別にみると、全体的に規模が小さいほど評価が厳しい状況がうかがえる。

問12 前年同期と比較した経営状況(業種・従業員数別評価点)

		全体 (実数)	売上 高	取引 先数	粗利 益	主力商品 の販売 価格	商品 在庫	経費	資金 繰り
全体		62	-0.08	-0.12	-0.33	-0.03	-0.29	0.20	-0.27
業 種	繊維品	2	-0.05	-0.05	-0.05	-0.03	-0.05	-0.02	0.00
	化学製品	6	-0.02	0.00	-0.03	-0.02	-0.03	-0.02	0.00
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	0.05	0.03	0.03	0.06	-0.06	0.03	-0.06
	建築材料	10	-0.08	-0.02	-0.06	-0.05	-0.02	0.06	-0.10
	再生資源	2	-0.05	-0.03	-0.03	0.02	0.00	0.00	-0.02
	衣服・身の回り品	1	-0.03	-0.03	-0.03	-0.02	0.02	0.02	0.00
	農畜産物・水産物	6	0.08	0.03	-0.03	0.05	-0.02	0.05	-0.02
	食料・飲料	7	-0.08	-0.08	-0.05	0.02	-0.10	0.00	-0.06
	医薬品・化粧品	3	0.02	0.03	-0.06	-0.05	0.00	0.03	-0.02
	家具・建具・じゅう器	2	0.06	0.03	0.05	0.06	0.06	0.03	0.03
	その他	12	-0.02	-0.05	-0.03	-0.05	-0.08	-0.02	-0.02
	無回答	2	0.03	0.02	-0.02	-0.03	0.00	0.02	0.00
従 業 員 数	1～4人	23	-0.15	-0.11	-0.15	0.05	-0.07	0.02	-0.11
	5～9人	14	-0.06	-0.08	-0.05	-0.02	-0.18	0.02	-0.08
	10～19人	13	0.05	0.05	-0.02	0.05	-0.07	0.10	-0.10
	20～29人	4	0.00	0.00	-0.05	-0.03	0.02	-0.02	0.00
	30～49人	4	0.05	0.03	-0.05	-0.03	0.02	0.05	0.03
	50～99人	1	-0.02	-0.02	-0.02	-0.02	0.00	0.00	0.00
	100人以上	1	0.02	0.00	0.02	0.00	0.00	0.02	0.00
	無回答	2	0.03	0.02	-0.02	-0.03	0.00	0.02	0.00

3 仕入先・販売先

(1) 主な仕入先

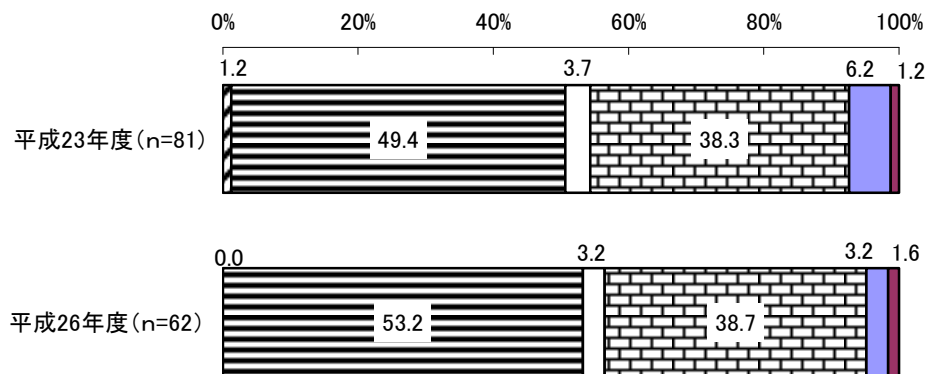
問13 貴事業所の卸売業としての主な仕入先は。(1つだけ○印)

主な仕入先をたずねたところ、「メーカー」が 53.2%と最も多く、「卸売業者」(38.7%)、「一次生産者」と「その他」がともに 3.2%と続いている。

前回調査と比較すると、大きな変化はみられないものの「メーカー」が 3.8 ポイント増加している。

業種別にみると、「メーカー」は「農畜産物・水産物」の比率が低く、「卸売業者」は「化学製品」、「食料・飲料」で低い。

☒ 自店(自店で製造)
 ☒ メーカー
 ☐ 一次生産者
 ☒ 卸売業者
 ☐ その他
 ☐ 無回答



問13 主な仕入先

(単位: %)

	全体 (実数)	自店 (自店で製造)	メー カー	一 次 生 産 者 (農 林 漁 業 者)	卸 売 業 者	そ の 他	無 回 答
全体	62	0.0	53.2	3.2	38.7	3.2	1.6
業種							
繊維品	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
化学製品	6	0.0	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0
鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-
機械器具	9	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
建築材料	10	0.0	40.0	0.0	50.0	10.0	0.0
再生資源	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
農畜産物・水産物	6	0.0	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0
食料・飲料	7	0.0	71.4	0.0	28.6	0.0	0.0
医薬品・化粧品	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家具・建具・じゅう器	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
その他	12	0.0	41.7	0.0	50.0	0.0	8.3
無回答	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0

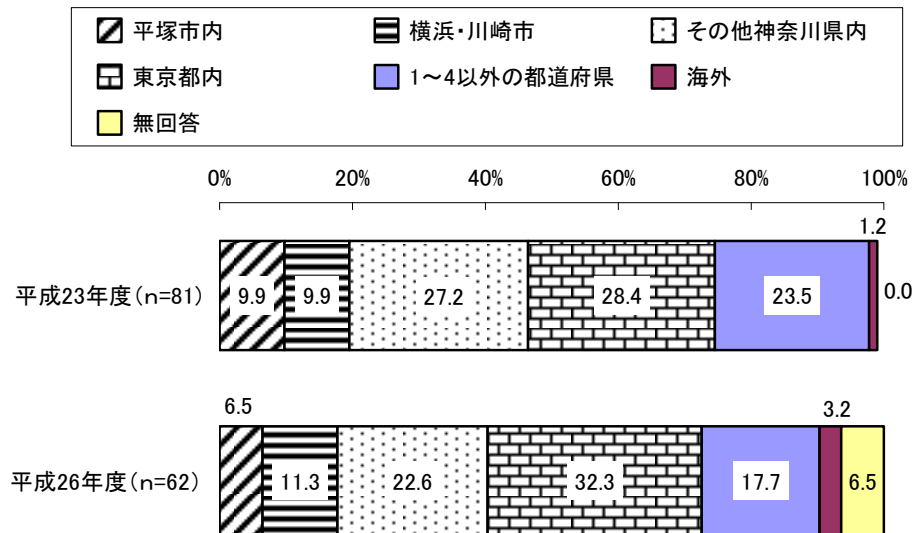
(2) 主な仕入先の所在地

問14 貴事業所の主な仕入先の所在地は。(1つだけ○印)

主な仕入先の所在地をたずねたところ、「東京都内」が 32.3%、「その他神奈川県内」(22.6%)、「1～4 以外の都道府県」(17.7%) と続いている。

前回調査と比較すると、大きな変化はみられないものの「その他神奈川県内」、「1～4 以外都道府県」で5ポイント前後減少している。

業種別にみると、「その他神奈川県内」では「繊維品」、「家具・建具・じゅう器」で 50%を超えている。



問14 主な仕入先の所在地 (単位: %)

	全体 (実数)	平塚 市内	横浜・ 川崎 市	その他 神奈 川県 内	東京 都内	1～ 4以 外の 都道 府県	海外	無回 答
全体	62	6.5	11.3	22.6	32.3	17.7	3.2	6.5
業種	繊維品	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	化学製品	6	0.0	0.0	16.7	50.0	33.3	0.0
	鉱物・金属材料	0	—	—	—	—	—	—
	機械器具	9	0.0	11.1	22.2	22.2	11.1	22.2
	建築材料	10	10.0	10.0	30.0	40.0	10.0	0.0
	再生資源	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	16.7	16.7	16.7	33.3	0.0
	食料・飲料	7	0.0	28.6	0.0	42.9	28.6	0.0
	医薬品・化粧品	3	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	8.3	0.0	33.3	33.3	16.7	0.0
	無回答	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0

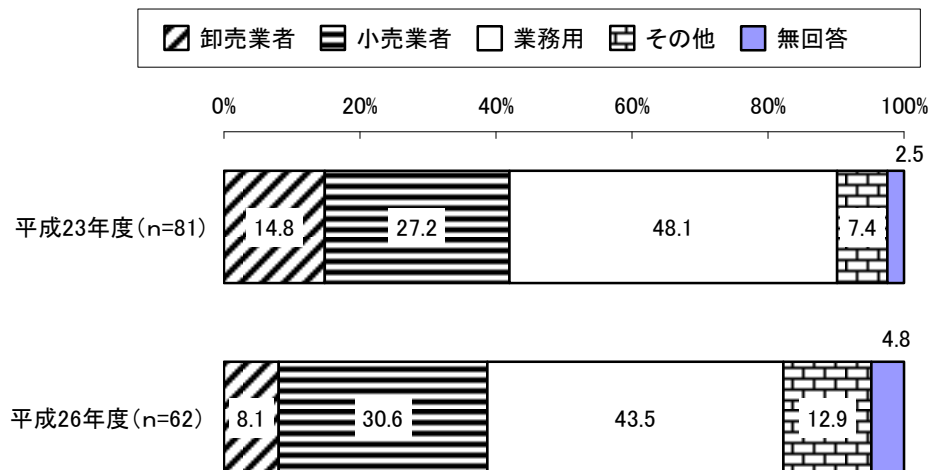
(3) 主な販売先

問15 貴事業所の卸売業としての主な販売先は。(1つだけ○印)

主な販売先をたずねたところ、「業務用」が43.5%と最も多く、「小売業者」(30.6%)、「その他」(12.9%)と続いている。

前回調査と比較すると、「卸売業者」が6.7ポイント減少し、「その他」が5.5ポイント増加している。

業種別にみると、「業務用」は「化学製品」、「機械器具」、「建築材料」、「再生資源」、「家具・建具・じゅう器」で50%以上となっている。



問15 主な販売先

(単位: %)

	全体 (実数)	卸 売 業 者	小 売 業 者	業 務 用	そ の 他	無 回 答
全体	62	8.1	30.6	43.5	12.9	4.8
業 種	繊維品	2	0.0	100.0	0.0	0.0
	化学製品	6	16.7	16.7	66.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-
	機械器具	9	11.1	11.1	55.6	22.2
	建築材料	10	0.0	20.0	70.0	10.0
	再生資源	2	50.0	0.0	50.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	83.3	16.7	0.0
	食料・飲料	7	14.3	57.1	28.6	0.0
	医薬品・化粧品	3	0.0	0.0	33.3	66.7
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	100.0	0.0
	その他	12	8.3	25.0	25.0	16.7
	無回答	2	0.0	0.0	50.0	50.0

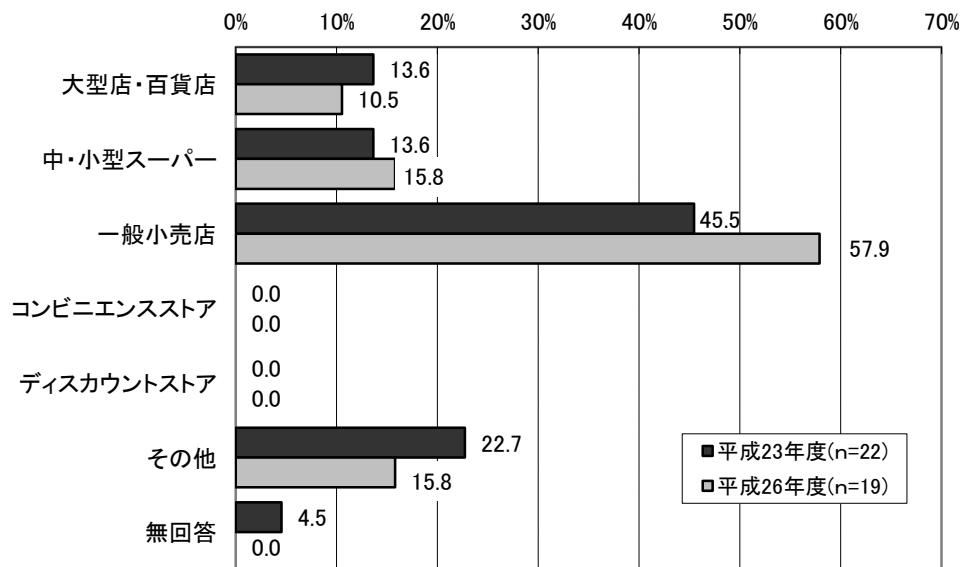
(4) 販売先小売業者の種別

上記問15で「2 小売業者」と回答した事業所の方だけにお伺いします。

問15-1 どのような小売業者を主な販売先としていますか。(1つだけ○印)

販売先の主な小売業者をたずねたところ、「一般小売店」が57.9%と最も多く、「中・小型スーパー」、「その他」が共に15.8%、「大型店・百貨店」(10.5%)と続いている。

前回調査と比較すると、「一般小売店」が12.4ポイント増加している。

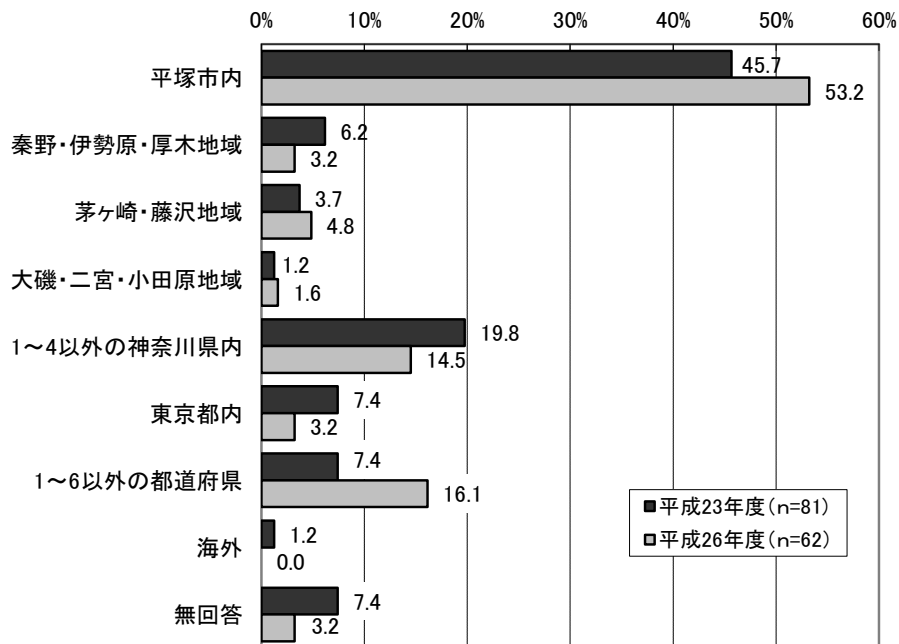


(5) 主な販売地域

問16 貴事業所の主な販売地域は。(1つだけ○印)

主な販売地域をたずねたところ、「平塚市内」が53.2%と最も多く、「1～6以外の神奈川県内」(16.1%)、「1～4以外の都道府県」が14.5%と続いている。

前回調査と比較すると、「1～6以外の都道府県」、「平塚市内」で7ポイント以上増加し、「1～4以外の神奈川県内」で5.3ポイント減少している。



問16 主な販売地域

(単位: %)

	全体 (実数)	平塚 市内	秦野・ 伊勢原・ 厚木地 域	茅ヶ 崎・藤 沢地 域	大磯・ 二宮・ 小田原 地域	1～ 4以 外の 神奈 川県 内	東京 都内	1～ 6以 外の 都道 府県	海外	無回 答
全体	62	53.2	3.2	4.8	1.6	14.5	3.2	16.1	0.0	3.2
業種	繊維品	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	16.7	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	16.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	33.3	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0	11.1	22.2
	建築材料	10	80.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0
	再生資源	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	66.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0
	食料・飲料	7	42.9	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	42.9	0.0
	医薬品・化粧品	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	50.0	0.0	16.7	8.3	0.0	8.3	16.7	0.0
	無回答	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

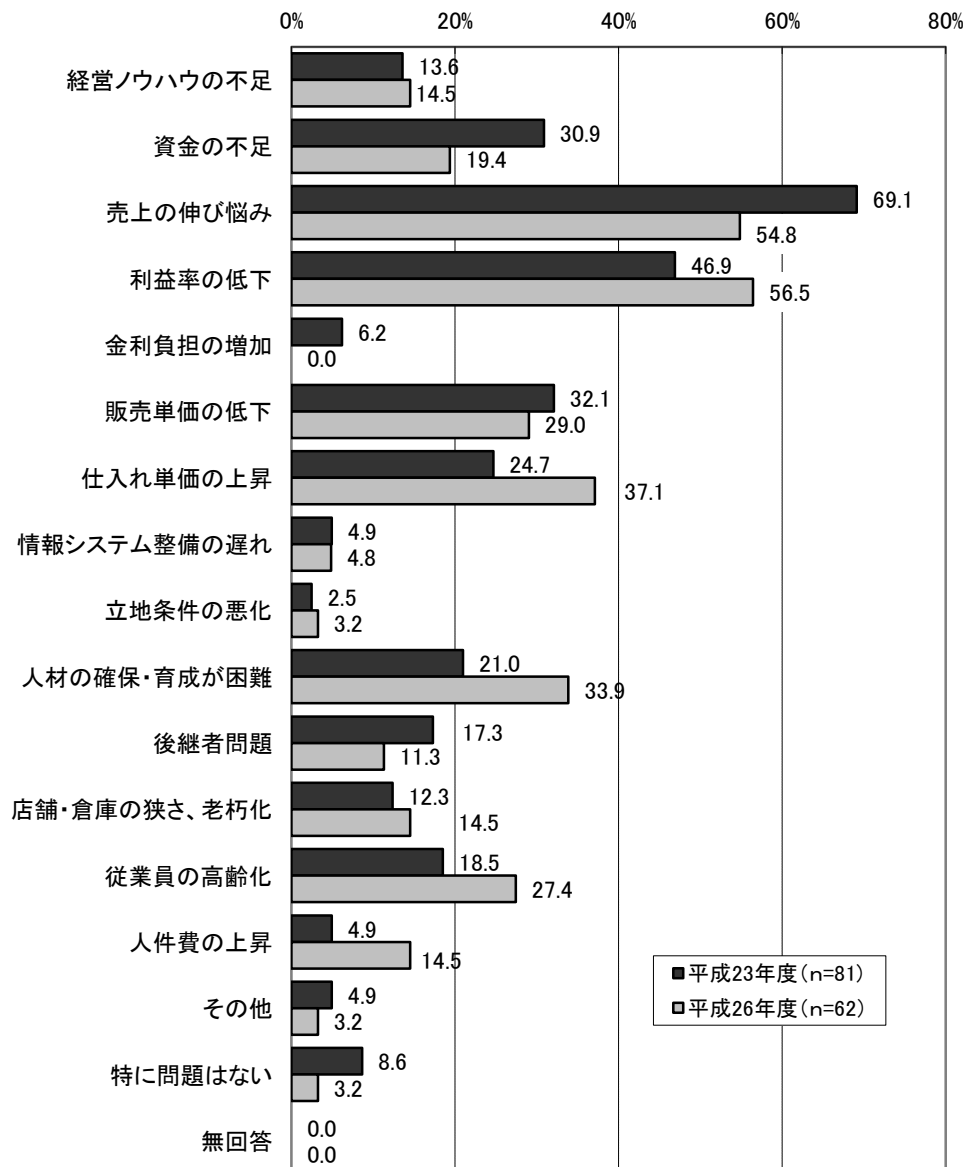
4 経営上の課題

(1) 経営上の問題点

問17 貴事業所の経営上の問題点は。(該当する番号すべてに○印)

経営上の問題点をたずねたところ、「利益率の低下」(56.5%)と最も多く、「売上の伸び悩み」(54.8%)、「仕入れ単価の上昇」(37.1%)と続いている。

前回調査と比較すると、「仕入れ単価の上昇」、「人材の確保・育成が困難」が12ポイント以上増加し、「資金の不足」、「売上の伸び悩み」が11ポイント以上減少している。



業種別にみると、「売上の伸び悩み」、「利益率の低下」は「化学製品」、「建築材料」、「農畜産物・水産物」、「食料・飲料」などでおおむね40%以上と高くなっている。

問17 経営上の問題点

(単位: %)

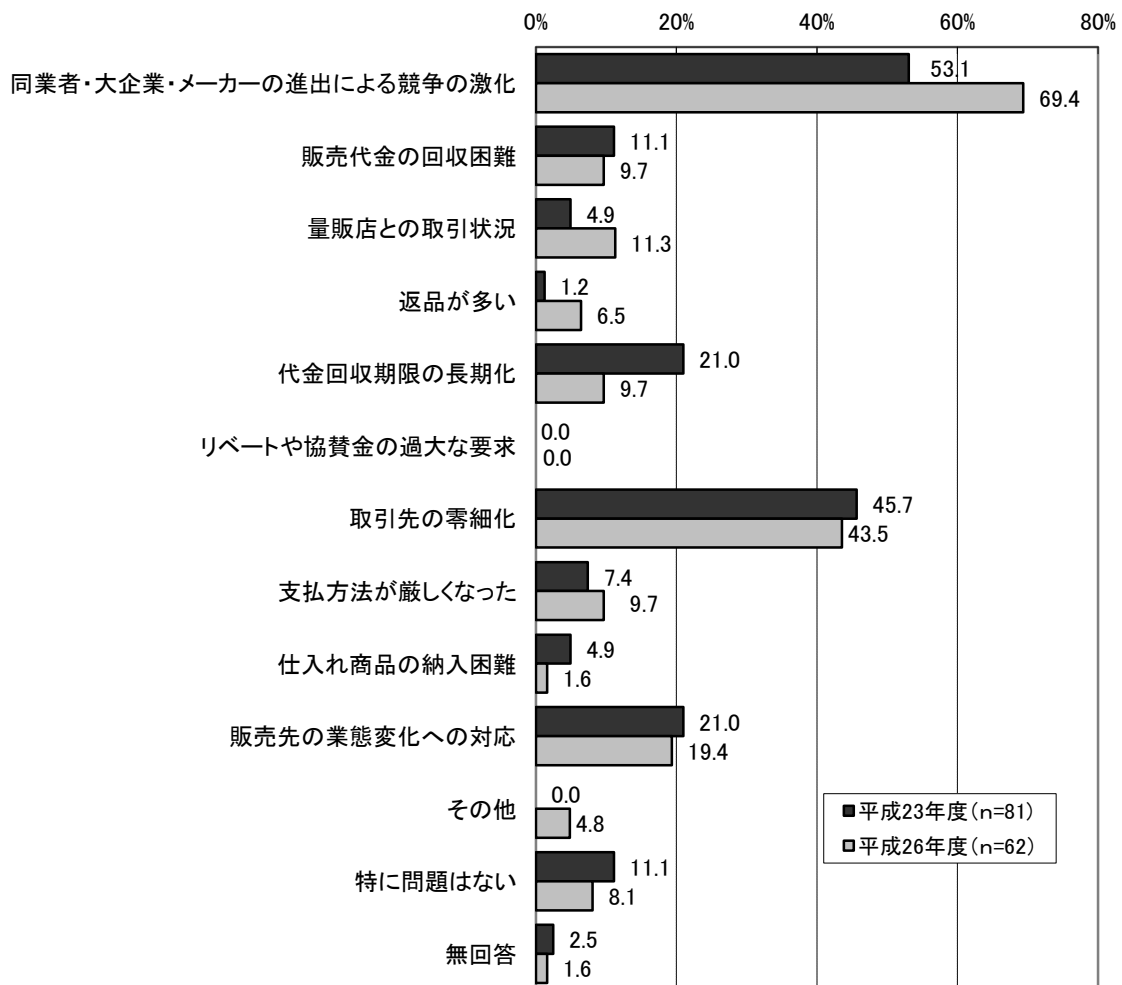
	全体 (実数)	経営の ノウハウの 不足	資金の 不足	売上の 伸び悩み	利益率の 低下	金利負担の 増加	販売単価の 低下	仕入れ単価の 上昇	情報システム 整備の遅れ	立地条件の 悪化	人材の確保・ 育成が困難	後継者問題	店舗・倉庫の 狭さ、老朽	従業員の 高齢化	人件費の上 昇	その他	特に問題 はない	無回答
全体	62	14.5	19.4	54.8	56.5	0.0	29.0	37.1	4.8	3.2	33.9	11.3	14.5	27.4	14.5	3.2	3.2	0.0
業種																		
繊維品	2	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
化学製品	6	16.7	16.7	66.7	66.7	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
機械器具	9	11.1	11.1	0.0	44.4	0.0	22.2	33.3	11.1	0.0	44.4	0.0	33.3	44.4	0.0	0.0	11.1	0.0
建築材料	10	10.0	10.0	60.0	60.0	0.0	30.0	30.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0
再生資源	2	50.0	50.0	100.0	100.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
農畜産物・水産物	6	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	16.7	33.3	16.7	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0
食料・飲料	7	42.9	28.6	71.4	42.9	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	42.9	28.6	14.3	28.6	14.3	14.3	14.3	0.0
医薬品・化粧品	3	33.3	33.3	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
その他	12	0.0	25.0	75.0	58.3	0.0	25.0	41.7	0.0	0.0	33.3	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	2	0.0	50.0	50.0	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

（２）商取引上の問題点

問１８ 貴事業所の商取引上の問題点は。（該当する番号すべてに○印）

商取引上の問題点をたずねたところ、「同業者・大企業・メーカーの進出による競争の激化」が69.4%と最も多く、「取引先の零細化」(43.5%)、「販売先の業態変化への対応」(19.4%)と続いている。

前回調査と比較すると、「同業者・大企業・メーカーの進出による競争の激化」が16.3ポイント増加し、「代金回収期限の長期化」が11.3ポイント減少している。また、「量販店との取引状況」、「返品が多い」は悪化傾向がうかがえ、「仕入れ商品の納入困難」、「取引先の零細化」にやや改善傾向がみられる。



業種別にみると、「同業者・大企業・メーカーの進出による競争の激化」は多くの業種で 50%以上となっている。

問18 商取引上の問題点

(単位: %)

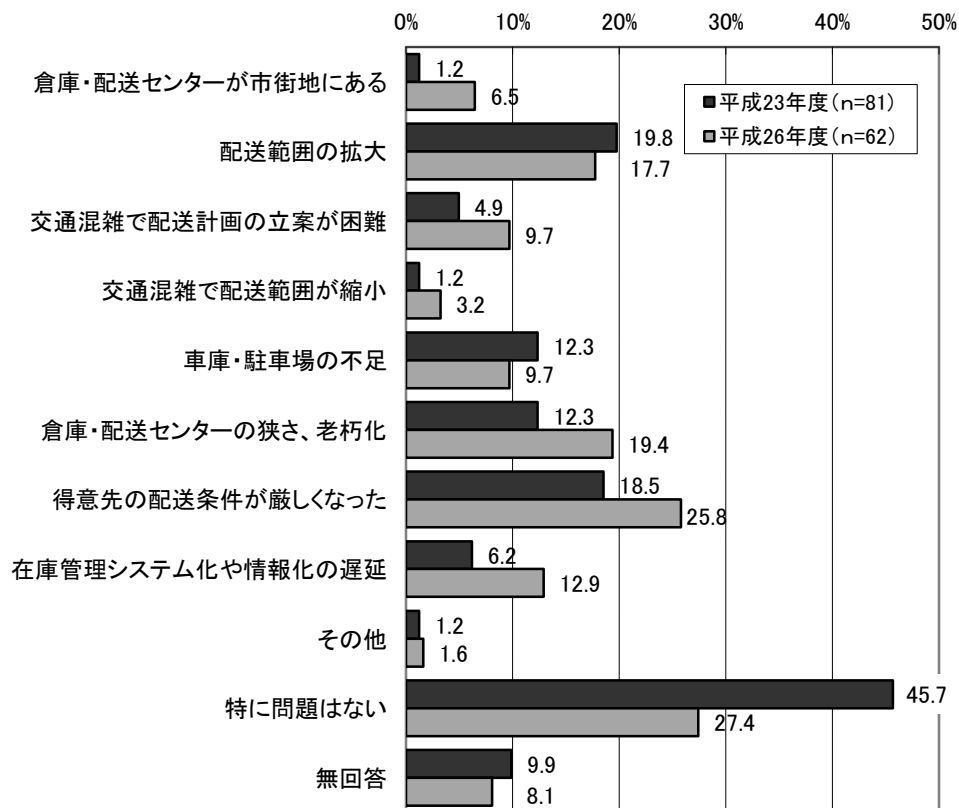
		全体 (実数)	同業者・大企業・メーカー の進出による競争の激化	販売代金の回収困難	量販店との取引状況	返品が多い	代金回収期限の長期化	要求 リベートや協賛金の過大な	取引先の零細化	支払方法が厳しくなった	仕入れ商品の納入困難	販売先の業態変化への対応	その他	特に問題はない	無回答
	全体	62	69.4	9.7	11.3	6.5	9.7	0.0	43.5	9.7	1.6	19.4	4.8	8.1	1.6
業種	繊維品	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	83.3	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	66.7	0.0	11.1	11.1	22.2	0.0	22.2	11.1	0.0	22.2	0.0	11.1	0.0
	建築材料	10	70.0	20.0	10.0	0.0	20.0	0.0	70.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	再生資源	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	83.3	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	食料・飲料	7	57.1	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	57.1	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0
	医薬品・化粧品	3	100.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	その他	12	66.7	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	50.0	8.3	0.0	8.3	0.0	16.7	8.3
	無回答	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

(3) 物流体制の問題点

問19 貴事業所の物流体制の問題点は。(該当する番号すべてに○印)

物流体制の問題点をたずねたところ、「特に問題はない」が27.4%と最も多く、「得意先の配送条件が厳しくなった」(25.8%)「配送範囲の拡大」(17.7%)、と続いている。

前回調査と比較すると、「特に問題はない」が18.3ポイント減少し、「得意先の配送条件が厳しくなった」が7.3ポイント増加している。また、「配送範囲の拡大」、「車庫・駐車場の不足」でやや改善傾向がみられるものの、他の項目では悪化傾向がうかがえる。



業種別にみると、「得意先の配送条件が厳しくなった」では、「機械器具」、「建築材料」、「食料・飲料」、「医薬品・化粧品」、「家具・建具・じゅう器」で30%以上と高くなっている。

問19 物流体制の問題点

(単位: %)

	全体 (実数)	倉庫・ 配送セン ターが市 街地にあ る	配 送 範 囲 の 拡 大	交 通 混 雑 で 配 送 計 画 の 立 案 が 困 難	交 通 混 雑 で 配 送 範 囲 が 縮 小	車 庫 ・ 駐 車 場 の 不 足	倉 庫 ・ 配 送 セ ン タ ー の 狭 さ 、 老 朽 化	得 意 先 の 配 送 条 件 が 厳 し く な っ た	在 庫 管 理 シ ス テ ム 化 や 情 報 化 の 遅 延	そ の 他	特 に 問 題 は な い	無 回 答
全体	62	6.5	17.7	9.7	3.2	9.7	19.4	25.8	12.9	1.6	27.4	8.1
業 種	繊維品	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	化学製品	6	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	0.0	11.1	0.0	0.0	11.1	33.3	44.4	22.2	0.0	22.2
	建築材料	10	0.0	20.0	0.0	10.0	0.0	30.0	30.0	10.0	0.0	10.0
	再生資源	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	50.0	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7
	食料・飲料	7	14.3	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3	42.9	28.6	0.0	14.3
	医薬品・化粧品	3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	25.0	8.3	0.0	33.3
	無回答	2	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0

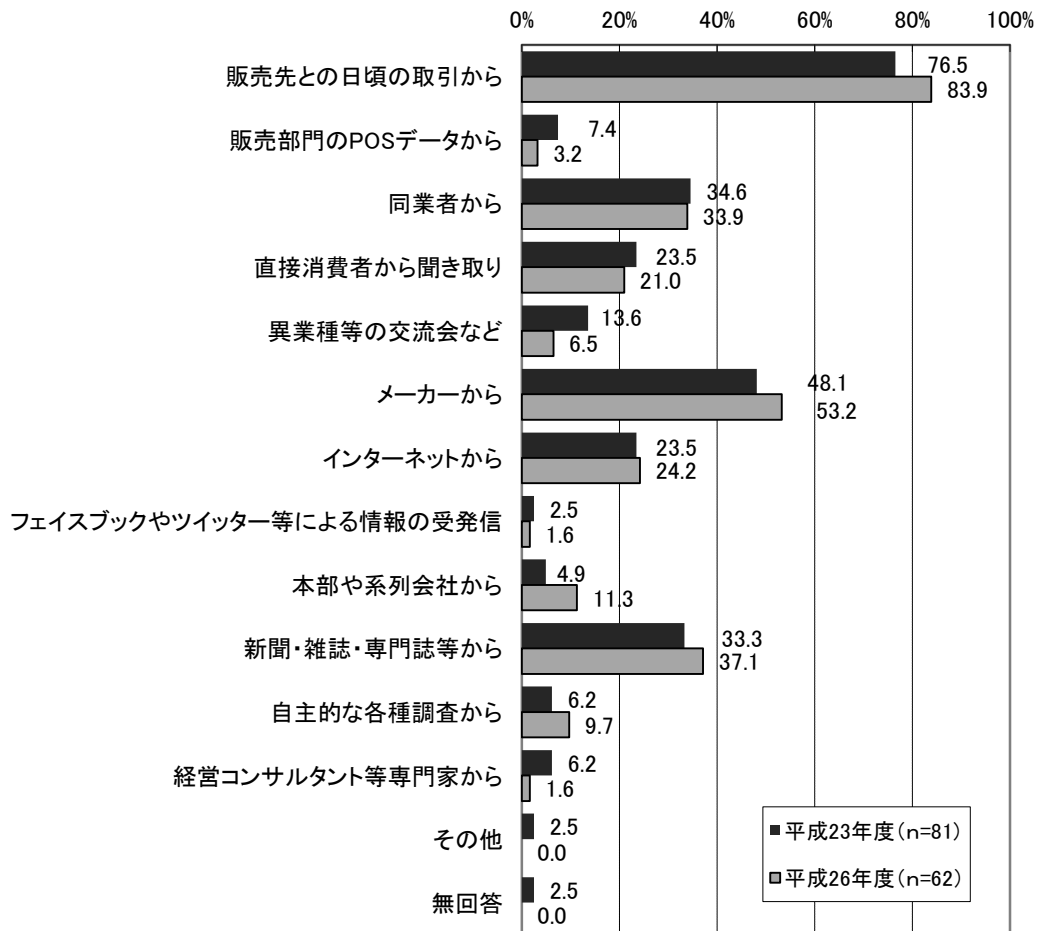
5 情報化・商品開発などの取り組み

(1) 消費者ニーズ等の情報の入手方法

問20 貴事業所の消費者ニーズ等の情報の入手方法は。(該当する番号すべてに○印)

消費者ニーズ等の情報の入手方法をたずねたところ、「販売先との日頃の取引から」が 83.9%と最も多く、「メーカーから」(53.2%)、「新聞・雑誌・専門誌等から」(37.1%)と続いている。

前回調査と比較すると、大きな変化はみられないものの「販売先との日頃の取引から」、「本部や系列会社から」で6ポイント以上増加している。



業種別にみると、すべての業種で「販売先との日頃の取引から」の情報入手の比率が高い。
また、「メーカーから」は、「化学製品」、「農畜産物・水産物」、「食料・飲料」などで高い。

問20 消費者ニーズ等の情報の入手方法

(単位: %)

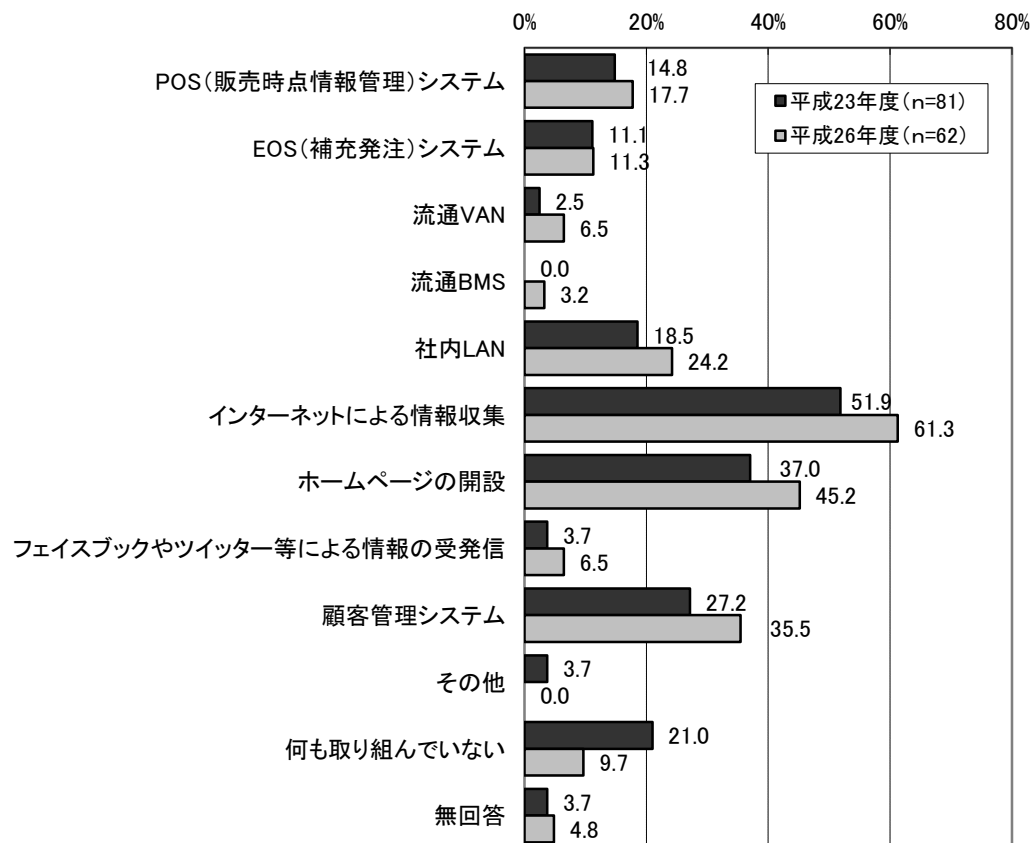
	全体 (実数)	販売先との 日頃の取引から	販売部門の POSデータから	同業者から	直接消費者から 聞き取り	異業種等の 交流会など	メーカーから	インターネットから	フェイスブックや ツイッター等による 情報の受発信	本部や系列会社から	新聞・雑誌・専門誌等から	自主的な各種調査から	経営コンサルタント等 専門家から	その他	無回答
全体	62	83.9	3.2	33.9	21.0	6.5	53.2	24.2	1.6	11.3	37.1	9.7	1.6	0.0	0.0
業種	繊維品	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	100.0	0.0	50.0	16.7	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	88.9	0.0	11.1	33.3	0.0	22.2	22.2	0.0	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0
	建築材料	10	80.0	10.0	50.0	20.0	0.0	50.0	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	再生資源	2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	100.0	0.0	33.3	16.7	16.7	66.7	50.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	食料・飲料	7	71.4	0.0	42.9	14.3	14.3	71.4	28.6	0.0	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0
	医薬品・化粧品	3	100.0	0.0	33.3	33.3	0.0	100.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	100.0	0.0	0.0	100.0	50.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	66.7	8.3	25.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	16.7	25.0	0.0	8.3	0.0
	無回答	2	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	100.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0

(2) 現在取り組んでいる情報化の手段

問21 貴事業所の情報化の手段について、現在取り組んでいるもの(すでに取り組んだものを含む)は。(該当する番号すべてに○印)

現在取り組んでいる情報化の手段をたずねたところ、「インターネットによる情報収集」が61.3%と最も多く、「ホームページの開設」(45.2%)、「顧客管理システム」(35.5%)と続いている。

前回調査と比較すると、「インターネットによる情報収集」は9.4ポイント増加している。一方、「何も取り組んでいない」は11.3ポイント減少している。



業種別にみると、「インターネットによる情報収集」は、「化学製品」、「機械器具」、「建築材料」、「食料・飲料」などで高くなっている。「ホームページの開設」は「機械器具」、「医薬品・化粧品」などで高い。

従業員数別にみると、「インターネットによる情報収集」は従業員数に関わらず比率が高い傾向がみられる。「ホームページの開設」は従業員数が多くなるにつれて比率が高くなる傾向がみられる。

問21 現在取り組んでいる情報化の手段

(単位: %)

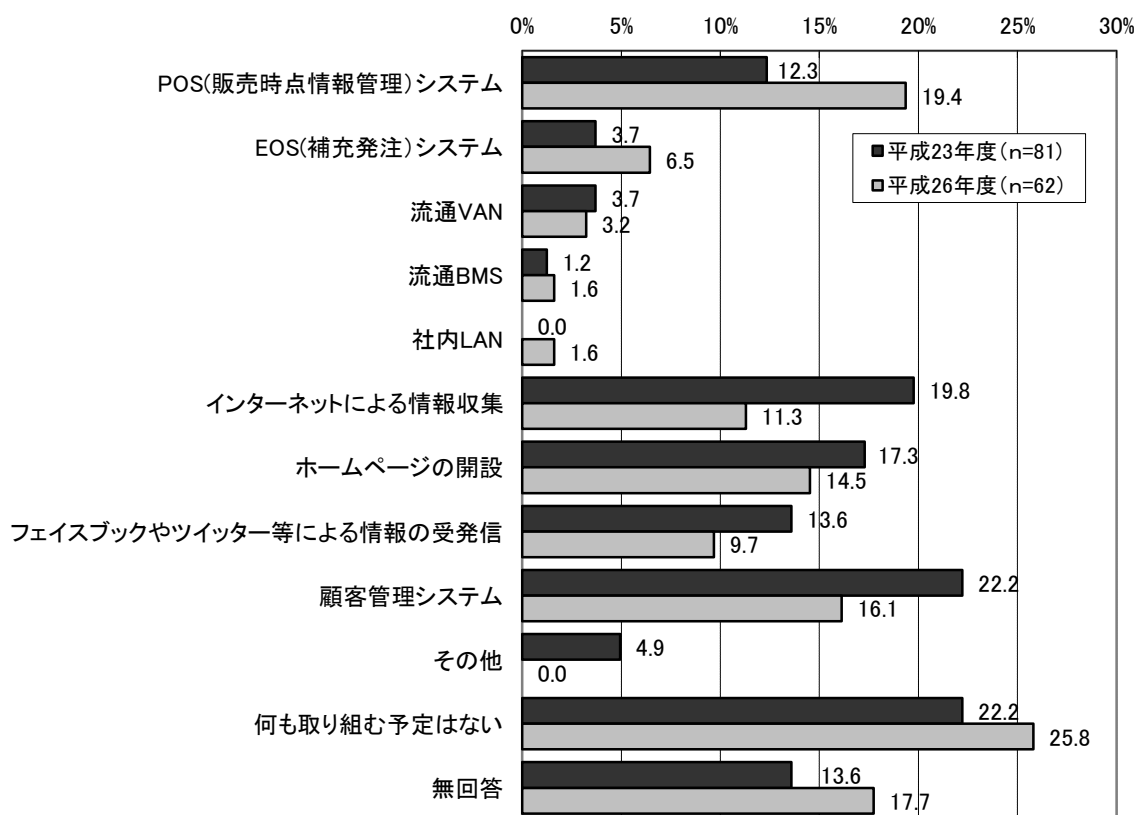
	全体 (実数)	POS (販売時点情報管理) システム	EOS (補充発注)システム	流通 VAN	流通 BMS	社内 LAN	インターネットによる 情報収集	ホーム ページの開設	フェイスブックや ツイッター等による 情報の受発信	顧客管理システム	その他	何も 取り組んでいない	無 回答
全体	62	17.7	11.3	6.5	3.2	24.2	61.3	45.2	6.5	35.5	0.0	9.7	4.8
業種	繊維品	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	16.7	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	100.0	66.7	11.1	22.2	0.0	0.0
	建築材料	10	0.0	10.0	0.0	0.0	30.0	60.0	30.0	0.0	40.0	0.0	10.0
	再生資源	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	33.3	33.3	0.0	16.7	16.7	50.0	50.0	0.0	33.3	0.0	16.7
	食料・飲料	7	14.3	14.3	14.3	0.0	28.6	57.1	42.9	14.3	28.6	0.0	14.3
	医薬品・化粧品	3	100.0	66.7	66.7	0.0	66.7	33.3	66.7	0.0	100.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	その他	12	25.0	8.3	8.3	8.3	0.0	50.0	41.7	8.3	16.7	0.0	8.3
	無回答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0
従業員数	1～4人	23	4.3	0.0	0.0	0.0	17.4	69.6	43.5	8.7	26.1	0.0	17.4
	5～9人	14	7.1	7.1	0.0	0.0	7.1	50.0	21.4	0.0	28.6	0.0	14.3
	10～19人	13	15.4	7.7	7.7	7.7	46.2	69.2	46.2	7.7	38.5	0.0	0.0
	20～29人	4	100.0	25.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0
	30～49人	4	25.0	50.0	25.0	25.0	25.0	50.0	100.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	50～99人	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	100人以上	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0

(3) 今後取り組みたい情報化の手段

問22 貴事業所の情報化の手段について、今後取り組みたいものは。
(該当する番号すべてに○印)

今後取り組みたい情報化の手段についてたずねたところ、「何も取り組む予定はない」が25.8%と最も多く、「POS（販売時点情報管理）システム」(19.4%)、「顧客管理システム」(16.1%)、と続いている。

前回調査と比較すると、「POS（販売時点情報管理）システム」が7.1ポイント増加し、「インターネットによる情報収集」が8.5ポイント減少している。



業種別にみると、「POP（販売時点情報管理）システム」は「機械器具」、「農畜産物・水産物」、「医薬品・化粧品」などで30%以上と比較的高い。

問22 今後取り組みたい情報化の手段

(単位: %)

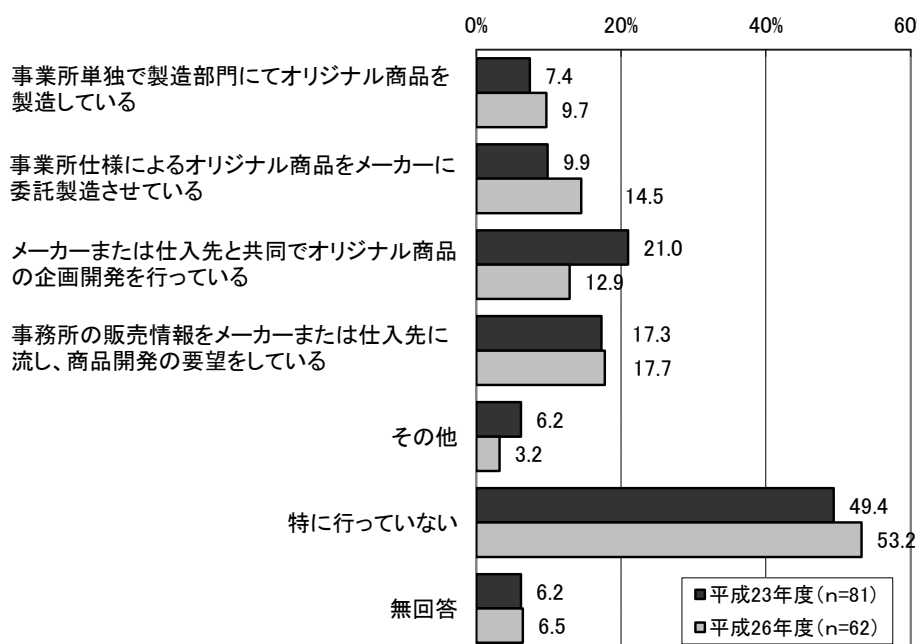
	全体 (実数)	POS (販売時点情報管理) システム	EOS (補充発注)システム	流通 VAN	流通 BMS	社内 LAN	インター ネットによる情報 収集	ホーム ページの開設	フェ イスブ ックや ツイ ッター 等による 情報の 受発信	顧客 管理シ ステム	その他	何も 取り組 む予定 はない	無回 答
全体	62	19.4	6.5	3.2	1.6	1.6	11.3	14.5	9.7	16.1	0.0	25.8	17.7
業 種	繊維品	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	化学製品	6	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	50.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	33.3	0.0	11.1	0.0	11.1	33.3	0.0	11.1	11.1	0.0	22.2
	建築材料	10	20.0	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	30.0	0.0	10.0
	再生資源	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	33.3
	食料・飲料	7	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	42.9	14.3
	医薬品・化粧品	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	その他	12	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	41.7	8.3	16.7	0.0	0.0	25.0
	無回答	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

(4) 商品開発の状況

問23 貴事業所の商品開発の状況についてお伺いします。卸売業者として独自の商品開発を、どの様に行っていますか。(該当する番号すべてに○印)

商品開発の状況をたずねたところ、「特に行っていない」が53.2%と最も多く、「事務所の販売情報をメーカーまたは仕入先に流し、商品開発の要望をしている」(17.7%)と続いている。

前回調査と比較すると、大きな変化はみられないものの「メーカーまたは仕入先と共同でオリジナル商品の企画開発を行っている」が8.1ポイント減少し、他の項目はおおむね増加している。



問23 商品開発の状況

(单位:%)

問23 商品開発の状況

(単位: %)

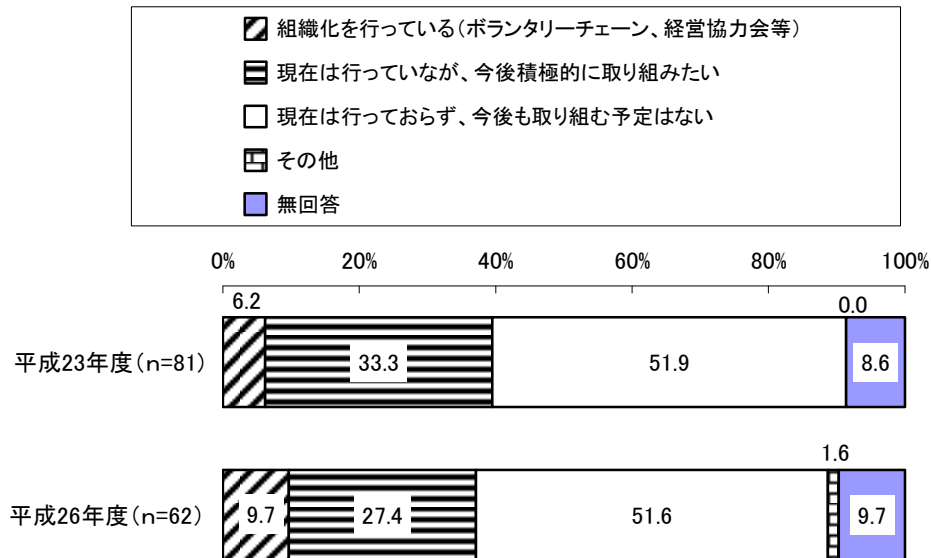
		全体 (実数)	事業所単独でオリジナル商品を製造	事業所仕様によるオリジナル商品をメーカーで委託製造	メーカー・仕入先と共同でオリジナル商品を企画開発	品開発を要望 メーカー・仕入先に流し、商品開発を要望	事務所の販売情報をメーカー・仕入先に流し、商品開発を要望	その他	特に行っていない	無回答
全体		62	9.7	14.5	12.9	17.7	3.2	53.2	6.5	
業種	繊維品	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	化学製品	6	16.7	16.7	33.3	16.7	0.0	33.3	0.0	
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	
	機械器具	9	0.0	11.1	11.1	11.1	0.0	66.7	0.0	
	建築材料	10	10.0	10.0	10.0	30.0	0.0	50.0	10.0	
	再生資源	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	農畜産物・水産物	6	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	83.3	0.0	
	食料・飲料	7	0.0	42.9	14.3	28.6	14.3	42.9	0.0	
	医薬品・化粧品	3	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	
	その他	12	0.0	8.3	8.3	8.3	0.0	58.3	25.0	
無回答	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0		

(5) 取引先の組織化の状況

問24 貴事業所の取引先の組織化の状況は。(1つだけ○印)

取引先の組織化の状況をたずねたところ、「現在は行っておらず、今後もし組み込む予定はない」が51.6%と最も多く、「現在は行っていないが、今後積極的に取り組みたい」(27.4%)、「組織化を行っている(ボランティアチェーン、経営協力会等)」(9.7%)と続いている。

前回調査と比較すると、「現在は行っていないが、今後積極的に取り組みたい」が5.9ポイント減少している。



問24 取引先の組織化の状況

(単位: %)

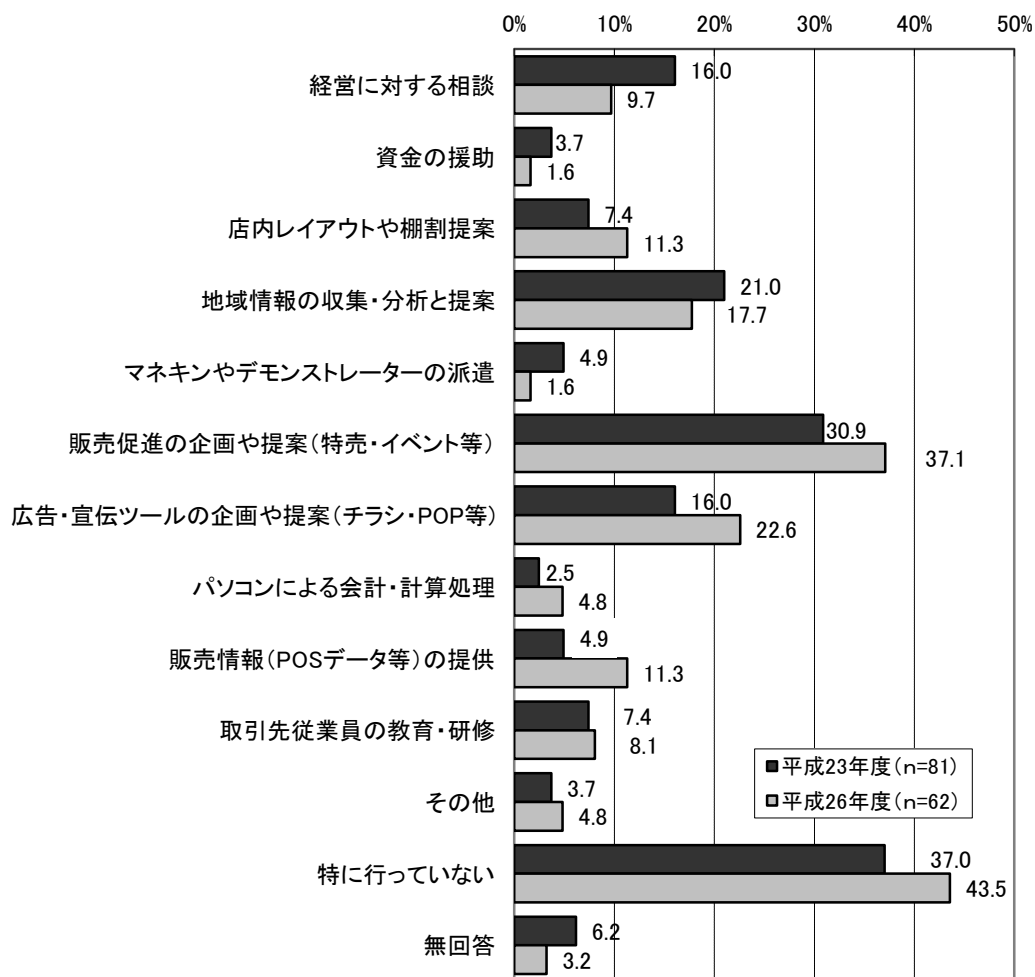
		全 体 （ 実 数 ）	組 織 化 を 行 っ て い る	り 組 み た い	が 現 在 は 今 後 積 極 的 に な い	予 定 は な い	現 在 は 今 後 も 取 り 組 む	そ の 他	無 回 答
全体		62	9.7	27.4	51.6	1.6	9.7		
業 種	繊維品	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
	化学製品	6	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0		
	鉱物・金属材料	0	－	－	－	－	－		
	機械器具	9	11.1	33.3	55.6	0.0	0.0		
	建築材料	10	10.0	20.0	60.0	0.0	10.0		
	再生資源	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
	農畜産物・水産物	6	16.7	16.7	50.0	0.0	16.7		
	食料・飲料	7	0.0	42.9	42.9	0.0	14.3		
	医薬品・化粧品	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0		
	家具・建具・じゅう器	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0		
	その他	12	8.3	33.3	33.3	0.0	25.0		
	無回答	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0		

(6) 取引先への販売促進や経営指導等の援助の状況

問25 貴事業所は取引先に対して、どのような販売促進や経営指導等の援助を行っていますか。(該当する番号すべてに○印)

販売促進や経営指導等の援助の状況をたずねたところ、「特に行っていない」が43.5%と最も多く、「販売促進の企画や提案(特売・イベント等)」(37.1%)、「広告・宣伝ツールの企画や提案」(22.6%)と続いている。

前回調査と比較すると、大きな変化はみられないものの「経営に対する相談」が6.3ポイント減少し、「販売促進の企画や提案(特売・イベント等)」、「広告・宣伝ツールの企画や提案」、「販売情報(POSデータ等)の提供」が6ポイント強増加している。



業種別にみると、「販売促進の企画や提案」は「繊維品」、「農畜産物・水産物」、「食料・飲料」、「家具・建具・じゅう器」などで50%以上と高い。

問25 取引先への販売促進や経営指導等の援助の状況

(単位: %)

	全体 (実数)	経営 に対する 相談	資金の 援助	店内レイ アウトや 棚割提案	地域情報 の収集・ 分析と 提案	マネキン やデモン ストラータ ーの派遣	販売促進 の企画や 提案	広告・宣 伝ツールの 企画や提供	パソコン による会計・ 計算処理	販売情報 の提供	取引先従 業員の教育・ 研修	その他	特に行 っていない	無回答
全体	62	9.7	1.6	11.3	17.7	1.6	37.1	22.6	4.8	11.3	8.1	4.8	43.5	3.2
業種	繊維品	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	化学製品	6	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	66.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	0.0	0.0	11.1	22.2	0.0	22.2	22.2	11.1	0.0	0.0	55.6	0.0
	建築材料	10	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	40.0	10.0	0.0	10.0	0.0	50.0	10.0
	再生資源	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	50.0	33.3	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7
	食料・飲料	7	14.3	0.0	14.3	0.0	14.3	57.1	14.3	0.0	28.6	14.3	28.6	42.9
	医薬品・化粧品	3	100.0	0.0	33.3	100.0	0.0	100.0	33.3	33.3	100.0	66.7	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	その他	12	0.0	8.3	16.7	0.0	0.0	16.7	33.3	8.3	0.0	0.0	41.7	0.0
	無回答	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

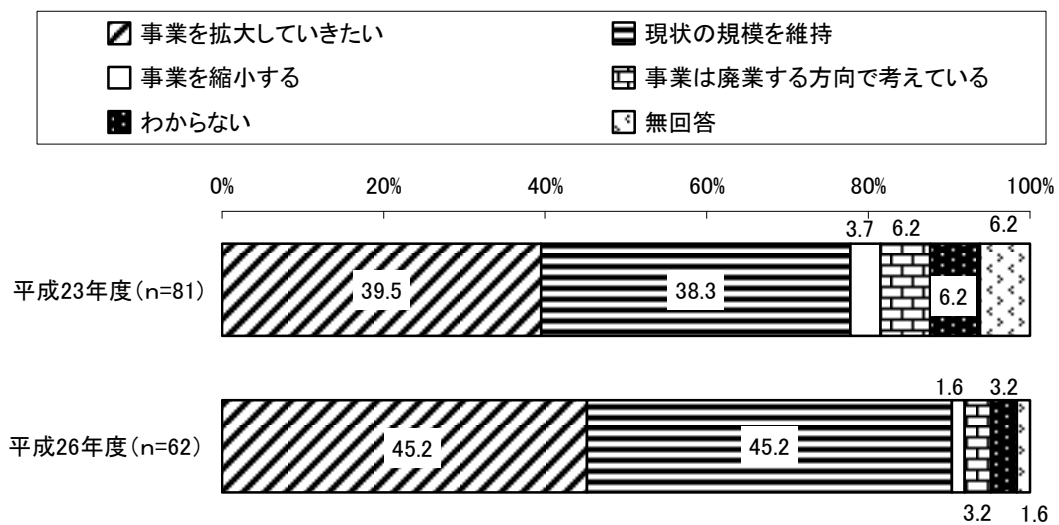
6 今後の経営について

(1) 今後の経営方針

問26 貴事業所の今後の経営方針は。(1つだけ○印)

今後の経営方針をたずねたところ、「事業を拡大していきたい」、「現状の規模を維持」がともに45.2%である。

前回調査と比較すると、「事業を拡大していきたい」が5.7ポイント、「現状の規模を維持」が6.9ポイント増加している。



業種別にみると、「事業を拡大していきたい」は「建築材料」、「食料・飲料」などで60%以上と高い。
従業員数別にみると、規模が大きいほど今後の経営に積極的である傾向がうかがえる。

問26 今後の経営方針

(単位: %)

		全体 (実数)	事業 を拡大 してい きたい	現 状の 規模 を維 持	事 業を 縮小 する	事 業は 廃業 する 方向 で考 えて いる	わ から ない	無 回 答
全体		62	45.2	45.2	1.6	3.2	3.2	1.6
業 種	繊維品	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	化学製品	6	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	44.4	44.4	0.0	11.1	0.0	0.0
	建築材料	10	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	再生資源	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	食料・飲料	7	71.4	0.0	14.3	0.0	14.3	0.0
	医薬品・化粧品	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	25.0	66.7	0.0	0.0	0.0	8.3
	無回答	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
従 業 員 数	1～4人	23	43.5	43.5	4.3	4.3	0.0	4.3
	5～9人	14	35.7	50.0	0.0	7.1	7.1	0.0
	10～19人	13	30.8	61.5	0.0	0.0	7.7	0.0
	20～29人	4	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30～49人	4	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50～99人	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100人以上	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

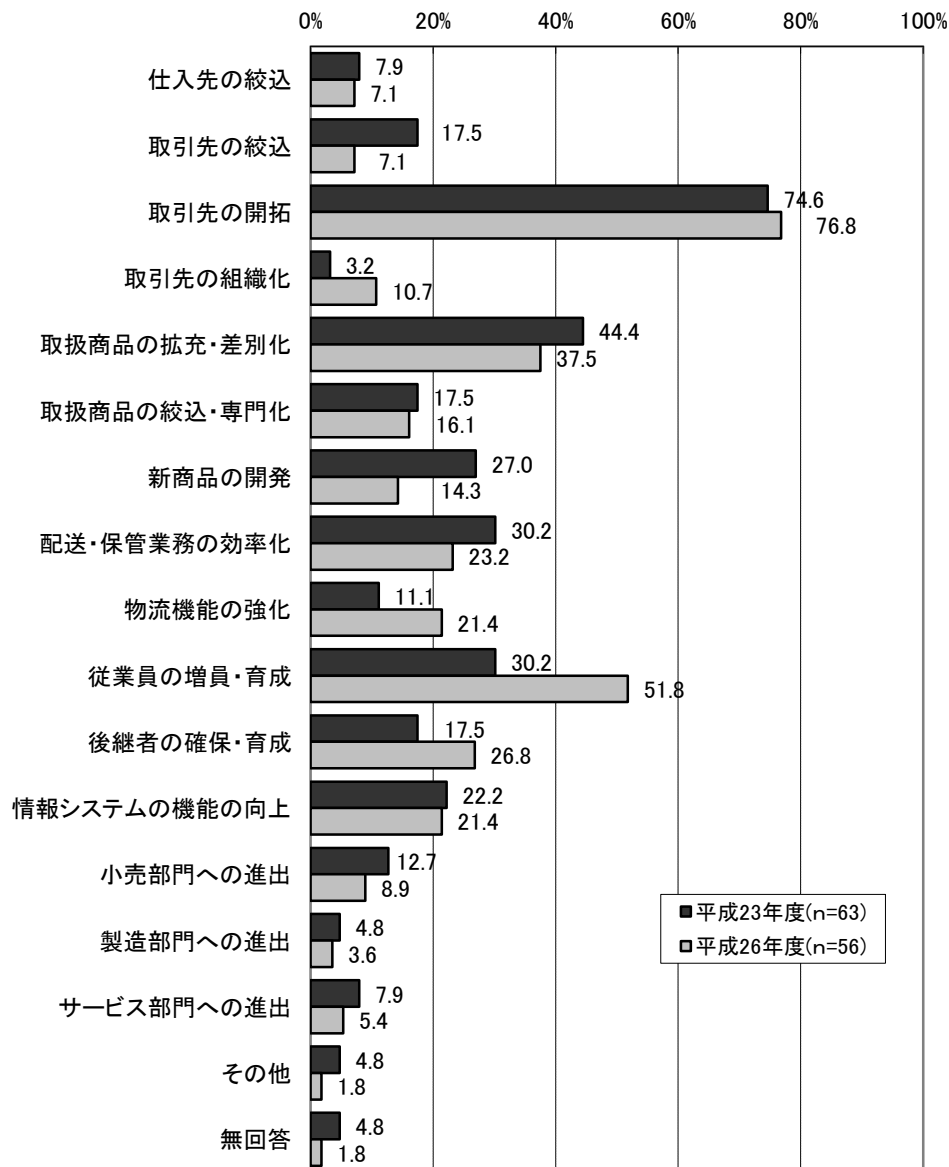
(2) 特に重点を置く項目

上記問26で「1 事業を拡大していきたい」または「2 現状の規模を維持」と回答した事業所の方だけにお伺いします。

問26-1 今後、特に重点を置く項目は。(該当する番号すべてに○印)

今後の経営について特に重点を置く項目をたずねたところ、「取引先の開拓」が76.8%と最も多く、「従業員の増員・育成」(51.8%)、「取扱商品の拡充・差別化」(37.5%)と続いている。

前回調査と比較すると、「従業員の増員・育成」が21.6ポイントと大幅に増加し、「物流機能の強化」も10.3ポイント増加している。一方、「取引先の絞込」、「新商品の開発」で10ポイント強減少している。



業種別にみると、「取引先の開拓」はおおむねの業種で50%以上と高い比率である。「従業員の増員・育成」は多くの業種で30%以上となっている。

問26-1 特に重点を置く項目

(単位:%)

	全体 (実数)	仕入 先の絞込	取引 先の絞込	取引 先の開拓	取引 先の組織化	取扱 商品の拡充・差別化	取扱 商品の絞込・専門化	新商品 の開発	配送・保管 業務の効率化	物流機能 の強化	従業員 の増員・育成	後継者 の確保・育成	情報シ ステムの機能 の向上	小売部 門への進出	製造部 門への進出	サービ ス部門への進出	その他	無回 答
全体	62	6.5	6.5	69.4	9.7	33.9	14.5	12.9	21.0	19.4	46.8	24.2	19.4	8.1	3.2	4.8	1.6	1.6
業種	繊維品	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	化学製品	6	16.7	33.3	83.3	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	0.0	0.0	77.8	11.1	33.3	0.0	0.0	11.1	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0
	建築材料	10	0.0	0.0	80.0	0.0	50.0	30.0	20.0	10.0	50.0	30.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	再生資源	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	16.7	16.7	83.3	16.7	50.0	16.7	0.0	50.0	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	食料・飲料	7	0.0	0.0	57.1	28.6	57.1	14.3	28.6	14.3	28.6	71.4	42.9	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0
	医薬品・化粧品	3	33.3	0.0	33.3	33.3	66.7	33.3	33.3	100.0	100.0	66.7	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	8.3	8.3	58.3	8.3	16.7	8.3	16.7	16.7	50.0	25.0	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0
	無回答	2	0.0	0.0	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0

(3) 今後の見通し

問27 貴事業所が属する業種の今後数年間の見通しを、次のア～クの各項目について、お伺いします。(各項目それぞれ1つずつ〇印)

(ア) 小規模問屋の増加

「かなり後退」が35.5%と最も多く、「変わらない」(24.2%)、「やや後退」(16.1%)と続いている。

(イ) 大規模問屋の増加

「変わらない」が29.0%と最も多く、「やや進展」(27.4%)、「やや後退」(9.7%)と続いている。

(ウ) メーカーによる問屋の系列化・組織化

「やや進展」が37.1%と最も多く、「変わらない」(27.4%)、「かなり進展」(6.5%)と続いている。

(エ) メーカーによる卸売機能の代替

「やや進展」が32.3%と最も多く、「変わらない」(25.8%)、「かなり進展」(11.3%)と続いている。

(オ) 総合商社による問屋の系列化・組織化

「変わらない」が37.1%と最も多く、「やや進展」(25.8%)、「かなり進展」(9.7%)と続いている。

(カ) 百貨店等による問屋の系列化

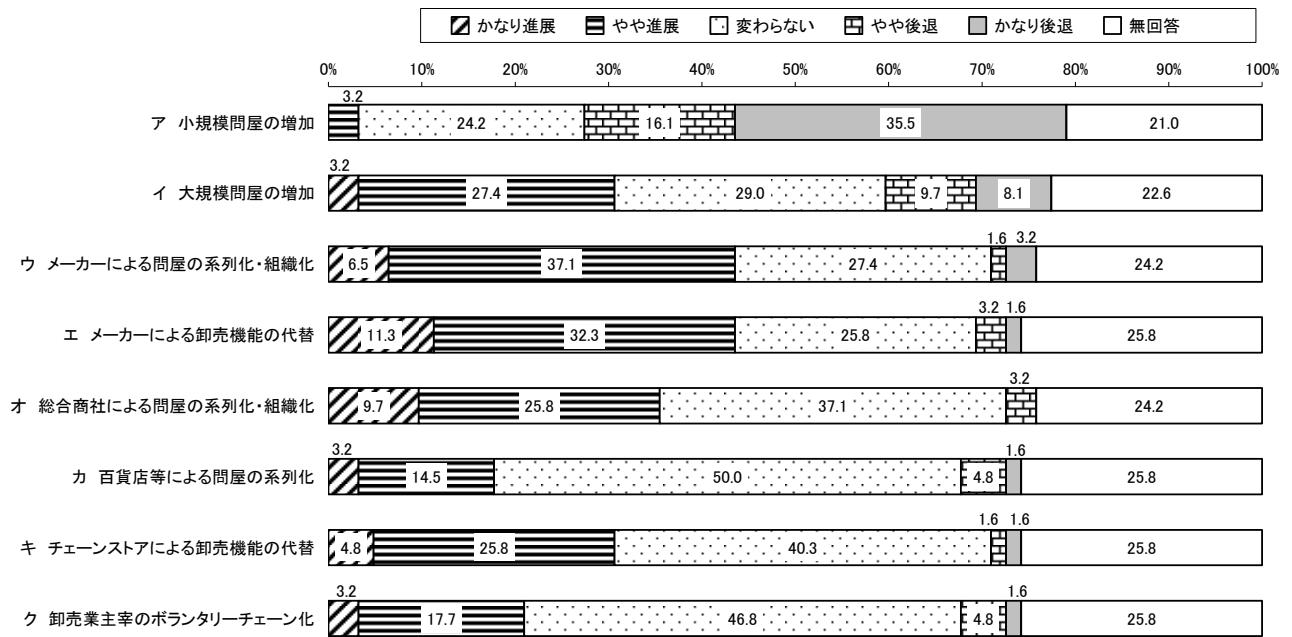
「変わらない」が50.0%と最も多く、「やや進展」(14.5%)、「やや後退」(4.8%)と続いている。

(キ) チェーンストアによる卸売機能の代替

「変わらない」が40.3%と最も多く、「やや進展」(25.8%)、「かなり進展」(4.8%)と続いている。

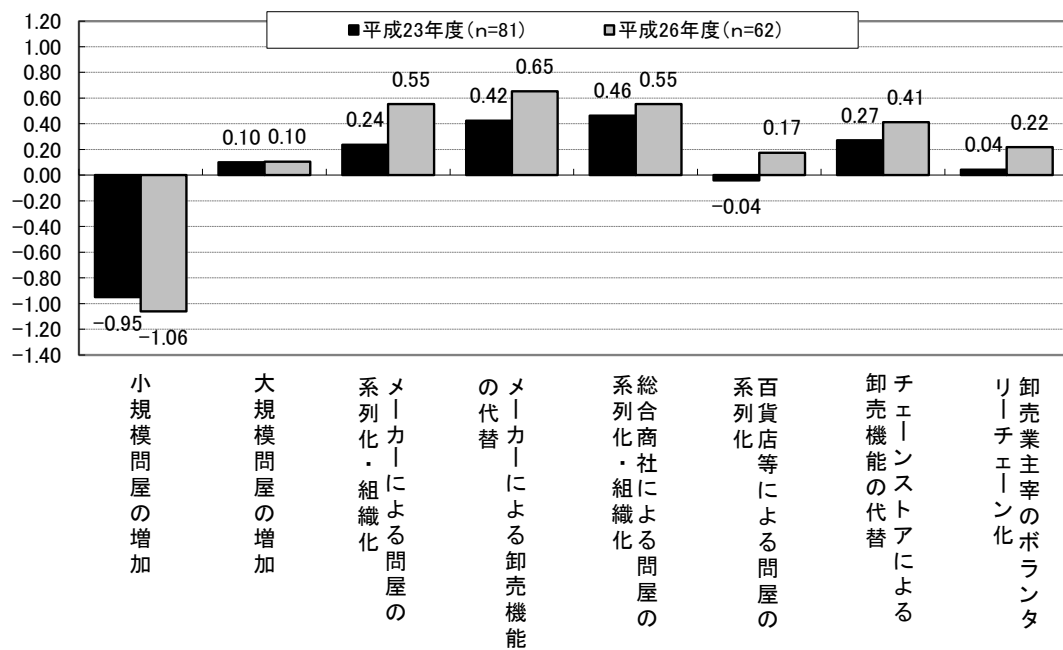
(ク) 卸売業主宰のボランティアチェーン化

「変わらない」が46.8%と最も多く、「やや進展」(17.7%)、「やや後退」(4.8%)と続いている。



下図は、前回調査結果と今回調査結果を評価点（評価点の算出方法は、4ページの注意事項4-2を参照）として表したものである。

前回調査結果と比較すると、マイナス評価の「小規模問屋の増加」についてはやや評価点が下がっている。



業種別にみると、「食料・飲料」は評価点をみると全般的に厳しい状況がうかがえる。「メーカーによる問屋の系列化・組織化」は「建築材料」が他の業種に比べて評価点が高い。また、「メーカーによる卸売機能の代替」では「機械器具」、「建築材料」で評価点が高くなっている。

従業員別にみると、従業員の規模による大きな差異はみられない。

問27 今後の見通し(業種・従業員数別評価点)

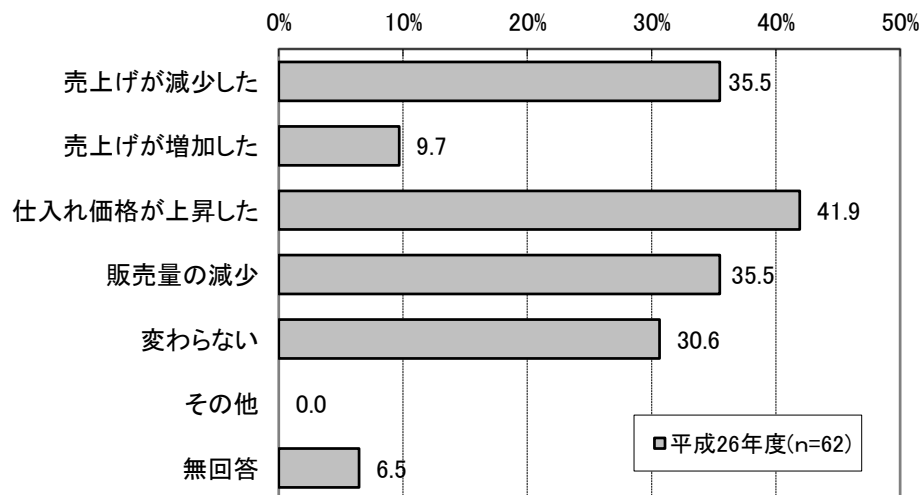
		全体 (実数)	小規模問屋の増加	大規模問屋の増加	メーカーによる組織化	メーカーによる卸売機能の代替	総合商社・組織化問屋	百貨店等による問屋系列化	チェーンストアによる代替	卸売業主のボラン
	全体	62	-1.06	0.10	0.55	0.65	0.55	0.17	0.41	0.22
業種	繊維品	2	-0.06	-0.05	0.02	0.03	0.02	0.02	0.02	0.03
	化学製品	6	-0.07	0.02	0.05	0.05	0.03	0.02	0.02	0.00
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	-0.11	0.08	0.12	0.13	0.08	0.05	0.10	0.07
	建築材料	10	-0.18	-0.02	0.15	0.13	0.11	0.05	0.08	0.03
	再生資源	2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	衣服・身の回り品	1	-0.03	0.02	-0.03	0.03	0.02	-0.02	-0.02	-0.02
	農畜産物・水産物	6	-0.13	0.05	0.03	0.05	0.02	-0.02	0.05	0.07
	食料・飲料	7	-0.08	-0.03	-0.05	-0.05	0.00	-0.02	-0.03	-0.03
	医薬品・化粧品	3	-0.07	0.05	0.02	0.03	0.05	0.02	0.03	0.00
	家具・建具・じゅう器	2	-0.02	-0.02	0.03	0.00	0.00	0.02	0.02	0.00
	その他	12	-0.10	-0.03	0.09	0.07	0.05	0.04	0.04	0.00
	無回答	2	0.00	0.02	0.02	0.02	0.05	-0.02	0.02	0.02
従業員数	1～4人	23	-0.33	0.04	0.24	0.20	0.13	0.04	0.15	0.07
	5～9人	14	-0.14	-0.04	0.09	0.11	0.07	0.04	0.04	0.05
	10～19人	13	-0.21	-0.02	0.05	0.11	0.11	0.07	0.07	0.02
	20～29人	4	-0.03	0.05	0.03	0.05	0.05	0.03	0.03	0.00
	30～49人	4	-0.10	0.02	0.05	0.03	0.05	0.00	0.05	0.03
	50～99人	1	-0.03	0.03	0.00	0.02	0.00	0.00	0.02	0.02
	100人以上	1	-0.03	-0.02	-0.02	-0.02	-0.02	-0.02	-0.03	-0.03
	無回答	2	0.00	0.02	0.02	0.02	0.05	-0.02	0.02	0.02

(4) 消費税率増税後の変化

問28 消費税率が5%から8%に増税されて変化はありましたか。
(該当する番号すべてに○印)

消費税率増税後の変化をたずねたところ、「仕入価格が上昇した」が41.9%と最も多く、「売上が減少した」、「販売量の減少」がともに35.5%と続いている。

業種別にみると、「仕入価格が上昇した」は「機械器具」、「医薬品・化粧品」などで60%以上と高い。



※今回新たな設問のため、前回（平成23年度）調査との比較はない。

問28 消費税率増税後の変化（消費税率5%→8%） (単位: %)

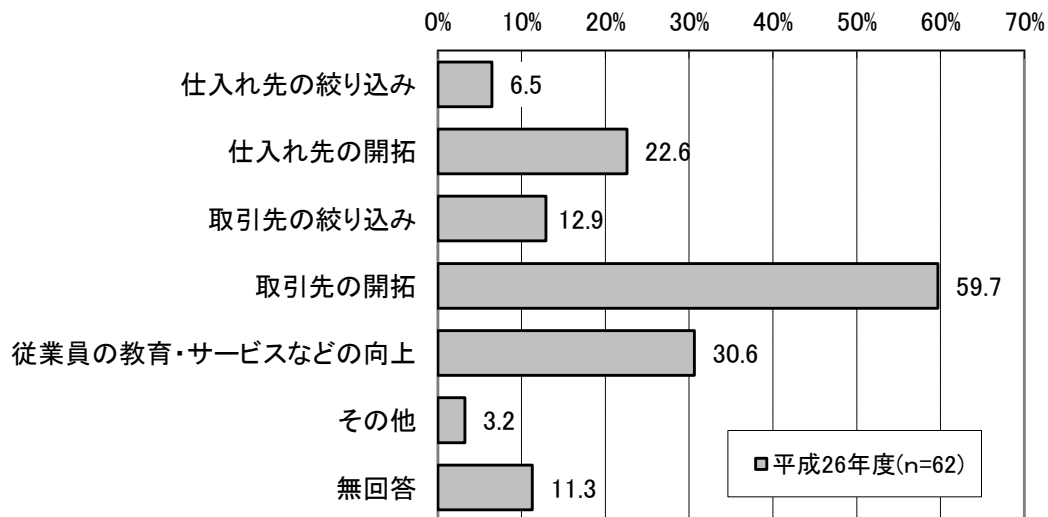
	全体 (実数)	売 上 げ が 減 少 し た	売 上 げ が 増 加	仕 入 れ 価 格 が 上 昇 し た	販 売 量 の 減 少	変 わ ら な い	そ の 他	無 回 答
全体	62	35.5	9.7	41.9	35.5	30.6	0.0	6.5
業 種	繊維品	2	100.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0
	化学製品	6	33.3	33.3	50.0	33.3	16.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	11.1	11.1	66.7	22.2	0.0	0.0
	建築材料	10	40.0	10.0	20.0	20.0	0.0	20.0
	再生資源	2	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	16.7	0.0	16.7	16.7	50.0	16.7
	食料・飲料	7	42.9	0.0	14.3	57.1	14.3	14.3
	医薬品・化粧品	3	66.7	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	その他	12	33.3	0.0	33.3	41.7	58.3	0.0
	無回答	2	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0

(5) 消費税率10%に増税時の課題

問29 消費税率が10%に増えた場合の課題は。(該当する番号すべてに○印)

消費税率が10%に増えた場合の課題をたずねたところ、「取引先の開拓」が59.7%と最も多く、「従業員の教育・サービスなどの向上」(30.6%)、「仕入れ先の開拓」(22.6%)と続いている。

業種別にみると、「取引先の開拓」はおおむねの業種で30%以上と高い。



※今回新たな設問のため、前回(平成23年度)調査との比較はない。

問29 消費税率10%に増税時の課題

(単位: %)

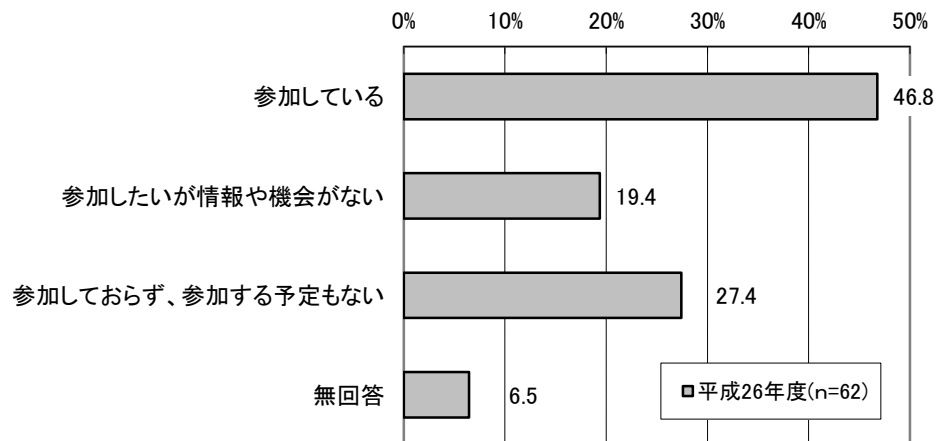
	全体 (実数)	仕 入 先 の 絞 り 込 み	仕 入 先 の 開 拓	取 引 先 の 絞 り 込 み	取 引 先 の 開 拓	授 業 員 の 教 育 ・ サ ー ビ ス	そ の 他	無 回 答
全体	62	6.5	22.6	12.9	59.7	30.6	3.2	11.3
業 種	繊維品	2	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	化学製品	6	0.0	33.3	16.7	66.7	16.7	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-	-	-
	機械器具	9	11.1	11.1	22.2	55.6	33.3	0.0
	建築材料	10	10.0	20.0	0.0	60.0	30.0	10.0
	再生資源	2	0.0	0.0	50.0	100.0	50.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	0.0	16.7	0.0	33.3	16.7	50.0
	食料・飲料	7	0.0	28.6	14.3	42.9	14.3	28.6
	医薬品・化粧品	3	33.3	0.0	66.7	33.3	66.7	33.3
	家具・建具・じゅう器	2	0.0	50.0	0.0	100.0	100.0	0.0
	その他	12	8.3	25.0	8.3	58.3	33.3	8.3
	無回答	2	0.0	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0

(6) 商業者同士の交流のイベント・勉強会への参加状況

問30 商業者同士の交流のイベント・勉強会に参加していますか。(1つだけ○印)

商業者同士の交流のイベント・勉強会への参加状況をたずねたところ、「参加している」が46.8%と最も多く、「参加しておらず、参加する予定もない」(27.4%)と続いている。

業種別にみると、「参加している」はおおむねの業種で30%以上と高くなっている。



※今回新たな設問のため、前回（平成23年度）調査との比較はない。

問30 商業者同士の交流のイベント・勉強会への参加 (単位: %)

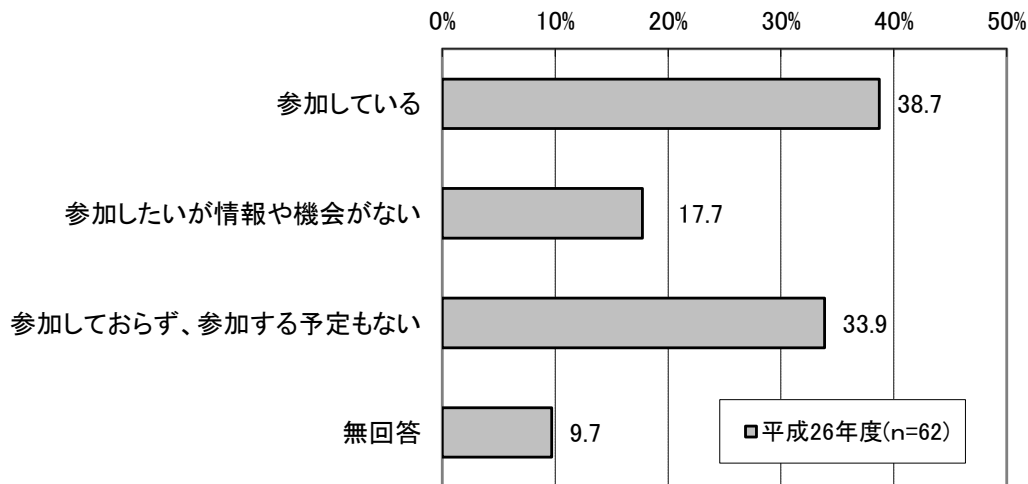
		全体 (実数)	参加 している	参加 したい が情報 や機	参加 する 予定 もお らず 、 参加	無 回 答
全体		62	46.8	19.4	27.4	6.5
業 種	繊維品	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	化学製品	6	50.0	16.7	33.3	0.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-	-
	機械器具	9	33.3	11.1	55.6	0.0
	建築材料	10	40.0	10.0	40.0	10.0
	再生資源	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	50.0	16.7	16.7	16.7
	食料・飲料	7	57.1	14.3	0.0	28.6
	医薬品・化粧品	3	66.7	0.0	33.3	0.0
	家具・建具・じゅう器	2	50.0	50.0	0.0	0.0
	その他	12	33.3	33.3	33.3	0.0
	無回答	2	100.0	0.0	0.0	0.0

(7) 商業者以外との交流のイベント・勉強会への参加状況

問31 商業者以外との交流の「イベント・勉強会に参加していますか。
(1つだけ○印)

商業者以外の交流のイベント・勉強会への参加状況をたずねたところ、「参加している」が38.7%と最も多く、「参加しておらず、参加する予定もない」(33.9%)と続いている。

業種別にみると、「参加している」は「再生資源」、「農畜産物・水産物」、「家具・建具・じゅう器」などで50%以上と高くなっている。



※今回新たな設問のため、前回（平成23年度）調査との比較はない。

問31 商業者以外との交流のイベント・勉強会への参加(単位: %)

	全体 (実数)	参加 している	参加 したい が情報 や機	参加 する 予定 も ない ず、 参加	無 回 答
全体	62	38.7	17.7	33.9	9.7
業 種	繊維品	2	0.0	50.0	0.0
	化学製品	6	16.7	33.3	50.0
	鉱物・金属材料	0	-	-	-
	機械器具	9	44.4	22.2	33.3
	建築材料	10	40.0	10.0	40.0
	再生資源	2	50.0	50.0	0.0
	衣服・身の回り品	1	100.0	0.0	0.0
	農畜産物・水産物	6	50.0	0.0	33.3
	食料・飲料	7	28.6	28.6	0.0
	医薬品・化粧品	3	33.3	0.0	66.7
	家具・建具・じゅう器	2	50.0	0.0	50.0
	その他	12	33.3	16.7	41.7
	無回答	2	100.0	0.0	0.0