

酒類卸売業の経営実態調査の解説

2006年3月

財団法人 流通経済研究所

## 目 次

1. 酒類を取り巻く環境変化.....	95
(1) 酒類の販売（消費）数量と酒類販売免許場数の推移.....	95
(2) 少子高齢化・人口減少.....	95
2. 酒類卸売業の経営実態（推移分析）.....	96
(1) 概況.....	96
(2) 損益構造の変化（総括）.....	97
(3) 損益構造の推移（規模別）.....	98
3. 酒類卸売業の経営実態（単年度、他業種との比較）.....	101
(1) 分析の目的と視点.....	101
(2) 概況.....	102
(3) 経営指標の数値の分布.....	105
(4) 経営成果：総資本純利益率.....	106
(5) 収益性：売上高総利益率.....	107
(6) 収益性：売上高販売管理費率.....	108
(7) 収益性：売上高営業利益率.....	109
(8) オペレーション効率：従業員1人当たり売上高.....	110
(9) 流動性：商品回転期間.....	111
(10) 安全性（流動比率）.....	112
(11) 安全性（自己資本比率）.....	113
(12) 安全性（固定長期適合率）.....	114

1. 酒類を取り巻く環境変化

(1) 酒類の販売（消費）数量と酒類販売免許場数の推移

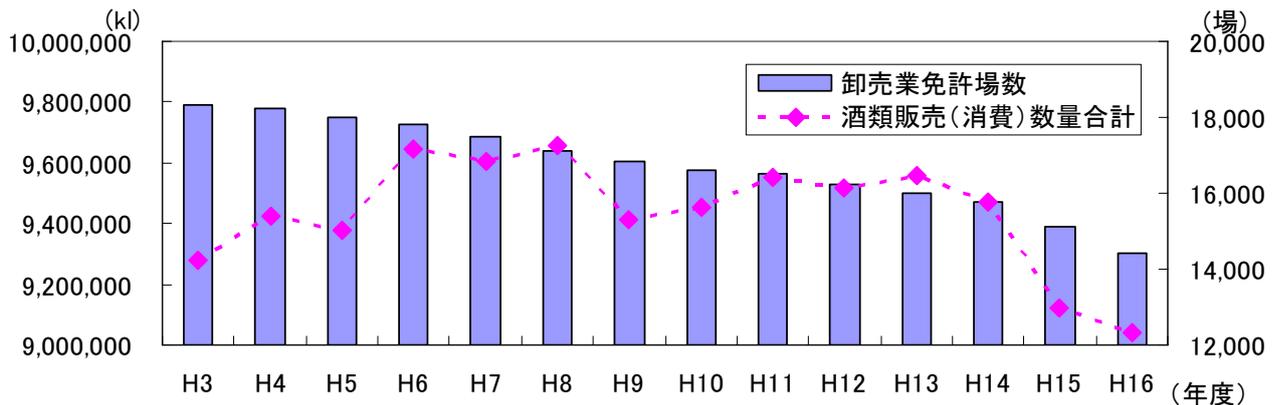
しょうちゅう甲類、乙類、スピリッツ類、リキュール類等は拡大傾向にある。

図表 1 酒類販売（消費）数量の推移

酒類別 (kl)	年度	酒類販売(消費)数量の推移					平成7年を100とした指数値				
		平7	12	14	15	16	平7	12	14	15	16
清酒		1,262,438	977,441	888,283	826,467	745,734	100.0	77.4	70.4	65.5	59.1
しょうちゅう	甲類	380,650	410,511	468,026	486,695	496,892	100.0	107.8	123.0	127.9	130.5
	乙類	267,274	323,588	364,065	434,785	486,182	100.0	121.1	136.2	162.7	181.9
ビール		6,743,946	5,185,492	4,132,270	3,783,324	3,616,890	100.0	76.9	61.3	56.1	53.6
果実酒類		157,037	282,094	270,584	246,627	233,870	100.0	179.6	172.3	157.1	148.9
ウイスキー類		190,696	145,142	122,113	111,656	99,940	100.0	76.1	64.0	58.6	52.4
スピリッツ類		31,814	26,841	26,272	38,276	59,185	100.0	84.4	82.6	120.3	186.0
リキュール類		222,047	381,279	540,886	579,792	691,903	100.0	171.7	243.6	261.1	311.6
雑酒	発泡酒	194,000	1,574,404	2,465,235	2,402,843	2,213,264	100.0	811.5	1270.7	1238.6	1140.9
	粉末酒	15,424	16,107	15,047	42,535	232,026	100.0	104.4	97.6	275.8	1504.3
	その他の雑	138,032	196,614	162,339	167,025	165,811	100.0	142.4	117.6	121.0	120.1
合計		9,603,358	9,519,513	9,455,120	9,120,025	9,041,697	100.0	99.1	98.5	95.0	94.2

酒類販売（消費）数量が伸び悩む中、酒類卸売業免許場数は減少している。

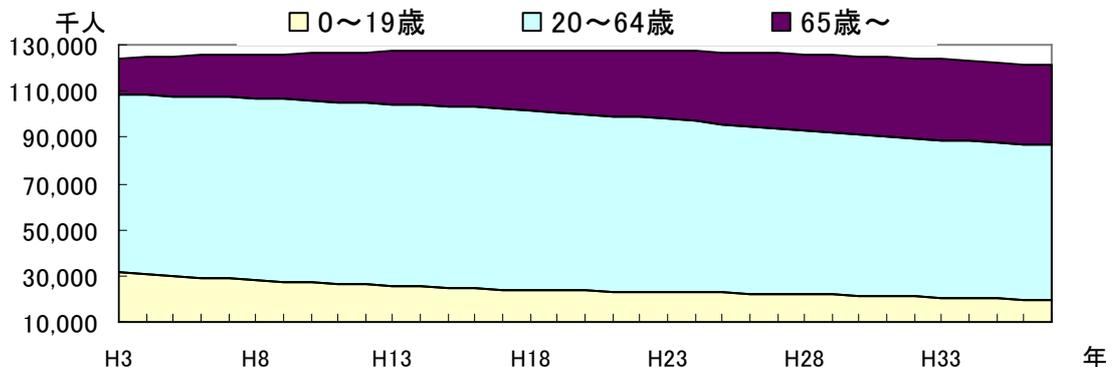
図表 2 酒類販売（消費）数量及び卸売業免許場数の推移



(2) 少子高齢化・人口減少

人口減少と少子高齢化が同時に進行し、酒類消費にも大きな影響がある。

図表 3 人口の推移



資料) 総務省統計局

注) 平成17年以降は予測値である。

## 2. 酒類卸売業の経営実態（推移分析）

### (1) 概況

#### ① 全体の概況

酒類販売数量は平成16年度で970万7,582KLで、2年連続増加しているが、酒類卸売売上高は平成12年度と比較すると-7.1%と大きく減少している。つまり販売酒類の単価が低下している。

従業員数の変化を見ると、総従業員数、酒卸部門の従業員数ともに4年連続で減少している。つまり、一人当たりの売上高は拡大しており、生産性が高まっている。

売上総利益、税引き前利益は、H16/H12では減少している。販売数量が伸びても利益を伸ばせていない状況である。

#### ② 1企業当たりの概況

酒類販売量は平成12年度の8,379klから平成16年度には11,668klへと増加している。総売上高、売上総利益も平成12年度から平成16年度にかけて大きく増加している。逆に企業数は大きく減少しており、小規模な企業の廃業、合併が進んだと考えられる。

従業者についてH16/H12をみると、総従業者数では13.2%増加しているが、酒卸部門従業者数は0.1%増とほぼ横這いである。酒類卸部門以外の人員が増加するなかで、酒類卸部門はほぼ同じ人員体制で運営が行われている。

図表 4 酒類卸売業の概況

区 分	全体					変化率(%)	
	H12	H13	H14	H15	H16	H16/H12	H16/H15
調査対象事業者数(者)	1,241	1,164	928	928	914	-	-
回収事業者数(者)	1,145	1,087	845	842	832	-	-
酒類販売量(kl)	9,593,535	9,636,499	9,252,725	9,397,632	9,707,582	1.2	3.3
総売上高(百万円)	8,931,913	8,912,286	8,661,077	8,692,972	9,371,181	4.9	7.8
うち酒類卸売上高	4,761,023	4,596,906	4,416,514	4,418,483	4,424,277	-7.1	0.1
売上総利益(百万円)	412,900	370,171	354,815	351,332	404,413	-2.1	15.1
税引前純利益(百万円)	29,032	8,977	14,742	22,364	27,418	-5.6	22.6
総従事者数(人)	56,319	56,265	52,001	49,996	46,341	-17.7	-7.3
うち酒卸売部門	28,720	26,667	22,713	21,722	20,895	-27.2	-3.8

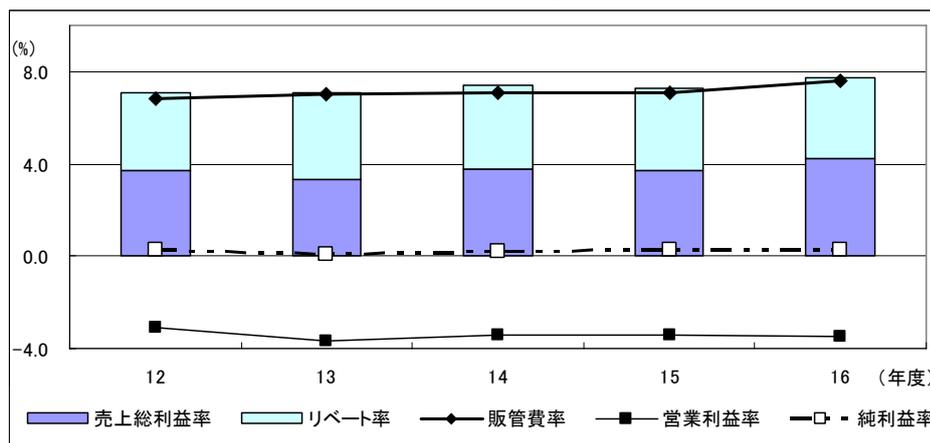
区 分	1企業当たり					変化率(%)	
	H12	H13	H14	H15	H16	H16/H12	H16/H15
酒類販売量(kl)	8,379	8,865	10,950	11,161	11,668	39.3	4.5
総売上高(百万円)	7,801	8,199	10,250	10,324	11,263	44.4	9.1
うち酒類卸売上高	4,158	4,229	5,227	5,248	5,318	27.9	1.3
売上総利益(百万円)	361	341	420	417	486	34.8	16.5
税引前純利益(百万円)	25	8	17	27	33	30.0	24.1
総従事者数(人)	49	52	62	59	56	13.2	-6.2
うち酒卸売部門	25	25	27	26	25	0.1	-2.7

(2) 損益構造の変化（総括）

① 全酒類卸

過去5年間とも売上総利益率よりも販管費率がかなり高い。売上総利益率は4%前後で推移しているが、販管費率は8%弱となっており、リベートの収支によってかろうじて純利益を計上するという、リベート依存型の損益構造となっている。

図表 5 酒類卸売業（全酒類卸）の損益構造の推移



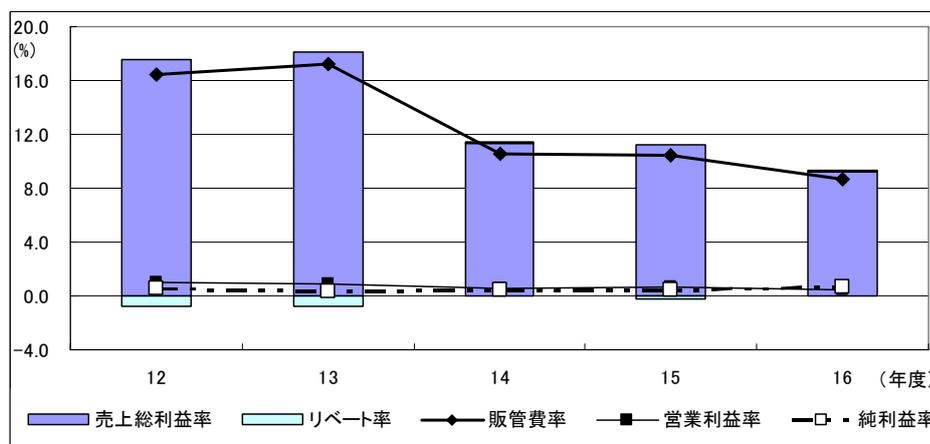
注) リベート率 = 受取りベート率 - 支払リベート率

② ビール卸

若干ではあるが売上総利益が販管費率よりも高く、一応、営業利益が計上できている状況にある。この点では全酒類卸よりも良好である。しかし、営業利益率の水準が極めて低いうえに営業利益率は低下傾向にある。

リベート収支については、12年、13年と支払超過であったが、15年、16年とほぼ解消されている。

図表 6 ビール卸の損益構造の推移



注) 平成13年度以前と平成14年度以降で調査対象企業数が大幅に変化している。

(平成13年度289社→平成14年度201社)

(3) 損益構造の推移（規模別）

次に規模別に損益構造変化を把握する。ここでは大きな区分で過去の傾向を把握するため、全酒類卸、ビール卸別に大企業と中小企業に区分することとした。

まず、分析対象となった企業数の推移を示しておく。

図表 7 企業数の推移

年 度	H12	H13	H14	H15	H16
卸合計	1,145	1,087	845	842	832
全酒類卸	846	798	644	644	643
大企業	56	56	54	52	51
中小企業	790	742	590	592	592
ビール卸	299	289	201	198	189
中小企業	292	283	198	194	187
(大企業)	7	6	3	4	2

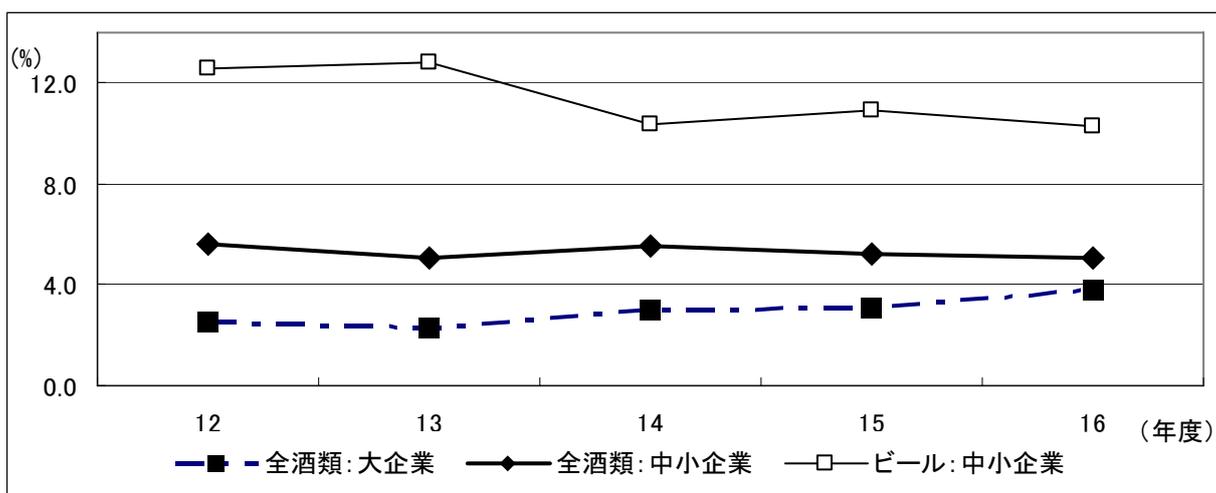
① 売上総利益率

全酒類卸は大企業、中小企業共にビール卸よりも売上総利益率が極めて低い水準で推移している。

全酒類の中では、大企業が中小企業より売上総利益率が低い。

しかし、全酒類中小企業の売上総利益率がほぼ横ばいで推移する中、全酒類大企業の売上総利益率は、平成13年以降、僅かではあるが改善傾向にある。

図表 8 酒類卸の売上総利益率の推移

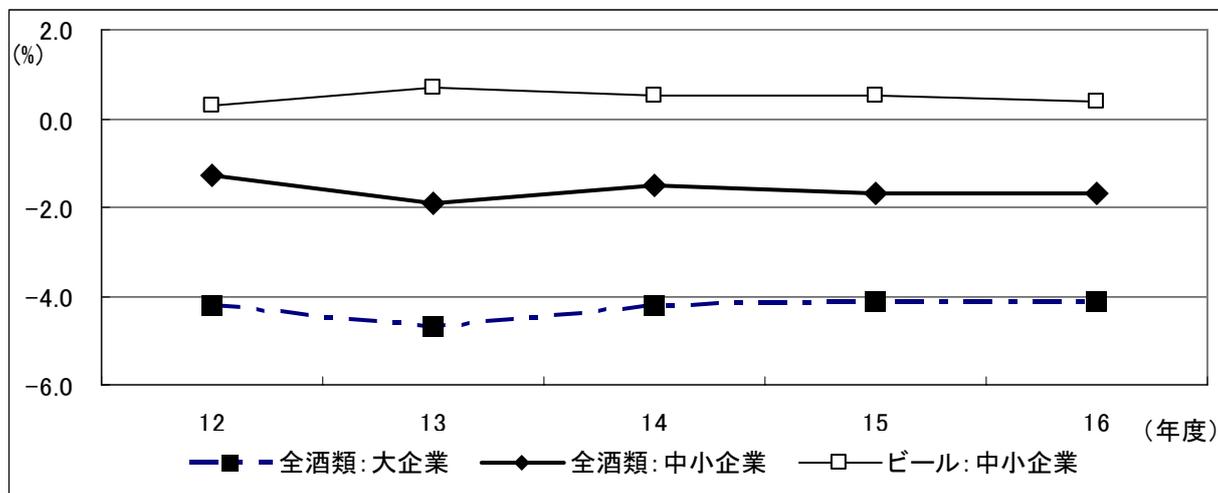


② 売上営業利益率

売上総利益率が低いため、売上総利益から販管費を控除した営業利益率は、全酒類卸では大企業、中小企業共にマイナスになってしまっている。

このような状況は、過去5年間ほとんど変化していない。

図表 9 酒類卸の売上営業利益率の推移



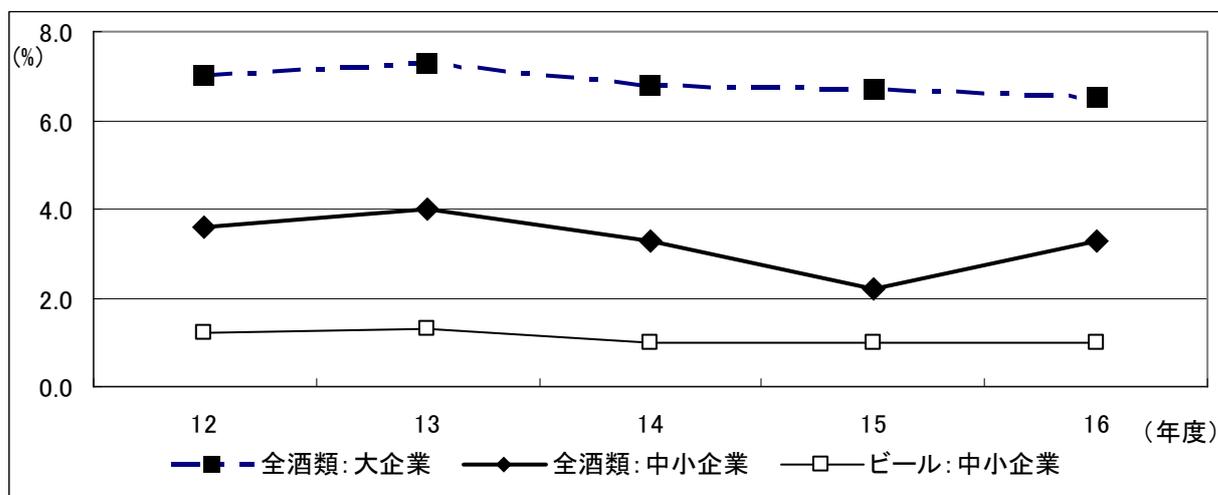
③ 仕入高受取りレート率

仕入高受け取りレート率は、全酒類卸のほうがビール卸よりも高い水準にある。

全酒類卸では、大企業の方が中小企業よりも高い。平成16年度で見て2ポイント以上の差があり、メーカーのレポートが大企業中心に配分されていることがわかる。また、大企業は、売上総利益率の低さを、高い仕入高受取りレート率で補っていることが確認できる。

全酒類卸大企業の実受取りレート率はやや低下傾向にあるが、それでも平成16年度で6%を超える水準となっている。

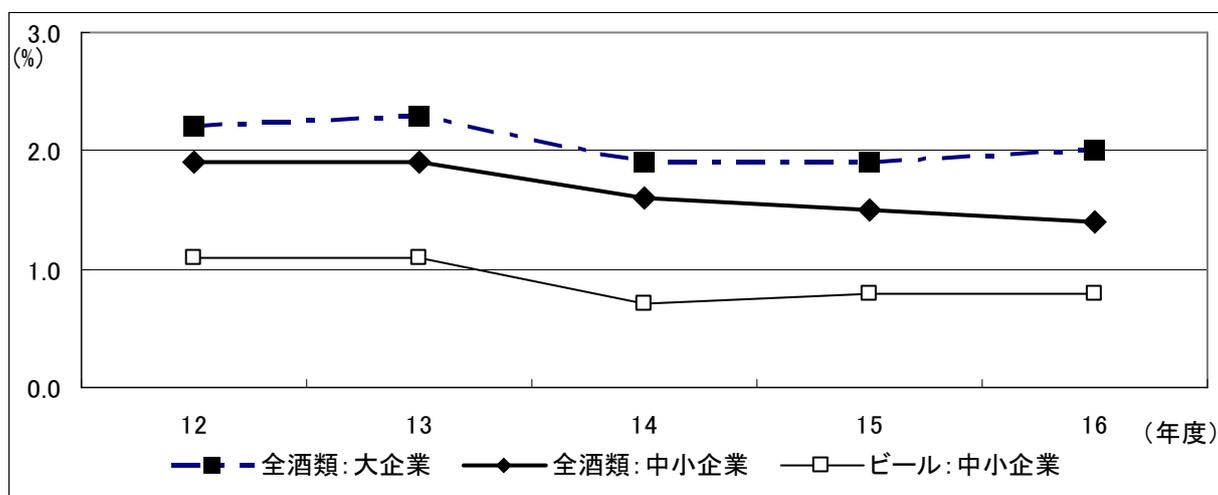
図表 10 酒類卸の仕入高受取りレート率の推移



④ 支払リベート率

支払リベート率も受取りレート率と同様に全酒類卸がビール卸よりも高く、大企業が中小企業よりも高い。

図表 11 酒類卸の支払リベート率の推移



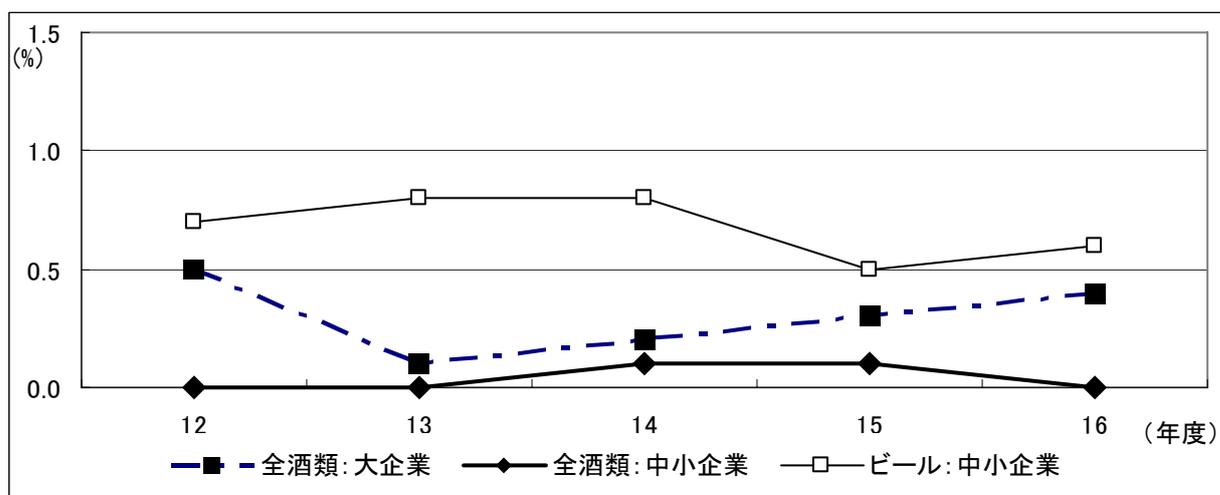
⑤ 売上高純利益率

全酒類卸よりもビール卸の利益率が高い。しかし、ビール卸でも1.0%を下回っており、水準としてはかなり低い。過去5年間を見ても、全酒類卸、ビール卸共に一度も1.0%さえ超えておらず、収益性の低い状態が長期間継続していると言わざるを得ない。

平成12年度以降の推移を見ると、全酒類卸の大企業は13年度以降増加傾向にあり収支が改善している。

全酒類卸中小企業、ビール卸については年度によって違いはあるが、低い水準での現状維持にとどまっている。

図表 12 酒類卸の売上高純利益率の推移



### 3. 酒類卸売業の経営実態（単年度、他業種との比較）

#### (1) 分析の目的と視点

本節では、酒類卸売業の実態調査で把握した平成16年度の経営指標のうち、主要な7指標について分析を行っている。

分析に際しては、他業態との比較を行うこと、規模別の比較を行うこと、経営指標の分布を確認することの3つをポイントとしている。

##### ① 他業種との比較

主要な経営指標について、中小企業診断協会が発行する「平成17年度中小企業の財務指標」から、食料・飲料品卸売業、農産物・水産物卸売業の数値を掲載した。取扱商品が異なるため単純な比較はできないが、他の卸売業と比較した場合の酒類卸売業がどのような状況にあるかを把握するために参照したい。なお、「平成17年度中小企業の財務指標」は決算の対象期間が平成15年度となっており、酒類卸売業の経営指標は平成16年度となっていることに留意されたい。

##### ② 規模別の比較

企業の経営状況は企業規模によって左右される部分があるため、経営指標は総売上高規模別に分類して集計した。

##### ③ 分布の確認

分析では総売上高規模別に平均値、上位25%、上位50%、上位75%の4つの数値を掲載し、それぞれの指標について良好な企業、平均的な企業、良好とは言えない企業の水準が確認出来るようにしている。

(2) 概況

① 他業種との比較

主要な6つの経営指標について、酒類卸と食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業を比較してみる。

まず、総資本純利益率は、食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業ともに0.5%で、全酒類卸より高いがビール卸よりは低い。このような総資本純利益率の低さは、酒類卸の特徴ではなく、食品関係の卸売業に共通する構造的な特徴かもしれない。

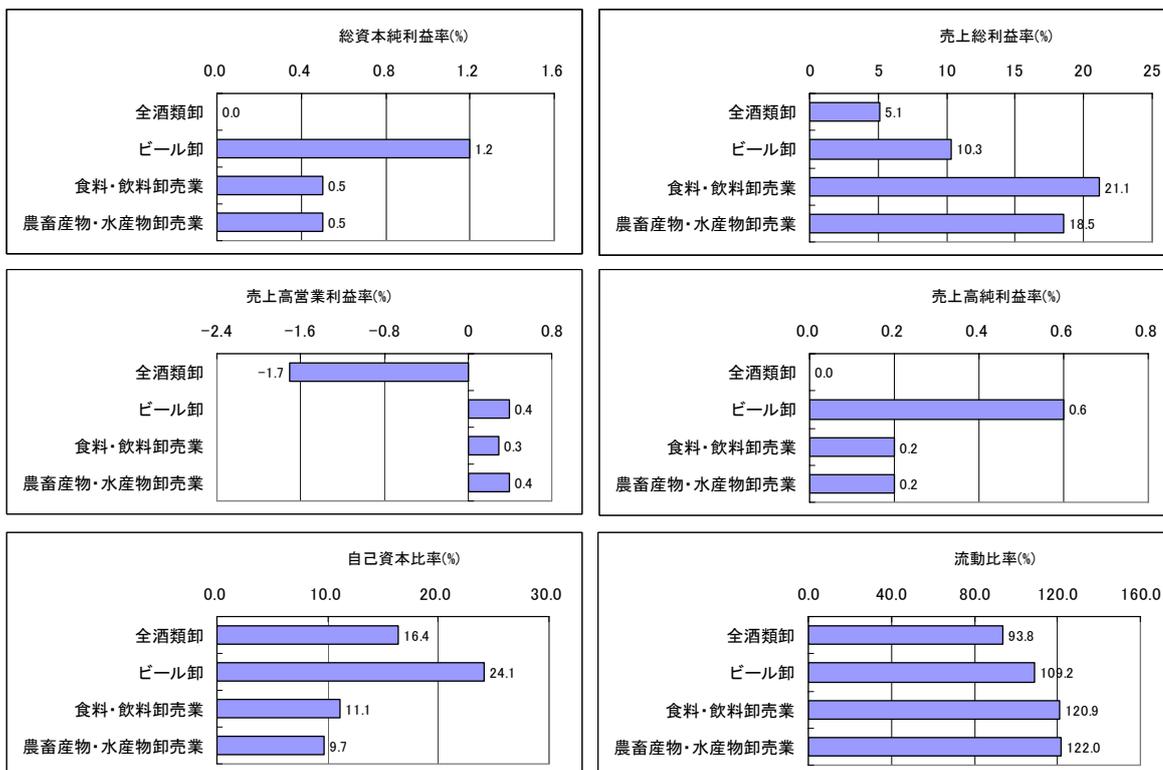
売上総利益率では、全酒類卸、ビール卸の数値が食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業に比べてかなり低く、商品の売買差益の段階で酒類業界と他業界の間に大きな差があると言えそうである。

この差が全酒類卸では売上高営業利益率に影響し、全酒類卸のみ-1.7%とマイナスになっている。一方、ビール卸は売上総利益率が低いが販管費率が低く抑えられており売上高営業利益率、売上高純利益率ともに他業種の卸と同等以上の数値を示している。

財務指標では、自己資本比率は全酒類卸、ビール卸が食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業よりも高い。ただし、安全上の基準となる30%は下回っており、十分な自己資本を有しているとはいえない。

流動比率では、全酒類卸が他業種の卸よりもやや低い状態となっている。しかし、他業種の卸も安全上の目安となる130%はクリア出来ておらず、十分とは言えない状況である。

図表 13 酒類卸売業と他の卸売業の経営指標の比較（平成16年度）



② 規模別の比較（全酒類卸）

まず、総資本純利益率がプラスとなっているのは50億円超規模のみであり、それ以下の規模は平均で純利益が出ていない状態にある。特に5億円以下の規模では-2.4%とかなり大きいマイナスとなっている。規模の小さい全酒類卸が利益を上げていくのは難しい業界構造になっていると考えられる。

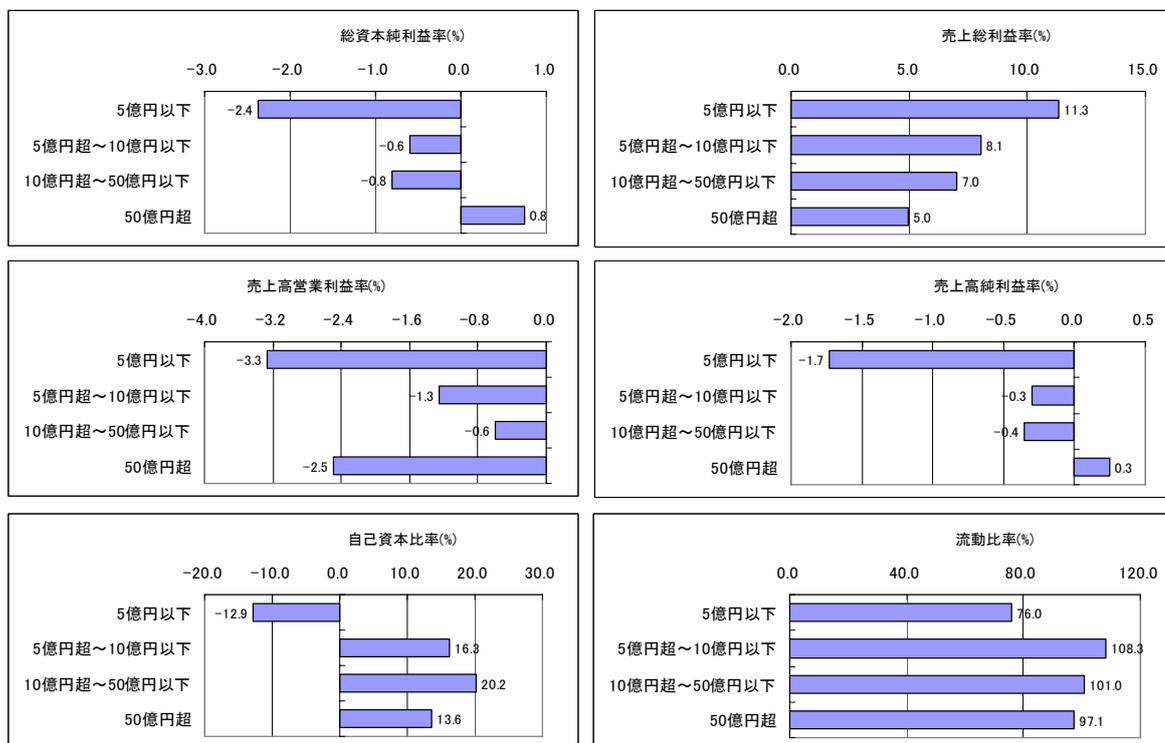
売上総利益率は、規模が大きくなるほど低下している。

売上高営業利益率の段階では、全ての規模層がマイナスであり、50億円超規模層も-2.5%となっている。しかし、売上高純利益率になると、50億円超規模のみがプラスに転換している。

財務指標をみると、5億円以下規模は自己資本比率がマイナスの状態となっている。それ以上の規模層でも安全上の基準となる30%は下回っており、十分な自己資本を有しているとはいえない。

流動比率では、やはり5億円以下規模層が最も低く76.0%となっているが、最も高い5億円超～10億円以下でも108.3%で安全上の目安となる130%はクリア出来ておらず、十分とは言えない状況である。

図表 14 酒類卸売業と他の卸売業の経営指標の比較（平成16年度）



### ③ 規模別の比較（ビール卸）

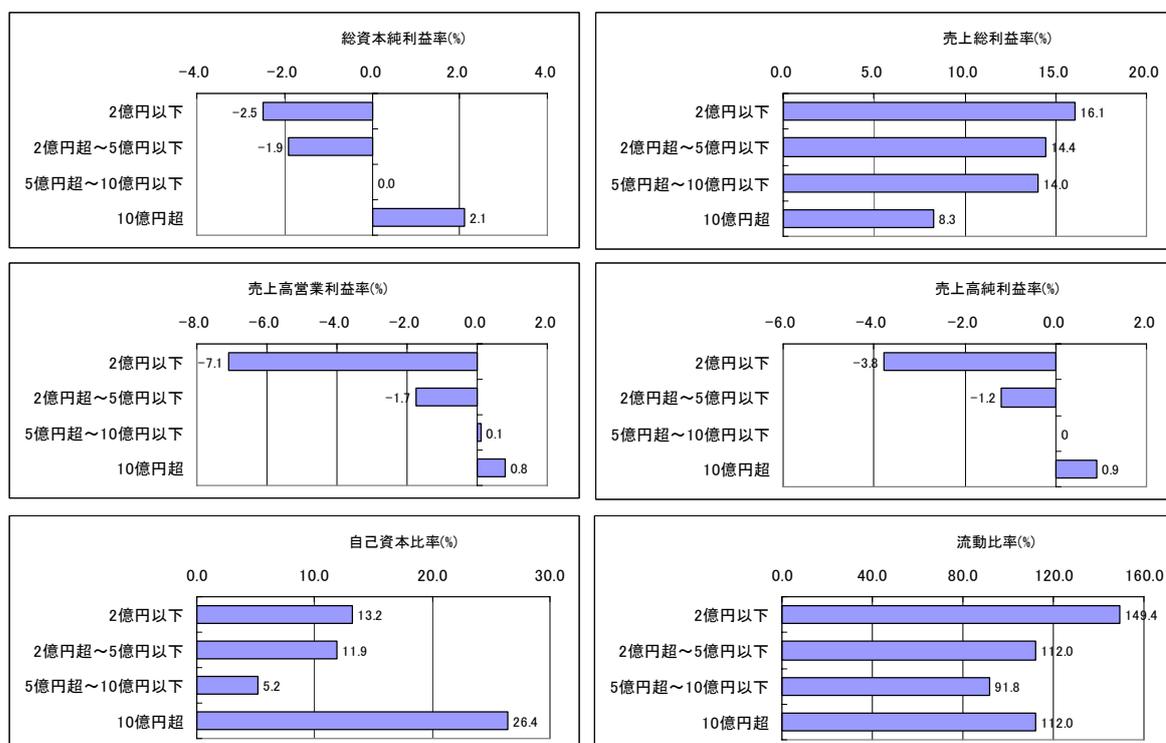
総資本純利益率がプラスとなっているのは10億円超規模のみであり、それ以下の規模は平均で純利益が出ていない状態にある。特に2億円超～5億円以下の規模では-1.9%、2億円以下層では-2.5%ものマイナスとなっている。全酒類卸と同様、規模の小さい卸が利益を上げていくのは難しい業界構造になっていると考えられる。

売上総利益率は、規模が大きくなるほど低下している。しかし、売上高営業利益率の段階では、逆に規模が大きくなるほど高くなっており、この傾向は売上高純利益率でも同じである。

財務指標をみると、10億円超の規模層が26.4%で安全上の基準となる30%に近づいているが、それ以外は大きく下回っており、十分な自己資本を有しているとはいえない。

流動比率では、やはり2億円以下規模層が最も高く149.4%であり、安全上の目安となる130%をクリアしている。

図表 15 酒類卸売業と他の卸売業の経営指標の比較（平成16年度）



### (3) 経営指標の数値の分布

本節では、平成16年度の経営指標のうち、主要な7指標について分析を行っている。分析では総売上高規模別に平均値、上位25%、上位50%、上位75%の4つの数値を掲載し、それぞれの指標について良好な企業、平均的な企業、良好とは言えない企業の水準が確認出来るようにしている。

ちなみに上位25%、上位50%、上位75%はそれぞれ以下の意味を持っている。

**上位25%：**上位25%に位置する企業の経営指標の数値である。例えば100社の経営指標を分析している場合、上から数えて25社目の数値である。自社の経営指標がこの数値より良好であれば、上位25%に入っていることを意味しており、業界内では上位に位置していると言える。

**上位50%：**上位50%に位置する企業の経営指標である（中央値という。）。例えば100社の経営指標を分析している場合、上から数えて50社目、ちょうど真ん中に相当する数値である。自社の経営指標がこの数値より良好であれば、真ん中より上位に位置し、逆に下回っていれば真ん中より下位に位置することになる。

**上位75%：**上位75%に位置する企業の経営指標である。例えば100社の経営指標を分析している場合、上から数えて75社目、かなり下位に相当する数値である。自社の経営指標がこの数値より下回っていれば、下位の25%のグループに含まれていることになるため、低い数値となっている理由を点検してみる必要がある。

(4) 経営成果：総資本純利益率

- 投下した資本が、その事業によってどれだけの利益を上げたかを表す。
- 比率が高いほど収益性が良いこととなる。
- 事業への投資はリスクを伴うため、常識的には金利よりも高いことが必要である。

全酒類卸の平均は0.9、ビール卸も1.4であり極めて低い水準にある。全酒類卸は50億円以下の規模層は全て平均がマイナスであり、投下資本で利益を生むどころか失っている状況にある。全酒類卸では5億円以上の規模になると、上位50%は何とかプラスとなっているが、それより下位では欠損企業が多くなっていると推察される。ビール卸でも4億円以下の規模層ではほとんどが上位50%の数値がマイナスとなっている

他業種と比較してみると、平均では、食料・飲料卸売業が0.5、農畜産物・水産物卸売業も0.5とむしろ酒類卸よりも低くなっており、総資本純利益率の低さは卸売業の構造的な特質になっている可能性がある。

図表 16 総資本純利益率の比較

	総資本純利益率(%)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	△ 2.7	0.9	△ 2.4	△ 11.1
1億円超～ 3億円以下	△ 2.1	0.9	△ 0.7	△ 4.9
3 " ～ 5 "	△ 2.3	0.5	△ 1.5	△ 4.4
5 " ～ 7 "	△ 0.7	0.8	0.2	△ 2.0
7 " ～ 10 "	△ 0.5	1.0	0.1	△ 1.6
10 " ～ 30 "	△ 1.5	0.8	0.1	△ 1.4
30 " ～ 50 "	△ 0.1	0.8	0.3	△ 0.9
50 " ～ 100 "	0.3	1.2	0.3	△ 0.9
100億円超	1.2	1.6	0.7	0.2
平均	0.9	0.9	0.1	△ 2.0
ビール卸				
2千万円以下	△ 2.7	4.2	△ 1.3	△ 16.5
2千万円超～ 5千万円以下	△ 7.4	0.7	△ 5.8	△ 13.1
5 " ～ 1億円以下	△ 0.1	3.2	0.1	△ 2.8
1億円超 ～ 2 "	0.2	0.3	△ 2.8	△ 7.5
2 " ～ 3 "	△ 2.9	0.7	△ 1.0	△ 3.4
3 " ～ 4 "	△ 3.2	0.3	△ 1.1	△ 4.9
4 " ～ 5 "	0.4	2.8	0.7	△ 3.9
5 " ～ 10 "	0.0	1.0	0.3	△ 0.9
10億円超	2.1	3.4	0.4	0.0
平均	1.4	1.0	0.1	△ 3.5
参考				
食料・飲料卸売業	0.5	1.9	0.4	0.0
農畜産物・水産物卸売業	0.5	1.9	0.5	△ 0.1

資料)参考は、「平成 17 年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(5) 収益性：売上高総利益率

- 売上高総利益の売上高に対する比率である。
- 適正な販売価格の維持、仕入れ価格削減といった価格政策だけでなく、在庫管理、ロスの削減といった商品管理政策の影響も受ける。
- 商品によって売上高総利益率が異なるため、商品構成の影響を受ける。

全酒類卸の平均が4.2%、ビール卸で9.2%であり、とうてい販管費を賄えない水準となっている。さらにマイナスとなっている規模層も存在している。

図表 17 売上高総利益率の比較

	売上高総利益率(%)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	11.9	15.1	10.0	8.4
1億円超～ 3億円以下	12.5	14.5	10.2	7.7
3 " ～ 5 "	9.6	11.4	8.3	6.4
5 " ～ 7 "	8.1	9.5	7.6	6.2
7 " ～ 10 "	8.0	9.5	7.0	5.5
10 " ～ 30 "	7.4	8.4	6.1	4.2
30 " ～ 50 "	6.6	7.4	5.4	3.7
50 " ～ 100 "	6.1	8.2	5.4	3.4
100億円超	3.8	6.5	4.5	1.6
平均	4.2	9.4	6.5	4.2
ビール卸				
2千万円以下	16.7	19.2	11.2	7.2
2千万円超～ 5千万円以下	13.4	18.1	11.3	8.6
5 " ～ 1億円以下	18.6	19.2	15.3	11.0
1億円超～ 2 "	15.5	21.9	15.6	10.1
2 " ～ 3 "	17.4	20.0	14.7	7.0
3 " ～ 4 "	10.5	15.0	10.9	6.2
4 " ～ 5 "	15.4	23.2	11.3	7.2
5 " ～ 10 "	14.0	14.0	9.9	5.1
10億円超	8.3	17.0	8.5	5.4
平均	9.2	18.2	11.6	6.8
参考				
食料・飲料卸売業	21.1	27.2	18.7	12.8
農畜産物・水産物卸売業	18.5	24.5	16.5	10.9

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(6) 収益性：売上高販売管理費率

- 販売費及び一般管理費の売上高に対する比率である。
- 販売費及び一般管理費には人件費、配送費、広告宣伝費等が含まれるが、人件費、配送費の割合が大きい。

全酒類卸の平均が7.6%、ビール卸で8.7%であり、売上高総利益率を上回る水準となっている。売上高規模が大きいほど売上高販売管理費率が低くなっている。主な経費である配送費、人件費は規模が大きくなるほど効率的に使用できるため、規模の大きい卸がローコスト経営になっていると考えられる。

全酒類卸では、ほとんどの規模層で食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業の売上高販売管理費率を下回っており、高コストな構造になっているとは言えない。

図表 18 売上高総利益率の比較

	売上高販売管理費率(%)			
	16年度 平均			
		上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	17.1	12.6	17.9	20.9
1億円超～ 3億円以下	15.8	10.0	12.7	19.1
3 " ～ 5 "	11.1	7.7	10.3	12.7
5 " ～ 7 "	9.9	7.4	9.2	11.6
7 " ～ 10 "	8.7	6.1	7.2	9.8
10 " ～ 30 "	7.8	5.2	7.0	9.1
30 " ～ 50 "	7.3	4.8	5.5	7.3
50 " ～ 100 "	7.3	4.8	6.3	8.1
100億円超	7.6	5.0	6.0	7.6
平均	7.6	5.5	7.5	11.1
ビール卸				
2千万円以下	29.3	5.1	25.6	33.3
2千万円超～ 5千万円以下	21.9	12.1	15.9	24.8
5 " ～ 1億円以下	20.7	11.7	21.2	25.5
1億円超 ～ 2 "	20.6	13.4	20.0	26.6
2 " ～ 3 "	20.9	14.0	18.1	22.4
3 " ～ 4 "	12.3	6.9	12.3	16.1
4 " ～ 5 "	15.4	7.7	11.4	17.5
5 " ～ 10 "	13.9	7.2	9.7	15.7
10億円超	7.5	5.5	8.4	16.3
平均	8.7	8.5	14.7	21.3
参考				
食料・飲料卸売業	20.7	26.7	18.4	12.6
農畜産物・水産物卸売業	18.1	24.2	16.2	10.7

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(7) 収益性：売上高営業利益率

- 営業利益の売上高に対する比率である。
- 酒類販売事業だけでなく、酒類以外の販売事業やその他の事業にも影響を受ける。

全酒類卸は平均で-3.5%、ビール卸で0.5%である。とくに全酒類卸は全ての規模層がマイナスとなっており、売上総利益で販売管理費をまかなえていない。

食料・飲料卸売業は、僅かではあるが営業利益を計上出来ている。

図表 19 売上高営業利益率の比較

	売上高営業利益率(%)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	△ 5.2	△ 0.6	△ 4.8	△ 9.4
1億円超～ 3億円以下	△ 3.2	△ 0.2	△ 2.1	△ 4.7
3 " ～ 5 "	△ 1.4	0.3	△ 1.1	△ 3.2
5 " ～ 7 "	△ 1.8	0.1	△ 1.2	△ 2.7
7 " ～ 10 "	△ 0.7	0.6	0.0	△ 1.5
10 " ～ 30 "	△ 0.5	0.7	△ 0.4	△ 1.7
30 " ～ 50 "	△ 0.7	0.4	△ 0.3	△ 1.9
50 " ～ 100 "	△ 1.2	0.4	△ 0.4	△ 2.5
100億円超	△ 3.8	0.4	△ 1.0	△ 3.7
平均	△ 3.5	0.4	△ 0.8	△ 2.5
ビール卸				
2千万円以下	△ 12.6	2.5	△ 10.5	△ 14.9
2千万円超～ 5千万円以下	△ 8.6	△ 0.2	△ 6.2	△ 12.9
5 " ～ 1億円以下	△ 2.1	2.2	△ 2.3	△ 7.9
1億円超 ～ 2 "	△ 5.1	0.7	△ 4.0	△ 9.8
2 " ～ 3 "	△ 3.4	0.0	△ 2.1	△ 7.2
3 " ～ 4 "	△ 1.8	0.1	△ 0.6	△ 4.5
4 " ～ 5 "	0.0	1.0	△ 0.5	△ 1.2
5 " ～ 10 "	0.1	1.0	△ 0.3	△ 1.3
10億円超	0.8	0.8	0.2	△ 1.4
平均	0.5	0.6	△ 0.8	△ 4.7
参考				
食料・飲料卸売業	0.3	1.3	0.4	△ 0.5
農畜産物・水産物卸売業	0.4	1.2	0.4	△ 0.4

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(8) オペレーション効率：従業員1人当たり売上高

- 企業にとって、人件費は最も大きなコストの一つ。
- 従業員1人当たりの売上高を高くすることが、生産性の向上に結びつく。
- 粗利益率が低い商品では、従業員1人当たり売上高をより高くする必要がある。

従業員1人当たりの売上高は全酒類卸2億1,183万円、ビール卸8,585万円となっている。ただし、平均値の数値は、規模の大きい企業の数値に影響されて高めに算出されるため、ここでは上位50%（中央値）を見るほうが適切である。

全酒類卸では、従業員1人当たりの売上高は規模が大きくなるほど大きくなっており、1億円以下規模と100億円超規模では中央値で見て約13倍の開きがある。

ビール卸についても全酒類卸とほぼ同じ構造となっており、2千万円以下の規模層と10億円超の規模層では中央値で約18倍もの差が生じている。

図表 20 従業員一人当たり売上高の比較

	従業員一人当たり売上高(千円)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	14,870	21,995	15,057	10,749
1億円超～ 3億円以下	28,209	40,992	30,902	22,481
3 " ～ 5 "	46,828	61,687	46,219	36,695
5 " ～ 7 "	49,097	64,910	50,878	40,879
7 " ～ 10 "	61,690	89,400	72,767	50,429
10 " ～ 30 "	85,362	119,494	94,340	73,184
30 " ～ 50 "	118,434	176,179	130,863	99,344
50 " ～ 100 "	132,220	193,310	141,574	107,524
100億円超	253,402	304,028	198,413	136,813
平均	211,835	138,421	87,776	47,815
ビール卸				
2千万円以下	5,135	9,248	4,407	2,465
2千万円超～ 5千万円以下	11,861	15,633	14,186	8,529
5 " ～ 1億円以下	18,470	27,463	21,372	15,615
1億円超 ～ 2 "	20,768	30,454	22,711	16,411
2 " ～ 3 "	20,513	38,243	25,126	16,745
3 " ～ 4 "	35,787	48,535	33,289	26,345
4 " ～ 5 "	34,027	75,149	45,239	24,497
5 " ～ 10 "	47,840	71,120	56,697	41,357
10億円超	120,151	116,392	79,154	47,861
平均	85,854	60,264	30,890	17,891
参考				
飲食料品卸売業	95,183	-	-	-

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(9) 流動性：商品回転期間

- 商品の在庫状況を示す指標で、比率が低いほど在庫期間が短いことを示す。
- 流動資産の商品の金額を1日当たりの売上原価で除して算出する。
- 商品回転期間の短縮は、流通コスト削減の大きなテーマの一つとなっている。

全酒類卸の平均は8.3であるが、規模が大きいほど小さくなっており、100億円超の層と1億円以下の層では約4倍の開きがある。また、規模別に見ても、上位25%と上位75%では大きな差がある。

食料・飲料卸売業は9.6、農畜産物・水産物卸売業は7.9である。生鮮品の取り扱いが多い農畜産物・水産物卸売業が低い数値となっているのは当然だが、食料・飲料卸売業も酒卸売業よりも低くなっている。

図表 21 商品回転期間の比較

	商品回転期間(日)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	33.2	10.9	20.4	42.0
1億円超～ 3億円以下	32.4	14.7	22.6	34.8
3 " ～ 5 "	20.9	11.9	16.6	23.4
5 " ～ 7 "	22.5	10.9	17.0	25.0
7 " ～ 10 "	22.1	10.6	12.8	19.6
10 " ～ 30 "	14.3	8.6	11.9	17.0
30 " ～ 50 "	13.5	8.2	10.0	13.7
50 " ～ 100 "	12.1	8.0	10.0	14.6
100億円超	7.6	6.9	9.0	11.3
平均	8.3	8.7	12.3	19.0
ビール卸				
2千万円以下	47.1	6.0	12.9	42.3
2千万円超～ 5千万円以下	28.1	12.7	22.3	30.2
5 " ～ 1億円以下	55.2	15.1	27.5	68.8
1億円超～ 2 "	35.8	13.6	22.2	56.0
2 " ～ 3 "	42.8	14.2	21.0	47.5
3 " ～ 4 "	28.7	10.7	18.4	37.0
4 " ～ 5 "	38.2	12.2	21.3	88.7
5 " ～ 10 "	28.7	11.4	18.3	27.4
10億円超	15.0	5.0	12.1	19.5
平均	17.4	11.3	18.7	33.3
参考				
食料・飲料卸売業	9.6	1.2	7.4	15.5
農畜産物・水産物卸売業	7.9	1.6	4.6	12.1

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(10) 安全性（流動比率）

- 流動資産（1年以内の資金化が予定されている資産）を流動負債（1年以内に支払を予定している負債）で除した数値である。
- 短期の資金繰りの安全性を見るための指標である。
- 従来から200%以上が適正とされているが、実際にそうした企業はまれであり130%程度あれば一応良いとされている。

全酒類卸の平均は93.8、ビール卸が109.2である。中央値を見てもほぼ全ての規模層が130%を下回っており、短期の資金繰りが安定していない企業が過半数を占めている。

他業種と比べると、食料・飲料卸売業が120.9、農畜産物・水産卸売業が122.0で、両社とも130を下回っている。酒類卸売業は他の業種に比べて安全性がやや低く、固定負債を流動負債によって賄わざるを得ない状態となっている。

図表 22 流動比率の比較

	流動比率(%)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	74.0	227.1	108.2	47.6
1億円超～ 3億円以下	81.4	169.1	105.1	58.4
3 " ～ 5 "	72.7	158.0	88.8	61.1
5 " ～ 7 "	97.6	169.0	106.9	62.9
7 " ～ 10 "	118.9	135.1	108.2	83.0
10 " ～ 30 "	105.7	141.0	100.4	81.2
30 " ～ 50 "	96.2	120.5	101.2	80.7
50 " ～ 100 "	101.5	111.6	102.7	86.3
100億円超	92.7	111.4	98.3	85.1
平均	93.8	134.8	101.4	79.6
ビール卸				
2千万円以下	310.4	682.4	378.5	97.4
2千万円超～ 5千万円以下	96.3	205.6	102.6	62.2
5 " ～ 1億円以下	105.2	179.6	96.9	52.7
1億円超 ～ 2 "	85.5	227.1	97.0	61.8
2 " ～ 3 "	98.4	184.7	93.0	54.4
3 " ～ 4 "	119.3	183.8	122.2	78.7
4 " ～ 5 "	118.4	231.0	122.3	87.8
5 " ～ 10 "	91.8	133.4	87.6	63.9
10億円超	112.0	152.0	102.3	72.8
平均	109.2	181.2	100.5	67.5
参考				
食料・飲料卸売業	120.9	153.6	113.8	82.4
農畜産物・水産物卸売業	122.0	158.0	114.0	78.6

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(11) 安全性（自己資本比率）

- 企業の総資本に対する自己調達している資本の構成比を表し、財務分析の代表的な指標である。
- 自己資本比率が大きいほど、他人資本への依存度が小さく、安全性が高いと言える。
- 50%以上が理想であることが理想とされるが、通常は30%を上回ることが安全性の目安とされている。

全酒類卸の平均は17.0、ビール卸が22.8である。中央値を見てもほぼ全ての規模層が30%を下回っており、安全性が高いとは言えない状況である。

さらに、全酒類卸、ビール卸ともに小さい規模層で16年度平均がマイナスになっている層が存在している。当期の損失を自己資本で補えていないということであり、極めて危険性の高い状態にあると言わざるを得ない。

他業種と比べると、食料・飲料卸売業が11.1、農畜産物・水産卸売業が9.7で、両社とも30%を下回っている。自己資本比率の低さは酒類卸売業のみならず他業種の卸売業にも共通するに状況となっている。

図表 23 自己資本比率の比較

	自己資本比率(%)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	△ 8.2	64.4	2.5	△ 52.3
1億円超～ 3億円以下	△ 5.4	28.7	10.0	△ 20.4
3 " ～ 5 "	△ 25.1	17.9	4.2	△ 22.7
5 " ～ 7 "	13.1	30.8	16.8	△ 3.9
7 " ～ 10 "	19.4	19.8	8.7	△ 1.5
10 " ～ 30 "	22.0	30.3	14.8	4.4
30 " ～ 50 "	18.4	29.8	13.9	3.1
50 " ～ 100 "	9.7	16.5	8.5	0.5
100億円超	17.5	29.1	17.2	5.1
平均	17.0	26.7	12.1	0.6
ビール卸				
2千万円以下	44.5	85.3	48.0	12.8
2千万円超～ 5千万円以下	△ 23.1	60.7	13.3	△ 48.9
5 " ～ 1億円以下	11.1	25.8	13.6	△ 23.4
1億円超 ～ 2 "	20.3	47.3	21.0	0.1
2 " ～ 3 "	9.3	26.8	14.0	△ 0.6
3 " ～ 4 "	6.5	18.7	4.1	△ 10.8
4 " ～ 5 "	20.0	54.1	15.9	△ 17.7
5 " ～ 10 "	5.2	23.6	7.1	△ 4.6
10億円超	26.4	31.0	17.7	9.4
平均	22.8	39.0	14.4	△ 0.1
参考				
食料・飲料卸売業	11.1	22.7	11.1	1.8
農畜産物・水産物卸売業	9.7	22.1	9.8	△ 0.3

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会

(12) 安全性（固定長期適合率）

- 固定資産を入手する際に借入を行う場合、短期で返済しなければならない流動負債ではなく固定負債で賄われることが財務的な安全上必要である。
- 固定長期適合率とは、固定資産を自己資本と固定負債の合計で除した指標である。
- 100%を下回るのが経営の安全上の原則である。

全酒類卸では平均で100を超えており、規模別に見ても2つの規模層を除き100を超えている。ビール卸は平均では100を下回っているが、約半分の規模層で100を超えている。中央値を見ると、全酒類卸では100億円超以外の規模層で100を下回っている。ビール卸でも2つの規模層以外は100を下回った状態にある。財務的な安全性が確保出来ている企業が半数以上はあるものの、全体として安全性が高いとは言えない状況にある。

他業種と比較すると、食料・飲料卸売業、農畜産物・水産物卸売業は平均が100より小さく、さらに上位75%が100を下回る状態にある。酒類卸売業に比べて安全性が高くなっている。

図表 24 固定長期適合率の比較

	固定長期適合率(%)			
	16年度 平均	上位25%	上位50%	上位75%
全酒類卸				
1億円以下	219.5	-13.2	29.8	91.8
1億円超～ 3億円以下	142.1	15.7	72.0	111.3
3 " ～ 5 "	259.2	15.4	66.0	133.2
5 " ～ 7 "	112.9	42.1	85.8	136.3
7 " ～ 10 "	79.4	25.7	80.9	123.1
10 " ～ 30 "	97.3	52.0	90.3	143.9
30 " ～ 50 "	112.7	62.3	96.2	177.3
50 " ～ 100 "	111.2	39.3	94.5	131.1
100億円超	143.6	83.4	112.2	168.2
平均	135.5	45.0	88.9	140.1
ビール卸				
2千万円以下	85.9	11.4	76.2	100.4
2千万円超～ 5千万円以下	173.5	5.4	61.8	138.3
5 " ～ 1億円以下	94.7	-3.8	78.1	131.4
1億円超～ 2 "	118.2	44.0	104.1	140.4
2 " ～ 3 "	106.3	48.3	90.2	185.6
3 " ～ 4 "	82.6	49.2	76.0	107.1
4 " ～ 5 "	93.8	26.9	90.7	118.6
5 " ～ 10 "	116.3	50.1	109.5	213.7
10億円超	90.1	67.4	99.8	177.9
平均	94.4	44.8	85.7	149.0
参考				
食料・飲料卸売業	70.4	35.8	67.5	97.2
農畜産物・水産物卸売業	69.4	35.1	64.5	96.0

資料) 参考は、「平成17年度中小企業の財務指標」中小企業診断協会