

令和2年度

東京の 中小企業の現状

流通産業編

令和2年度

東京の中小企業の現状

(流通産業編)

東京都産業労働局

令和2年度 「東京の中小企業の現状(流通産業編)」 の発刊にあたって

新型コロナウイルス感染症が世界的に大きな脅威をもたらしています。国内においても感染者が増加傾向にあり、いまだ収束の目途が立たない状況となっています。この感染症の影響で2020年4～6月期の国内総生産（GDP）は、物価変動を除いた実質（季節調整値）で前期比7.9%減、年率換算では28.1%減と現行基準の1980年以降で最悪の落ち込みとなりました。

新型コロナウイルス感染症の流行により小売業では電子商取引（EC）が急速に普及し、卸売業ではデジタル化、オンライン化による商談の増加など企業や消費者の行動に影響を与え流通産業を取り巻く経営環境は大きく変化しています。

こうした状況の下、今回発刊する「東京の中小企業の現状（流通産業編）」では新型コロナウイルス感染症流行下で、経営上の困難を克服しながら事業を継続する都内中小企業の実態を分析し、感染症流行にともなう経営環境の変化への対応や事業を継続していくために必要な競争力の向上などをテーマとして取り上げました。

都内中小流通産業（卸売業・小売業）の方々をはじめとして、中小企業や関係機関の方々に経営方針や経営戦略の一助として、また産業振興の基礎資料として、この「東京の中小企業の現状」が役立つことができれば幸いです。

最後に、本書につきましては、有識者の皆様から貴重なご意見を賜りました。本書の作成にあたり、ご協力を頂きました有識者の皆様、そして中小企業の皆様にこの場を借りて厚く御礼申し上げます。

令和3年3月

東京都産業労働局商工部長 **土村 武史**

目次

第Ⅰ編 東京の流通産業の現状と変化（既存統計分析）

第1章 都内人口と消費支出の動向	4
第1節 東京の人口と世帯数の変化	4
1 東京の人口特性	4
2 東京の人口推移	5
3 東京の世帯数推移	8
第2節 都民の消費支出動向	10
1 消費支出の推移	10
2 世帯主年齢階層別の消費支出	13
3 世帯人員別の消費支出	14
第2章 流通産業の構造特性とその変化	15
1 東京における流通産業	15
2 東京の卸売業	17
3 東京の小売業	21
第3章 東京の中小流通産業の経営動向	26
1 業況D Iの推移	26
2 採算状況の推移	27
3 資金繰りD Iの推移	28
4 雇用人員D Iの推移	29
5 設備投資の実施割合	30

第Ⅱ編 東京の流通産業の経営実態（アンケート結果）

第1章 卸売業	35
第1節 企業概要	35
1 調査概要	35
2 業種	35
3 取引形態	36
4 流通系列関係	37
5 所在地及び支社・支店・営業所の有無	38
6 企業形態	39
7 資本金	40
8 従業者	41
9 代表者の年齢	44
10 創業時期	45
第2節 経営成果（業績）とその動向	46
1 売上高	46
2 売上総利益	49
3 経常損益	54
4 期末在庫	57
5 金利負担の状況	58

第3節	仕入活動	62
1	仕入先	62
2	仕入先企業数の最も多い地域	66
3	見直し状況	70
4	課題	72
第4節	販売活動	74
1	販売先企業数の変化	74
2	販売先企業数の最も多い地域	76
3	価格決定において重視している事項	78
4	一般消費者への販売	80
5	課題	84
第5節	物流業務	86
1	保管業務	86
2	在庫管理	87
3	流通加工	88
4	配送・輸送	89
5	納期	90
6	課題	92
第6節	ICT（情報通信技術）の利活用	94
1	ICTを活用した取組	94
2	ICT利活用の変化	96
3	ICT利活用の進展に伴う業務の生産性向上	100
4	インターネット販売	102
第7節	事業承継	110
1	経営者の続柄・出身	110
2	事業展開の方向性	112
3	課題	114
4	後継者	116
5	廃業の意向	120
第2章	小売業	123
第1節	企業概要	123
1	調査概要	123
2	業種	123
3	所在地	124
4	企業形態	125
5	資本金	126
6	従業者	127
7	代表者の年齢	130
8	創業時期	131
9	店舗数	132
10	総売場面積	133
第2節	経営成果（業績）とその動向	134
1	売上高	134
2	売上総利益	137

3	経常損益	142
4	金利負担の状況	146
第3節	主たる店舗の状況	150
1	立地環境	150
2	商店街組織	152
3	店舗の土地・建物の所有状況	154
4	駐車場の状況	157
5	店舗の最新改装時期	158
6	店舗の営業時間と定休日	160
7	店舗の商圈範囲	164
8	決済方法	166
第4節	仕入活動	168
1	仕入先	168
2	仕入先企業数の最も多い地域	170
3	最も多い仕入先	172
4	チェーン等への加盟状況	173
5	見直し状況	174
6	発注方式の状況	176
7	発注から納品までの期間	179
8	課題	180
第5節	販売活動	181
1	主な顧客層	181
2	来店客数等の変化	182
3	今後の顧客方針	190
4	取扱品目数とその変化	192
5	品揃えの幅と深さ	195
6	販売単価決定において重視している事項	198
7	取扱商品の魅力向上に向けた取組	200
8	課題	202
第6節	経営方針	204
1	経営上の強み	204
2	経営において重視している事項	206
3	地域活動への取組	208
第7節	ICT（情報通信技術）の利活用	210
1	ICTを活用した取組	210
2	ICT利活用の変化	212
3	ICT利活用の進展に伴う業務の生産性向上	214
4	インターネット販売	216
第8節	事業承継	221
1	経営者の続柄・出身	221
2	事業展開の方向性	222
3	課題	224
4	後継者	226
5	廃業の意向	230

第Ⅲ編 東京の流通産業に関するテーマ分析（アンケート結果）

第1章 新型コロナウイルス感染症の影響と対応	236
第1節 卸売業	236
1 新型コロナウイルス感染症の影響	236
2 具体的なマイナスの影響	238
3 新型コロナウイルス感染症の影響による新たな取組	240
第2節 小売業	242
1 新型コロナウイルス感染症の影響	242
2 具体的なマイナスの影響	244
3 新型コロナウイルス感染症の影響による新たな取組	246
第2章 競争力強化への取組	248
第1節 卸売業	248
1 競争環境における重要な変化	248
2 東京の立地環境	250
3 競争力向上のために実施している取組	252
4 業務の効率化・合理化への取組	254
5 競争力向上に取り組まない理由	256
6 成長性からみた競争力向上への取組	258
7 収益性からみた競争力向上への取組	262
第2節 小売業	266
1 重視している消費者意識や購買行動の変化	266
2 競争力向上のために実施している取組	268
3 業務の効率化・合理化への取組	270
4 競争力向上に取り組まない理由	272
5 成長性からみた競争力向上への取組	274
6 収益性からみた競争力向上への取組	278

資 料

「東京の中小企業の現状」のための企業調査の概要
東京の中小企業の現状に関する調査 卸売業調査票
東京の中小企業の現状に関する調査 小売業調査票

凡 例

1 本報告書における区分

本報告書における調査では、企業を以下のように区分している。

【卸売業】

(1) 業種区分

食料品卸売業	
①生鮮食品卸売業	野菜・果実卸売業、食肉卸売業、生鮮魚介卸売業
②加工食品等卸売業	米穀類卸売業、その他農畜産物・水産物卸売業、酒類卸売業、菓子・パン類卸売業、その他の食料・飲料卸売業
衣料品関連卸売業	紳士服卸売業、婦人・子供服卸売業、靴・履物卸売業、かばん・袋物卸売業、その他衣服・身の回り卸売業
住関連卸売業	家庭用電気機械器具卸売業、家具・建具卸売業、家庭用品卸売業、陶磁器・ガラス器卸売業
その他卸売業	医薬品・化粧品等卸売業、紙製品卸売業、文具卸売業、スポーツ用品卸売業、がん具・娯楽・ホビー用品卸売業、貴金属・ジュエリー卸売業、その他の卸売業

※ただし、他の調査結果からの引用については、この限りではない。

(2) 従業員規模区分

「1～5人」、「6～9人」、「10～49人」、「50人以上」の4区分

(3) 取引形態による区分

一次卸

- ①小売直取引卸：生産者または海外から仕入、小売業者に販売
- ②他部門（小売業者以外）直取引卸：生産者または海外から仕入、産業用使用者、海外に販売
- ③元卸：生産者または海外から仕入、卸売業者に販売

二次卸

- ①中間卸：卸売業者から仕入、卸売業者に販売
- ②最終卸：卸売業者から仕入、小売業者、産業用使用者、海外に販売

その他卸

- ①製造問屋：下請委託製造品を販売する卸売業者
- ②その他卸：上記のいずれにも分類されない卸売業者

(4) 地域区分

都心	千代田区、中央区、港区
副都心	新宿区、文京区、渋谷区、豊島区
城東	台東区、墨田区、江東区、荒川区、足立区、葛飾区、江戸川区
城南	品川区、目黒区、大田区
城西	世田谷区、中野区、杉並区、練馬区
城北	北区、板橋区
多摩	多摩地域の市町村
島しょ	調査対象外地域

【小売業】

(1) 業種区分

総合商品小売業	総合商品小売業（総合スーパー・コンビニエンスストア等）
生鮮食品小売業	野菜・果実小売業、食肉小売業、鮮魚小売業
食料品関連小売業	酒小売業、菓子・パン小売業、米穀類小売業、惣菜・弁当・すし等小売業、その他飲食料品小売業
衣料品関連小売業	呉服・服地・寝具小売業、紳士服小売業、婦人・子供服小売業、靴・履物小売業、かばん・洋品雑貨・アクセサリ等小売業
住関連小売業	家具・建具・じゅう器小売業、家電製品小売業、家庭用品・金物・荒物等小売業
その他小売業	時計・眼鏡等小売業、花・植木小売業、書籍・文房具小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業、医薬品・化粧品小売業（ドラッグストア・調剤薬局）、その他の小売業

※ただし、他の調査結果からの引用については、この限りではない。

(2) 従業員規模区分

「1～2人」、「3～5人」、「6～19人」、「20人以上」の4区分

(3) 地域区分

都心	千代田区、中央区、港区
副都心	新宿区、文京区、渋谷区、豊島区
城東	台東区、墨田区、江東区、荒川区、足立区、葛飾区、江戸川区
城南	品川区、目黒区、大田区
城西	世田谷区、中野区、杉並区、練馬区
城北	北区、板橋区
多摩	多摩地域の市町村
島しょ	調査対象外地域

2 調査の内容

本報告書を作成するにあたり、東京都内に立地する卸売業3,000企業と小売業7,000企業の計10,000企業を対象とした「東京の中小企業の現状に関する調査（アンケート）」及び卸売業・小売業20企業を対象としたヒアリング調査を実施した。各調査結果は第Ⅱ編、第Ⅲ編で使用している。

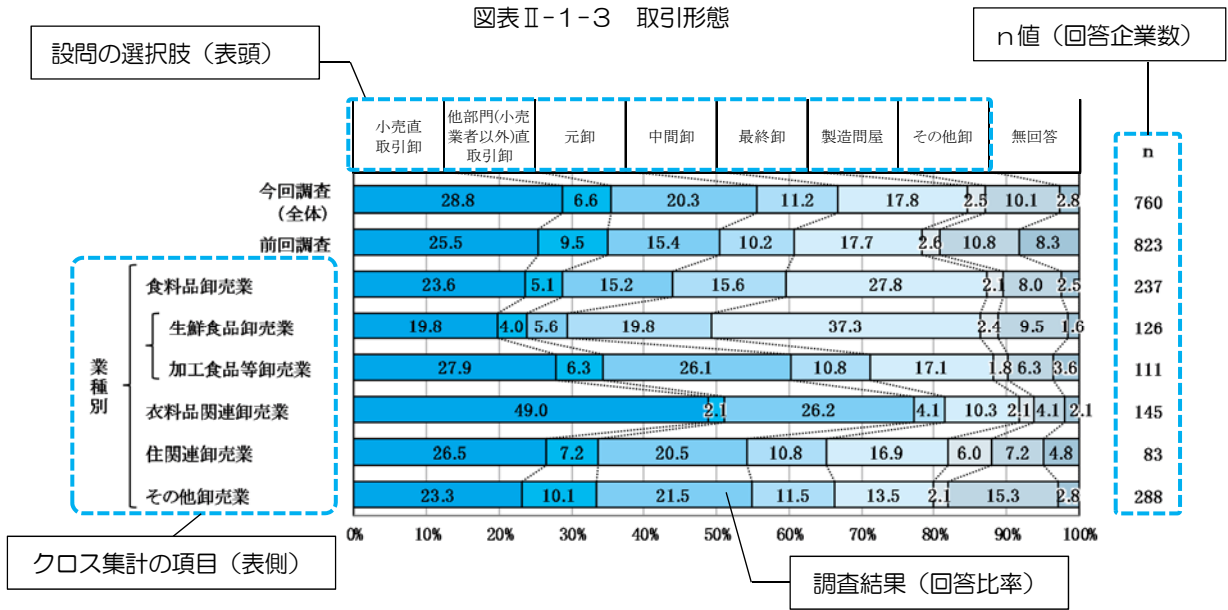
【本報告書利用上の注意】

令和2年度流通産業編における小売業調査では無店舗小売業を調査対象外とした。これまでの調査と調査対象の範囲が異なるため比較をする際には留意する必要がある。

なお、本報告書第Ⅱ編第2章小売業編に掲載されている図表中の「前回調査」（平成29年度「東京の中小企業の現状（流通産業編）」における調査結果）は参考値として掲載した。

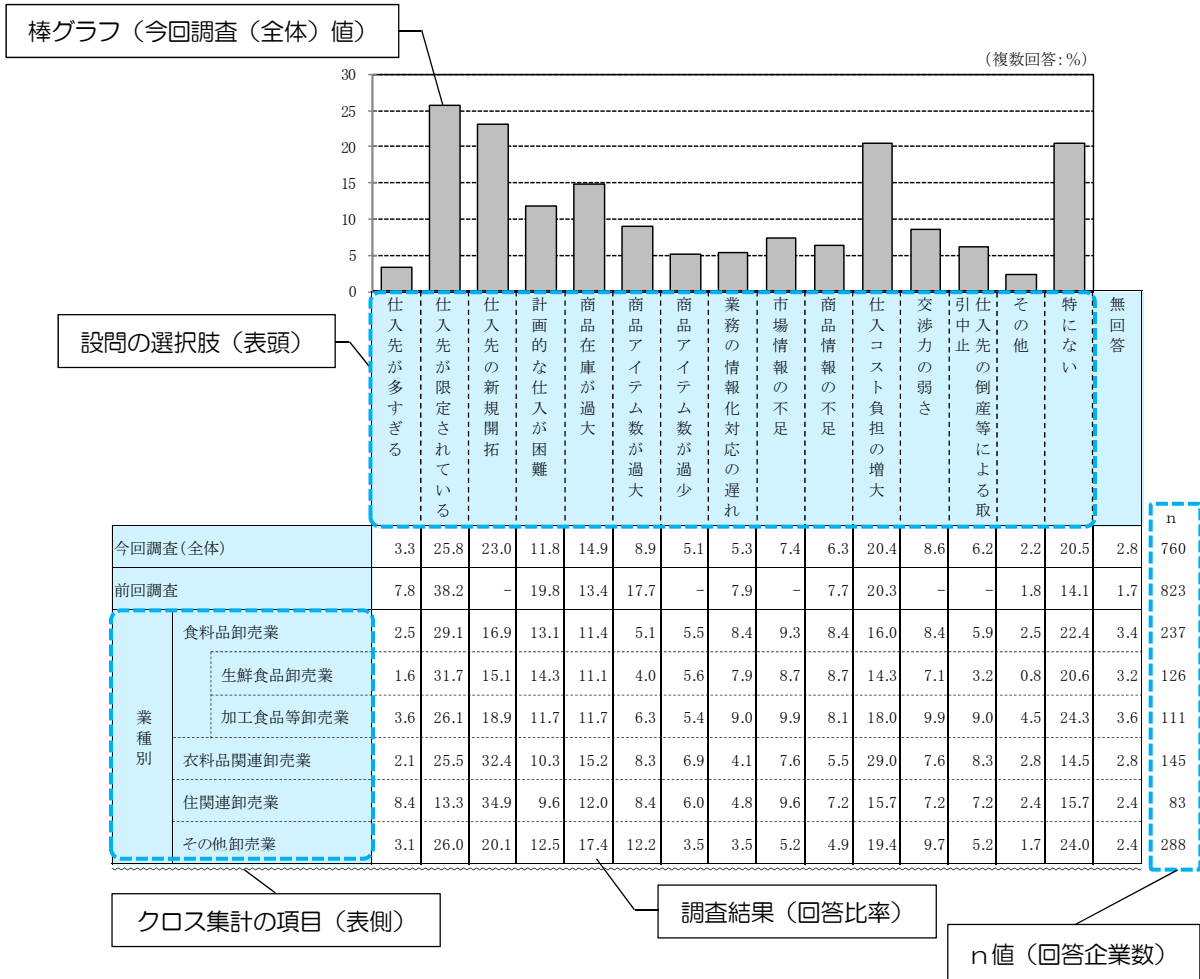
3 図表の見方

【単純回答の図表例】



【複数回答の図表例】

図表Ⅱ-1-33 仕入活動の課題



- 調査結果の回答比率は、その設問の回答数を基数として、小数点以下第2位を四捨五入して算出している。四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。
- 複数回答の場合、回答比率の合計は通常100%を超える。
- 複数回答の図表上部の棒グラフは、今回調査（全体）の値を表す。
- 図表中の「n」とは、その設問への回答企業数を表す。
- クロス集計の項目に無回答がある場合、これを表示していない。よって全体の数値と各項目の和が一致しない場合がある。
- クロス集計の項目において、回答者数が少ない属性については、分析・コメントの対象としていない。
- 選択肢に「その他」「特になし（なし）」等がある場合、本文中ではその数値を除外して記述している場合がある。
- 各設問の分析における文章表記において、次のようにカッコを用いている。

「***」 設問の選択肢について言及する場合。

例：「30歳代以下」「40歳代」など

『***』 設問の選択肢をまとめて言及する場合。

例：「30歳代以下」と「40歳代」をまとめて『40歳代以下』など

<***> クロス集計の項目をまとめて言及する場合。

例：10～49人と50人以上をまとめて<10人以上>など