

第2章 食品卸売業の経営指標

1 食品卸売業の経営指標

- (1) 経営優良企業における経営指標
- (2) 経営指標の概要
- (3) 収益性
- (4) 安全性
- (5) 生産性

(1) 経営優良企業における経営指標

2005年度における食品卸売業の大企業および中小優良企業の経営指標をみると、収益性および安全性の各指標で中小企業優良モデルが大企業優良モデルを上回っている。

2005年度における食品卸売業1,566社の経営優良企業における経営指標をみると、収益性と安全性の各指標は中小企業優良モデルが大企業優良モデルを上回っているが、生産性を示す各指標は大企業優良モデルが中小企業優良モデルを上回っている。

表2-1-1 食品卸売業における大企業および中小優良企業の経営指標（2005年度）

年度	平均	大企業 優良モデル	中小企業 優良モデル
企業数（社）	1,566	37	77
収益性			
売上高総利益率（%）	11.2	9.9	11.7
売上高営業利益率（%）	0.9	1.1	1.9
売上高経常利益率（%）	1.1	1.3	2.4
総資本営業利益率（%）	2.6	3.0	4.2
効率性			
総資産回転率（回）	2.70	2.77	2.18
固定資産回転率（回）	8.02	8.43	5.35
棚卸資産回転率（回）	30.13	40.87	24.78
安全性			
流動比率（%）	108.2	102.4	130.9
当座比率（%）	81.1	78.6	100.3
固定比率（%）	127.6	116.1	101.1
固定長期適合率（%）	86.9	95.5	74.5
自己資本比率（%）	26.3	28.3	40.4
生産性			
一人当たり売上高（千円）	177,995	319,236	173,978
一人当たり営業利益（千円）	1,688	3,500	3,372
一人当たり付加価値（千円）	19,909	31,578	20,300

注1) 大企業優良モデルは、各業種の従業者数が101人以上または資本金が1億円を越える企業のうち、経常利益の高い上位3～5社を抽出し集計した。

2) 中小企業優良モデルは、各業種の従業者数が100人以下または資本金が1億円以下の企業のうち、経常利益の高い上位10社を抽出し集計した。

(2) 経営指標の概要

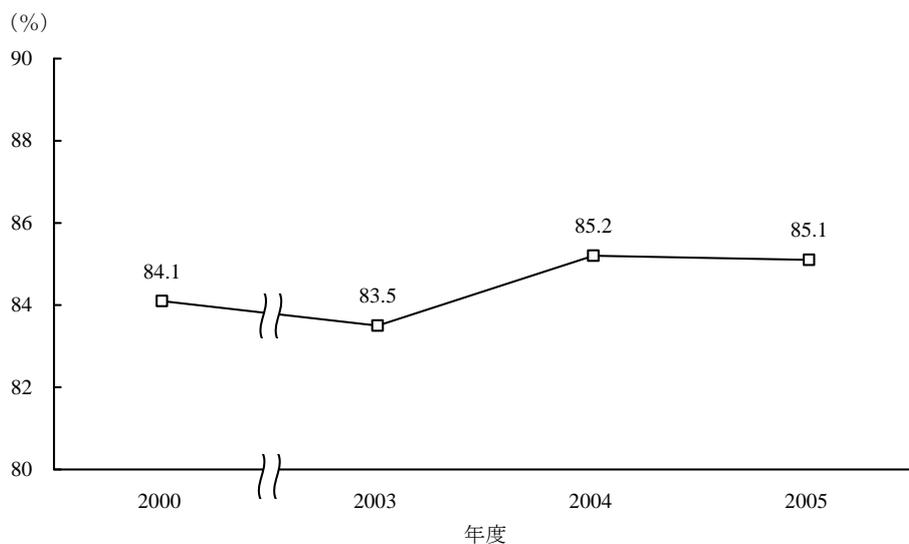
2005年度は、収益性が概ね横ばい、安全性（流動比率、固定比率など）の低下や一人当たり付加価値額の増加などがみられるものの、いずれの経営指標も全体的に低下・低迷傾向にある。

2005年度における食品卸売業の経営指標についてみると、収益性は概ね横ばいとなっている。売上高総利益率はわずかに上昇したものの、売上高営業利益率はわずかに低下した。安全性についてみると、流動比率、固定比率、自己資本比率は改善がみられる。生産性についてみると、一人当たり売上高は減少しているものの、一人当たり付加価値額はわずかに増加している。

表2-1-2 食品卸売業における経営指標の推移

年度	2000	2003	2004	2005
企業数（社）	1,604	1,644	1,524	1,566
収益性				
売上高総利益率（％）	10.8	10.8	11.1	11.2
売上高営業利益率（％）	0.8	0.9	1.0	0.9
売上高経常利益率（％）	0.9	1.0	1.1	1.1
総資本営業利益率（％）	2.3	2.5	2.8	2.6
効率性				
総資産回転率（回）	2.8	2.8	2.8	2.7
固定資産回転率（回）	9.7	8.8	8.3	8.0
棚卸資産回転率（回）	30.7	31.2	31.1	30.1
安全性				
流動比率（％）	105.2	106.2	106.4	108.2
当座比率（％）	81.0	81.1	80.6	81.1
固定比率（％）	140.9	133.2	130.2	127.6
固定長期適合率（％）	88.9	88.7	89.2	86.9
自己資本比率（％）	20.6	23.8	25.7	26.3
生産性				
一人当たり売上高（千円）	157,219	170,040	178,663	177,995
一人当たり営業利益（千円）	1,307	1,498	1,818	1,688
一人当たり付加価値（千円）	17,013	18,429	19,813	19,909
欠損企業				
欠損企業数（社）	341	379	319	324
欠損企業数割合（％）	16.2	17.8	15.2	15.4

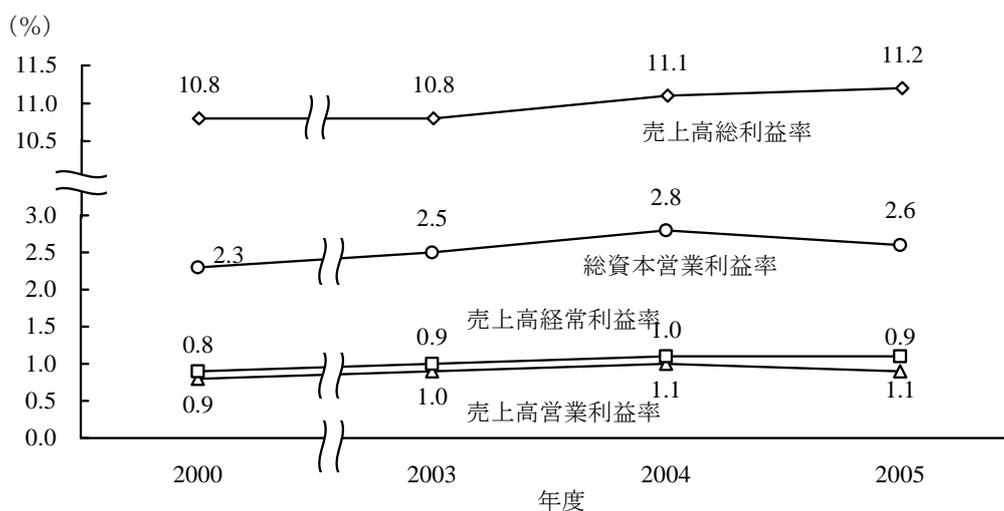
図2-1-1 食品卸売業における経営健全企業数割合の推移



ア 収益性

2005年度の収益性についてみると、売上高総利益率がわずかに上昇したものの、売上高営業利益率が横ばい、売上高経常利益率がわずかに低下した。総資本営業利益率はわずかに低下した。

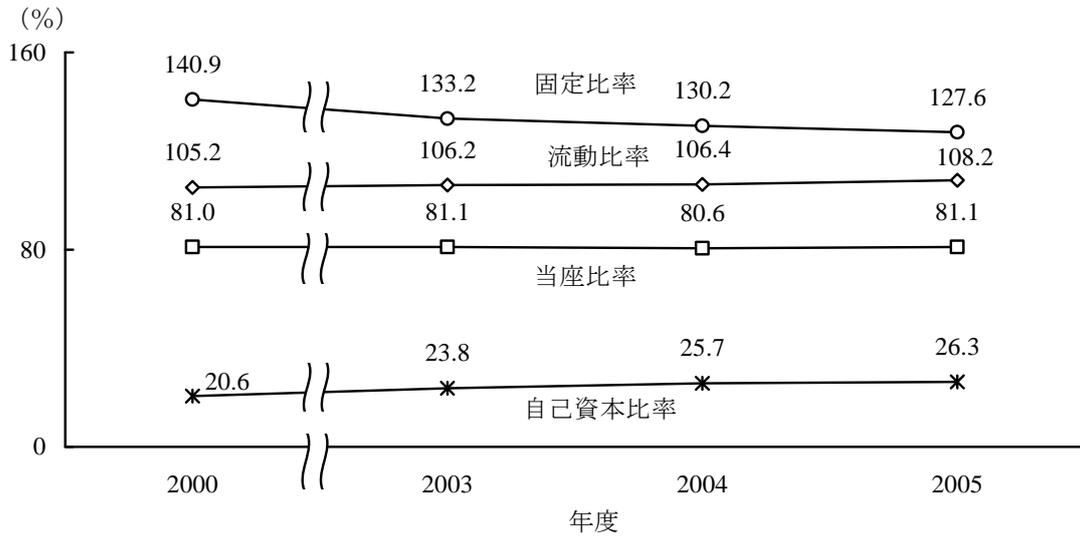
図2-1-2 食品卸売業における経営指標「収益性」の推移



イ 安全性

2005年度の安全性についてみると、流動比率、当座比率、固定比率は改善がみられる。自己資本比率も上昇している。

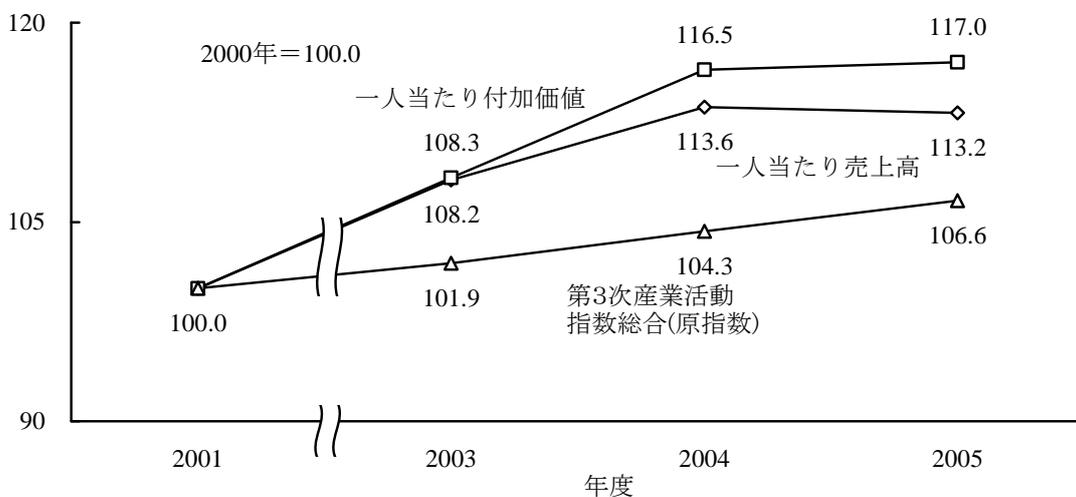
図2-1-3 食品卸売業における経営指標「安全性」の推移



ウ 生産性

2005年度における生産性についてみると、一人当たり付加価値額はわずかに増加しているが、一人当たり売上高はわずかに減少している。

図2-1-4 食品卸売業における経営指標「生産性」の推移



(3) 収益性

ア 売上高総利益率^{注10)}

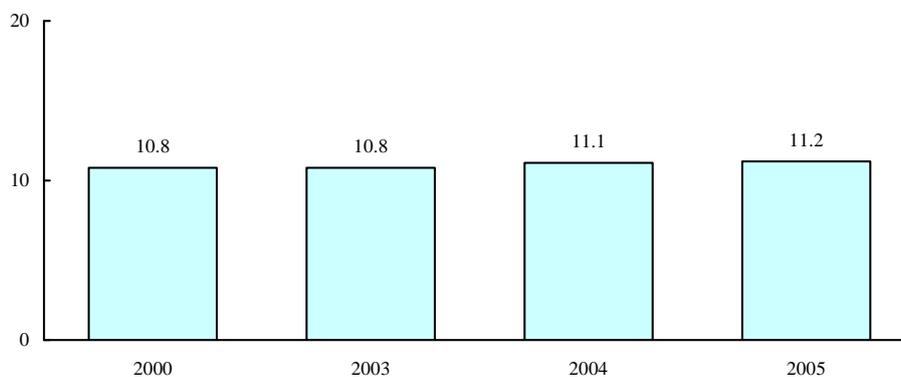
売上高総利益率は、横ばいからやや上昇傾向で推移しており、2005年度は11.2%となっている。

資本金規模別にみると、売上高総利益率は資本金3億円以上10億円未満の企業を除き資本金規模の大きさとともに低下する傾向にある。

売上高別にみた場合も同様の傾向がみられる。

業種別にみると、清涼飲料卸売業とコーヒー・茶類卸売業で売上高総利益率は高く、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業と酒類卸売業、砂糖卸売業で売上高総利益率は低い。

図2-1-5 売上高総利益率



注¹⁰⁾ = 売上総利益 / 売上高 売上高総利益率は、売上総利益（粗利益）を売上高で割ったものである。売上総利益は売上高から製品原価合計を引いたもので製品の利幅を表す。企業の「儲ける力」製品の「付加価値の高さ」を示す指標と言える。製品の利幅が業界における競争によって決まると考えられるため、この売上高総利益率から業界内の競争の度合いを読み取ることもできる。

図2-1-6 資本金規模別の売上高総利益率

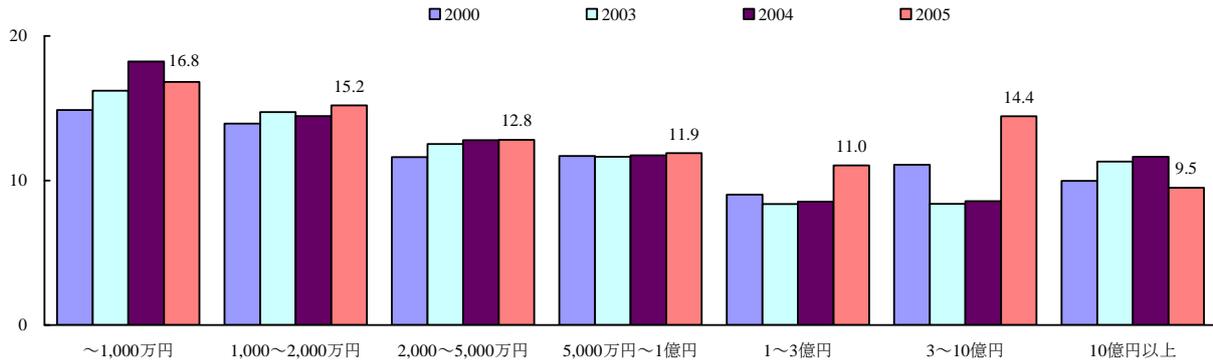


図2-1-7 売上高規模別の売上高総利益率

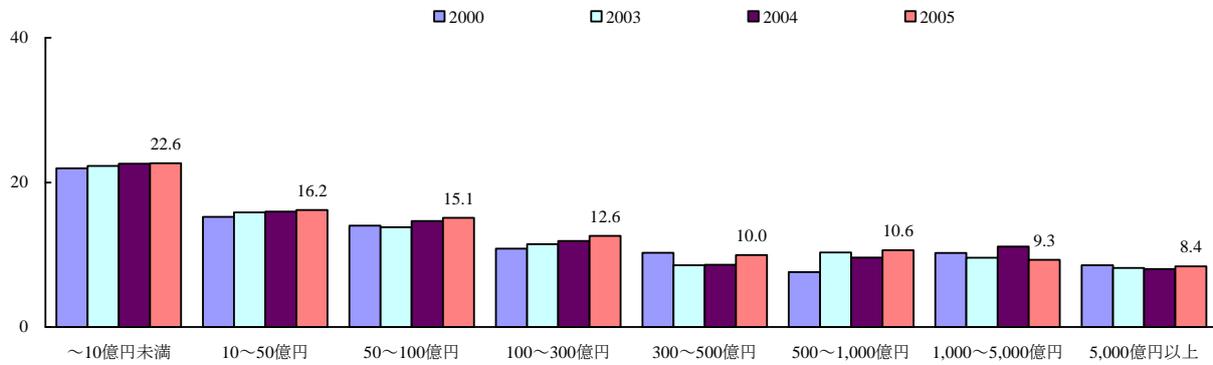
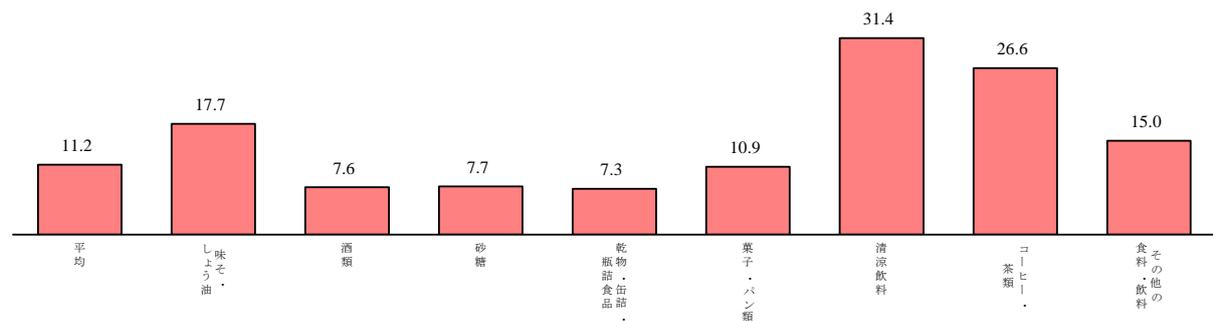


図2-1-8 業種別の売上高総利益率



イ 売上高経常利益率^{注11)}

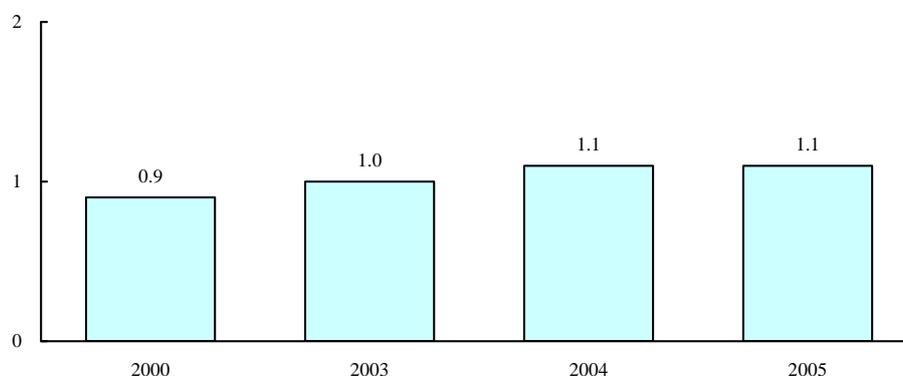
2005年度の売上高経常利益率は、前年度と同じ1.1%である。

資本金規模別にみると、売上高総利益率は資本金2,000万円以上5,000億円未満の企業で売上高経常利益率は最も高く、逆に同1,000万円未満の企業で最も低い。

売上高別にみると、売上高300億円未満の企業までは売上高が増加すると売上高経常利益率は上昇するが、売上高300億円以上の企業では逆に低下する。

業種別にみると、清涼飲料卸売業で売上高経常利益率は最も高く、逆に酒類卸売業、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業で低い。

図2-1-9 売上高経常利益率



注11) = 経常利益 / 売上高 売上高経常利益率は経常利益を売上高で割ったものである。経常利益は営業利益に営業外利益、企業が財務的な活動などから得た利益を加えたものである。財務的な活動は製造販売活動とともに企業が継続的に実施している。したがって売上高経常利益率は、財テク等も含めた企業の継続的な活動における利益獲得能力を示している。

図2-1-10 資本金規模別の売上高経常利益率

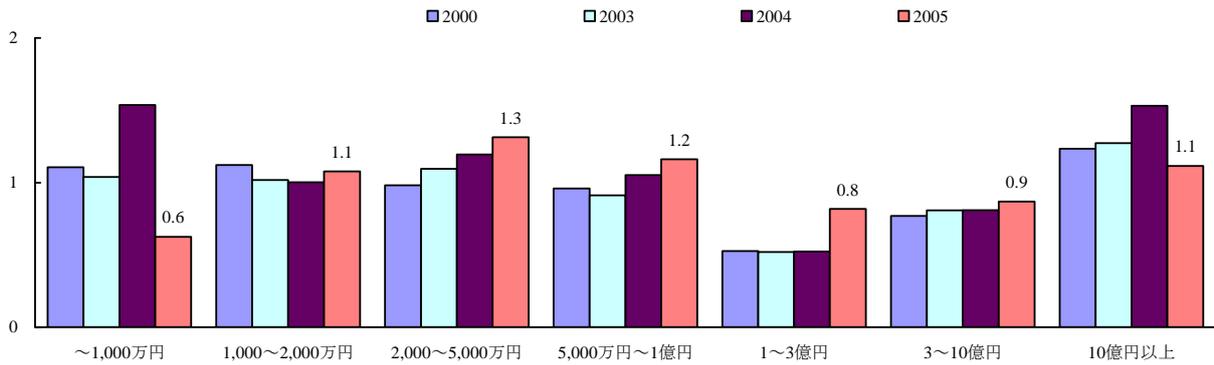


図2-1-11 売上高規模別の売上高経常利益率

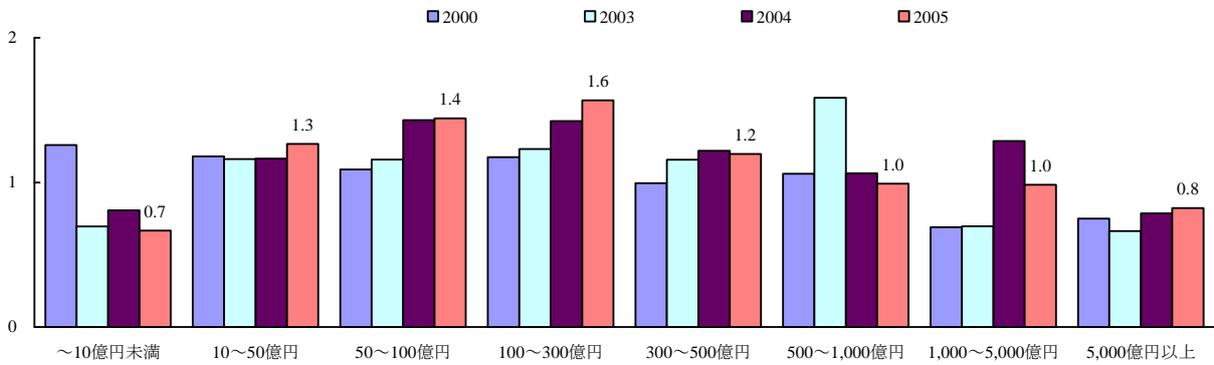
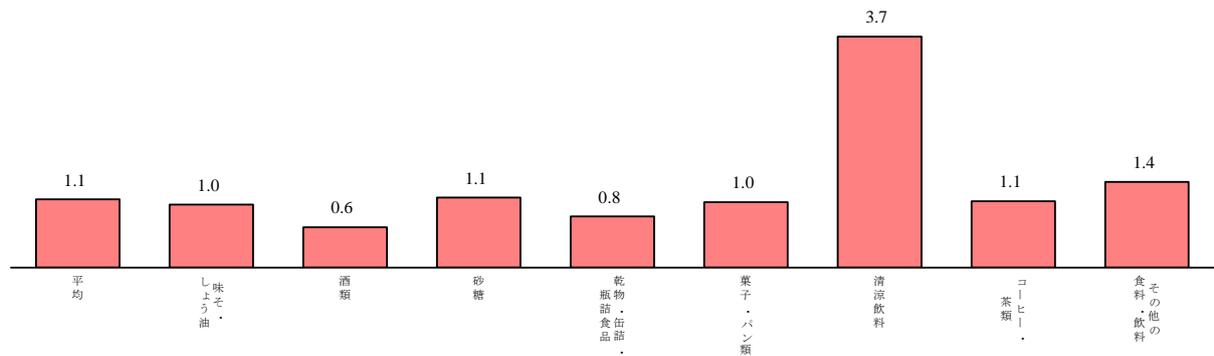


図2-1-12 業種別の売上高経常利益率



ウ 総資本営業利益率^{注12)}

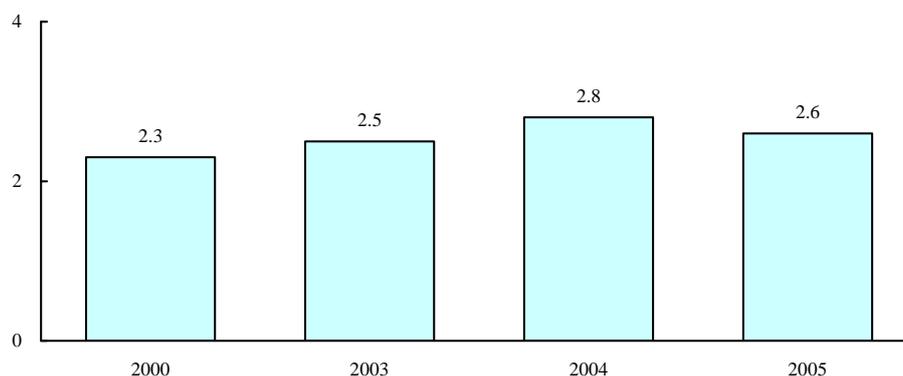
総資本営業利益率は、2004年度までは上昇傾向にあったが、2005年度は2.6%に低下している。

資本金規模別にみると、資本金1億円未満の企業では資本金規模の拡大とともに総資本営業利益率は上昇し、資本金1億円以上3億円未満の企業で総資本営業利益率は低下するが、再び資本金規模の拡大とともに総資本営業利益率は上昇している。

売上高別にみると売上高50億円以上300億円未満の企業と同1,000億円以上5,000億円未満の企業で総資本営業利益率は比較的高く、逆に同10億円未満の企業で低い。

業種別にみると、清涼飲料卸売業と砂糖卸売業、その他の食料・飲料卸売業で総資本営業利益率は高く、みそ・しょうゆ卸売業、酒類卸売業、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業で総資本営業利益率は低い。

図2-1-13 総資本営業利益率



注12) = 営業利益 / 資産合計 (負債資本合計) 総資本営業利益率は本業の儲けである営業利益を、企業が全体として保有している資源の規模で割ったものである。企業全体としての資源の運用による利益の獲得能力を示している。企業全体としての資源を運用する責任を負っているのが企業の経営者であるから、総資本営業利益率は企業の経営者を評価するための指標でもある。

図2-1-14 資本金規模別の総資本営業利益率

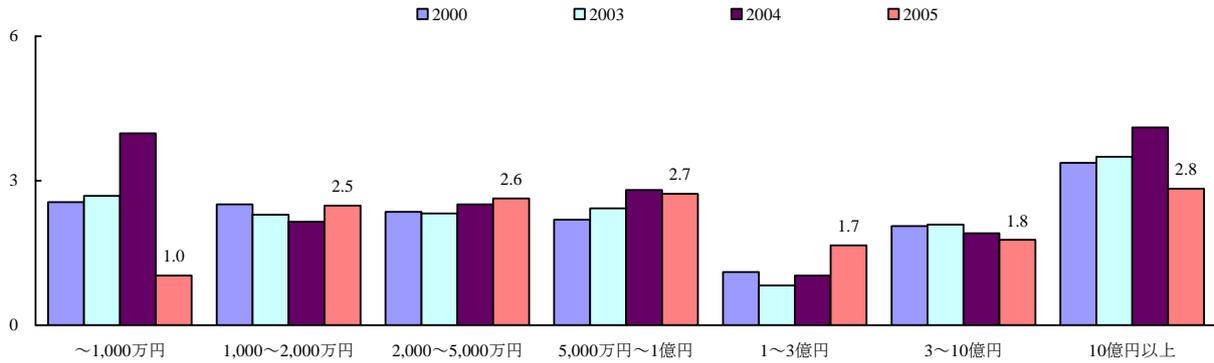


図2-1-15 売上高規模別の総資本営業利益率

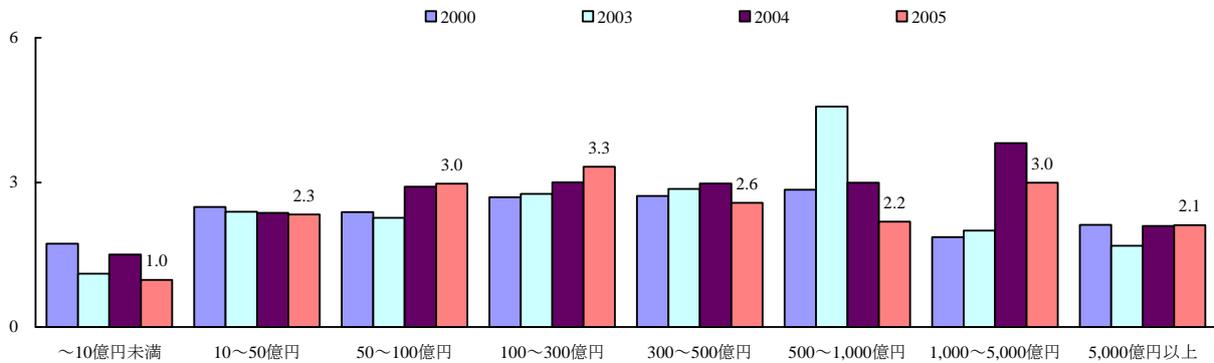
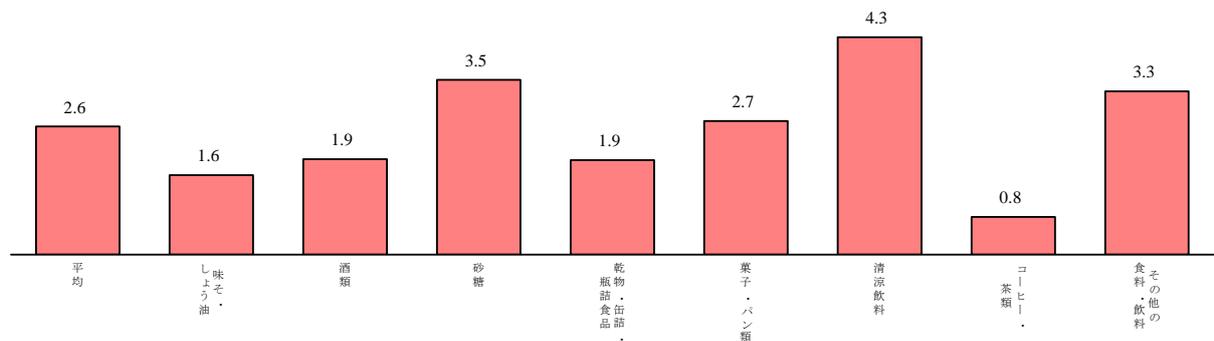


図2-1-16 業種別の総資本営業利益率



(4) 安全性

ア 流動比率^{注13)}

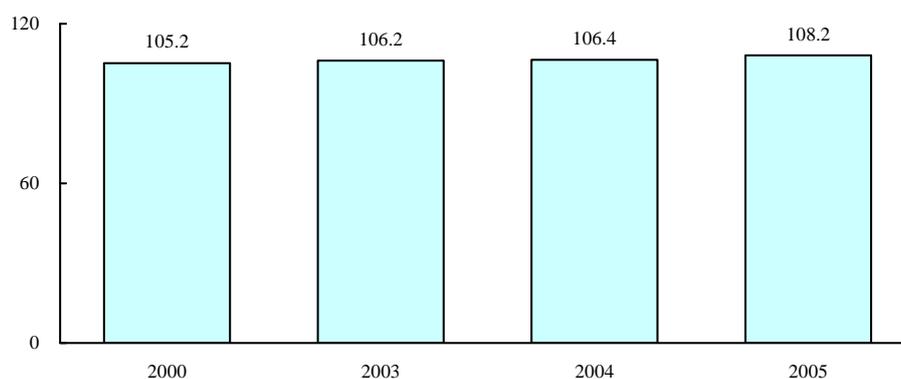
流動比率は、2000年度以降、わずかに上昇傾向がみられ、2005年度は108.2%となっている。

資本金規模別にみると多少増減はあるものの、資本金規模が拡大するにつれ流動比率は低下する傾向にある。

売上高別にみた場合にも、売上高300億円以上500億円未満の企業を除き、同様の傾向がみられる。

業種別にみると、味そ・しょう油卸売業や清涼飲料卸売業で流動比率は高く、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業で流動比率は低い。

図2-1-17 流動比率



注¹³⁾＝流動資産／流動負債 流動資産と流動負債とのバランスをみるための経営指標である。流動資産が流動負債を上回っている度合いを比率で示すことで、会社の支払い能力をみることができる。流動資産は企業が1年以内の短期的な活動において運用している資金の総額を示している。流動資産が流動負債を上回っているのであれば、短期的に危険な状況に陥る可能性は小さい。この値が大きいほど安定性は高い。理想は200%、上場企業の平均は120%となっている。

図2-1-18 資本金規模別の流動比率

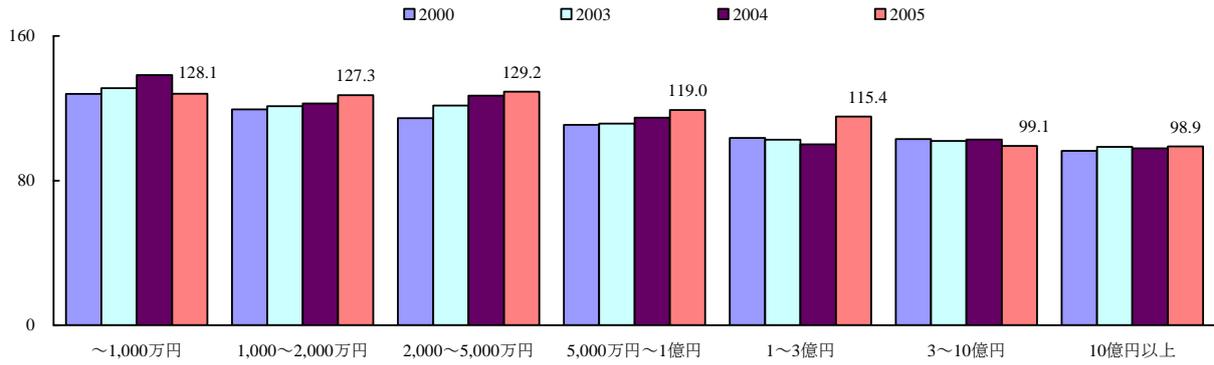


図2-1-19 売上高規模別の流動比率

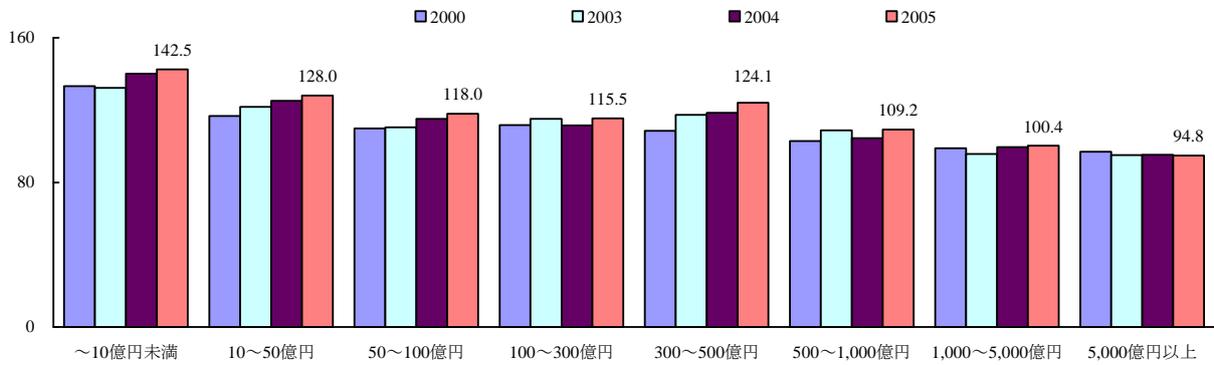
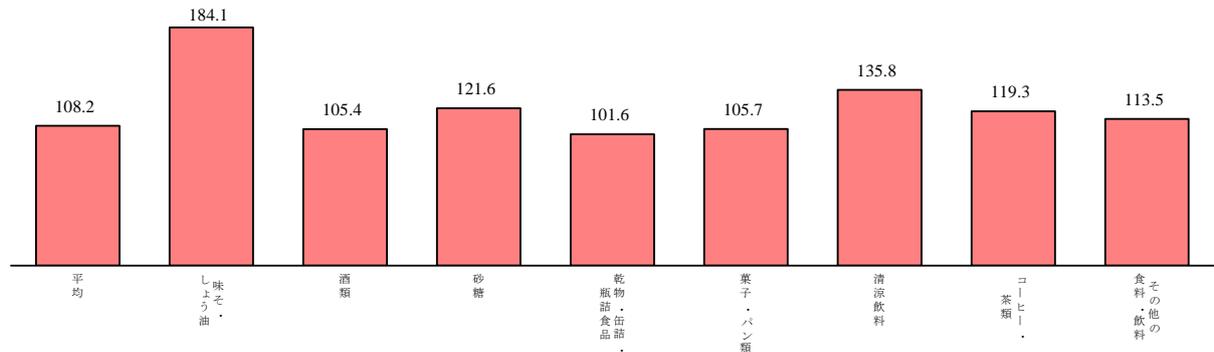


図2-1-20 業種別の流動比率



イ 当座比率^{注14)}

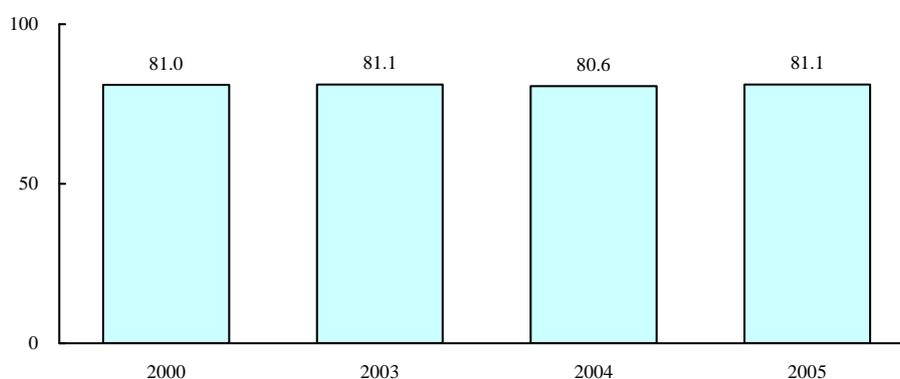
2005年度の当座比率は81.1%となり、2003年度と同水準まで上昇している。

資本金規模別にみると多少増減はあるものの、資本金規模が拡大するにつれ当座比率は低下する傾向にある。

売上高別にみた場合にも、売上高300億円以上500億円未満の企業を除き、同様の傾向がみられる

業種別にみると、味そ・しょう油卸売業で当座比率は高く、酒類卸売業とコーヒー・茶類卸売業、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業で低い。

図2-1-21 当座比率



注14) = (流動資産 - 棚卸資産) / 流動負債 流動資産から棚卸資産を引いたさらに換金性の高い当座資産と流動負債とのバランスをみるための経営指標である。流動資産は企業の短期的に運用されている資金の金額を示しているが、棚卸資産として運用されている資金は必ずしも回収できるとは限らないからである。その値が大きいほど安定性は高い。

図2-1-22 資本金規模別の当座比率

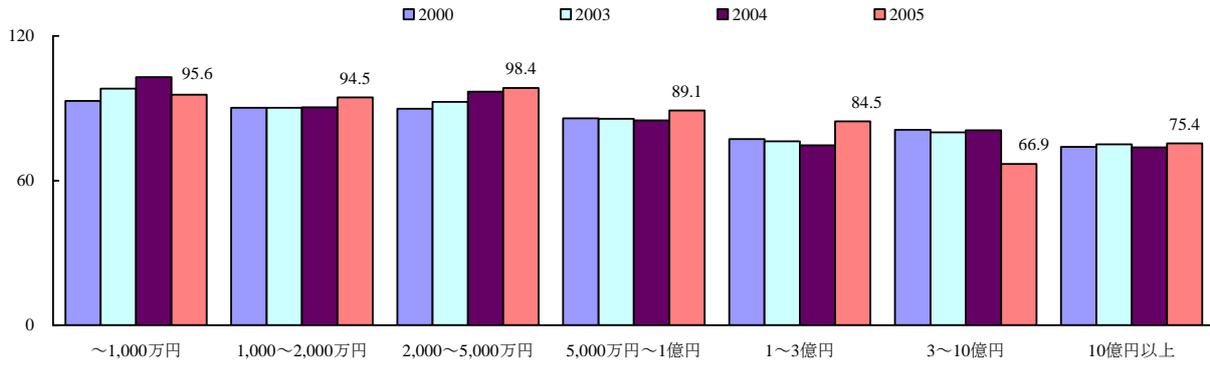


図2-1-23 売上高規模別の当座比率

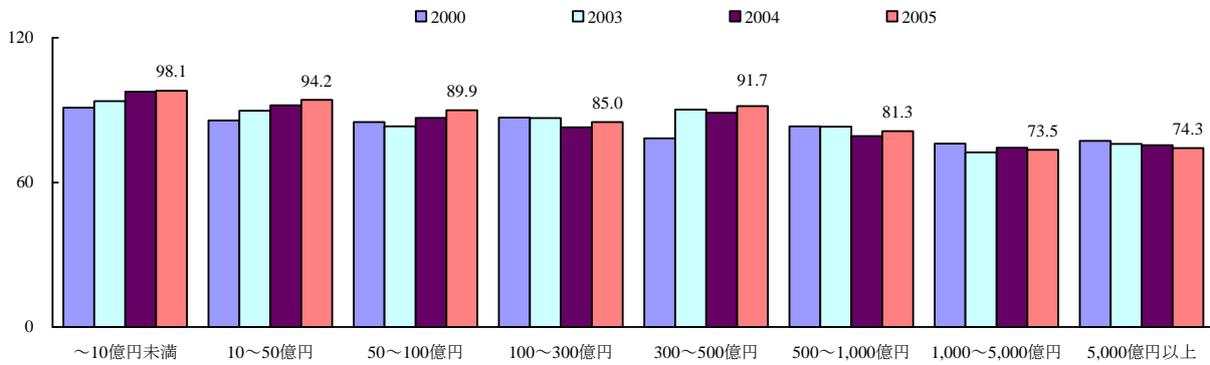
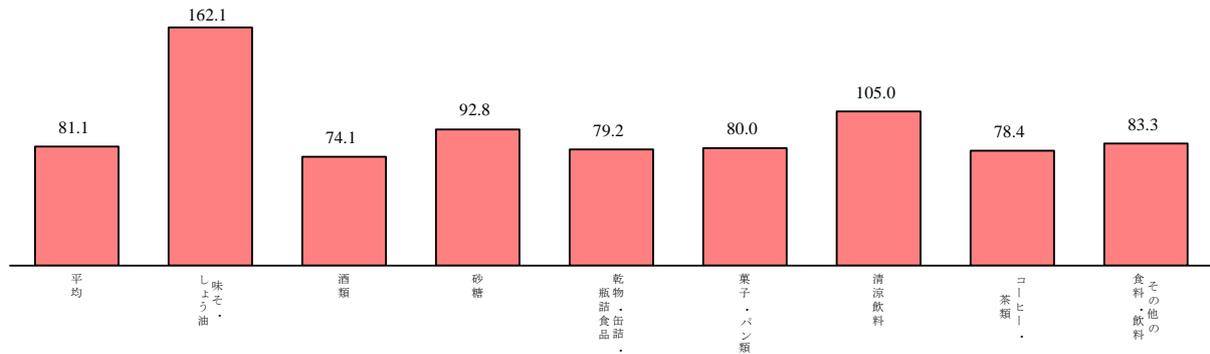


図2-1-24 業種別の当座比率



ウ 固定比率^{注15)}

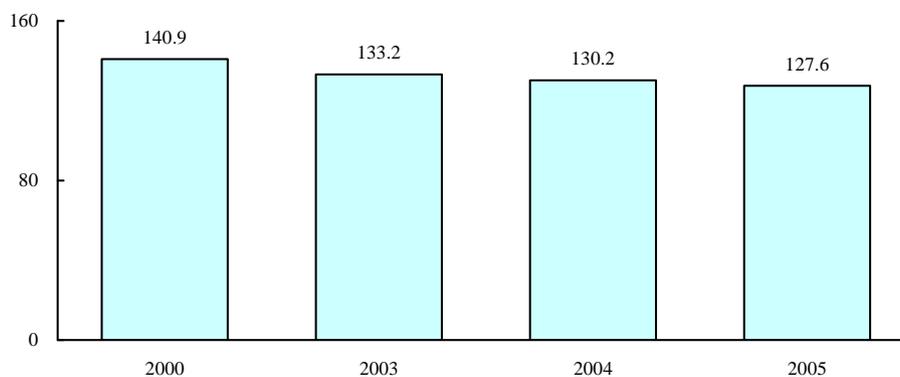
2000年度以降、固定比率は低下傾向にあり、2005年度は127.6%と前年度比で2.6ポイント低下している。

資本金規模別にみると、資本金規模2,000万円以上5,000万円未満の企業で固定比率は121.5%と最も低く、逆に同1億円以上3億円未満の企業で高い。

売上高規模別にみると、売上高500未満の企業では、売上高が拡大するほど固定比率は低下しており、逆に同500億円以上の企業では規模が拡大するにつれ、固定比率は上昇している。

業種別にみると、味そ・しょう油卸売業と砂糖卸売業、清涼飲料卸売業で固定比率は低く、菓子・パン類卸売業と酒類卸売業において固定比率は高い。

図2-1-25 固定比率



注¹⁵⁾ = 固定資産 / 資本合計 固定資産と資本合計とのバランスをみるための経営指標である。固定資産は企業が長期的に運用している資金の総額で、その多くはそれ自体が換金されることはなく、企業自体によって長期的に費消される資産である。したがって固定資産を調達するための資金は、資本として調達された返済不要な資金であることが望ましい。この値が100%以下であれば企業は長期的に安定して事業活動を継続することができると考えられる。上場企業の平均は150%となっている。

図2-1-26 資本金規模別の固定比率

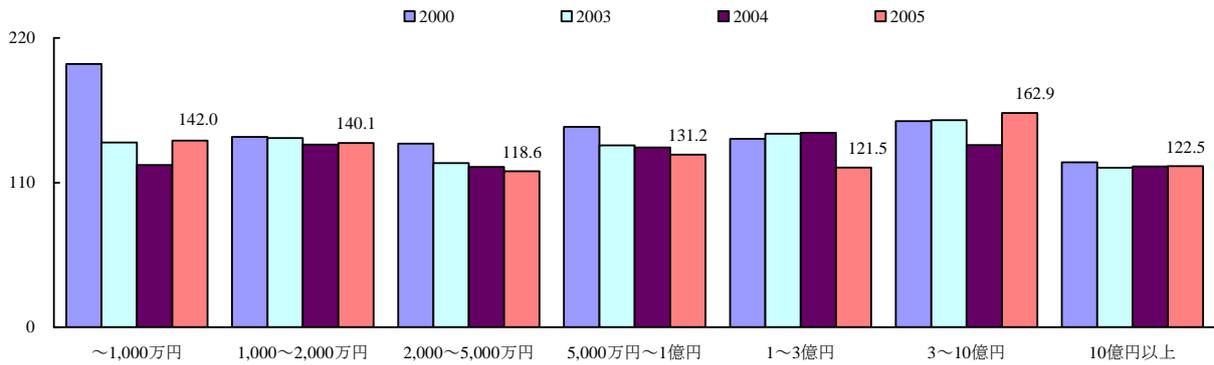


図2-1-27 売上高規模別の固定比率

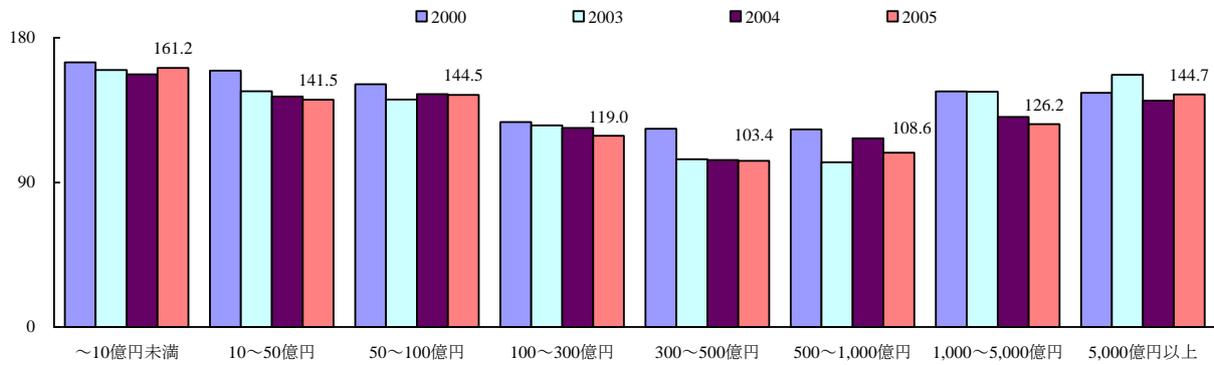
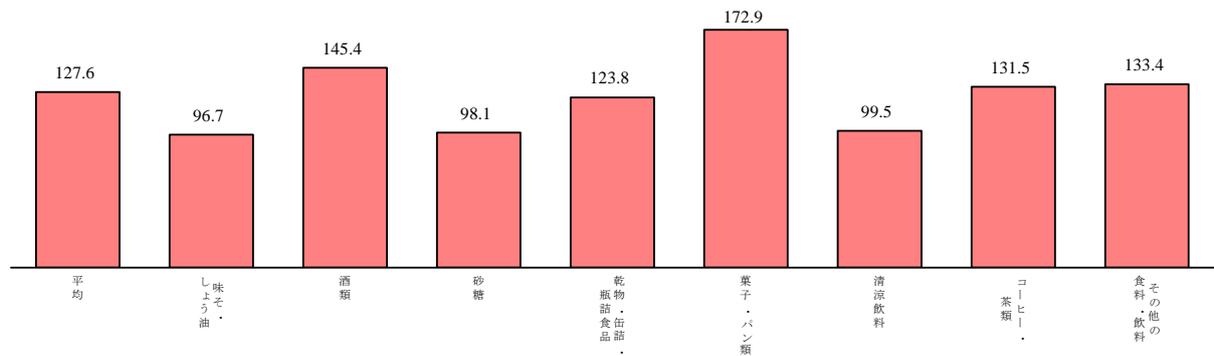


図2-1-28 業種別の固定比率



エ 自己資本比率^{注16)}

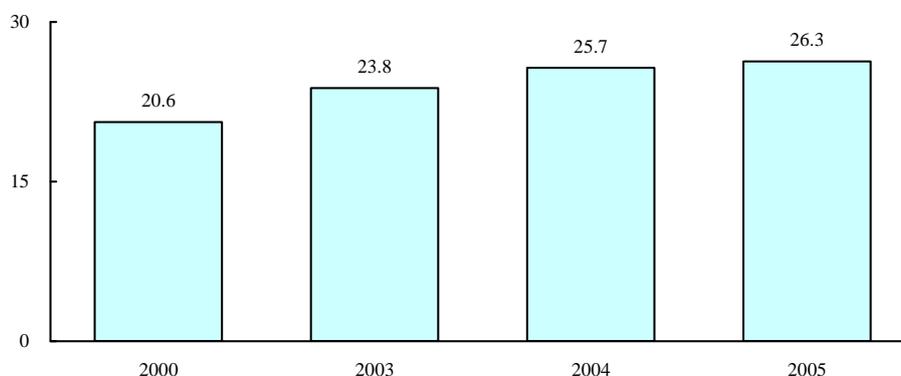
自己資本比率は2000年度以降、上昇傾向にあり、2005年度は26.3%となり前年度対比で0.6ポイント上昇している。

資本金別にみると、資本金1億円以上3億円未満の企業で自己資本比率は最も高く、次いで同2,000万円以上5,000万円未満の企業で高く、逆に同1,000万円未満で低い。

売上高別にみると、売上高500億円未満の企業では売上高が拡大するにつれ自己資本比率も高まるが、同500億円以上の企業では逆に低下している。

業種別にみると、清涼飲料卸売業で自己資本比率は高く、菓子・パン類卸売業と乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業等で低い。

図2-1-29 自己資本比率



注16) = 資本合計 / 資産合計 資本合計と資産合計とのバランスをみるための経営指標である。資本合計は資産合計から負債合計を引いたもので、企業の負債総額に対する資産の超過額であり、債権者への資金返済における企業の余裕度を示している。自己資本比率は資産合計に対する資本合計の相対的な大きさを示すことで、負債に対する企業の余裕度を示す経営指標であり、その値が大きいほど安定性は高い。

図2-1-30 資本金規模別の自己資本比率

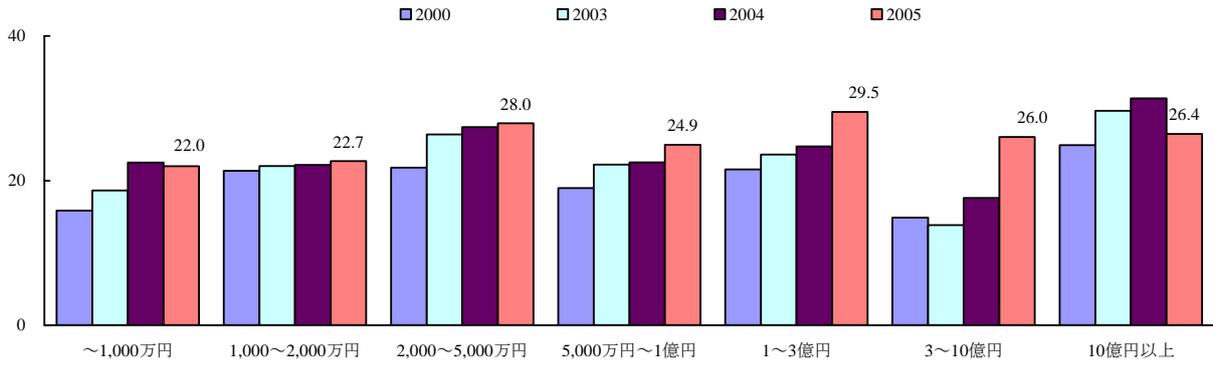


図2-1-31 売上高規模別の自己資本比率

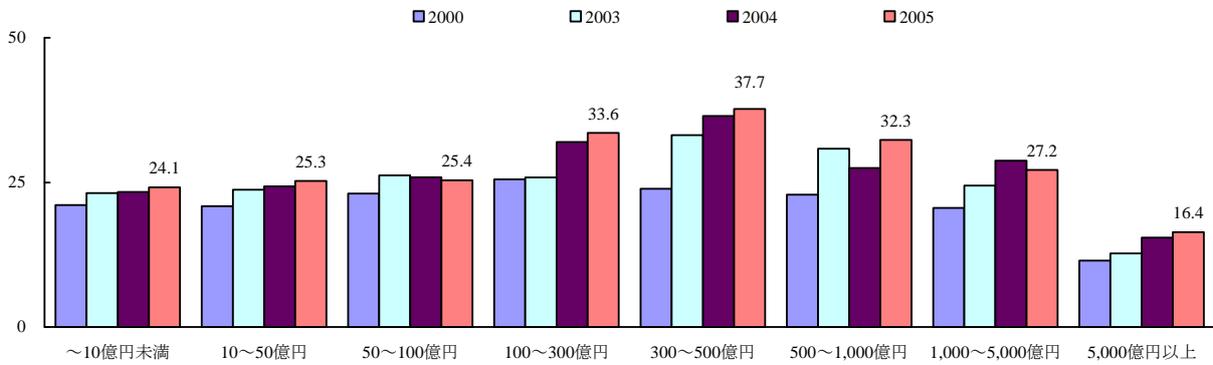
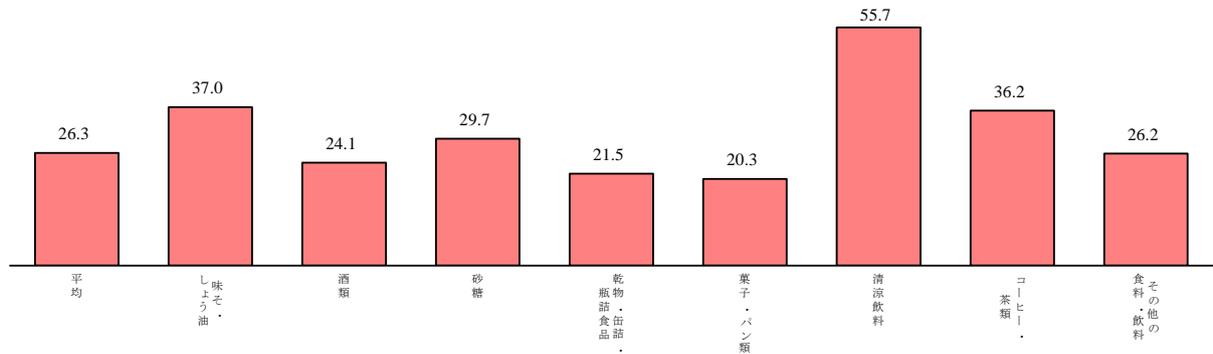


図2-1-32 業種別の自己資本比率



(5) 生産性

ア 一人当たり売上高^{注17)}

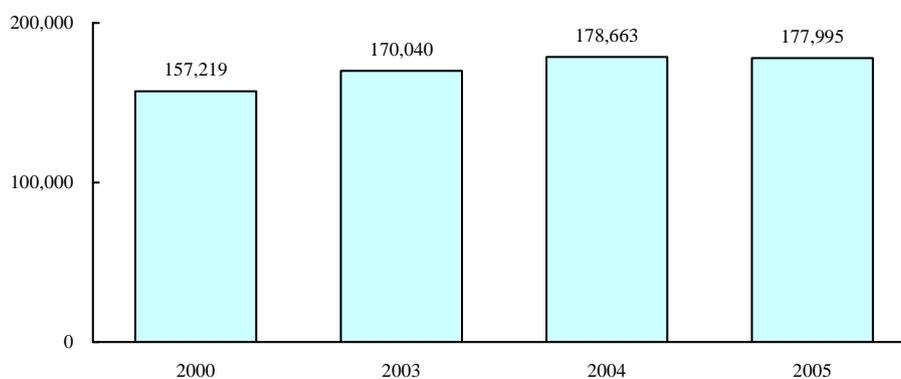
一人当たり売上高は、2000年度以降、増加傾向で推移している

資本金規模別にみると、資本金3億円以上10億円未満の企業を除き、いずれの資本金規模の企業も資本金規模の拡大とともに一人当たり売上高は増加する傾向にある。

売上高別でも、資本金規模別にみた場合と同様の傾向がみられる。

業種別にみると、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業と砂糖卸売業、酒類卸売業で一人当たり売上高は高く、味そ・しょう油卸売業とコーヒー・茶類卸売業、清涼飲料卸売業は低い。

図2-1-33 一人当たり売上高



注17)食品製造企業における従業員数については、収集企業の財務諸表に明記された従業員を用いた。人件費は、パートもかなり多いものと予想される。したがって、従業員数が正確に明記されているかどうかについては、曖昧な部分が多く、精度が懸念されるので、一人当たり人件費については、留意が必要。

図2-1-34 資本金規模別の一人当たり売上高

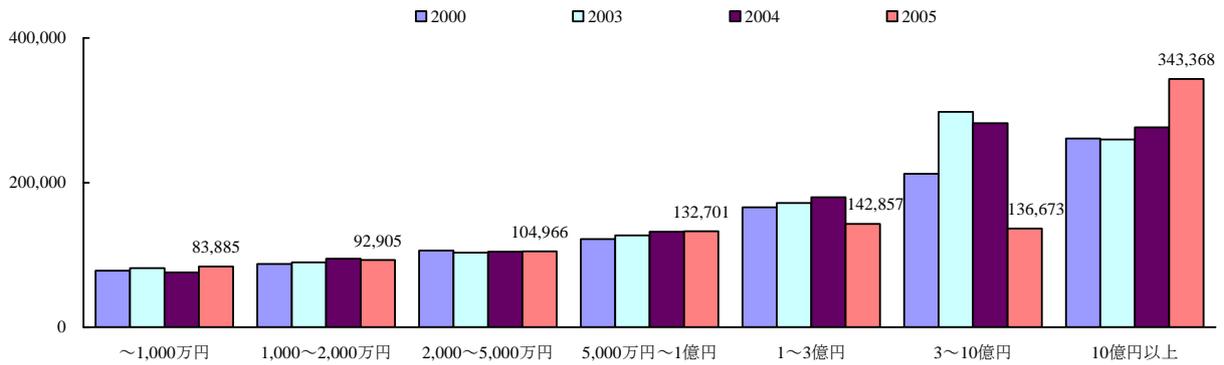


図2-1-35 売上高規模別の一人当たり売上高

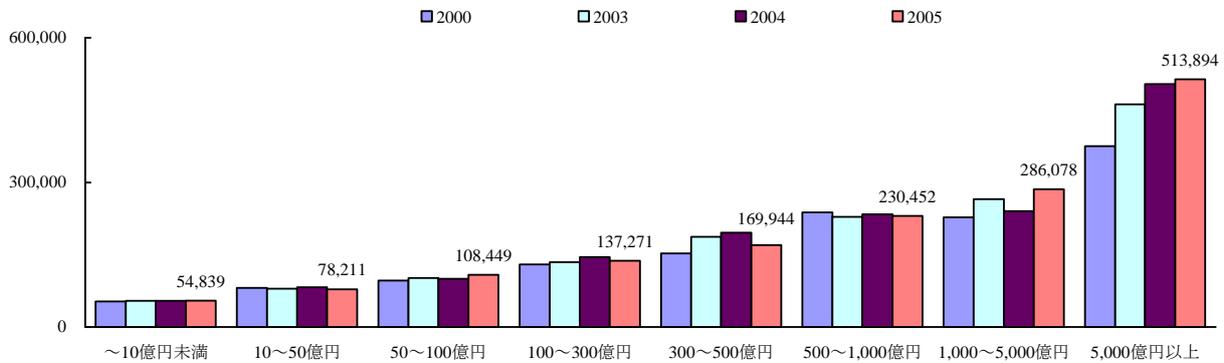
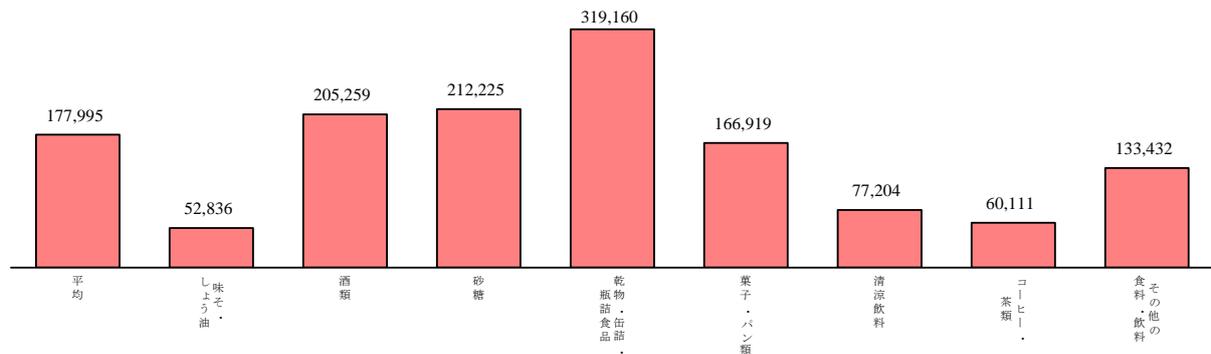


図2-1-36 業種別の一人当たり売上高



イ 一人当たり付加価値^{注18)}

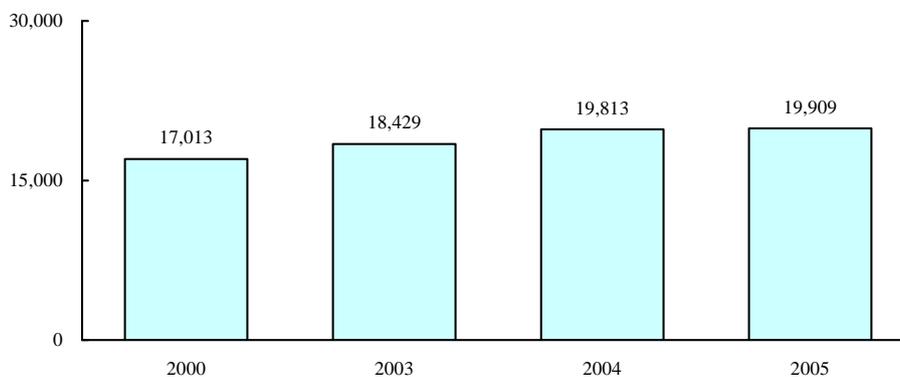
一人当たり付加価値は、2000年度以降、増加傾向で推移している

資本金規模別にみると、資本金規模の拡大とともに一人当たり付加価値額は増加する傾向にあり、資本金規模10億円以上の企業では、一人当たり付加価値額は3,264万円となっている。

売上高別にみたときも、資本金規模別と同様の傾向があり、売上高5,000億円以上の企業では、一人当たり付加価値は4,325万円となっている。

業種別にみると、清涼飲料卸売業と乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業で一人当たり付加価値は高く、味そ・しょう油卸売業で一人当たり付加価値は低い。

図2-1-37 一人当たり付加価値



注18)付加価値については、売上総利益を用いた。また、食品卸売企業における従業員数については、収集企業の財務諸表に明記された従業員を用いた。従業員数が正確に明記されているかどうかについては、曖昧な部分が多く、精度が懸念されるので、一人当たり付加価値については、留意が必要。

図2-1-38 資本金規模別の一人当たり付加価値

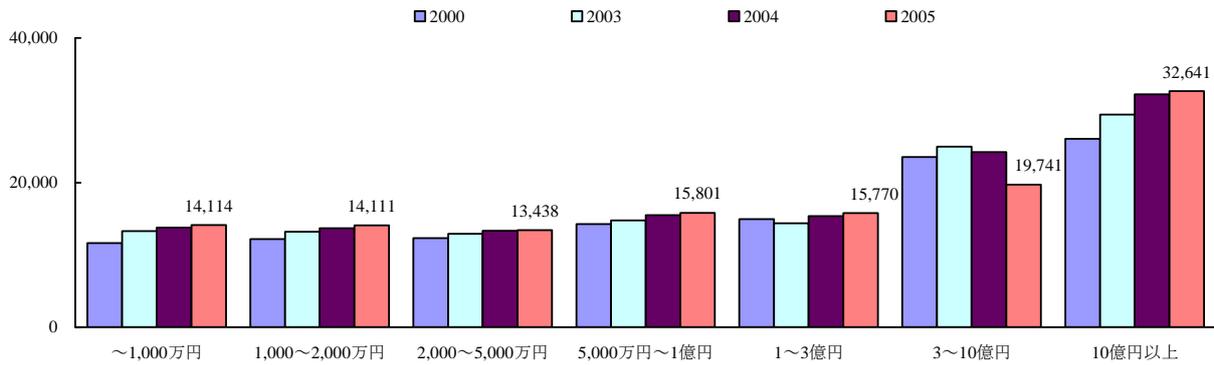


図2-1-39 売上高規模別の一人当たり付加価値

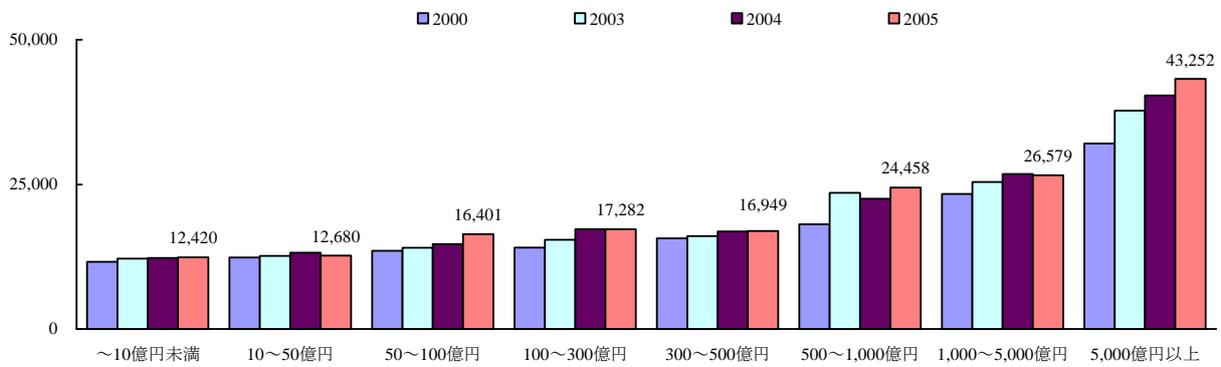


図2-1-40 業種別の一人当たり付加価値

