

2 酒類卸売業

酒類卸売業の経営指標

酒類卸売業の経営指標は、効率性の指標と一人当たり売上高は、食品卸売業全体の平均より高いが、それらを除く収益性と効率性、生産性の指標はいずれも平均より低くなっている。

酒類卸売業の経営優良モデル

酒類卸売業における大企業優良モデルでは、売上高総利益率と売上高経常利益率、総資本営業利益率を除く、すべての指標で酒類卸売業全体の平均を上回っている。一方、中小企業優良モデルも、総資産回転率と棚卸資産回転率、一人当たり売上高は酒類卸売業全体の平均より低いものの、それら以外の指標はいずれも平均より高いものとなっている。

表2-2-1 酒類卸売業における経営優良企業の経営指標（2005年度）

	平均	大企業 優良モデル	中小企業 優良モデル	食品卸売業 平均
企業数(社)	201			1,566
収益性				
売上高総利益率 (%)	7.6	6.1	8.7	11.2
売上高営業利益率 (%)	0.6	0.6	1.5	0.9
売上高経常利益率 (%)	0.6	0.6	1.4	1.1
総資本営業利益率 (%)	1.9	2.1	4.2	2.6
効率性				
総資産回転率 (回)	3.0	3.6	2.8	2.7
固定資産回転率 (回)	8.6	13.3	9.6	8.0
棚卸資産回転率 (回)	32.0	43.3	29.5	30.1
安全性				
流動比率 (%)	105.4	110.3	128.8	108.2
当座比率 (%)	74.1	83.2	91.5	81.1
固定比率 (%)	145.4	103.4	109.0	127.6
固定長期適合率 (%)	91.2	79.6	64.9	86.9
自己資本比率 (%)	24.1	25.9	26.9	26.3
生産性				
一人当たり売上高 (千円)	205,259	353,224	185,527	177,995
一人当たり営業利益 (千円)	1,299	2,132	2,744	1,688
一人当たり付加価値 (千円)	15,566	21,411	16,070	19,909

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1億円を超える企業のうち、経常利益が高い上位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、経常利益が高い上位10社を抽出し集計した。

酒類卸売業の経営指標の推移

2000年度以降、酒類卸売業では自己資本比率は上昇傾向に、固定資産回転率は低下傾向にあるが、それらを除く指標では、年度によって上下変動や増減があり、一定の傾向はみられない。2005年度と2000年度の指標を比較すると、固定資産回転率は2000年度より低くなっているが、それを除く収益性と効率性、安全性、生産性の指標はいずれも2000年度より高くなっている。

表2-2-2 酒類卸売業における経営指標の推移

年度	2000	2003	2004	2005
企業数(社)	208	200	192	201
収益性				
売上高総利益率 (%)	7.4	7.0	7.1	7.6
売上高営業利益率 (%)	0.2	0.1	0.3	0.6
売上高経常利益率 (%)	0.3	0.2	0.4	0.6
総資本営業利益率 (%)	0.4	0.3	1.1	1.9
効率性				
総資産回転率 (回)	2.9	3.0	3.1	3.0
固定資産回転率 (回)	9.6	8.9	8.9	8.6
棚卸資産回転率 (回)	30.1	33.2	32.4	32.0
安全性				
流動比率 (%)	101.4	100.8	102.8	105.4
当座比率 (%)	72.4	72.3	72.3	74.1
固定比率 (%)	149.0	156.1	150.8	145.4
固定長期適合率 (%)	96.8	98.5	95.0	91.2
自己資本比率 (%)	20.3	21.8	23.0	24.1
生産性				
一人当たり売上高 (千円)	175,883	192,929	206,175	205,259
一人当たり営業利益 (千円)	269	190	703	1,299
一人当たり付加価値 (千円)	13,073	13,414	14,674	15,566
欠損企業				
欠損企業数 (社)	52.0	59.0	42.0	27.0
欠損企業数割合 (%)	25.0	29.5	21.9	13.4

図2-2-1 売上高総利益率

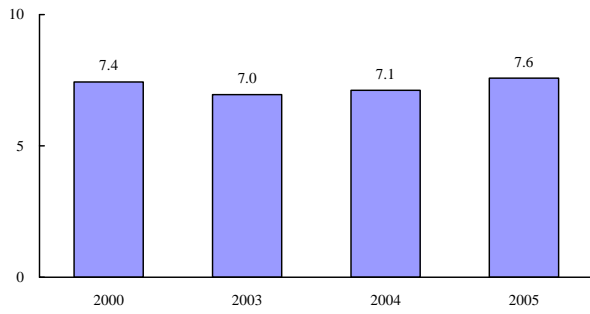


図2-2-2 売上高営業利益率

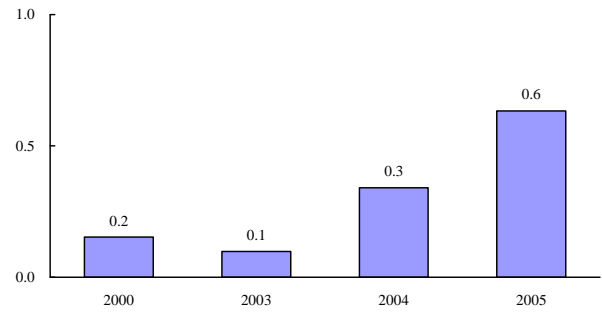


図2-2-3 売上高経常利益率

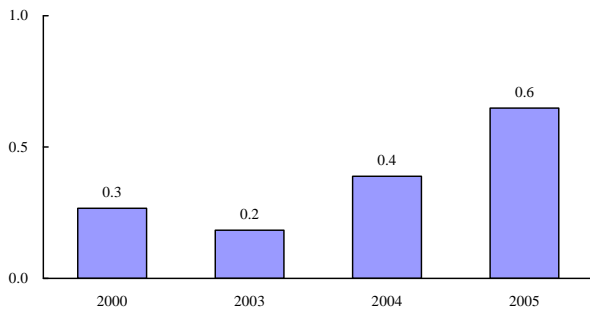


図2-2-4 総資本営業利益率

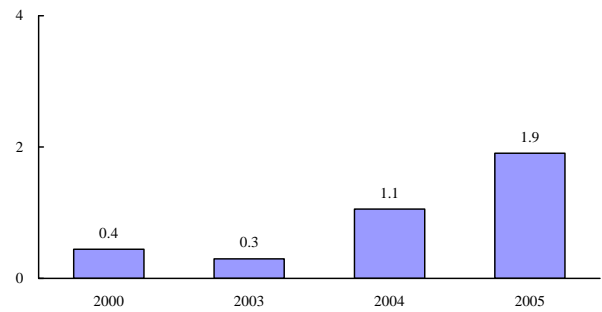


図2-2-5 流動比率

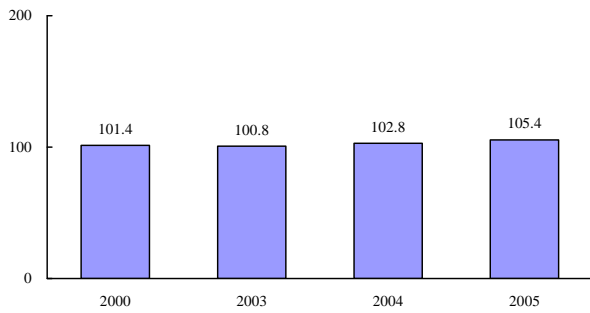


図2-2-6 当座比率

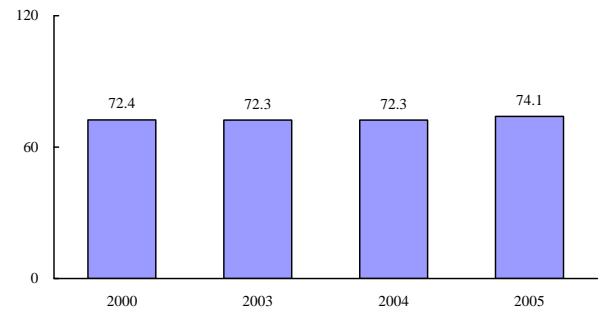


図2-2-7 固定比率

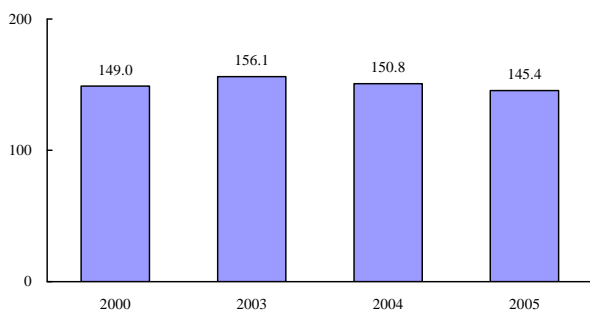
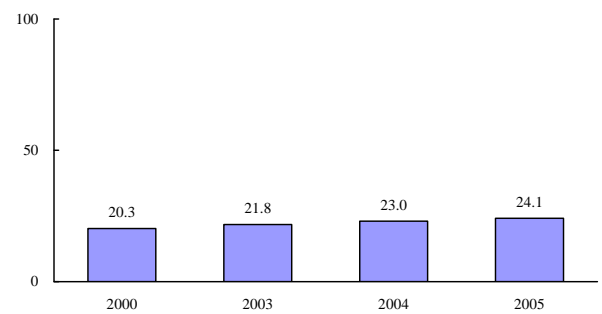


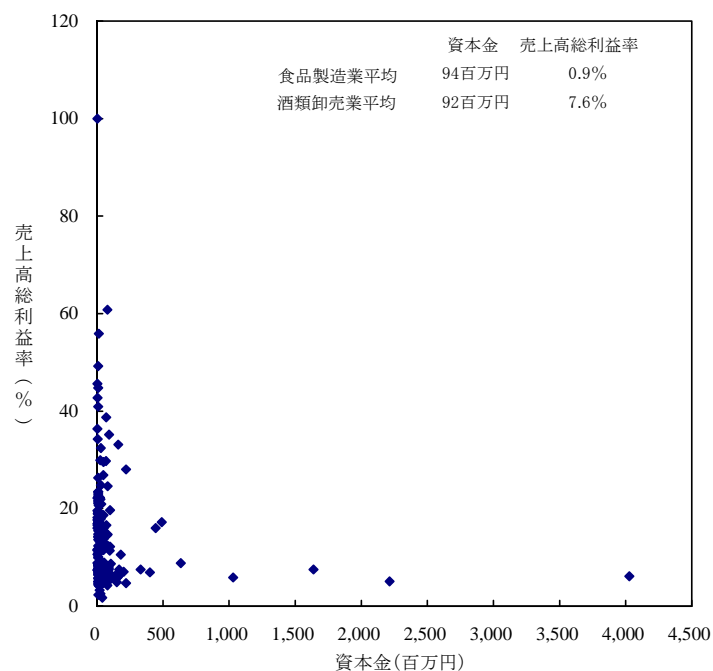
図2-2-8 自己資本比率



酒類卸売業の売上高総利益率と売上高営業利益率

酒類卸売業の売上高総利益率は食品卸売業全体の平均より低い。

図2-2-9 酒類卸売業各社の資本金規模と売上高総利益率（2005年度）



酒類卸売業の売上高営業利益率は食品卸売業全体の平均より低い。

図2-2-10 酒類卸売業各社の資本金規模と売上高営業利益率（2005年度）

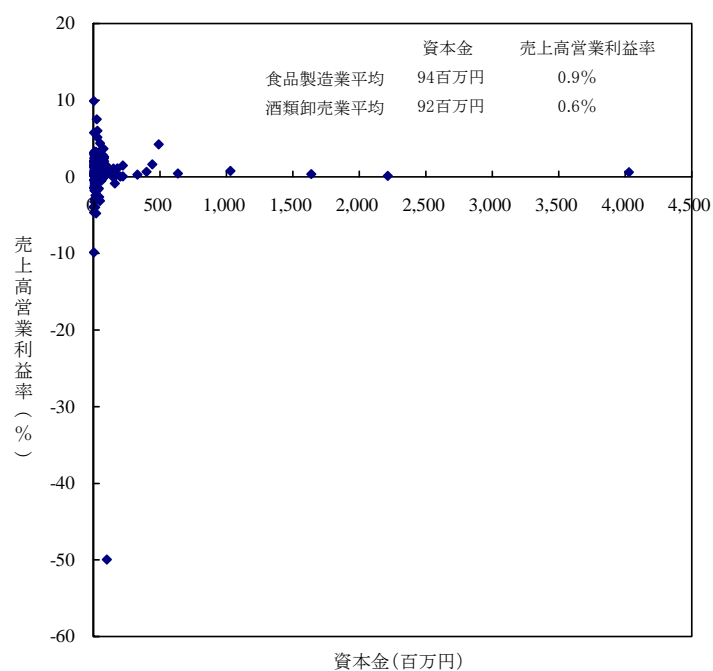


図2-2-11 一人当たり売上高

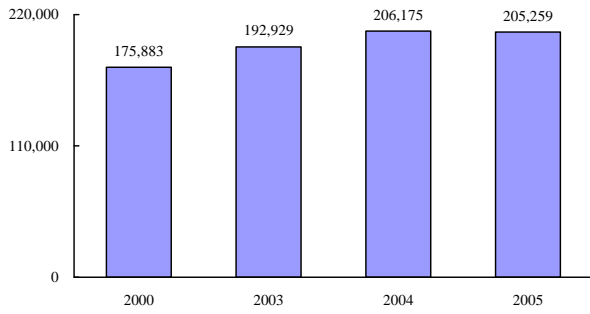


図2-2-12 一人当たり営業利益

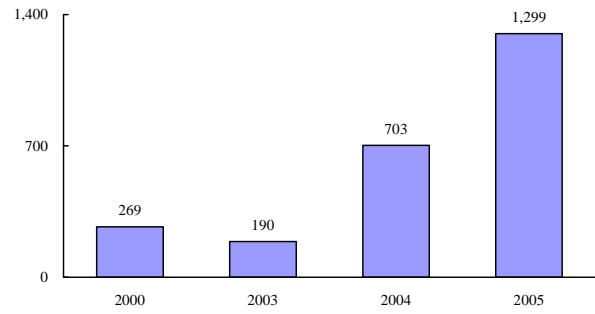


図2-2-13 一人当たり付加価値

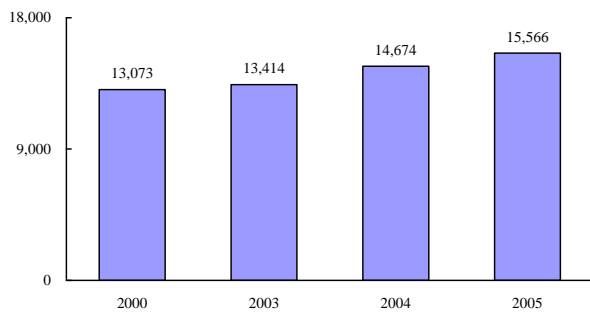


図2-2-14 売上高売上原価率

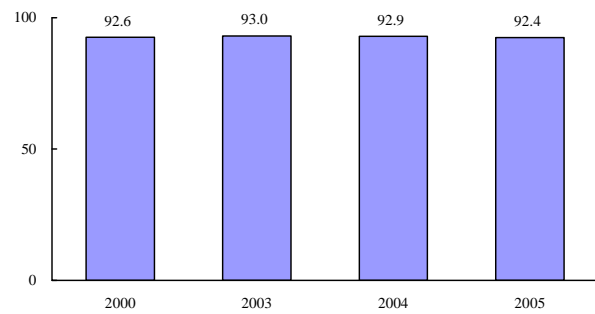


図2-2-15 売上高製造原価率

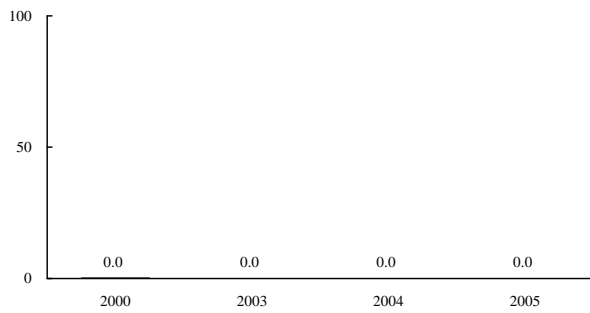


図2-2-16 売上高販管費率

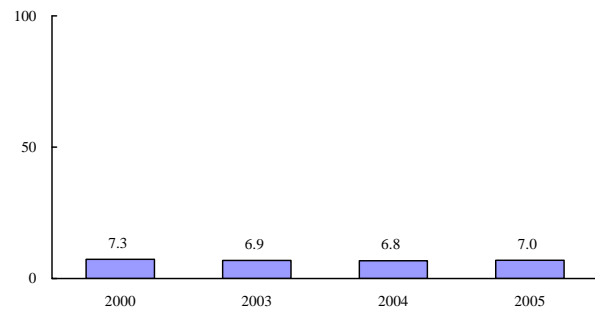


図2-2-17 売上高広告宣伝費率

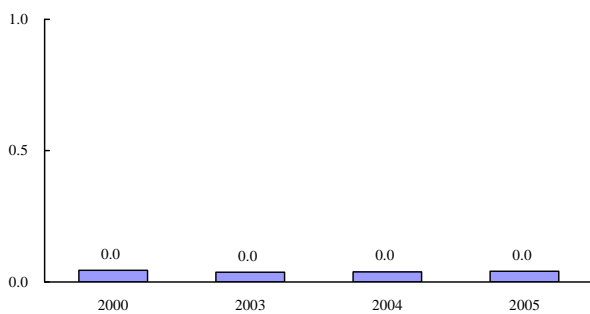


図2-2-18 売上高販売促進費率

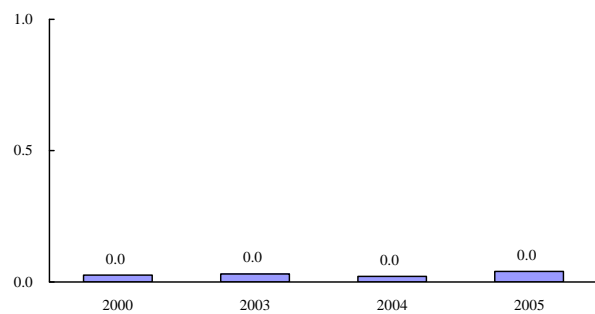


図2-2-19 売上高荷造運賃費率

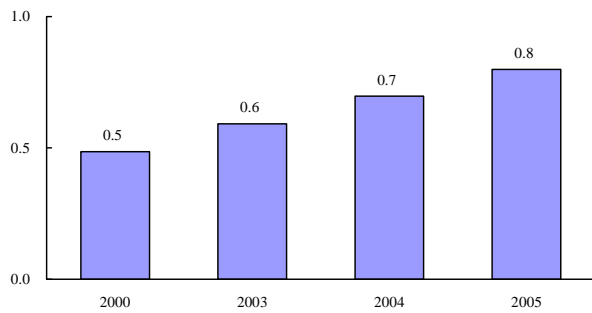


図2-2-20 売上高人件費率

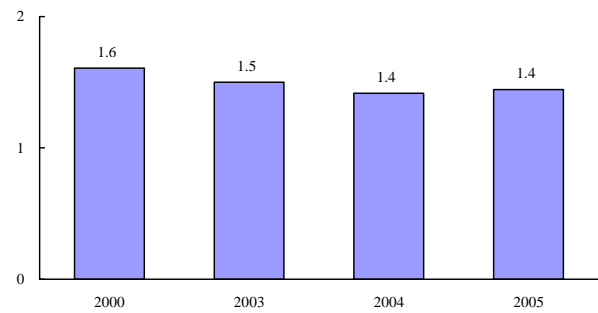


図2-2-21 売上高研究開発費率

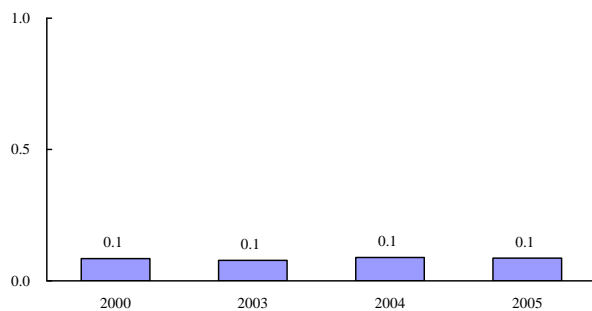


図2-2-22 資本金規模別にみた酒類卸売業の企業数構成比の推移

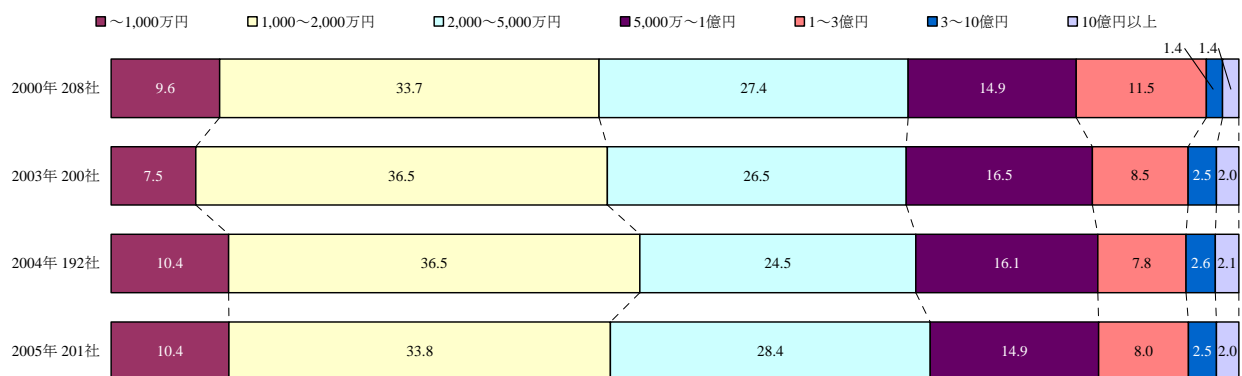


図2-2-23 資本金規模別にみた酒類卸売業の売上高構成比の推移

