

第 14 回熊本の流通業調査 < 要約 >

経済対策の効果の有無で明暗、特定業種で業況は大幅改善

はじめに

熊本商工会議所と共同で行った第 14 回熊本の流通業調査は、エコカー補助金や家電エコポイント制度等の経済対策の効果が、一部の小売業に表れる結果となった。

しかしながら、所得や雇用の先行きに対する不安から個人消費の動きが鈍いことに加え、依然として商品やサービスの価格が低迷していることなどから、熊本の流通業は総じて厳しい状況にあるものと思われる。

< 調査概要 >

調査対象：熊本県内に店舗や事業所を有する小売業 1,031 社、サービス業 635 社
調査方法：郵送法
調査時期：平成 22 年 9 月上旬～9 月中旬
有効回答：小売業 195 社（有効回答率 18.9%）、サービス業 94 社（同 14.8%）
回答企業の属性は以下の通り

【小売業】

業種別	企業数（社）		構成比（%）		売上高規模別	企業数（社）		構成比（%）	
	企業数（社）	構成比（%）	企業数（社）	構成比（%）		企業数（社）	構成比（%）		
合計	195	100.0	合計	195	100.0	1億円未満	50	25.6	
百貨店・総合スーパー	5	2.6	1～3億円未満	79	40.5	3～10億円未満	37	19.0	
その他各種商品	16	8.2	10億円以上	28	14.4	不明	1	0.5	
衣料品・身の回り品	29	14.9	注）「百貨店・総合スーパー」は従業員50人以上のもの。「その他各種商品」は従業員50人未満のもの。「その他の商品」は医薬品・化粧品、書籍・文房具、スポーツ用品・玩具・娯楽用品・楽器等の小売業を含む。						
飲食物品	34	17.4							
自動車・自転車	23	11.8							
燃料	44	22.6							
その他の商品	44	22.6							
不明	0	0.0							

【サービス業】

業種別	企業数（社）		構成比（%）		売上高規模別	企業数（社）		構成比（%）	
	企業数（社）	構成比（%）	企業数（社）	構成比（%）		企業数（社）	構成比（%）		
合計	94	100.0	合計	94	100.0	1億円未満	45	47.9	
各種賃貸	6	6.4	1～3億円未満	27	28.7	3～10億円未満	13	13.8	
旅館・ホテル	28	29.8	10億円以上	8	8.5	不明	1	1.1	
自動車整備	36	38.3	注）「各種賃貸」は自動車、スポーツ・娯楽用品、貸衣装、その他の物品賃貸。「その他」は洗濯、美容、公衆浴場、結婚式場等のサービス業を含む。						
スポーツ施設	6	6.4							
遊技場・娯楽	4	4.3							
その他サービス	14	14.9							
不明	0	0.0							

< 調査結果の概要 >

【小売業】

増収企業の割合は 28.8%で、わずかではあるが前回をさらに下回る結果となった(前回比▲1.2 ポイント)。一方、増益企業の割合は 37.9%で、前回を上回り(同+1.1 ポイント)、経常利益が「10%以上増加した」割合も 13.7%(同+1.6 ポイント)で、2 年連続で増加している。

業種別にみると、ほとんどの業種で増収企業と増益企業の割合が前回から減少している中で、「自動車・自転車」が、増収企業の割合が前回比+43.8 ポイント、増益企業の割合が同+45.8 ポイントと大きく改善しており、エコカー補助金等の経済対策の効果が表れる結果となった。

増収の主な要因をみると、「取扱商品の需要増加」が 41.2%で、前回を 13.9 ポイント上回り最も多かった。しかしながら、減収の主な要因として「取扱商品の需要減退」が 59.9%で最も多くなっており、商品の種類、すなわち業種によって需要の増減の違いが大きかったことがうかがえる。また、減収の主な要因としての「取扱商品の価格低下」47.4%は 2 年連続で増加しており、依然としてデフレの状況が続いているようである。

【サービス業】

増収企業の割合は 18.1%(前回比▲7.3 ポイント)で 2 年連続の減少となり、2 割を切る水準まで落ち込んでいる。一方、増益企業の割合は 28.0%で前回に比べると 5.3 ポイント増加しており、特に「10%以上増加」と「5~10%増加」の割合が、それぞれ+5.9 ポイント、+3.8 ポイント増加した。

業種別にみると、増収企業の割合は「遊技場・娯楽」を除くすべての業種で前回に比べて減少しており、とりわけ「スポーツ施設」では皆無となった。増益企業の割合は「各種賃貸」が前回比+20.8 ポイントと大幅に増加し、「旅館・ホテル」も前回比+8.8 ポイントとなった。

減収の主な要因をみると、「競合店の進出・開店」が 36.6%で、2 年連続で増加しており、さらなる競争環境の激化が進む中で、売上高を減らすサービス業が多いようである。

< 小売業 >

1. 売上高の状況

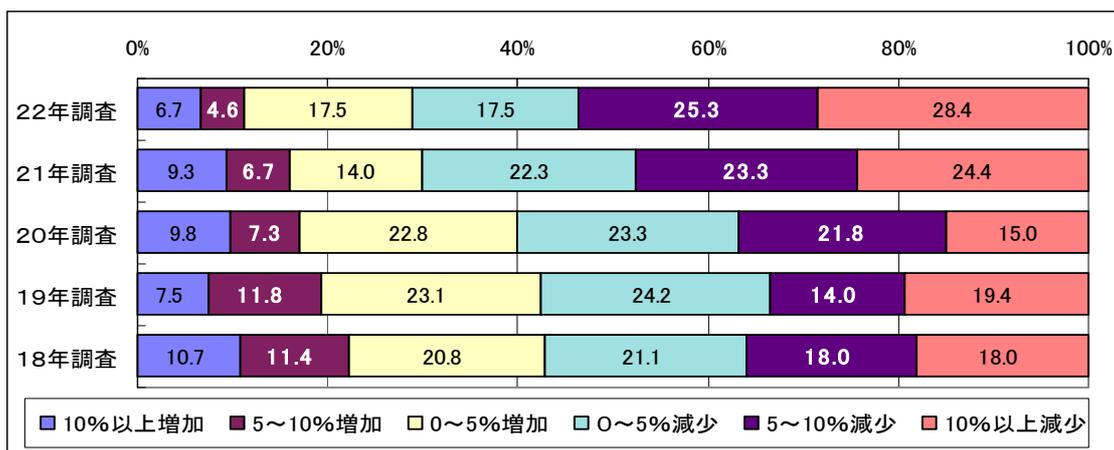
～「自動車・自転車」で売上高回復～

小売業の平成 21 年度の売上高の状況をみると、売上高が前年比増加した企業(以下、増収企業)の割合は 28.8%(10%以上増加:6.7%、5~10%増加:4.6%、0~5%増加:17.5%の合計)となり、前回調査(以下、前回)に比べて 1.2 ポイント(以下、p)下回った。「0~5%増加」の割合は前回比+3.5p と上回ったが、「10%以上増加」で 2.6p、「5~10%増加」で 2.1p といずれも前回を下回った(図表 1)。

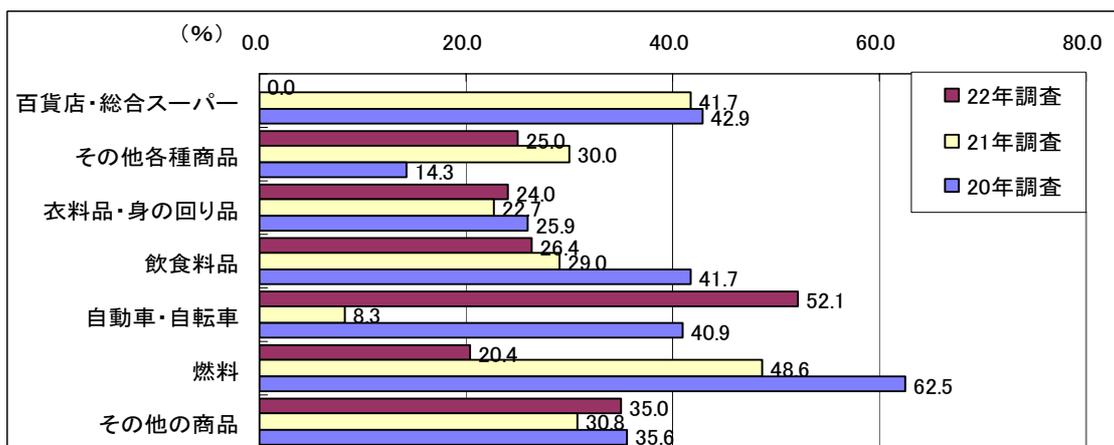
増収企業の割合を業種別にみると、「自動車・自転車」が 52.1%で前回比+43.8p と大幅に増加する結果となった。これは平成 21 年 6 月より実施された「エコカー補助金制度(低公害車として認定されたエコカーへの買い替え・購入時の補助金)」の実施により新車の買い替え・購入が促進されたもので、今回の経済対策がもたらした効果としては大きかったようである。しかしながら、これ以外の業種では「その他の商品」を除くすべての業種で前回を下回っており、とりわけ「百貨店・総合スーパー」では増収企業の割合は皆無となるなど、小売業全体では依然として厳しい状況が続いているようである(図表 2)。

売上高規模別では、「1～3億円未満」以外のすべての規模で増収企業の割合は増加し、特に「10億円以上」では42.9%と前回比+9.6pと1割近い増加となった。業種別と同様に、「10億円以上」では「自動車・自転車」のうち、ほとんどの自動車販売業が含まれることから、このような結果になったものと思われる（図表3）。

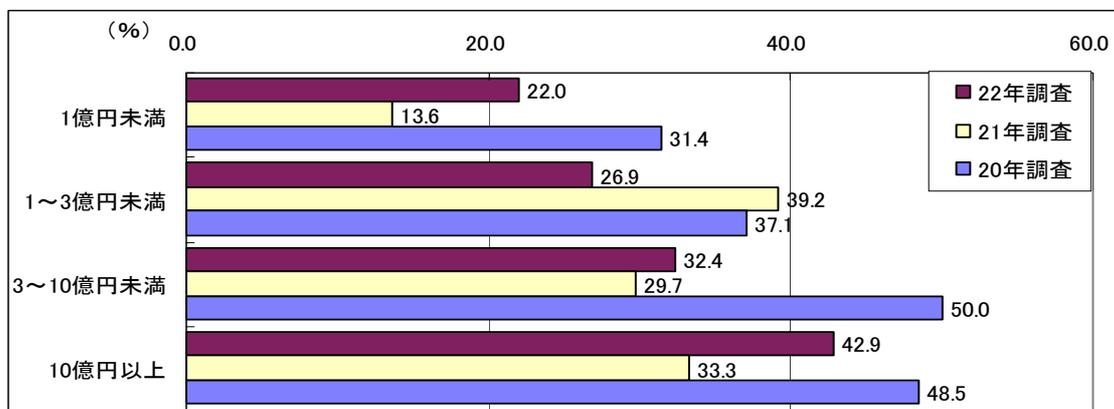
図表1 売上高の対前年比増減



図表2 業種別増収企業の割合



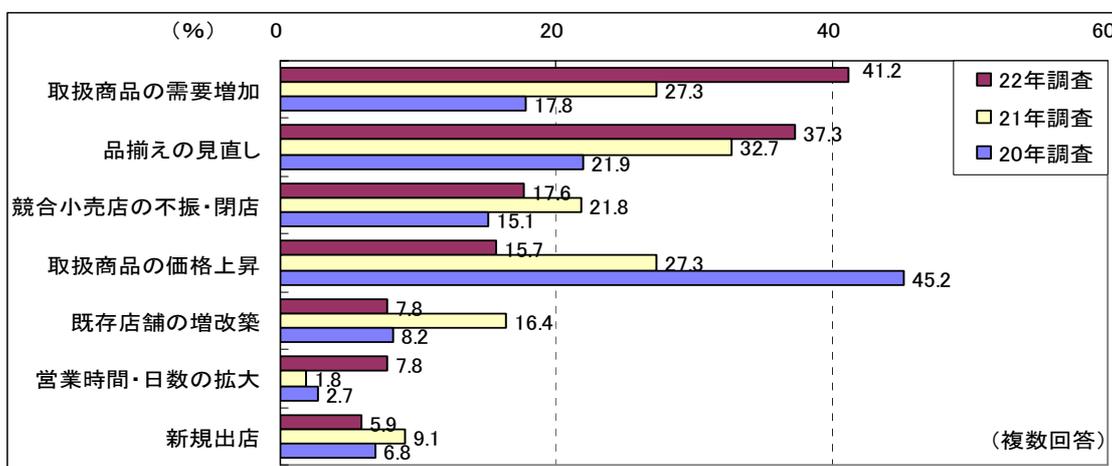
図表3 売上高規模別増収企業の割合



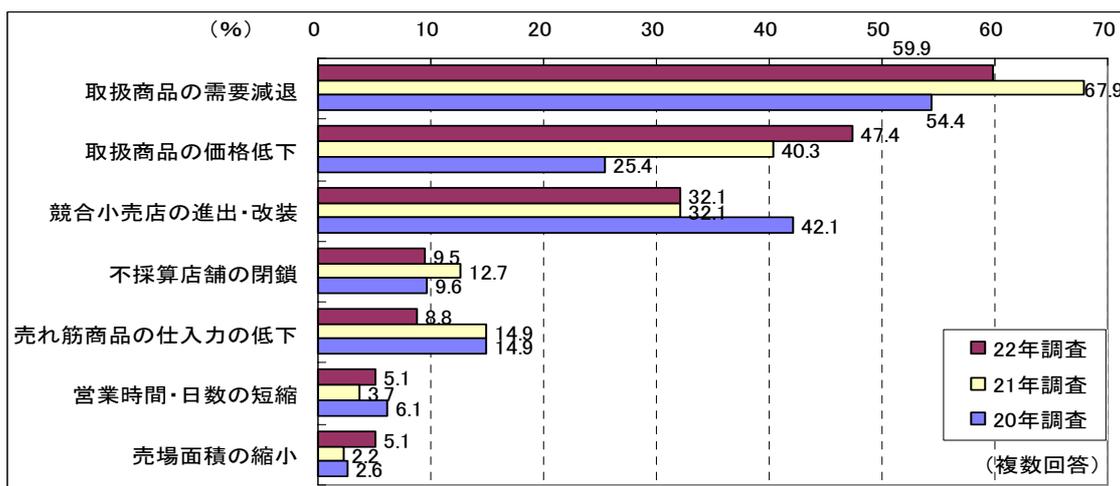
増収の要因としては、「取扱商品の需要増加」が41.2%（前回比+13.9p）で最も多く、前回最も多かった「品揃えの見直し」（前回32.7% 今回37.3%）を上回ったが、既述のように、このような需要の増加は「自動車」に限定されるのではないかと思われる。また、前々回最も多かった「取扱商品の価格上昇」（前々回45.2% 前回27.3% 今回15.7%）は大きく割合を減らしてきている（図表4）。

減収の要因としては、「取扱商品の需要減退」が59.9%で最も多かったものの、前回比8.0pとなった。一方で「取扱商品の価格低下」が47.4%で前回比+7.1pと増加しており、依然として続く商品価格の低下が売上の減少に大きく影響している状況がうかがわれる（図表5）。

図表4 増収の主な要因



図表5 減収の主な要因



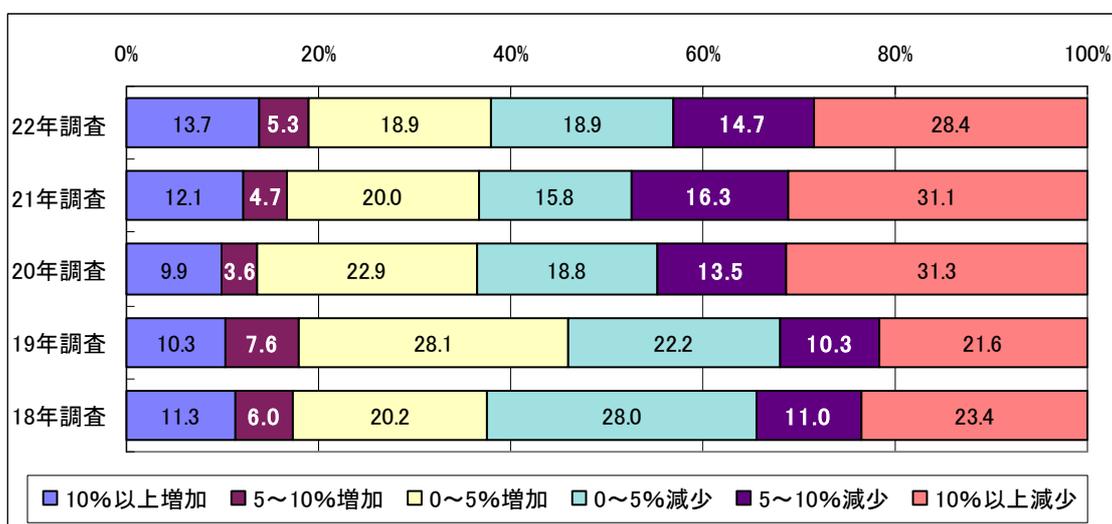
2. 経常利益の状況

～「自動車・自転車」と「10億円以上」で大幅改善～

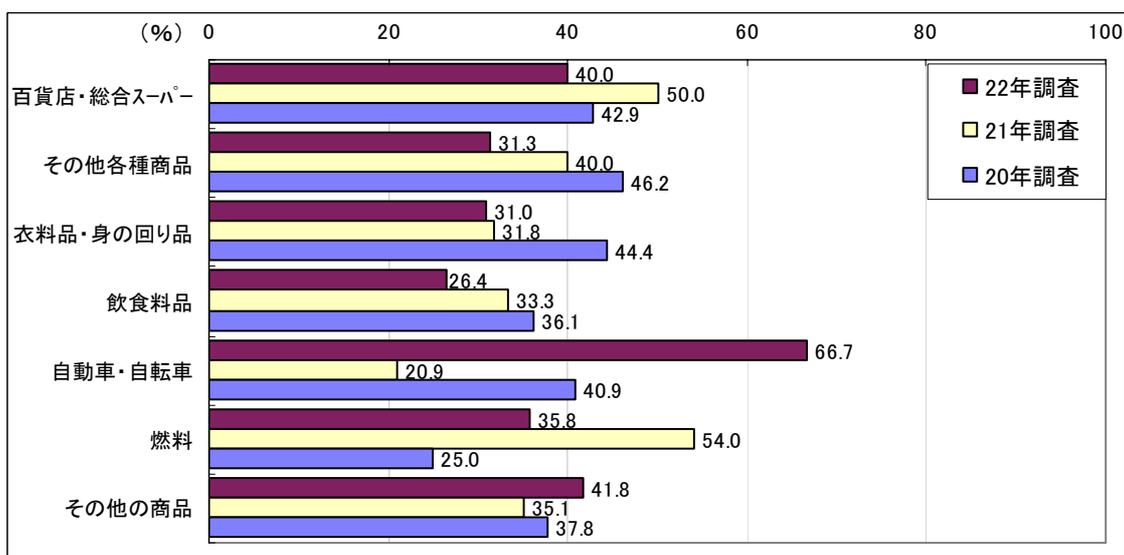
経常利益が前年に比べて増加した小売業（以下、増益企業）の割合は37.9%（10%以上増加：13.7%、5～10%増加：5.3%、0～5%増加：18.9%の合計）で、前回に比べて1.1p増加した。「10%以上増加」で前回比+1.6p、「5～10%増加」で同+0.6pと、わずかながら増加している（図表6）。

しかしながら、増益企業の割合を業種別にみると、「自動車・自転車」が66.7%で前回比+45.9pと大幅に増加している以外は、「その他の商品」（前回比+6.7p）を除くすべての業種で増益企業の割合は減少しており、小売業全体としては非常に厳しい環境におかれていると思われる（図表7）。

図表6 経常利益の対前年比増減



図表7 業種別増益企業の割合



< サービス業 >

1. 売上高の状況

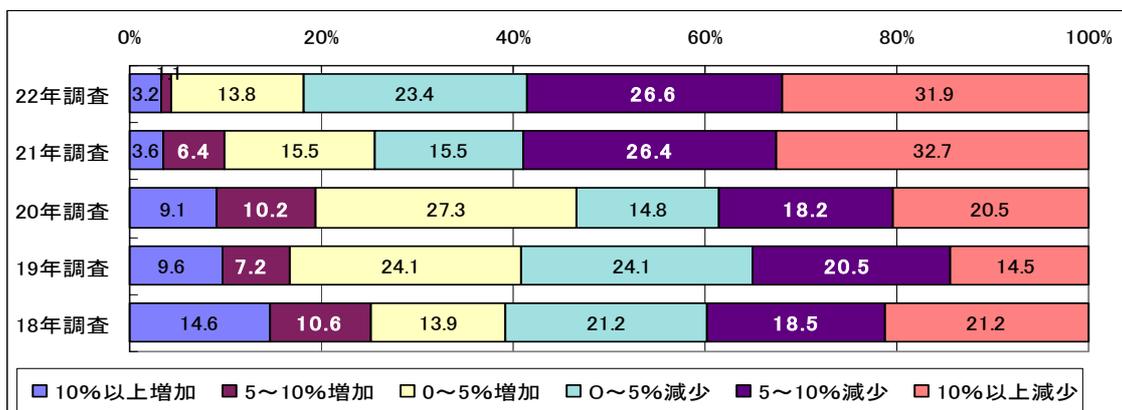
～増収企業の割合が2年連続減少～

サービス業の平成21年度の売上高の状況をみると、売上高が前年に比べて増加したサービス業（以下、増収企業）の割合は18.1%（10%以上増加：3.2%、5～10%増加：1.1%、0～5%増加：13.8%の合計）で2年連続の減少となり、前回に比べて7.3p減少した。とりわけ「5～10%増加」が前回比5.3pと目立っている（図表8）。

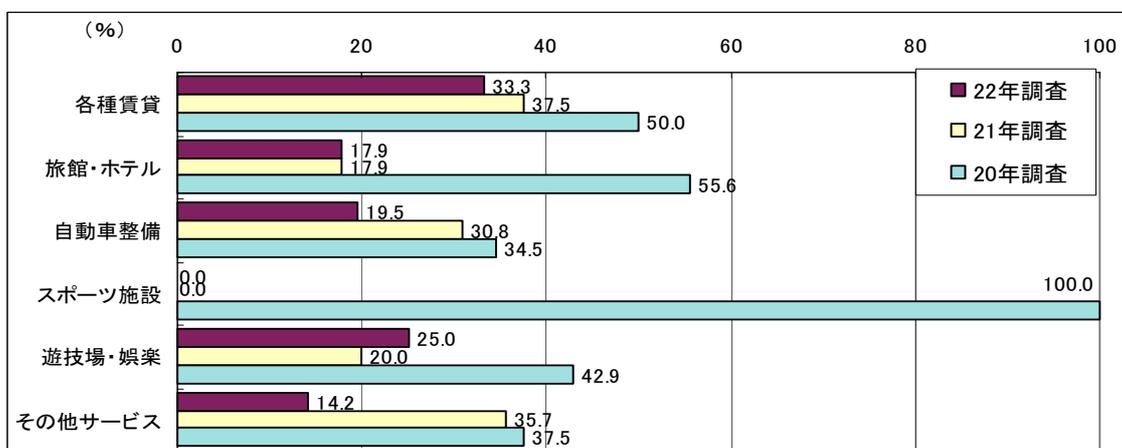
増収企業の割合を業種別にみると、最も多い「各種賃貸」でも33.3%にとどまり（前回比4.2p）、「遊技場・娯楽」を除くすべての業種で前回に比べると割合を減らしておりサービス業全般の苦戦がうかがわれる。とりわけ「スポーツ施設」では、前回に続き今回も増収企業の割合は皆無であった（図表9）。

売上高規模別では、「1～3億円未満」29.6%と「10億円以上」：37.5%で前回に比べて増収企業の割合が増加しているが、他はいずれも減少しており、とりわけ「3～10億円未満」は7.7%で前回比29.2pと大きく減少している（図表10）。

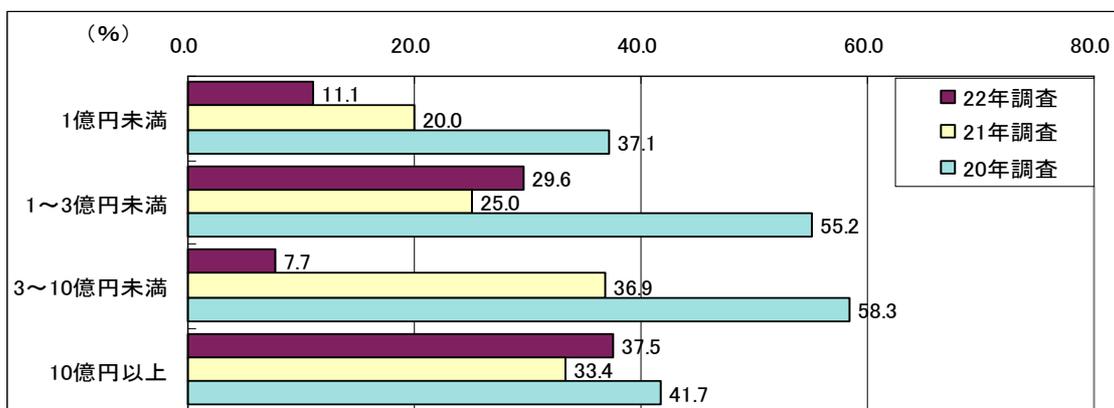
図表8 売上高の対前年比増減



図表9 業種別増収企業の割合



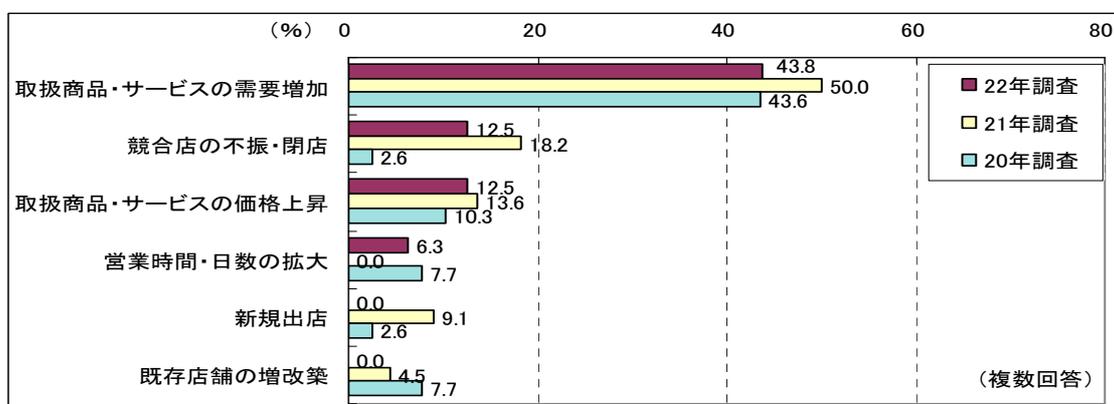
図表 10 売上高規模別増収企業の割合



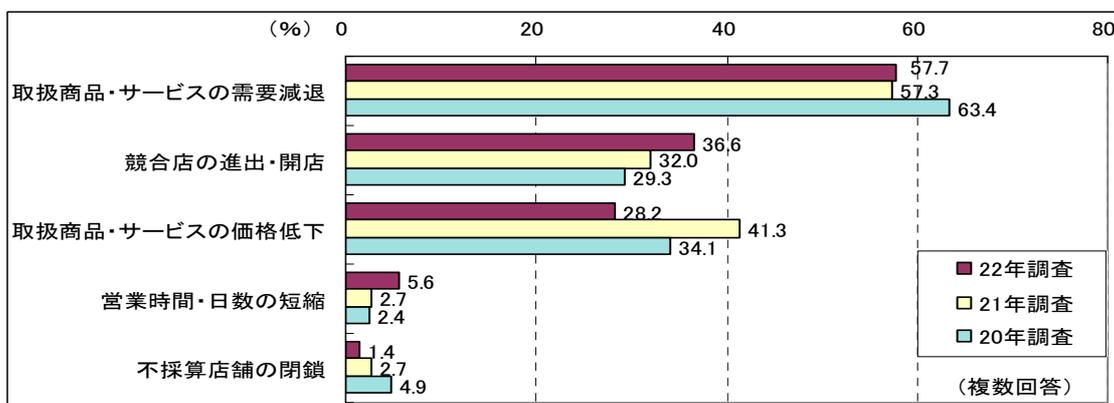
増収の要因としては、「取扱商品・サービスの需要増加」が43.8%で最も多くなっているものの、前回に比べると6.2p減少している。一方、割合は少ないものの、「営業時間・日数の拡大」が6.3%で前回比+6.3pとなっている（図表 11）

減収の要因としては、依然「取扱商品・サービスの需要減退」が57.7%で最も多いものの、「競合店の進出・開店」が36.6%で、「取扱商品・サービスの価格低下」の28.2%を上回り前回と順位が入れ替わっており、競争環境が激化しているようである（図表 12）

図表 11 増収の主な要因



図表 12 減収の主な要因



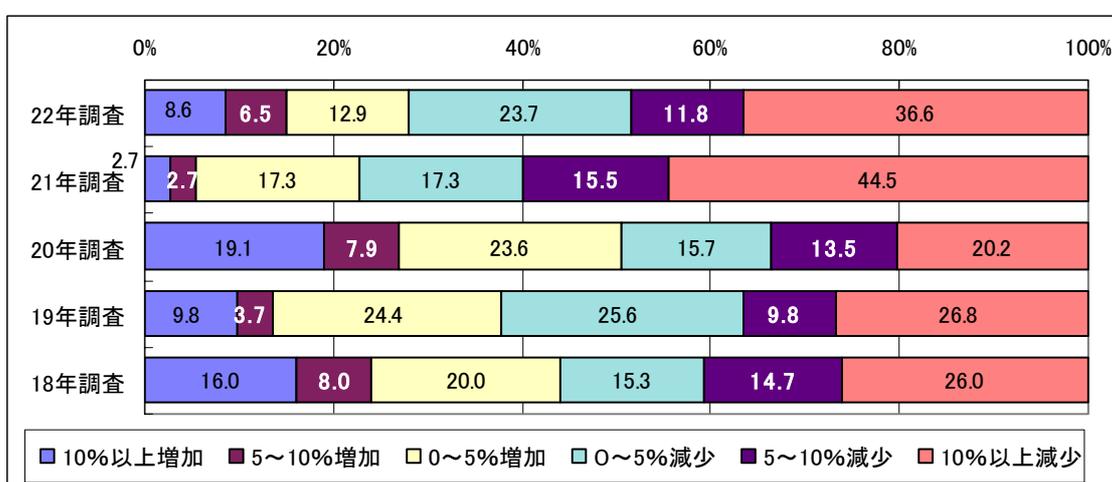
2. 経常利益の状況

～増益企業の割合はわずかながら増加～

経常利益が前年に比べて増加したサービス業（以下、増益企業）の割合は 28.0%（10%以上増加：8.6%、5～10%増加：6.5%、0～5%増加：12.9%の合計）で、前回に比べ 5.3 p の増加となった。「0～5%増加」は前回に比べて減少したものの、「10%以上増加」は前回比+5.9 p、「5～10%増加」が同+3.8 p といずれも増加したことによる（図表 13）。

増益企業の割合を業種別にみると、最も多い「遊技場・娯楽」が 50.0%、次いで「各種賃貸」と「旅館・ホテル」がいずれも 33.3%となっている。また「各種賃貸」と「遊技場・娯楽」が前回に比べて 10 p 以上の増加となっている以外は、微増もしくは減少となっている（図表 14）。

図表 13 経常利益の対前年比増減



図表 14 業種別増益企業の割合

