

経営動向調査（平成20年5月実施）結果の概要

社団法人 大阪卸商連合会

今年5月に大阪市内の卸売業者を無作為に抽出して調査票を送付し、231社（回収率25.0%）から回答を得ました。今回のトピックスとしては、原油価格などの原材料価格の高騰や米国経済の停滞が日本経済や卸売業の経営にどのような影響を与えるかについて、調査することにしました。エネルギー・原材料価格の高騰は卸売業にとってみれば、仕入価格の上昇や物流費などの増大をもたらし、それに見合った販売価格の上昇が実現できなければ、マージン率の低下や採算の悪化を引き起こすことになります。他方で、米国経済の停滞によって日本経済も停滞するとすれば、販売価格の引き上げが困難となり、卸売業の経営は厳しさを増すことになるからです。

皆様の貴重な時間を割いて調査にご協力いただきましたこと心よりお礼申し上げます。なお、調査結果の詳細をお知りになりたい方は、別に資料を準備しておりますので、当事務局までお問い合わせ下さい。

1. 業況（総合判断）の現状と見通し

「日銀短観」、大企業・製造業で3期連続悪化

今年6月の「日銀短観」によれば、企業の業況判断指数（景気が「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を引いた値）は、大企業・製造業がプラス5と、前回の3月調査に比べても6ポイント低下、2003年9月調査以来4年9ヶ月ぶりの低水準となった（図-1）。原油など原材料価格の高騰や米国経済の停滞が響き、前年9月調査には比較的好調であった輸出関連の自動車、造船、鉄鋼、重機や石油・石炭製品などの4業種が前回調査よりも10ポイント以上低下している。大企業非製造業は、10と前回調査に比べると2ポイントの低下にとどまったものの、物価上昇による消費意欲の減退などで飲食店・宿泊が大きく

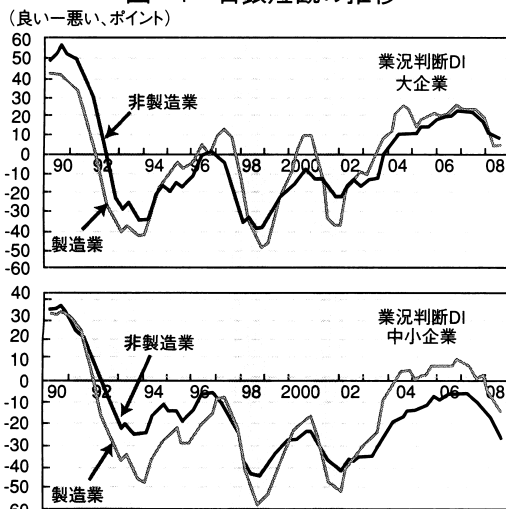
悪化した。中小企業では、製造業がマイナス10（前回調査から4ポイント低下）、非製造業でマイナス20（同じく5ポイント低下）と、景況感の悪化が深刻になっている。

こうした状況を反映して、大企業製造業の今年度の経常利益見込みは、3月調査時点で「横ばい」予想であったもの下方修正となり、前年度比9.9%減と、7年ぶりの減益となっている。後述するように、原油などのエネルギー・原材料価格の高騰により、仕入れ価格が上昇したにもかかわらず、販売価格への転嫁が遅れたことが収益の圧迫要因と言われている。それに伴い、これまで景気を支えてきた設備投資計画も慎重となっており、従来にない低い伸び率となっている。

卸商連合会調査の景況感は改善

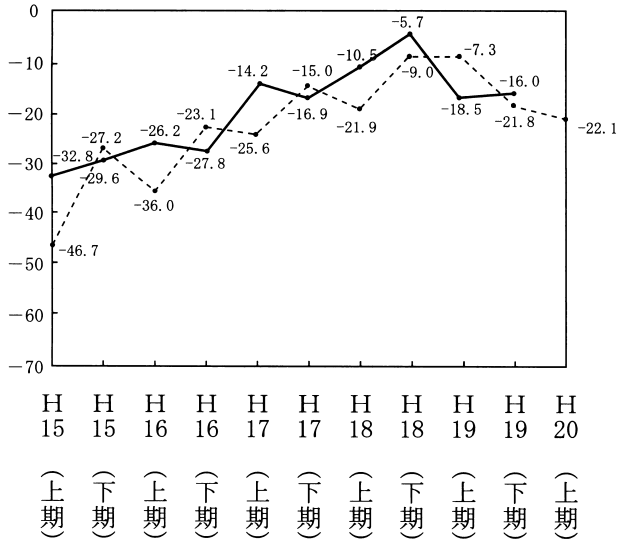
卸商連合会調査の景況感は、前回調査（昨年10月）においてマイナス18.5へ大きく後退したものの、今回はマイナス16.0へやや改善している（図-2）。ただ、先行きに対してはマイナス22.1とむしろ警戒感を強めていることが読み取れる。卸商連合会の調査は、平成19年度下期（平成19年10月～平成20年3月）であり、前述した日銀の景況判断とはややずれるように見えるが、平成19年度上期の終わりに発生した株価の暴落、サブプライムローン問題の顕在化など、まだその影響が深刻化する以前の業況について回答してもらったためと考えられる。それゆえ、決して楽観はできない状況といえよう。

図-1 日銀短観の推移



(注) 灰色の期間は景気後退期。最新期は先行きの見通し。
03年10-12月期から新基準で表示

図-2 業況の現状と見通し



景況感がマイナスに転じる中で、顕著な規模格差

「総合的状況」を示す全体の景況感感はマイナス16.0であるが、従業員規模別にみると規模が小さいほど景況感感悪化しており、顕著な規模格差が発生していることがわかる。もっとも、「1~10人」規模でマイナス36.5と前回調査よりも若干改善しているものの、「101人以上」規模では26.1と大きく改善する一方、中間規模で景況感感若干悪化するなど、むしろ二極化が進行している。

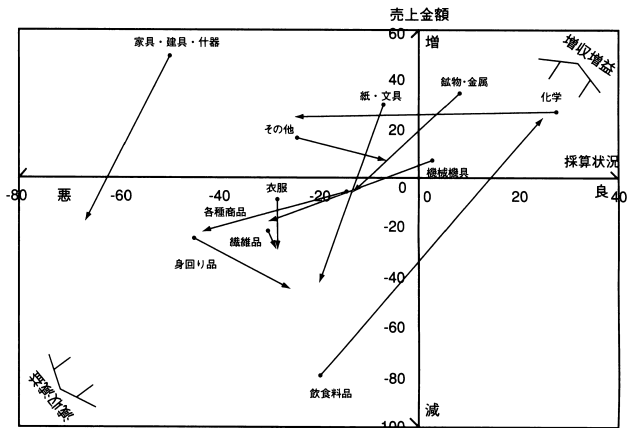
すべての規模で販売金額が上昇している一方で、販売数量は低下する傾向にあり、その結果として売上金額が必ずしも伸びない状況であることがわかる。こうした中で、「1~10人」規模では販売金額は伸びているものの、その分販売数量が減少するため、売上金額が伸び悩む結果となっている。原材料などの高騰による仕入価格が増えることにより、それを販売価格に転嫁すれば、販売数量が低下することで、採算が悪化し、資金繰りも悪化することになる。逆に「101人以上」規模では、仕入価格の上昇を押さえることで、販売金額の上昇と販売数量の増加を両立させ、全体として売上金額を伸ばしていることが伺える。その結果として、採算を維持し、資金繰りを改善していることがわかる（表-2）。

2. 景気動向指数

全体として業況が減収減益ゾーンへシフト

図-3（縦軸に売上金額、横軸に採算状況）によって業種別の動向をみると、景況感の悪化を反映して、全体として「増収増益」ゾーンから「減収減益」ゾーンに向ってシフトしていることが伺える。こうした転換を如実に示しているのが、とくに「家具・建具・什器」や「紙・文具」であり、これまで好調な日本経済を支えていたものの、前回調査あたりから翳りが見え始めた「鉱物・金属材料」「機械器具」「化学製品」の業種である。一方、デフレ傾向のなかでこれまで採算と売上金額の両方が悪化していた「飲食料品」が、食料品価格の高騰にもかかわらず、売上金額と採算の両方を著しく改善している（ただし、サンプル数が少ないこともあって大きく振れる傾向にある）。それ以外では、「衣服」「繊維」はほとんど変わらないが、売上金額は減少したものの、若干採算が改善している業種としては、「その他」「身の回り品」の業種が挙げられる。

図-3 売上金額と採算状況の変化(対前年同期比)



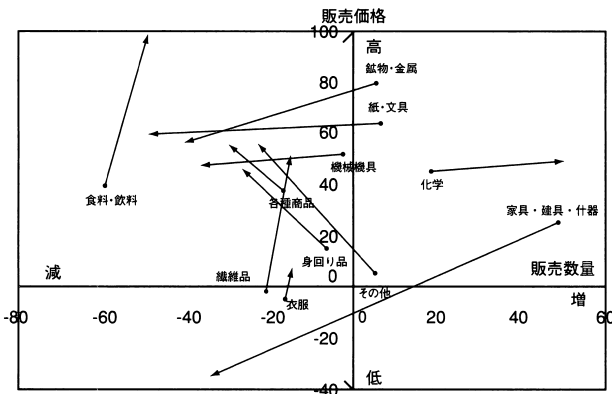
インフレ懸念の中での仕入価格の動向

次に、売上金額の変化が販売価格（縦軸）と、販売数量（横軸）のいずれに起因するのかわを確認したのが、図-4である。前回大きく販売数量を減らした「鉱物・金属材料」「機械器具」「化学製品」では、化学製品を除くと、大きく販売数量を減らしたことが、景況感の悪化につながっていることがわかる。また同じく減収ゾーンへ転換した「家具・建具・什器」

や「紙・文具」は、大きく販売数量が減少したことが原因であることが推測される。

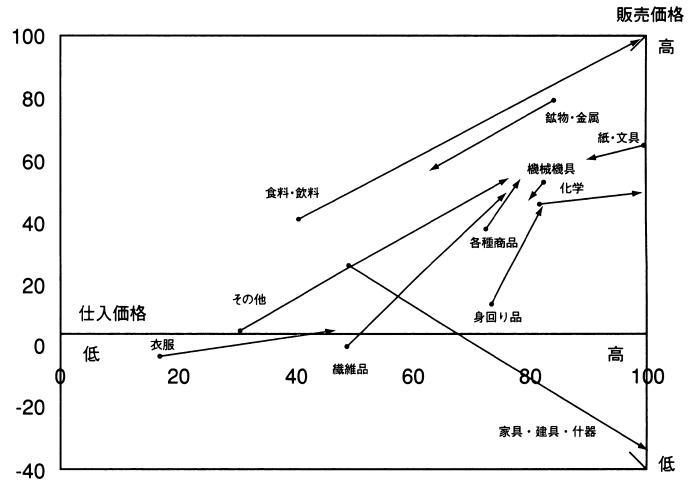
他方、景況感が改善した「飲食料品」は、販売数量こそ低水準であるものの、販売価格が改善したことが景況感の改善につながったものと解釈される。採算が若干改善した「その他」「身の回り品」の業種では、販売数量が減少したものの、販売価格が上昇したことが確認できる。また売上金額と採算はほとんど変わらなかった「繊維品」「衣服」では、とくに「繊維品」において販売価格が上昇したことがわかる。もっとも、販売価格が上昇したにもかかわらず、採算が改善していないことは、仕入価格の動向にも左右されることを暗示する。

図-4 販売価格と販売数量との関係(対前年同期比)



そこで、販売価格と仕入価格の関係を見たのが、図-5である。前回調査より変調を見せ始めた「鉱物・金属」や「機械器具」と、販売価格が減少した「家具・建具・什器」などの業種を除くと、全体としては、販売価格と仕入価格の両方が上昇していることが確認できる。つまり、「鉱物・金属」や「機械器具」「化学製品」などの業種を除くと、これまでデフレに悩まされてきた業種において、エネルギー・原材料価格の高騰により仕入価格が上昇し、その分販売価格の上昇も引き起こされていることがわかる。ただ、景気が低迷する中で、仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できるかどうかは、業種によって、また取引先との関係によっても異なるであろう。この点については、問6において後述する。

図-5 販売価格と仕入価格との関係(対前年同期比)



規模や業種で設備投資意欲にも格差

景況感がやや改善したものの、卸商連合会の調査においても、設備投資は前回のマイナス50.8からマイナス51.5へ横ばいとなっている。従業員規模でも、「1~10人」がマイナス75.0、「11~50人」がマイナス45.5からマイナス37.2へ改善、「101人以上」でもマイナス4.3へ大きく改善しているものの、すべての規模でマイナスとなっている。

表-3によって投資内容をみると、前々回に比べると半減した前回に比べると、「立体倉庫、自動搬送」が1.2%から1.7%へ、「車輛」が5.6%から7.8%へ、「事務所・店舗」が7.3%から8.2%へ、投資の要であった「情報機器・システム」も9.7%から12.1%へやや持ち直す結果となった。業種別では、前回投資意欲の高かった「鉱物・金属材料」「機械器具」「化学製品」(サンプル数は少ない)以外で、「紙・文具」「家具・建具・什器」(サンプル数は少ない)「衣服」「繊維品」などの業種でとくに「情報機器・システム」に対する投資意欲が高いことがわかる。また「鉱物・金属材料」などで前回同様「車輛」、ならびに「その他」への投資が増加している。規模別では「11~50人」「51~100人」「101人以上」で「情報機器・システム」投資意欲が高く、「11~50人」規模で「その他」、「51~100人」規模で「立体倉庫・自動搬送」「車輛」「その他」、「101人以上」規模では総じて投資意欲は高いものの、とくに「事務所・店舗等」が34.8%と、業種

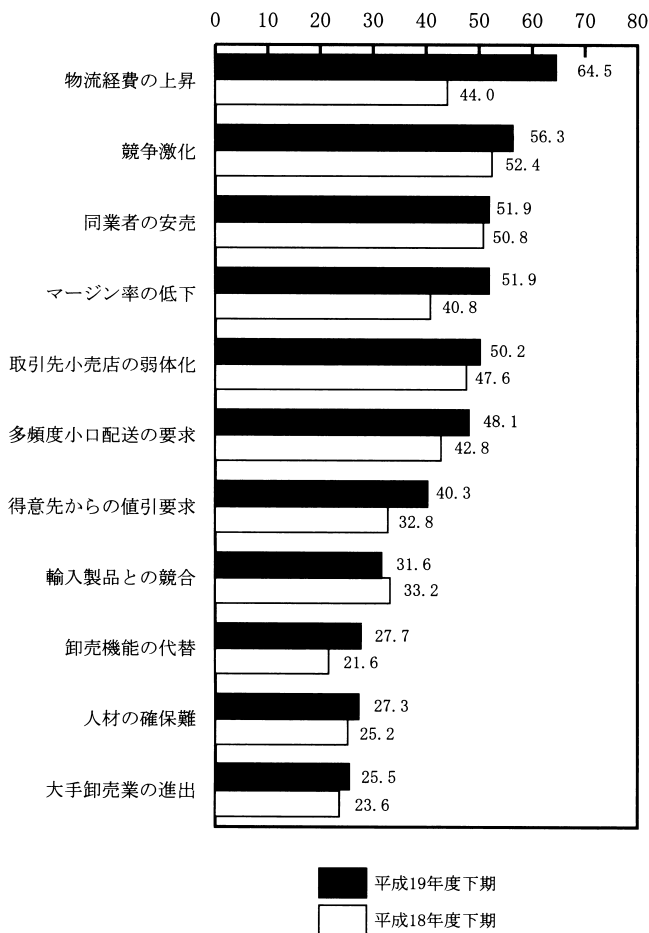
別や規模により投資意欲の格差が認められる。

3. 当面する経営上の問題点

「物流経費の上昇」が最大の問題

平成17年度下期調査以降、「物流経費の上昇」「多頻度小口配送の要求」などの物流絡みの問題が深刻化してきた。ただし、図-6に見られるように、平成18年度下期は少なくともアンケート調査上問題が後退した時期であったが、原油価格の上昇に伴うガソリン代の値上げなどの理由から、「物流経費の上昇」が近年とくにクローズアップされている。

図-6 経営上の課題(%)



他方で、従来通り「競争の激化」「同業者の安売り」「取引先小売店の弱体化」も深刻な問題であることが確認されており、エネルギー・原材料価格の上昇のなかで価格競争が依然として激しい小売段階の「得意先からの

値引き要求」が高まる中、「マージン率の低下」が深刻化したことが伺える。前回に比べると、景気低迷の影響もあってか、「人材の確保難」がやや後退し、代わりに「輸入製品との競合」が台頭するとともに、前回同様「卸機能の代替」や「大手卸売業の進出」などの問題も浮上しており、着実に卸売業界の再編成が進行していることが伺える。

業種別では、「物流経費の上昇」の問題に悩んでいる比率が高いのは、「紙・文具」「鉱物・金属」「食料・飲料」「身の回り品」「繊維品」「各種商品」であり、業態としては「製造・卸」「ルートセールス・見本販売」で、また規模が大きいほど深刻と受け止めている比率が高くなっている。同じく物流経費の上昇につながるものの、「多頻度小口配送」への対応を余儀なくされているのは、取引先の要請の強い「紙・文具」「食料・飲料」「鉱物・金属」「身の回り品」などである。

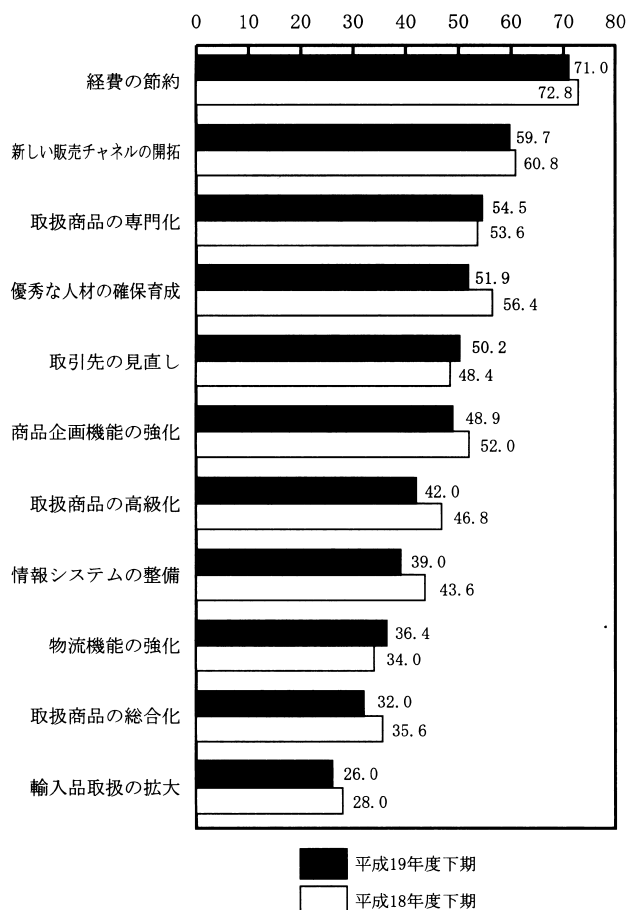
他方、「競争の激化」ないし「同業者の安売り」の結果として「マージン率の低下」に悩んでいるのは、部分的に重なるものの「食料・飲料」「紙・文具」「鉱物・金属」「繊維品」「各種商品」などの業種であり、業態としては「卸・小売」「ルートセールス・見本販売」で、規模別では「101人以上」「1~10人」でやや比率が高くなっている。

「取引先小売店の弱体化」を深刻に受け止めているのは、「食料・飲料」「紙・文具」「家具・建具・什器」などの業種であり、業態としては「卸のみ」「前販売」の比率が高くなっており、また規模が小さいほど比率が高くなっている。

4. 今後の対応策

こうした経営上の問題を打開するために「経費の節約」以外で行っている対応策としては、前回まで重要視されていた「優秀な人材の確保育成」がやや後退し、「新しい販売チャネルの開拓」と「取扱商品の専門化」が浮上している(図-7)。

図-7 今後の対応策(%)



前回の調査と同様、大きく「新しい販売チャネルの開拓」「取引先の見直し」といったチャネル政策と「商品企画機能の強化」「取扱商品の専門化」「取扱商品の高級化」などマーチャンダイジング（MD）政策が重点項目となっていることに変わりはない。ただ、今回の調査では「物流経費の上昇」に対応して、「物流機能の強化」を対応策として挙げている企業の比率が若干高くなっていることが注目されるものの、その比率はまだ低い。

業種別としては、「新しい販売チャネルの開拓」はほぼすべての業態で取り組まれているが、とくに積極的なのは「身の回り品」「食料・飲料」「化学製品」「繊維品」「家具・建具・什器」などの業種であり、業態としては「製造・卸・小売」「ルートセールス・見本販売」の比率が高くなっている。規模的には「101人以上」「11～50人」でとくに比率が高くなっている。

他方、差別化の一環として「商品企画機能

の強化」ないし「取扱商品の専門化」を図ろうとしているのは、業種としては「身の回り品」「鉱物・金属」「その他」で比率が高くなっている。業態としては、当然のことながら「製造・卸・小売」、「ルートセールス・見本販売」で、規模が大きくなるほど「商品企画機能の強化」の比率が高くなっていることは注目される。他方で、「取扱商品の高級化」の比率が高くなって注目されるのが「食料・飲料」の業種であるが、これは原材料価格の高騰により価格に見合った製品を提供しようとする反映と考えることもできよう。

「優秀な人材の確保・育成」は、今回はやや後退したものの定着した感がある。ほぼすべての業種、業態で力を入れているが、とくに「紙・文具」「家具・建具・什器」「機械器具」「鉱物・金属」などの業種、「製造・卸・小売」の業態であり、規模別では「101人以上」と「11～50人」で高くなるなど、一般に規模が大きいほど力を入れていることがわかる。

また物流費用の増大も従業員規模が大きいほど深刻に認識されていたが、多額の設備投資が求められることもあり、「情報システムの整備」「物流機能の強化」に対して積極的なのは、従来大規模な卸売業に限定されていた。しかし、今回の調査では「51～100人」規模において積極的な姿勢が見られる一方で、小規模企業では「物流などの共同化」に対する関心が低いことも伺える。

5. 今回のトピックス

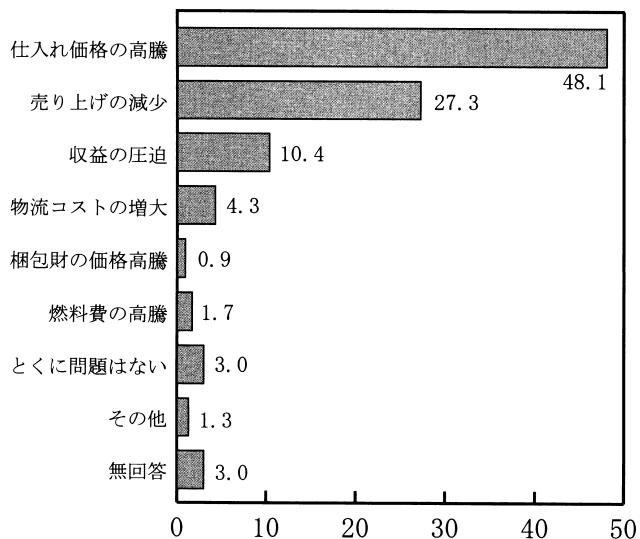
米国のサブプライム問題によって景気が低迷する一方で、原油などの原材料価格が高騰するなど、卸売業を取り巻く環境は大きく変化している。こうした環境変化は卸売業の経営に対しても多大の影響を与えるものと予想される。そこで、どのような問題が発生しているか、またその理由は何かについて、その実態を突っ込んで調査することにした。

最近の重大な問題は、仕入価格の高騰

図-8によれば、最近の環境変化によって生じている最も重大な問題（一つだけ選択）は、回答企業数の48.1%が「仕入れ価格の高騰」

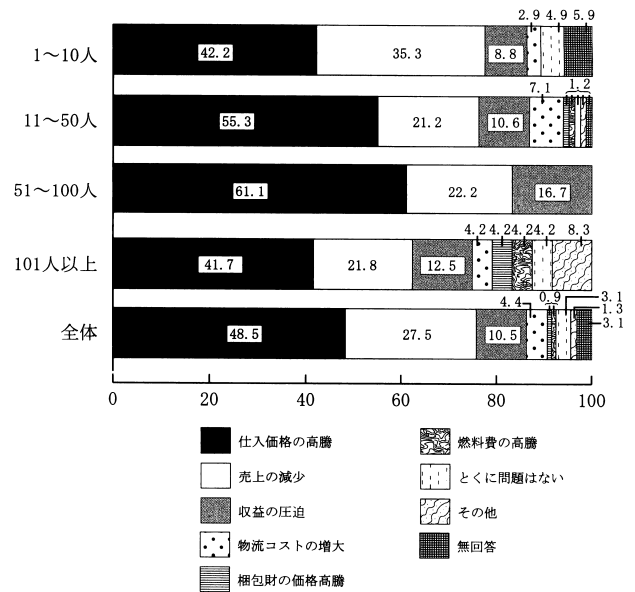
を挙げており、ダントツとなっている。業種としては、ほぼすべての業種で問題になっているが、とくに「食料・飲料」「鉱物・金属」で比率が高くなっている。以下、「売上の減少」(27.3%)「収益の圧迫」(10.4%)と続くが、前者では消費の低迷の影響を受けている「衣服」で比率が高く、後者では「化学製品」が顕著である。他方、「物流コストの増大」は4.3%に過ぎない。先の直面している経営上の問題として「物流コストの増大」がクローズアップされたが、最近にわかに浮上してきた「仕入価格の高騰」という問題よりも、相対的に低い位置付けしか与えられていないと言えよう。

図一八 最近の環境変化による問題(%)



もっとも、図一九によって規模別にみると、従業員が「51~100人」規模までは、規模が大きくなるほど「仕入価格の高騰」と「収益の圧迫」が重大な問題として認識されている。他方で、規模が小さいほど「仕入価格の高騰」よりも、「売上の減少」の比率が高くなっている。「101人以上」では、「仕入価格の高騰」「売上の減少」「収益の圧迫」という比率が相対的に低くなり、問題がばらついている。

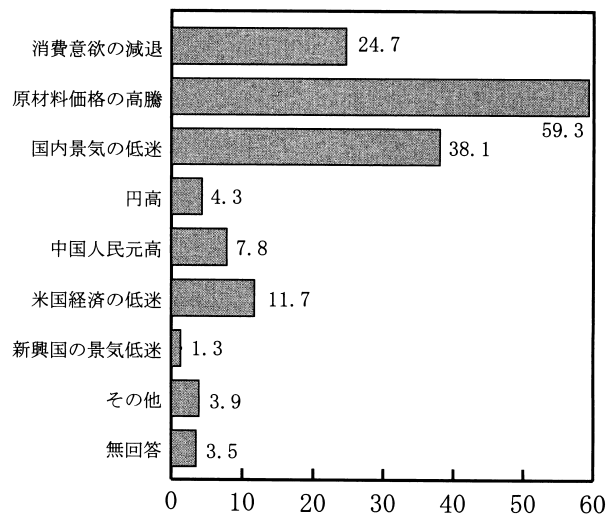
図一九 最近の環境変化による問題



「物流コストの増大」は、「11~50人」「101人以上」で若干高くなっているが、これは従業員規模というよりも、業種や業態と関係が深いと思われる。業態としては、「製造・卸」「製造・卸・小売」であり、「繊維」で「物流コストの増大」を、また「機械器具」で「燃料費の高騰」を指摘する企業の比率が若干高くなっているが、これは後者では自社の車両で取引先などに「配送」する形態が多いことも一因と推測される。

以上のように、規模や業種によって直面している問題、ならびにその理由が必ずしも同じではないと言える。そこで、問題の理由について尋ねたのが、図一〇である。

図一〇 最も重大な問題を生み出した理由(%)

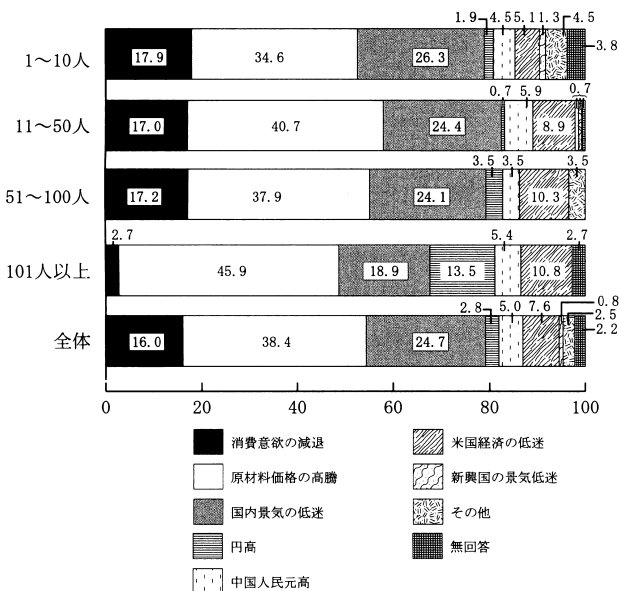


原材料価格の高騰と国内景気の低迷が、元凶

当然のことながら最も多かった回答（複数回答可、図-10）は、「仕入価格の高騰」の理由としての「原材料価格の高騰」であり、回答企業数の59.3%を占めている。業種としては、原油価格の高騰の影響を直接的に受ける「鉱物・金属」を始めとして、原材料価格の高騰による「紙・文具」「食料・飲料」「化学製品」などで、とくに比率が高くなっている。他方で、「国内景気の低迷」（38.1%）「消費意欲の減退」（24.7%）を挙げている企業も多く、前者の要因が高いのは「鉱物・金属」「機械器具」「食料・飲料」であり、直接最終消費者と結びついている「衣服」「繊維」「身の回り品」で「売上の減少」をもたらした原因と考えることができる。

規模別（図-11）では、とくに「101人以上」では、「原材料価格の高騰」を指摘する企業の比率が高く、「国内景気の低迷」の比率が高い一方で、「消費意欲の減退」の比率は著しく低くなっている。このことは、前述したように、規模よりも業種と関係が深いと想定される。

図-11 最も重大な問題を生み出した理由

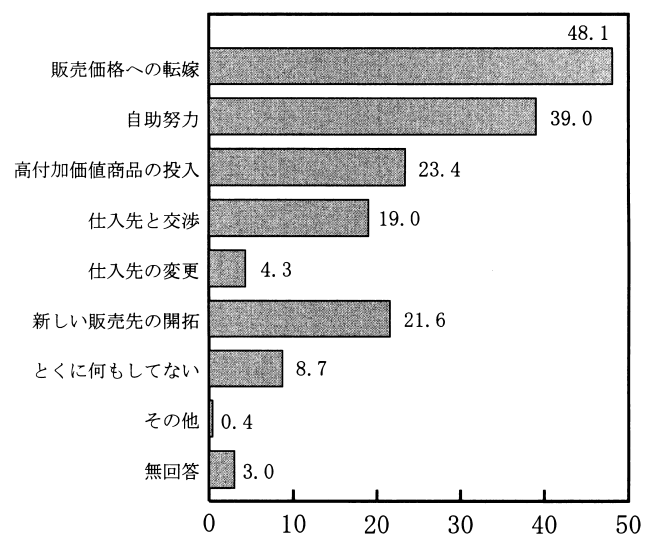


販売価格への転嫁が、当面の対応策

こうした問題に対する対応策（複数回答可）としては、原材料価格の高騰に対しては「販売価格への転嫁」（48.1%）が最も多く、「自助努力」（39%）「高付加価値商品の投入」（23.4

%）「新しい販売先の開拓」（21.6%）となっている（図-12）。業種としては、「鉱物・金属」「紙・文具」「各種製品」などで「販売価格への転嫁」の比率が高く、「自助努力」は「食料・飲料」で比率が高くなっているが、負担を他者に転嫁できるかどうかは、取引先との力関係にも拠ると考えられる。また数年前の中国人民元高の場合には、調達先をより賃金の安い生産国へ移管する動きが見られたが、今回の調査では「仕入先の変更」というよりも、仕入先との交渉が対応策の中心となっていることがわかる。

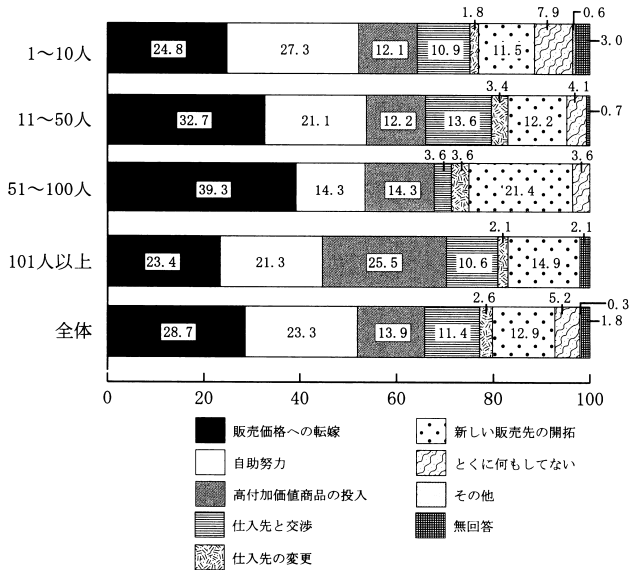
図-12 問題に対する対応策（%）



もつとも、図-13によって従業員規模別にみると、やや違った傾向が読み取れる。従業員「51~100人」までは、規模が大きいくほど「販売価格への転嫁」「新しい販売先の開拓」の比率が高くなる一方で、「自助努力」の比率が減少している。ところが、「101人以上」では「販売価格への転嫁」「新しい販売先の開拓」の比率が減少し、その分自助努力の比率が高くなっている。また規模が大きいくほど「高付加価値商品の投入」の比率が高くなっており、とくに「101人以上」規模で著しい。

このことは、規模だけでなく当然のことながら業種によっても違いがあると推測されるが、とくに商品企画に力を入れている「身の回り品」などの業種において、比率が高くなっている。他方で、「とくに何もしていない」という比率は、規模が小さいほど比率が高くなっており、気がかりなところである。

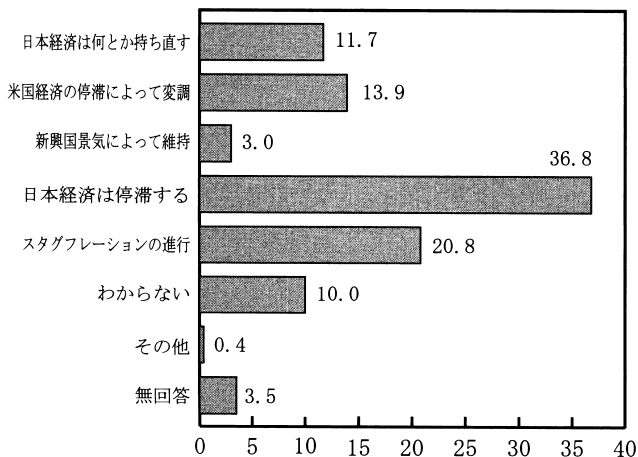
図-13 問題に対する対応策



今後の日本経済については悲観的

以上のように、卸売業を取り巻く環境は、日本経済の今後と深く関係している。そこで、最後に今後の見通しについて尋ねることにした。図-14によれば、全体として回答した比率（複数回答可）が高かったのは、「日本経済は停滞する」（36.8%）「スタグフレーション（インフレが高まる中で、経済が停滞する）の進行」（20.8%）「米国経済の停滞によって変調する」（13.9%）など、今後の日本経済については悲観論が支配的であることがわかる。確かに、「日本経済は何とか持ち直す」という楽観論や、米国経済が停滞しても「新興国景気が維持され、日本経済も景気を維持する」といった、いわゆるデカップリング（米国経済と新興国経済との非連動性）論を支持する回答もないわけではないが、少数派に過ぎない。

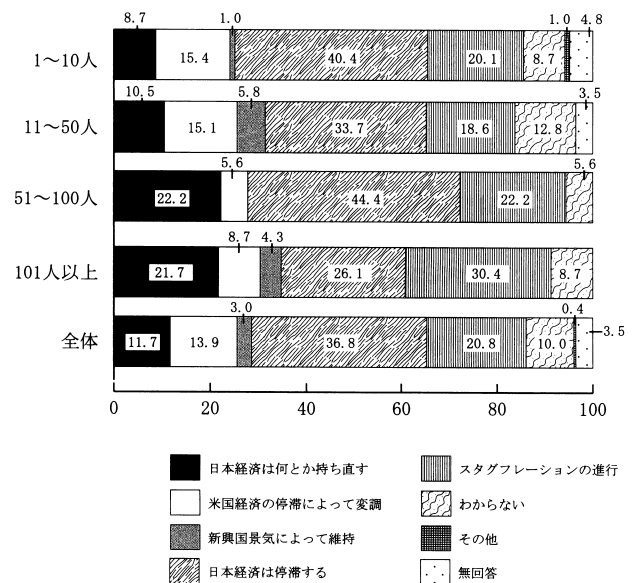
図-14 今後の日本経済の見通し(%)



従業員規模別に見ると、「51~100人」「101人以上」規模で「日本経済は持ち直す」という楽観派の比率が高いのに対し、「51~100人」規模では「日本経済は停滞する」という悲観派も多く、見通しが大きく分かれている。一般的には、規模が小さいほど、日本経済の先行きに対しては「停滞」という悲観派が多いのに対し、「101人以上」では、とくにスタグフレーションの進行についての危機感が強い（図-15）。

実態的にも、米国経済の低迷が直接日本だけでなく、新興国経済の低迷を通じて間接的に日本の経済に与える影響も大きく、国内景気の低迷の中で、エネルギー・原材料価格の高騰による仕入価格の上昇にどう対応していくか、個々の卸売業の様々な努力が求められているが、それだけではなく、政府の効果的な経済対策が今ほど求められている時期もないと言えようか。

図-15 今後の日本経済の見通し



大阪市立大学大学院経営学研究科
教授 加藤 司

表－１ 景気動向指数（業種別）

※平成19年度下半期（19年10月～20年3月）の状況について昨年同期と比較。

「増加・やや増加」から「やや減少・減少」を引いた値（％）

	売上額	販売額	販売数	仕入額	在庫量	採算状況	資金繰	設備投資	従業員	総合判断
各種商品卸売業	-21.7	54.3	-30.4	78.3	-26.1	-43.5	-19.6	-69.6	2.2	-21.7
繊維品卸売業	-26.5	50.0	-14.7	76.5	-14.7	-29.4	0.0	-52.9	-2.9	-20.6
衣服卸売業	-25.0	5.0	-15.0	45.0	-35.0	-30.0	0.0	-45.0	15.0	-30.0
身の回り品卸売業	-22.7	45.5	-27.3	81.8	-22.7	-27.3	-27.3	-54.5	4.5	-50.0
化学製品卸売業	25.0	50.0	50.0	100.0	25.0	-25.0	0.0	-50.0	25.0	-25.0
鉱物・金属材料卸売業	-2.7	56.8	-40.5	62.2	-35.1	-13.5	21.6	-35.1	16.2	13.5
機械器具卸売業	-17.1	48.6	-37.1	80.0	17.1	-31.4	8.6	-42.9	11.4	-11.4
食料・飲料卸売業	-25.0	100.0	-50.0	100.0	25.0	25.0	0.0	-100.0	-75.0	-50.0
家具・建具・什器等卸売業	-16.7	-33.3	-33.3	100.0	-33.3	-66.7	-16.7	-33.3	33.3	-16.7
紙・文具卸売業	-40.0	60.0	-50.0	90.0	-10.0	-20.0	10.0	-60.0	30.0	-30.0
その他の卸売業	7.7	53.8	-23.1	76.9	-7.7	-7.7	15.4	-46.2	23.1	23.1
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
全体	-17.3	46.8	-28.6	74.9	-16.5	-28.1	-0.9	-51.5	8.7	-16.0

表－２ 景気動向指数（従業員数・業種別）

※平成19年度下半期（19年10月～20年3月）の状況について昨年同期と比較。

「増加・やや増加」から「やや減少・減少」を引いた値（％）

	売上額	販売額	販売数	仕入額	在庫量	採算状況	資金繰	設備投資	従業員	総合判断
1～10人	-33.7	44.2	-40.4	69.2	-6.7	-44.2	-23.1	-75.0	-6.7	-36.5
11～50人	-9.3	48.8	-23.3	80.2	-26.7	-18.6	16.3	-37.2	12.8	-5.8
51～100人	0.0	77.8	-38.9	83.3	-22.2	-16.7	-5.6	-44.4	33.3	0.0
101人以上	13.0	26.1	13.0	73.9	-17.4	0.0	39.1	-4.3	43.5	26.1
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸のみ	-21.5	45.6	-40.5	72.2	-31.6	-30.4	7.6	-62.0	6.3	-16.5
製造・卸	-23.3	37.2	-20.9	88.4	-23.3	-41.9	0.0	-37.2	2.3	-23.3
卸・小売	-11.7	54.5	-26.0	68.8	-5.2	-26.0	-15.6	-61.0	9.1	-18.2
製造・卸・小売	-15.4	38.5	-15.4	80.8	3.8	-7.7	15.4	-15.4	23.1	0.0
その他	0.0	66.7	-16.7	66.7	0.0	-16.7	0.0	-50.0	16.7	0.0
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
前売販売が主	-43.5	52.2	-52.2	73.9	-13.0	-52.2	-30.4	-56.5	0.0	-34.8
ルートセールス・見本販売が主	-9.6	51.1	-23.0	78.5	-17.0	-25.2	5.2	-48.1	11.9	-12.6
どちらともいえない	-23.3	37.0	-31.5	68.5	-16.4	-26.0	-2.7	-56.2	5.5	-16.4
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
全体	-17.3	46.8	-28.6	74.9	-16.5	-28.1	-0.9	-51.5	8.7	-16.0

表－3 設備投資の実施内容（業種・従業員数・業態別）

※平成19年度下半期（19年10月～20年3月）の状況について昨年同期と比較。

（％、回答数）

	情報機器・システム		立体倉庫・自動搬送		事務所・店舗等		車 輛		そ の 他	
各種商品卸売業	10.9	5	2.2	1	4.3	2	4.3	2	4.3	2
繊維品卸売業	14.7	5	0.0	0	8.8	3	8.8	3	2.9	1
衣服卸売業	15.0	3	0.0	0	15.0	3	5.0	1	0.0	0
身の回り品卸売業	4.5	1	4.5	1	13.6	3	0.0	0	4.5	1
化学製品卸売業	25.0	1	0.0	0	0.0	0	25.0	1	0.0	0
鉱物・金属材料卸売業	13.5	5	0.0	0	10.8	4	13.5	5	10.8	4
機械器具卸売業	14.3	5	0.0	0	8.6	3	14.3	5	2.9	1
食料・飲料卸売業	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
家具・建具・什器等卸売業	16.7	1	16.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
紙・文具卸売業	20.0	2	0.0	0	0.0	0	10.0	1	0.0	0
その他の卸売業	0.0	0	7.7	1	7.7	1	0.0	0	7.7	1
無 回 答	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
1 ～ 10人	5.8	6	0.0	0	1.9	2	4.8	5	1.9	2
11 ～ 50人	17.4	15	1.2	1	8.1	7	10.5	9	8.1	7
51 ～ 100人	16.7	3	5.6	1	11.1	2	11.1	2	5.6	1
101人以上	17.4	4	8.7	2	34.8	8	8.7	2	0.0	0
無 回 答	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
卸 の み	13.9	11	2.5	2	2.5	2	3.8	3	2.5	2
製 造 ・ 卸	16.3	7	0.0	0	9.3	4	11.6	5	7.0	3
卸 ・ 小 売	5.2	4	0.0	0	9.1	7	11.6	5	11.5	3
製 造 ・ 卸 ・ 小 売	19.2	5	7.7	2	19.2	5	15.4	4	0.9	2
そ の 他	16.7	1	0.0	0	16.7	1	16.7	1	0.0	0
無 回 答	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
前 売 販 売 が 主	0.0	0	4.3	1	8.7	2	0.0	0	8.7	2
ルートセールス・見本販売が主	15.6	21	1.5	2	10.4	14	8.1	11	3.0	4
どちらともいえない	9.6	7	1.4	1	4.1	3	9.6	7	5.5	4
無 回 答	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
全 体	12.1	28	1.7	4	8.2	19	7.8	18	4.3	10

表一４ 当面する経営上の問題点

上段：とても深刻である（％）

下段：やや深刻である（％）

業種 問題点	各種 商品 卸売	織 維 品 卸 売 業	衣 服 卸 売 業	身 の 回 り 品 卸	化 学 製 品 卸 売	鉱 物 金 属 材 料	機 械 器 具 卸 売	食 料 ・ 飲 料 卸	家 具 建 具 什 器	紙 ・ 文 具 卸 売	そ の 他 卸 売 業	無 回 答	合 計
	代 金 回 収 難	8.7 4 15.2 7	0.0 0 8.8 3	5.0 1 15.0 3	0.0 0 22.7 5	0.0 0 0.0 0	8.1 3 21.6 8	0.0 0 14.3 5	25.0 1 0.0 0	0.0 0 0.0 0	0.0 0 10.0 1	0.0 0 7.7 1	0.0 0 0.0 0
金 利 負 担	6.5 3 17.4 8	2.9 1 20.6 7	0.0 0 15.0 3	0.0 0 27.3 6	0.0 0 0.0 0	8.1 3 16.2 6	2.9 1 11.4 4	0.0 0 25.0 1	16.7 1 0.0 0	0.0 0 20.0 2	0.0 0 23.0 3	0.0 0 0.0 0	3.9 9 17.3 40
マージン率の低下	8.7 4 47.8 22	5.9 2 50.0 17	5.0 1 40.0 8	0.0 0 50.0 11	0.0 0 25.0 1	13.5 5 48.6 18	5.7 2 48.6 17	0.0 0 50.0 2	16.7 1 33.3 2	0.0 0 10.0 1	0.0 0 46.2 6	0.0 0 0.0 0	6.5 15 45.5 105
競 争 の 激 化	10.9 5 41.3 19	5.9 2 50.0 17	15.0 3 35.0 7	0.0 0 45.5 10	0.0 0 25.0 1	13.5 5 54.1 20	8.6 3 45.7 16	25.0 1 75.0 3	16.7 1 33.3 2	30.0 3 40.0 4	15.4 2 46.2 6	0.0 0 0.0 0	10.8 25 45.5 105
同業者の安売り	6.5 3 43.5 20	8.8 3 32.4 11	10.0 2 45.0 9	0.0 0 45.5 10	25.0 1 0.0 0	13.5 5 32.4 12	22.9 8 45.7 16	25.0 1 50.0 2	16.7 1 50.0 3	30.0 3 50.0 5	0.0 0 38.5 5	0.0 0 0.0 0	11.7 27 40.3 93
大手卸売業の進出	6.5 3 15.2 7	2.9 1 14.7 5	10.0 2 20.0 4	0.0 0 31.8 7	0.0 0 0.0 0	10.8 4 18.9 7	5.7 2 22.9 8	0.0 0 50.0 2	16.7 1 0.0 0	20.0 2 30.0 3	0.0 0 7.7 1	0.0 0 0.0 0	6.5 15 19.0 44
得意先からの値引要求	4.3 2 34.8 16	0.0 0 35.3 12	5.0 1 35.0 7	0.0 0 45.5 10	0.0 0 50.0 2	8.1 3 35.1 13	5.7 2 31.4 11	0.0 0 50.0 2	16.7 1 33.3 2	10.0 1 50.0 5	7.7 1 15.4 2	0.0 0 0.0 0	4.8 11 35.5 82
取引先小売店の弱体化	8.7 4 41.3 19	11.8 4 38.2 13	10.0 2 45.0 9	13.6 3 31.8 7	25.0 1 25.0 1	16.2 6 32.4 12	11.4 4 34.3 12	50.0 2 25.0 1	33.3 2 33.3 2	0.0 0 70.0 7	7.7 1 30.8 4	0.0 0 0.0 0	12.6 29 37.7 87
情報システム化への要請	0.0 0 6.5 3	0.0 0 8.8 3	0.0 0 15.0 3	0.0 0 22.7 5	0.0 0 25.0 1	5.4 2 8.1 3	0.0 0 8.6 3	0.0 0 25.0 1	0.0 0 0.0 0	10.0 1 0.0 0	0.0 0 7.7 1	0.0 0 0.0 0	1.3 3 10.0 23
卸売機能の代替	2.2 1 17.4 8	0.0 0 26.5 9	0.0 0 30.0 6	4.5 1 45.5 10	0.0 0 25.0 1	8.1 3 24.3 9	0.0 0 22.9 8	25.0 1 50.0 2	16.7 1 16.7 1	0.0 0 10.0 1	0.0 0 15.4 2	0.0 0 0.0 0	3.0 7 24.7 57
物流経費の上昇	17.4 8 45.7 21	8.8 3 61.8 21	10.0 2 40.0 8	9.1 2 63.6 14	0.0 0 50.0 2	21.6 8 54.1 20	8.6 3 48.6 17	25.0 1 50.0 2	33.3 2 16.7 1	10.0 1 70.0 7	15.4 2 30.8 4	0.0 0 0.0 0	13.9 32 50.6 117
多頻度小口配送の要求	6.5 3 37.0 17	5.9 2 47.1 16	5.0 1 35.0 7	13.6 3 40.9 9	0.0 0 25.0 1	8.1 3 54.1 20	5.7 2 25.7 9	0.0 0 75.0 3	16.7 1 50.0 3	10.0 1 60.0 6	7.7 1 23.1 3	0.0 0 0.0 0	7.4 17 40.7 94
輸入製品との競合	8.7 4 19.6 9	20.6 7 20.6 7	15.0 3 40.0 8	13.6 3 31.8 7	0.0 0 0.0 0	10.8 4 13.5 5	14.3 5 5.7 2	0.0 0 0.0 0	16.7 1 50.0 3	0.0 0 10.0 1	7.7 1 23.1 3	0.0 0 0.0 0	12.1 28 19.5 45
人材派遣の要請	0.0 0 2.2 1	0.0 0 2.9 1	5.0 1 10.0 2	0.0 0 22.7 5	0.0 0 0.0 0	2.7 1 10.8 4	0.0 0 0.0 0	0.0 0 0.0 0	0.0 0 0.0 0	10.0 1 0.0 0	0.0 0 7.7 1	0.0 0 0.0 0	1.3 3 6.1 14
返品増加	2.2 1 6.5 3	0.0 0 20.6 7	0.0 0 15.0 3	4.5 1 27.3 6	0.0 0 0.0 0	2.7 1 16.2 6	0.0 0 11.4 4	0.0 0 0.0 0	0.0 0 0.0 0	0.0 0 0.0 0	0.0 0 7.7 1	0.0 0 0.0 0	1.3 3 13.0 30
人材の確保難	4.3 2 19.6 9	2.9 1 17.6 6	5.0 1 20.0 4	9.1 2 31.8 7	0.0 0 0.0 0	13.5 5 29.7 11	2.9 1 17.1 6	25.0 1 0.0 0	0.0 0 33.3 2	0.0 0 30.0 3	7.7 1 7.7 1	0.0 0 0.0 0	6.1 14 21.2 49
今回回答社数計	19.9 46	14.7 34	8.7 20	9.5 22	1.7 4	16.0 37	15.2 35	1.7 4	2.6 6	4.3 10	5.6 13	0.0 0	100.0 231

注1. 表の右側は回答社数（複数回答あり）で、左側は同業種別今回回答社数（最下段）を100とする指数。（最下段除く）

注2. 最下段（今回回答社数計）の表の左側は回答社数計231を100とする指数。

表－5 今後の対応策

上段：積極的である（％）

下段：やや積極的である（％）

業種 問題点	各種商品卸売		繊維品卸売業		衣服卸売業		身の回り品卸		化学製品卸売		鉱物金属材料		機械器具卸売		食料・飲料卸		家具・建具・什器		紙・文具卸売		その他卸売業		無回答		合計																											
	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下																								
取扱商品の高級化	17.4	8	11.8	4	5.0	1	18.2	4	0.0	0	10.8	4	8.6	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0	7.7	1	0.0	0	10.8	25	30.4	14	29.4	10	40.0	8	40.9	9	25.0	1	21.6	8	25.7	9	75.0	3	33.3	2	30.0	3	38.5	5	0.0	0	31.2	72
	21.7	10	23.5	8	10.0	2	22.7	5	0.0	0	24.3	9	8.6	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0	15.4	2	0.0	0	16.9	39	28.3	13	32.4	11	40.0	8	54.5	12	25.0	1	40.5	15	40.0	14	50.0	2	33.3	2	50.0	5	30.8	4	0.0	0	37.7	87
取扱商品の総合化	13.0	6	0.0	0	0.0	0	13.6	3	0.0	0	5.4	2	2.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	5.2	12	19.6	9	32.4	11	20.0	4	18.2	4	50.0	2	24.3	9	42.9	15	25.0	1	50.0	3	20.0	2	15.4	2	0.0	0	26.8	62
	26.1	12	20.6	7	5.0	1	18.2	4	25.0	1	16.2	6	17.1	6	25.0	1	0.0	0	10.0	1	0.0	0	0.0	0	16.9	39	28.3	13	50.0	17	45.0	9	59.1	13	50.0	2	40.5	15	37.1	13	50.0	2	66.7	4	40.0	4	53.8	7	0.0	0	42.9	99
取引先の見直し	17.4	8	17.6	6	5.0	1	18.2	4	0.0	0	16.2	6	8.6	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	12.1	28	30.4	14	38.2	13	40.0	8	50.0	11	0.0	0	32.4	12	40.0	14	75.0	3	50.0	3	60.0	6	30.8	4	0.0	0	38.1	88
	8.7	4	8.8	3	0.0	0	4.5	1	0.0	0	8.1	3	8.6	3	50.0	2	0.0	0	0.0	0	7.7	1	0.0	0	7.4	17	39.1	18	20.6	7	20.0	4	40.9	9	0.0	0	40.5	15	28.6	10	0.0	0	50.0	3	30.0	3	30.8	4	0.0	0	31.6	73
物流機能の強化	0.0	0	8.8	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0	5.4	2	2.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	15.4	2	0.0	0	3.5	8	32.6	15	23.5	8	30.0	6	40.9	9	0.0	0	45.9	17	25.7	9	25.0	1	50.0	3	40.0	4	30.8	4	0.0	0	32.9	76
	6.5	3	8.8	3	10.0	2	9.1	2	0.0	0	2.7	1	0.0	0	50.0	2	0.0	0	0.0	0	7.7	1	0.0	0	6.1	14	10.9	5	11.8	4	15.0	3	22.7	5	0.0	0	24.3	9	25.7	9	0.0	0	16.7	1	10.0	1	0.0	0	16.0	37		
商品企画機能の強化	8.7	4	20.6	7	5.0	1	22.7	5	0.0	0	2.7	1	11.4	4	25.0	1	0.0	0	0.0	0	23.1	3	0.0	0	11.3	26	41.3	19	29.4	10	45.0	9	50.0	11	0.0	0	24.3	9	40.0	14	25.0	1	50.0	3	50.0	5	46.2	6	0.0	0	37.7	87
	2.2	1	5.9	2	0.0	0	13.6	3	0.0	0	2.7	1	2.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	3.5	8	17.4	8	26.5	9	30.0	6	13.6	3	0.0	0	8.1	3	22.9	8	25.0	1	66.7	4	0.0	0	7.7	1	0.0	0	18.6	43
輸入品取扱いの拡大	8.7	4	11.8	4	10.0	2	9.1	2	0.0	0	5.4	2	5.7	2	0.0	0	0.0	0	10.0	1	7.7	1	0.0	0	7.8	18	19.6	9	26.5	9	15.0	3	36.4	8	0.0	0	24.3	9	5.7	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	15.4	2	0.0	0	18.2	42
	8.7	4	5.9	2	0.0	0	4.5	1	0.0	0	8.1	3	2.9	1	0.0	0	0.0	0	10.0	1	0.0	0	0.0	0	5.2	12	6.5	3	32.4	11	10.0	2	31.8	7	0.0	0	10.8	4	17.1	6	0.0	0	0.0	0	0.0	0	15.4	2	0.0	0	15.2	35
優秀な人材の確保育成	26.1	12	11.8	4	10.0	2	9.1	2	0.0	0	16.2	6	14.3	5	0.0	0	33.3	2	10.0	1	15.4	2	0.0	0	15.6	36	28.3	13	38.2	13	35.0	7	31.8	7	0.0	0	40.5	15	42.9	15	25.0	1	33.3	2	70.0	7	38.5	5	0.0	0	36.4	84
	0.0	0	2.9	1	5.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	7.7	1	0.0	0	1.3	3	6.5	3	14.7	5	0.0	0	9.1	2	0.0	0	29.7	11	5.7	2	25.0	1	16.7	1	40.0	4	15.4	2	0.0	0	13.4	31
物流再編成への対応	10.9	5	11.8	4	0.0	0	9.1	2	0.0	0	16.2	6	0.0	0	0.0	0	16.7	1	20.0	2	15.4	2	0.0	0	9.5	22	39.1	18	52.9	18	35.0	7	54.5	12	25.0	1	40.5	15	60.0	21	75.0	3	33.3	2	10.0	1	46.2	6	0.0	0	45.1	104
	47.8	22	41.2	14	45.0	9	50.0	11	50.0	2	45.9	17	48.6	17	100.0	4	33.3	2	90.0	9	30.8	4	0.0	0	48.1	111	17.4	8	26.5	9	35.0	7	27.3	6	25.0	1	21.6	8	20.0	7	0.0	0	16.7	1	0.0	0	15.4	2	0.0	0	21.2	49
今回回答社数計	19.9	46	14.7	34	8.7	20	9.5	22	1.7	4	16.0	37	15.2	35	1.7	4	2.6	6	4.3	10	5.6	13	0.0	0	100.0	231																										

注1. 表の右側は回答社数（複数回答あり）で、左側は同業種別今回回答社数（最下段）を100とする指数。（最下段除く）

注2. 最下段（今回回答社数計）の表の左側は回答社数計231を100とする指数。

表－6 最近の環境変化による問題

(%、回答数)

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
各種商品卸売業	52.2 24	30.4 14	6.5 3	2.2 1	0.0 0	2.2 1	2.2 1	0.0 0	4.3 2
繊維品卸売業	35.3 12	32.4 11	11.8 4	14.7 5	0.0 0	0.0 0	0.0 0	2.9 1	2.9 1
衣服卸売業	45.0 9	45.0 9	0.0 0	5.0 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	5.0 1
身の回り品卸売業	50.0 11	36.4 8	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	4.5 1	4.5 1
化学製品卸売業	25.0 1	0.0 0	50.0 2	0.0 0	25.0 1	0.0 0	25.0 1	0.0 0	0.0 0
鉱物・金属材料卸売業	64.9 24	5.4 2	16.2 6	5.4 2	0.0 0	2.7 1	0.0 0	5.4 2	0.0 0
機械器具卸売業	40.0 14	31.4 11	20.0 7	0.0 0	0.0 0	5.7 2	0.0 0	2.9 1	0.0 0
食料・飲料卸売業	75.0 3	25.0 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
家具・建具・什器等卸売業	50.0 3	16.7 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	16.7 1	16.7 1
紙・文具卸売業	60.0 6	30.0 3	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
その他の卸売業	30.8 4	23.1 3	15.4 2	7.7 1	7.7 1	0.0 0	7.7 1	7.7 1	7.7 1
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
1～10人	41.3 43	34.6 36	8.7 9	2.9 3	0.0 0	1.9 2	0.0 0	4.8 5	5.8 6
11～50人	54.7 47	20.9 18	10.5 9	7.0 6	1.2 1	2.3 2	1.2 1	1.2 1	1.2 1
51～100人	61.1 11	22.2 4	16.7 3	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
101人以上	43.5 10	21.7 5	13.0 3	4.3 1	4.3 1	0.0 0	8.7 2	4.3 1	0.0 0
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
卸のみ	49.4 39	30.4 24	12.7 10	2.5 2	0.0 0	0.0 0	0.0 0	3.8 3	1.3 1
製造・卸	51.2 22	27.9 12	4.7 2	7.0 3	0.0 0	4.7 2	2.3 1	0.0 0	2.3 1
卸・小売	45.5 35	27.3 21	15.6 12	3.9 3	0.0 0	2.6 2	0.0 0	3.9 3	1.3 1
製造・卸・小売	53.8 14	19.2 5	0.0 0	7.7 2	7.7 2	0.0 0	3.8 1	3.8 1	3.8 1
その他	16.7 1	16.7 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	16.7 1	0.0 0	50.0 3
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
前売販売が主	52.2 12	26.1 6	0.0 0	8.7 2	0.0 0	0.0 0	0.0 0	8.7 2	4.3 1
ルートセールス・見本販売が主	48.1 65	28.1 38	14.1 19	2.2 3	0.7 1	2.2 3	2.2 3	1.5 2	0.7 1
どちらともいえない	46.6 34	26.0 19	6.8 5	6.8 5	1.4 1	1.4 1	0.0 0	4.1 3	6.8 5
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
全体	48.1 111	27.3 63	10.4 24	4.3 10	0.9 2	1.7 4	1.3 3	3.0 7	3.0 7

- ① 仕入れ価格の高騰
- ② 売り上げの減少
- ③ 収益の圧迫
- ④ 物流コストの増大
- ⑤ 梱包材の価格高騰
- ⑥ 燃料費の高騰
- ⑦ その他
- ⑧ とくに問題はない
- ⑨ 無回答

表 7 最も重大な問題を生み出した理由

(%, 回答数)

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
各種商品卸売業	23.9 11	63.0 29	41.3 19	2.2 1	4.3 2	2.2 1	4.3 2	0.0 0	4.3 2
繊維品卸売業	41.2 14	50.0 17	35.3 12	0.0 0	11.8 4	14.7 5	0.0 0	5.9 2	5.9 2
衣服卸売業	50.0 10	40.0 8	25.0 5	0.0 0	30.0 6	0.0 0	0.0 0	5.0 1	5.0 1
身の回り品卸売業	36.4 8	50.0 11	22.7 5	0.0 0	18.2 4	4.5 1	0.0 0	9.1 2	4.5 1
化学製品卸売業	25.0 1	75.0 3	0.0 0	0.0 0	0.0 0	50.0 2	0.0 0	0.0 0	0.0 0
鉱物・金属材料卸売業	13.5 5	73.0 27	54.1 20	8.1 3	2.7 1	21.6 8	2.7 1	0.0 0	0.0 0
機械器具卸売業	5.7 2	57.1 20	54.3 19	2.9 1	0.0 0	11.4 4	0.0 0	2.9 1	2.9 1
食料・飲料卸売業	25.0 1	75.0 3	50.0 2	0.0 0	0.0 0	25.0 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0
家具・建具・什器等卸売業	16.7 1	33.3 2	16.7 1	16.7 1	16.7 1	16.7 1	0.0 0	16.7 1	0.0 0
紙・文具卸売業	30.0 3	80.0 8	30.0 3	0.0 0	0.0 0	10.0 1	0.0 0	10.0 1	0.0 0
その他の卸売業	7.7 1	69.2 9	15.4 2	30.8 4	0.0 0	23.1 3	0.0 0	7.7 1	7.7 1
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
1～10人	26.9 28	51.9 54	39.4 41	2.9 3	6.7 7	7.7 8	1.9 2	6.7 7	5.8 6
11～50人	26.7 23	64.0 55	38.4 33	1.2 1	9.3 8	14.0 12	1.2 1	1.2 1	1.2 1
51～100人	27.8 5	61.1 11	38.9 7	5.6 1	5.6 1	16.7 3	0.0 0	5.6 1	0.0 0
101人以上	4.3 1	73.9 17	30.4 7	21.7 5	8.7 2	17.4 4	0.0 0	0.0 0	4.3 1
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
卸のみ	26.6 21	54.4 43	36.7 29	7.6 6	5.1 4	11.4 9	1.3 1	7.6 6	2.5 2
製造・卸	25.6 11	60.5 26	48.8 21	0.0 0	18.6 8	7.0 3	2.3 1	0.0 0	2.3 1
卸・小売	27.3 21	63.6 49	39.0 30	1.3 1	3.9 3	15.6 12	1.3 1	2.6 2	2.6 2
製造・卸・小売	15.4 4	65.4 17	26.9 7	11.5 3	11.5 3	11.5 3	0.0 0	3.8 1	0.0 0
その他	0.0 0	33.3 2	16.7 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	50.0 3
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
前売販売が主	26.1 6	60.9 14	21.7 5	4.3 1	13.0 3	8.7 2	0.0 0	4.3 1	4.3 1
ルートセールス・見本販売が主	30.4 41	60.7 82	40.0 54	4.4 6	8.9 12	11.9 16	2.2 3	5.2 7	0.7 1
どちらともいえない	13.7 10	56.2 41	39.7 29	4.1 3	4.1 3	12.3 9	0.0 0	1.4 1	8.2 6
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
全体	24.7 57	59.3 137	38.1 88	4.3 10	7.8 18	11.7 27	1.3 3	3.9 9	3.5 8

- ① 消費意欲の減退
- ② 原材料価格の高騰
- ③ 国内景気の低迷
- ④ 円高
- ⑤ 中国人民元高
- ⑥ 米国経済の低迷
- ⑦ 新興国の景気低迷
- ⑧ その他
- ⑨ 無回答

表一 問題に対しての対応策

(%, 回答数)

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
各種商品卸売業	58.7 27	34.8 16	23.9 11	21.7 10	2.2 1	21.7 10	8.7 4	0.0 0	4.3 2
繊維品卸売業	50.0 17	44.1 15	32.4 11	26.5 9	2.9 1	23.5 8	8.8 3	0.0 0	2.9 1
衣服卸売業	15.0 3	40.0 8	25.0 5	15.0 3	10.0 2	20.0 4	0.0 0	0.0 0	5.0 1
身の回り品卸売業	36.4 8	50.0 11	40.9 9	18.2 4	9.1 2	13.6 3	0.0 0	0.0 0	4.5 1
化学製品卸売業	50.0 2	0.0 0	0.0 0	50.0 2	0.0 0	0.0 0	25.0 1	0.0 0	0.0 0
鉱物・金属材料卸売業	73.0 27	32.4 12	13.5 5	8.1 3	2.7 1	24.3 9	10.8 4	0.0 0	0.0 0
機械器具卸売業	40.0 14	45.7 16	17.1 6	17.1 6	2.9 1	31.4 11	17.1 6	0.0 0	2.9 1
食料・飲料卸売業	25.0 1	75.0 3	0.0 0	25.0 1	0.0 0	0.0 0	25.0 1	0.0 0	0.0 0
家具・建具・什器等卸売業	16.7 1	33.3 2	0.0 0	16.7 1	0.0 0	16.7 1	0.0 0	16.7 1	0.0 0
紙・文具卸売業	60.0 6	20.0 2	30.0 3	20.0 2	0.0 0	20.0 2	0.0 0	0.0 0	0.0 0
その他の卸売業	38.5 5	38.5 5	30.8 4	23.1 3	15.4 2	15.4 2	7.7 1	0.0 0	7.7 1
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
1～10人	39.4 41	43.3 45	19.2 20	17.3 18	2.9 3	18.3 19	12.5 13	1.0 1	4.8 5
11～50人	55.8 48	36.0 31	20.9 18	23.3 20	5.8 5	20.9 18	7.0 6	0.0 0	1.2 1
51～100人	61.1 11	22.2 4	22.2 4	5.6 1	5.6 1	33.3 6	5.6 1	0.0 0	0.0 0
101人以上	47.8 11	43.5 10	52.2 12	21.7 5	4.3 1	30.4 7	0.0 0	0.0 0	4.3 1
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
卸のみ	54.4 43	36.7 29	19.0 15	13.9 11	6.3 5	24.1 19	5.1 4	0.0 0	1.3 1
製造・卸	44.2 19	46.5 20	27.9 12	23.3 10	2.3 1	23.3 10	7.0 3	0.0 0	2.3 1
卸・小売	44.2 34	39.0 30	22.1 17	19.5 15	1.3 1	20.8 16	16.9 13	1.3 1	2.6 2
製造・卸・小売	50.0 13	38.5 10	34.6 9	30.8 8	7.7 2	15.4 4	0.0 0	0.0 0	0.0 0
その他	33.3 2	16.7 1	16.7 1	0.0 0	16.7 1	16.7 1	0.0 0	0.0 0	50.0 3
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
前売販売が主	34.8 8	34.8 8	13.0 3	13.0 3	0.0 0	13.0 3	30.4 7	0.0 0	4.3 1
ルートセールス・見本販売が主	49.6 67	37.8 51	30.4 41	20.7 28	4.4 6	24.4 33	5.9 8	0.7 1	0.7 1
どちらともいえない	49.3 36	42.5 31	13.7 10	17.8 13	5.5 4	19.2 14	6.8 5	0.0 0	6.8 5
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
全体	48.1 111	39.0 90	23.4 54	19.0 44	4.3 10	21.6 50	8.7 20	0.4 1	3.0 7

- ① 販売価格への転嫁
- ② 自助努力
- ③ 高付加価値商品の投入
- ④ 仕入先と交渉
- ⑤ 仕入先の変更
- ⑥ 新しい販売先の開拓
- ⑦ とくに何もしていない
- ⑧ その他
- ⑨ 無回答

表－９ 今後の日本経済の見通し

(%、回答数)

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
各種商品卸売業	6.5 3	15.2 7	2.2 1	34.8 16	23.9 11	13.0 6	0.0 0	4.3 2
繊維品卸売業	23.5 8	11.8 4	0.0 0	44.1 15	14.7 5	2.9 1	0.0 0	2.9 1
衣服卸売業	0.0 0	15.0 3	0.0 0	50.0 10	10.0 2	15.0 3	0.0 0	10.0 2
身の回り品卸売業	4.5 1	18.2 4	0.0 0	50.0 11	22.7 5	4.5 1	0.0 0	0.0 0
化学製品卸売業	0.0 0	25.0 1	25.0 1	0.0 0	0.0 0	50.0 2	0.0 0	0.0 0
鉱物・金属材料卸売業	16.2 6	13.5 5	5.4 2	32.4 12	24.3 9	8.1 3	0.0 0	0.0 0
機械器具卸売業	8.6 3	14.3 5	5.7 2	34.3 12	28.6 10	5.7 2	0.0 0	2.9 1
食料・飲料卸売業	0.0 0	25.0 1	0.0 0	25.0 1	25.0 1	25.0 1	0.0 0	0.0 0
家具・建具・什器等卸売業	33.3 2	0.0 0	16.7 1	33.3 2	16.7 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0
紙・文具卸売業	0.0 0	20.0 2	0.0 0	20.0 2	30.0 3	20.0 2	0.0 0	10.0 1
その他の卸売業	30.8 4	0.0 0	0.0 0	30.8 4	7.7 1	15.4 2	7.7 1	7.7 1
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
1～10人	8.7 9	15.4 16	1.0 1	40.4 42	20.2 21	8.7 9	1.0 1	4.8 5
11～50人	10.5 9	15.1 13	5.8 5	33.7 29	18.6 16	12.8 11	0.0 0	3.5 3
51～100人	22.2 4	5.6 1	0.0 0	44.4 8	22.2 4	5.6 1	0.0 0	0.0 0
101人以上	21.7 5	8.7 2	4.3 1	26.1 6	30.4 7	8.7 2	0.0 0	0.0 0
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
卸のみ	11.4 9	11.4 9	3.8 3	34.2 27	25.3 20	12.7 10	0.0 0	1.3 1
製造・卸	4.7 2	9.3 4	2.3 1	51.2 22	18.6 8	4.7 2	2.3 1	7.0 3
卸・小売	10.4 8	19.5 15	3.9 3	37.7 29	19.5 15	7.8 6	0.0 0	1.3 1
製造・卸・小売	30.8 8	15.4 4	0.0 0	23.1 6	19.2 5	11.5 3	0.0 0	0.0 0
その他	0.0 0	0.0 0	0.0 0	16.7 1	0.0 0	33.3 2	0.0 0	50.0 3
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
前売販売が主	8.7 2	4.3 1	4.3 1	43.5 10	21.7 5	13.0 3	4.3 1	0.0 0
ルートセールス・見本販売が主	12.6 17	17.0 23	2.2 3	34.1 46	23.7 32	7.4 10	0.0 0	3.0 4
どちらともいえない	11.0 8	11.0 8	4.1 3	39.7 29	15.1 11	13.7 10	0.0 0	5.5 4
無回答	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
全体	11.7 27	13.9 32	3.0 7	36.8 85	20.8 48	10.0 23	0.4 1	3.5 8

- ① 日本経済は何とか持ち直す
- ② 米国経済の停滞によって変調
- ③ 新興国景気によって維持
- ④ 日本経済は停滞する
- ⑤ スタグフレーションの進行
- ⑥ わからない
- ⑦ その他
- ⑧ 無回答

平成20年10月発行

社団法人 大阪卸商連合会

〒541-0053 大阪市中央区本町1丁目4番5号
大阪産業創造館 12F

電話 (06) 6271-7456

FAX (06) 6261-5077