



業界レポート
飲食料品卸売業
産業分類コード52

あなたの会社の **e-審査部®**
リスクモンスター株式会社

市場概要

① 営業種目

農畜産物・水産物卸売業
食料・飲料卸売業

② 業界規模

68兆5130億円
上場企業数 24社
非上場企業数 44,757社

③ 業界サマリー

飲食料品卸売業とは、農畜産物、水産物と、食料品・飲料を扱う業者を指し、大きく2つに分類される。

① 農畜産物、水産物卸売業

米・麦卸売業、雑穀・豆類卸売業、野菜卸売業、果実卸売業、食肉卸売業、生鮮魚介卸売業、

② 食料・飲料卸売業

砂糖・味噌・しょう油卸売業、酒類卸売業、乾物卸売業、菓子・パン類卸売業、飲料卸売業、茶類飲料卸売業、牛乳・乳製品卸売業、その他の食料・飲料卸売業

（業界特徴）

- ・生活必需品を取り扱うことから、景気動向にあまり左右されない業種である。
- ・コンビニエンスストアや総合スーパーの台頭によって、販売先である既存小売店は減少傾向にある。
- ・大手小売店などは、流通チャネルの主導権を握るべく、サプライヤーから直接仕入を行うルートを開拓し、プライベート商品の開発に力を入れるなど、卸売業者の参入余地は減少している。
- ・インターネットを介した商取引、eコマースの普及によって、卸売業を経由しない「流通の中抜き」が進んでいる。

ビジネスモデル

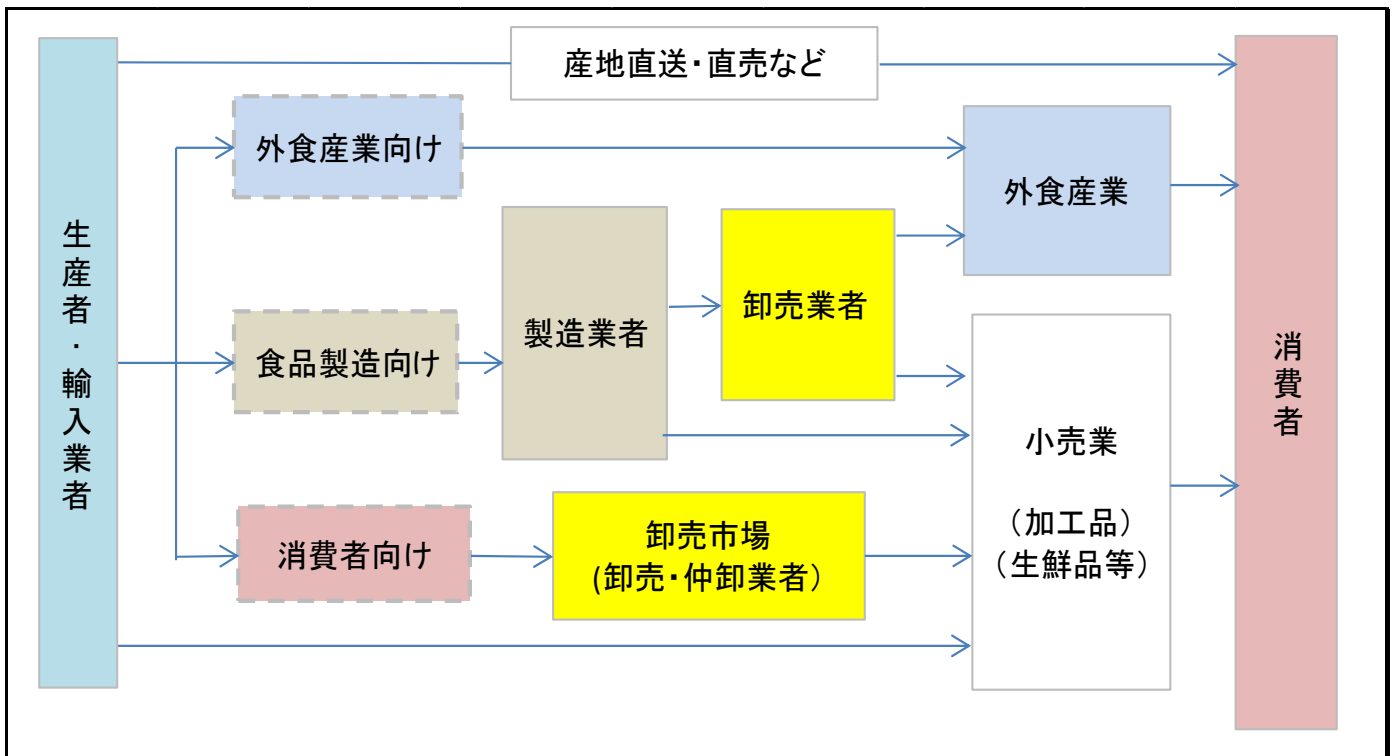
生産者が生産した食品は、外食産業向け、食品製造業者向け、直接消費者向けの主に3つの用途に分かれる。そして、それぞれ外食産業、食料品製造業、卸売市場・卸売業者、小売業者を介して消費者に届けられるサプライチェーンとなっている。

生産者が各チャネル向けに生産又は加工を施した食材を製造業者が商品化し、その商品の橋渡しの役割を果たしているのが食料品卸売業者である。食品における卸売業者は、一般的な卸売業者のほかに、生鮮食品(青果物・水産物など)を取扱う卸・仲卸で形成される「卸売市場」があるのも特徴である。

他の卸売業と比較して、取扱う商品カテゴリーが豊富で、取扱商品点数が多いため、専門の中小事業者が多い。また、多様化する流通のニーズへの対応、商品ラインの拡大などを目的として、中堅商社などが総合商社に系列化される傾向が進んでいる。

近年においては、生産者側のより高い利益要求と消費者側の安く高品質の食材を求める要求から、全国ブランド食材や生鮮品のインターネット販売、地域の直売所での販売など卸売業者を介さない販売方法が進んでいる。

食品産業の流通経路



農林水産省：食品産業に関する資料

業界動向

飲食料品卸売業の年間商品販売額は、1990年の108兆円をピークとして、販売数量の減少や単価の下落などにより、減少傾向で推移している。2013年の商品販売額は、ピーク時に比べて40%以上低下し、64兆円程度となっている。

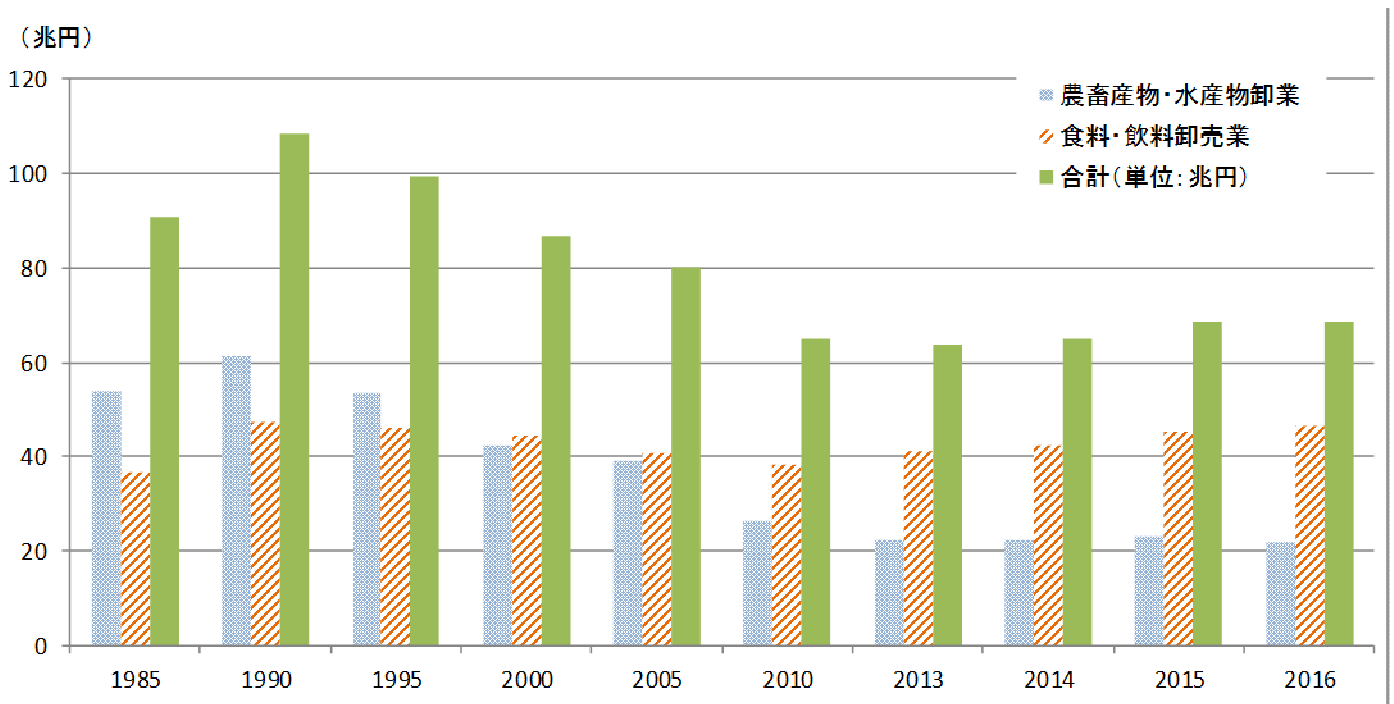
特に、農畜産物・水産物卸業については、1990年の61兆円をピークに減少が続き、2016年では22兆円と、ピーク時の3分の1程度まで縮小している。

一方、食料・飲料卸売業は1990年に47兆円まで拡大した後、2010年に38兆円まで減少したものの、翌年の東日本大震災の影響による備蓄需要の増加や、内食の増加などにより徐々に右肩上がりの傾向で推移している。

人口の減少に伴い、食料品の国内需要は減少傾向にある。主たる販売先の小売業者も減少傾向で推移しており、斯業界を取り巻く経営環境は厳しさが窺える。一般的な飲食料品卸売業においては、スーパーやコンビニエンスストアなどの流通チャネルの品揃えに 대응べく、合併や系列化などにより総合化を図り、情報化や物流の効率化に取り組み、多品目物流に対応している。

また、BSEや食品偽装、残留農薬などの不安から、生産や流通過程においても安全・安心の確保が求められており、生産・流通履歴をたどることを可能にするトレーサビリティシステムなどの整備も飲食料品卸売業の対応策として挙げられる。

飲・食料品卸売業の年間商品販売推移



経済産業省 商業動態統計より

財務指標分析

業界標準値 比較業界
卸売業(業種コード)、

(安全性分析)

卸売業全体と比較すると、自己資本比率や借入金依存度などの指標において、劣った水準である。食品産業は中小零細企業が多く、メーカー、卸売、小売、外食業者でも同様である。

食品を補完する倉庫や、配送用の輸送車両への設備投資需要が生じる。また、季節的な商品仕入れ資金として短期的に資金需要が生じることなどから、借入への依存度は低くない。

(効率性分析)

取引形態は掛け取引がほとんどであるものの、生鮮食料品など消費期間が短い食材なども取扱うことから、現金や短期間での支払いが行われることが通例(卸売市場など)である。そのため、売掛債権回転期間は、卸売業全体に比して短い傾向にある。需要予測に基づき商品を仕入れたものの、販売が予測を下回るような場合、滞留在庫となる可能性が高くなるため、棚卸資産回転期間が長期化している場合や、数値が大きく変動している場合は注意が必要である。

(収益性分析)

収益性については、他の卸売業と同様に、仕入品を低いマージンで販売するため、売上高総利益率は、卸売業全体と同様に10%台で、低い水準となっている。営業利益率は、他の卸売業の1.1%に対して、0.3%と半分以下の水準になっている。これは、消費・賞味期限など販売期間に制約がある商品を取扱う特性上、商品鮮度の安定化に伴う保管管理費や売れ残りなどの処分にかかる経費の発生が利益を圧縮していることが要因と推測される。

		飲食料品卸売業	卸売業
安全性	自己資本比率 (%)	25.3	31.4
	流動比率 (%)	127.6	142.3
	固定比率 (%)	131.2	108.8
	借入金依存度 (%)	44.3	29.5
資本効率	売掛債権回転期間 (ヵ月)	1.2	2.1
	棚卸資産回転期間 (ヵ月)	0.6	0.7
	総資本回転率 (回)	2.6	1.8
収益性	売上高総利益率 (%)	12.2	12.6
	売上高営業利益率 (%)	0.3	1.1
	売上高経常利益率 (%)	0.5	1.8

中小企業庁: 中小企業実態基本調査より

与信管理のポイント

飲食料品卸売業は、取扱商品が多岐に渡ることから、取扱商品やその構成比がどうなっているかを把握することが重要である。また、販売先が外食産業か、小売業者であるのか、また、それぞれ得意とするジャンルは何かによっても、商品を提供するエンドユーザーが変わるため、取扱い商品と共に販売先についても当然に把握すべきである。

流通段階におけるポジション(元卸、中間卸など)や支払条件、回収条件も確認すべきである。近年は、取引先の業態や取引上の力関係などによって、支払条件や回収条件の格差が大きくなる傾向にあるので、注意が必要である。

運転資金に関しては、他の卸売業と同様に、経常運転資金・増加運転資金が発生する。また、季節性が高い商品の取り扱いも多く、季節的な商品仕入れ資金の需要が発生する場合もある。

設備資金に関しては、配送車両の更新、倉庫の改装など維持的な需要があるほか、情報システムの構築や配送センターの設置といった新規の設備投資に取り組む場合も考えられる。

運転資金、設備資金を借り入れて賄った場合、事業計画通りに進まなければ、資金繰りの圧迫に繋がるため、事業計画に沿った活動かどうかを見極める必要がある。

飲食料品卸売業は中小零細企業が多いことから、大手商社による系列化が進んでいる。取引先が独立企業か系列企業か、系列企業であれば関係度を確認し、与信判断の材料とする。

また、危険な取引を推進しないよう注意が必要である。冷凍水産加工品を扱う場合、倉庫から商品を移動させずに取引が行われることが一般であるため、循環取引が生じやすい傾向にある。過去大手企業においても事例が報告されており、扱う商品の特性を把握し、危険な取引に巻き込まれないよう留意すべきである。

今後の動向として、少子高齢化や人口の減少など、消費の低迷が進む中で、効率化、販売網の拡大化のために、系列化による川上～川下までのバリューチェーン構築など、業界の再編は加速されると予測される。

参考資料

中小企業庁：中小企業実態基本調査

農林水産省：食品産業に関する資料

経済産業省：商業動態統計

総務省統計局 平成26年経済センサス

業種別審査事典(2016年版:きんざい)

免責事項

リスクモンスター株式会社(以下、当社)は当コンテンツに掲載されている情報の正確性について万全を期しておりますが、当社は利用者が当コンテンツの情報をを用いて行う一切の行為について何ら責任を負うものではありません。