

4 乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業

乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の経営指標

乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の経営指標は、効率性と生産性の指標と固定比率で、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。

乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の経営優良モデル

乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業における大企業優良モデルでは、売上高総利益率と総資産回転率、流動比率、固定長期適合比率、自己資本比率を除く、すべての指標で乾物・缶詰・瓶詰食品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では、収益性と安全性の指標は概ね乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業全体の平均を上回っているが、効率性と生産性の指標はいずれも平均を下回っている。

表2-4-1 乾物・缶詰・瓶詰食品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)	264			1,566
収益性				
売上高総利益率 (%)	7.3	6.3	8.5	11.2
売上高営業利益率 (%)	0.7	0.9	0.7	0.9
売上高経常利益率 (%)	0.8	1.0	1.2	1.1
総資本営業利益率 (%)	1.9	2.5	2.0	2.6
効率性				
総資産回転率 (回)	2.8	2.7	2.7	2.7
固定資産回転率 (回)	10.5	11.2	9.6	8.0
棚卸資産回転率 (回)	36.6	49.8	28.2	30.1
安全性				
流動比率 (%)	101.6	99.2	117.4	108.2
当座比率 (%)	79.2	80.1	82.2	81.1
固定比率 (%)	123.8	115.6	96.0	127.6
固定長期適合率 (%)	95.7	102.6	72.7	86.9
自己資本比率 (%)	21.5	21.1	29.5	26.3
生産性				
一人当たり売上高 (千円)	319,160	541,954	274,438	177,995
一人当たり営業利益 (千円)	2,155	4,892	1,982	1,688
一人当たり付加価値 (千円)	23,321	34,384	23,282	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。

注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。

乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の経営指標の推移

2000年度以降、乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業では、生産性の全指標と棚卸資産回転率、自己資本比率は上昇傾向にあり、固定比率は低下傾向にあるが、それを除く指標では、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。また上昇もしくは下降傾向にある指標以外のものは、2000年度と比較し、2005年度の指標はいずれも低くなっている。

表2-4-2 乾物・缶詰・瓶詰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)	318	314	272	264
収益性				
売上高総利益率 (%)	7.8	7.7	7.3	7.3
売上高営業利益率 (%)	0.8	0.7	0.7	0.7
売上高経常利益率 (%)	0.9	0.8	0.8	0.8
総資本営業利益率 (%)	2.3	2.0	1.9	1.9
効率性				
総資産回転率 (回)	2.9	2.9	2.9	2.8
固定資産回転率 (回)	12.3	10.8	10.9	10.5
棚卸資産回転率 (回)	34.4	34.8	36.1	36.6
安全性				
流動比率 (%)	101.7	101.4	100.6	101.6
当座比率 (%)	80.3	79.1	78.3	79.2
固定比率 (%)	132.4	130.7	129.3	123.8
固定長期適合率 (%)	94.8	96.4	98.3	95.7
自己資本比率 (%)	18.1	20.3	20.6	21.5
生産性				
一人当たり売上高 (千円)	236,737	268,527	293,920	319,160
一人当たり営業利益 (千円)	1,820	1,853	1,962	2,155
一人当たり付加価値 (千円)	18,503	20,751	21,498	23,321
欠損企業				
欠損企業数 (社)	45.0	52.0	51.0	39.0
欠損企業数割合 (%)	14.2	16.6	18.8	14.8

图2-4-1 売上高総利益率

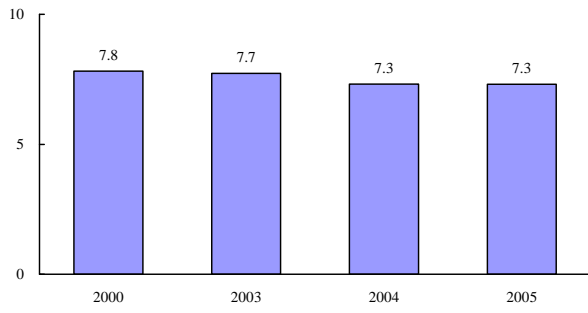


图2-4-2 売上高営業利益率

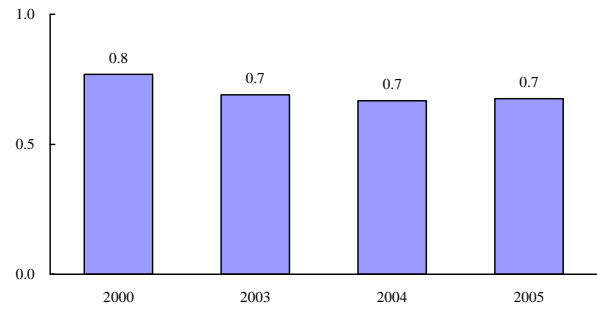


图2-4-3 売上高経常利益率

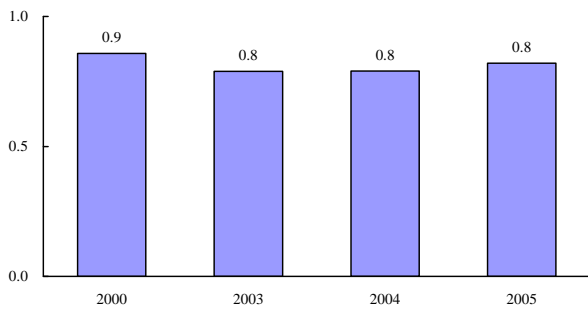


图2-4-4 総資本営業利益率

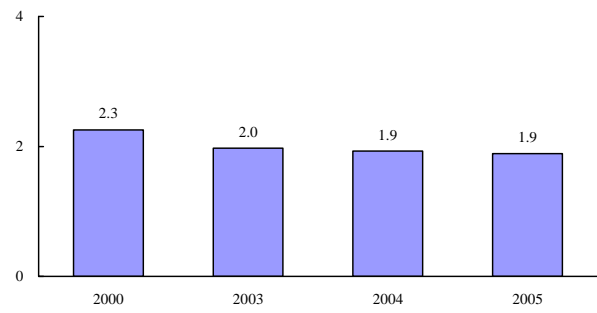


图2-4-5 流動比率

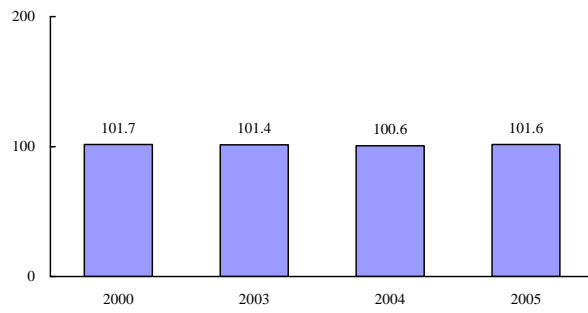


图2-4-6 当座比率

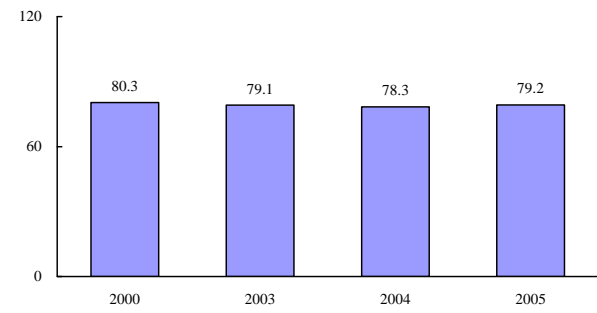


图2-4-7 固定比率

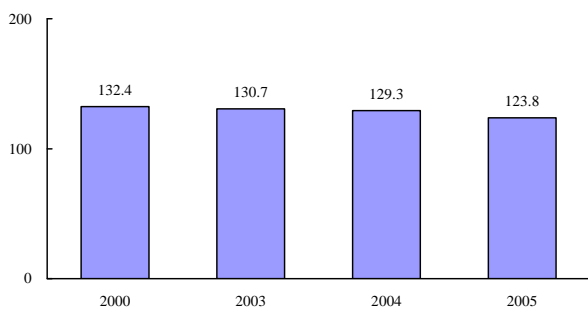
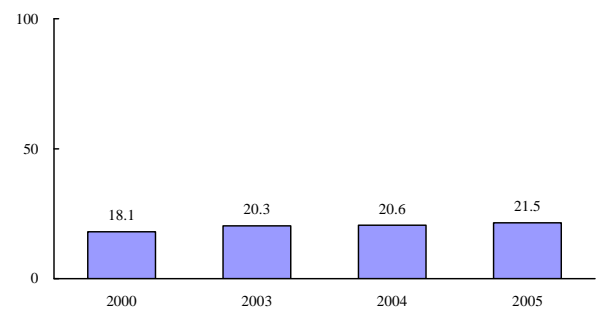


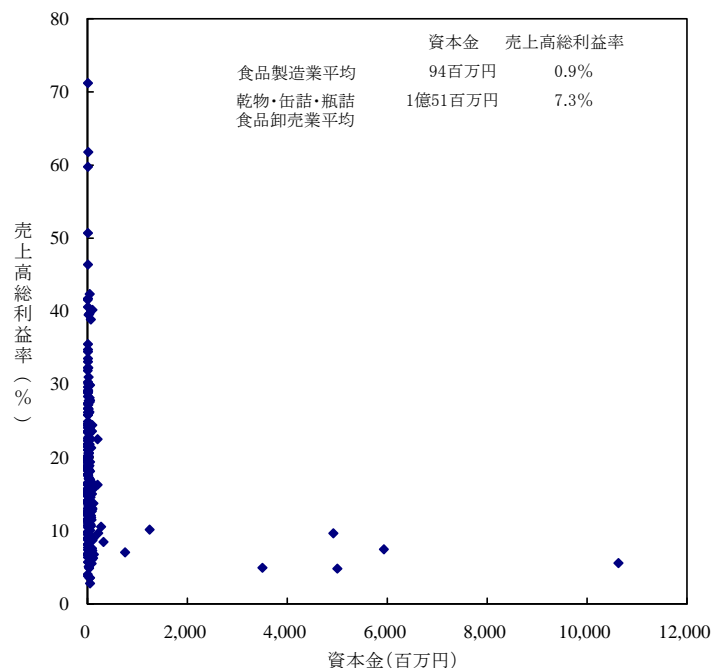
图2-4-8 自己資本比率



乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の売上高総利益率と売上高営業利益率

乾物・缶詰・瓶詰食品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2-4-9 乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業各社の資本金規模と売上高総利益率（2005年度）



乾物・缶詰・瓶詰食品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2-4-10 乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業各社の資本金規模と売上高営業利益率（2005年度）

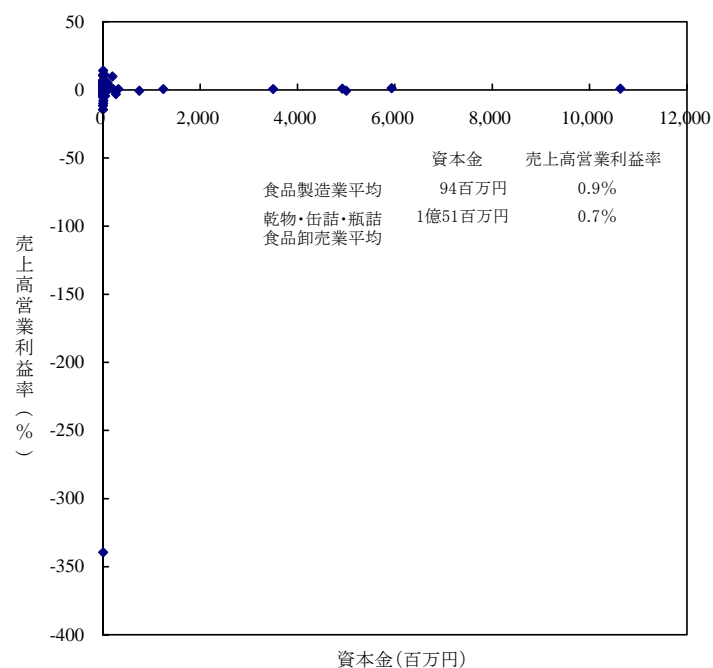


図2-4-11 一人当たり売上高

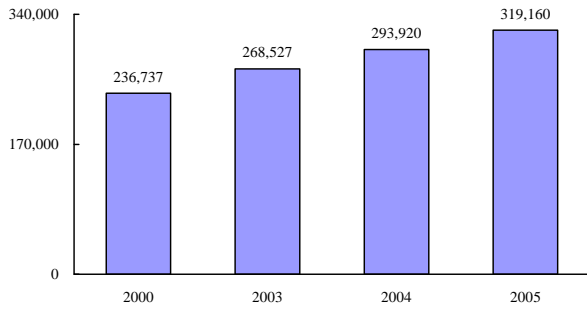


図2-4-12 一人当たり営業利益

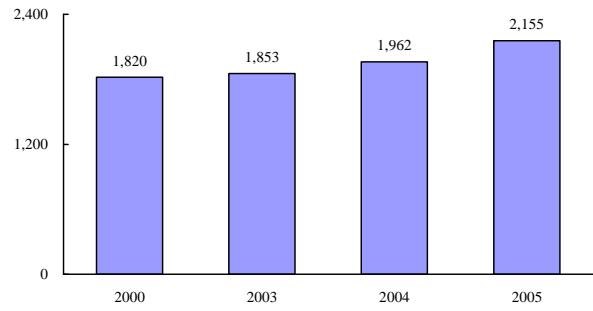


図2-4-13 一人当たり付加価値

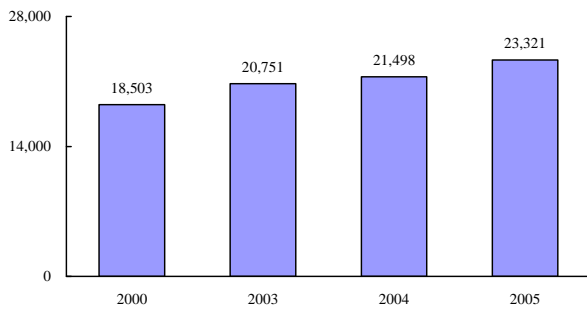


図2-4-14 売上高売上原価率

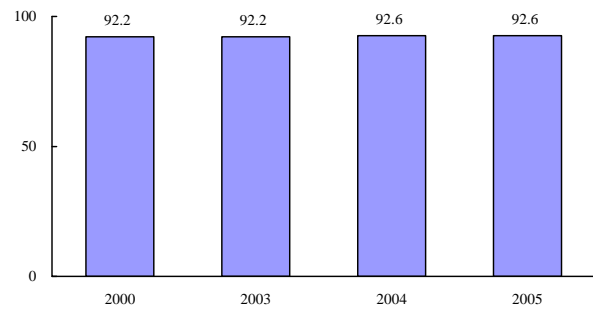


図2-4-15 売上高製造原価率

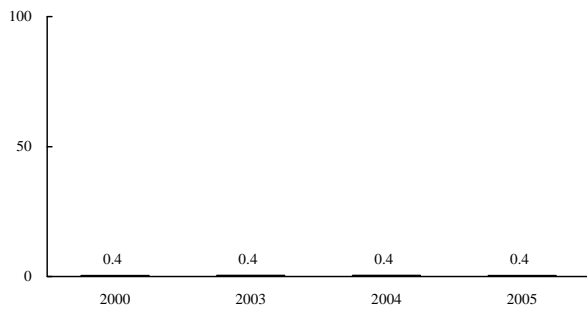


図2-4-16 売上高販管費率

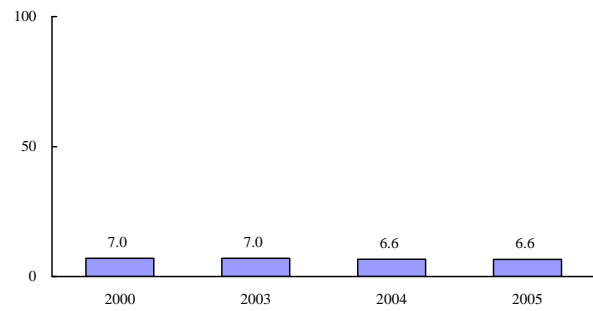


図2-4-17 売上高広告宣伝費率

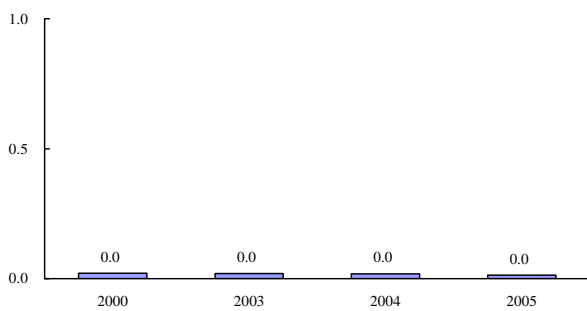


図2-4-18 売上高販売促進費率

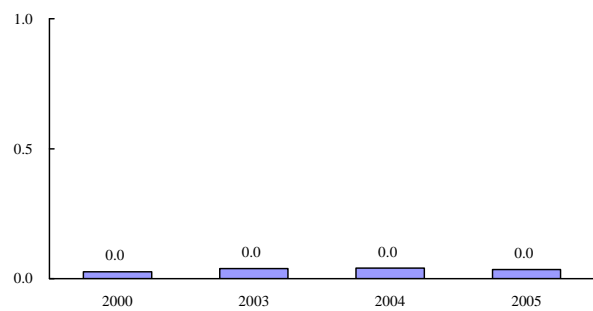


図2-4-19 売上高荷造運賃費率

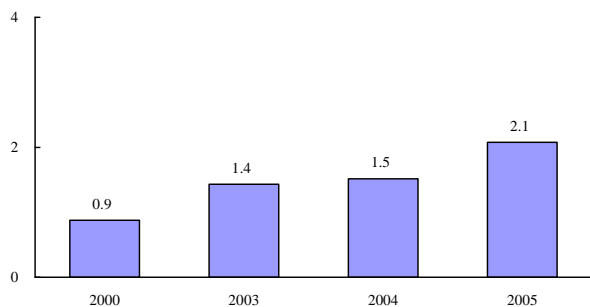


図2-4-20 売上高人件費率

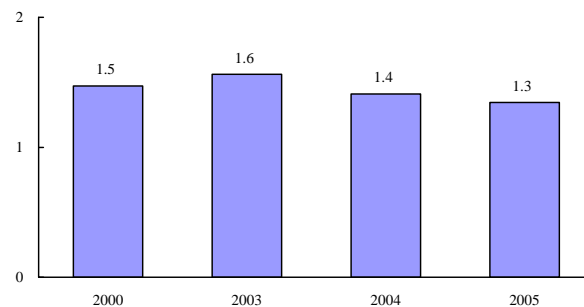


図2-4-21 売上高研究開発費率

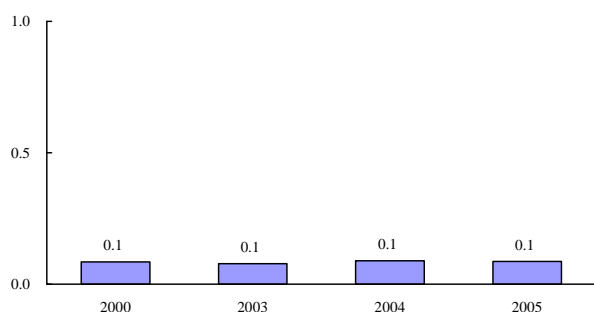


図2-4-22 資本金規模別にみた乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の企業数構成比の推移

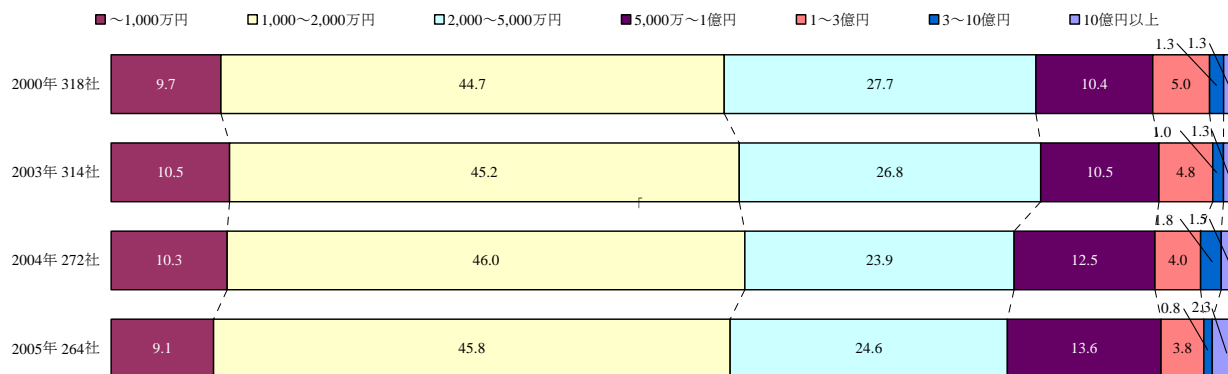


図2-4-23 資本金規模別にみた乾物・缶詰・瓶詰食品卸売業の売上高構成比の推移

