

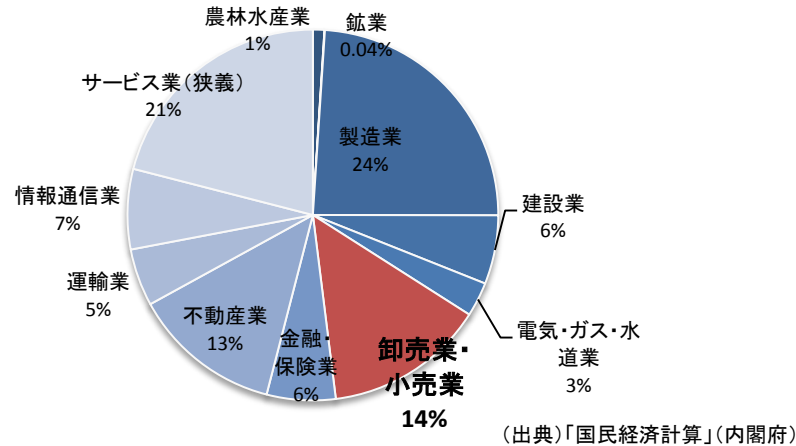
# 小売業・卸売業の 活性化・生産性向上について

平成26年11月14日  
経済産業省

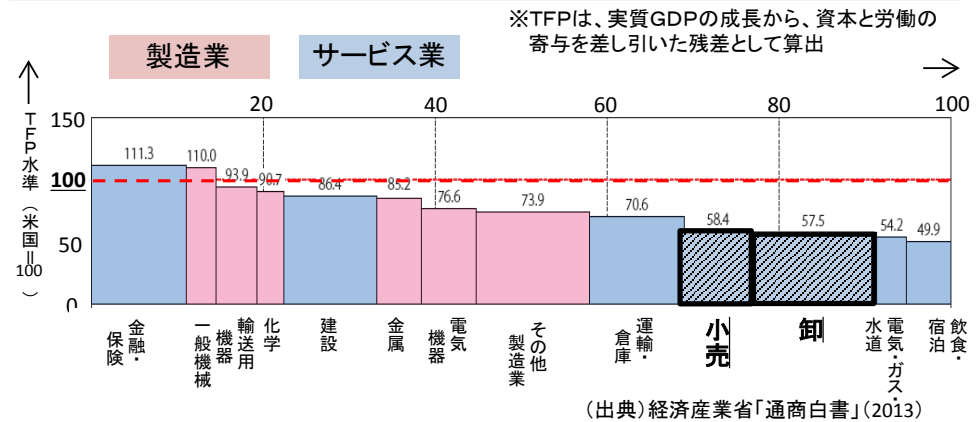
# 小売業・卸売業の現状

- 小売業・卸売業は、GDP比で約14%を占めており、サービス業の中でも高い比率を有している。
- 中小企業がほとんどを占めており(99.6%)、個人経営の比率(35.5%)も製造業と比較すると高い。
- 生産性の水準(TFP、労働生産性)は、米国と比べて低く、日本の産業別でも劣っている。

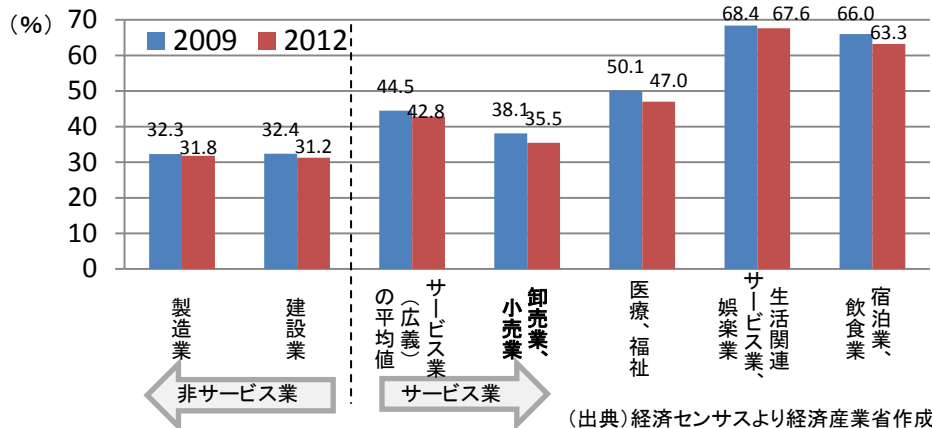
各業種のGDPに占める割合(2012)



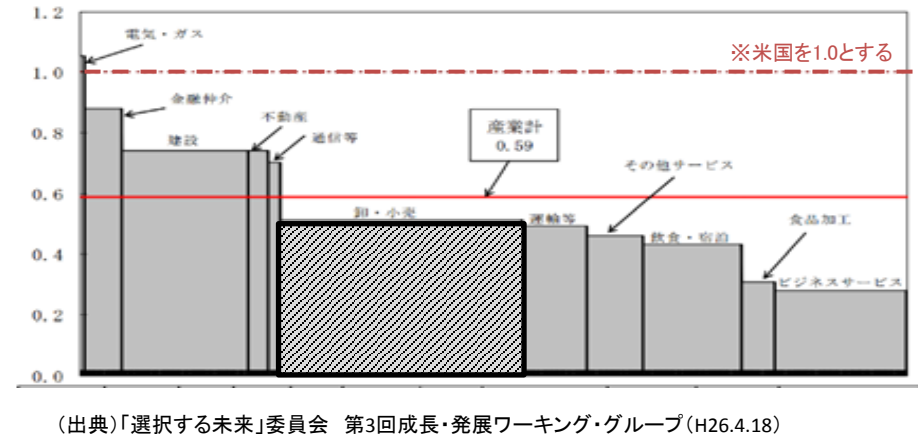
産業別TFP水準の日米比較(2003-07年)



個人経営の比率



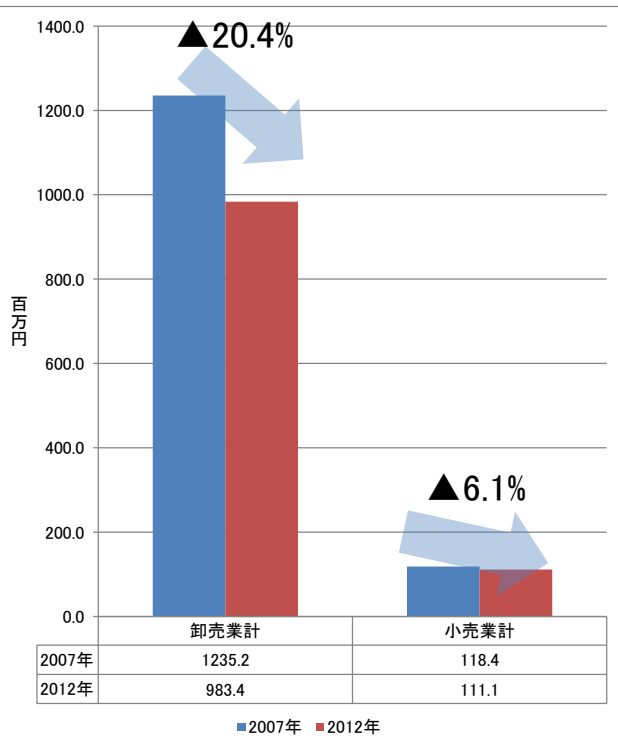
産業別労働生産性の日米比較(2000-04年)



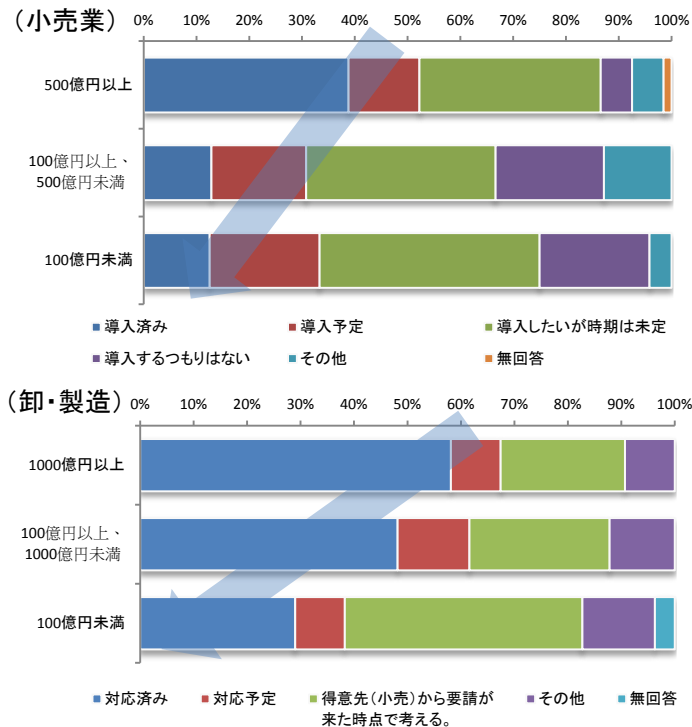
# 小売業・卸売業が抱える課題

- 少子高齢化や人口減に伴う需要減少により売上高は低迷。他方、事業所の集約は進んでいないため、事業所数あたりの販売額は減少。
- IT(流通BMS)の導入状況をみると、企業規模が小さくなるほど導入率は低下。
- 非効率な商慣習等の理由により、多くの返品が発生するなどムダが存在。

### 事業所あたりの販売額推移

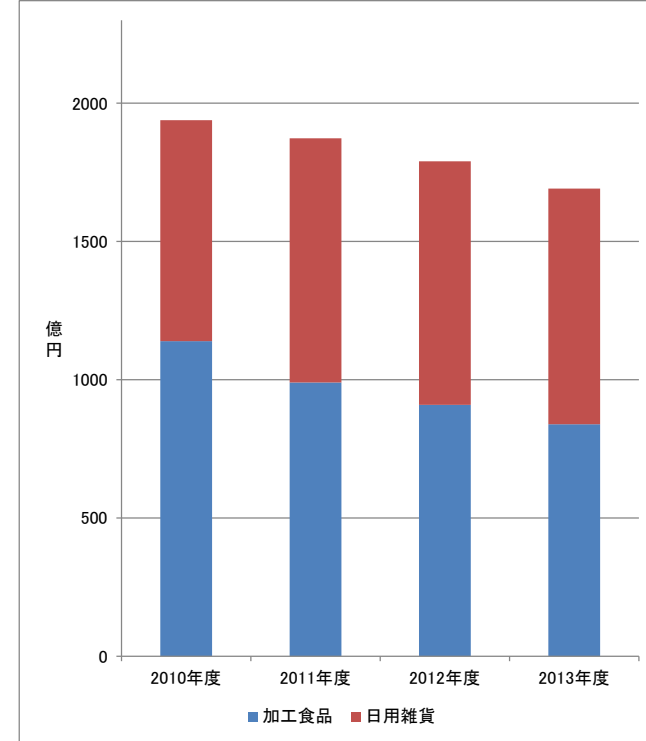


### 流通BMSの導入率



※流通BMSとは、流通事業者(メーカー、卸、小売)間のやりとりで用いられる取引データの標準仕様のこと。  
 ※流通BMSを用いたITシステムを導入する事により、発注、出荷、受領、検品、請求などのデータを高速かつ低コストで交換することが可能となる。

### 返品額の推計(加工食品・日用雑貨)



(出典)2013年度製・配・販連携協議会 第1WG報告書

(出典)平成24年経済センサスより経済産業省算出

(出典)流通システム標準普及推進協議会 2013年度流通BMS導入実態調査

# 小売業・卸売業の活性化・生産性向上に向けた政策の方向性

- 小売業・卸売業の活性化・生産性の向上に向け、需要面（需要の創出による付加価値額増）と供給面（業務効率化の推進）の両面から取り組む。

## 需要面（需要の創出による付加価値額増）

### ①地域の新規需要の創出

創業間もない中小企業の官公需への参入促進と、「ふるさと名物」をテコに消費者嗜好を捉えた商品開発・販路開拓により地域の需要を創生する。【関連法案を臨時国会に提出】

### ②外国人需要の取り込み

消費税免税手続きを第三者に委託する制度の創設による地方における免税店の更なる拡大などを通じて、外国人旅行者の需要を取り込む。【平成27年度税制改正要望】

### ③既存顧客の需要拡大

顧客データを始めとするビッグデータ等の活用に向けた環境整備を進めることで、地域の企業が連携して、顧客ニーズを踏まえた商品開発や多様なチャネルでの販売を行う。

### ④コンパクトシティの推進

地方都市において、人を惹きつける魅力があり、波及効果の高い民間プロジェクトを重点支援することで、都市機能を集約させ、地域経済活力の向上を図る。

## 供給面（業務効率化の推進）

### ①最新技術の活用による業務効率化

ITを活用したデータに基づく自動受発注システムや、ロボット技術を活用した物流センターでの自動仕分けなど、最新技術を活用して業務効率化を実現する。

流通業界と金融機関を繋ぐシステムにおいて、付加できる情報を大幅に拡大することで、入金時における確認作業の削減を実現する。

### ②非効率な商慣習の見直し

メーカー（製）、卸（配）、小売（販）の主要企業が参加する「製・配・販連携協議会」において、効率化・透明化に繋がる商慣習の見直しに取り組み、その成果の普及・展開を図る。

（これまでの取組）

- ・小売店舗への納品期限（「1/3ルール」）の見直し
- ・賞味期間の長い商品の賞味期限の年月表示化

### ③標準化の推進

標準化された物流資材やデータ形式などの更なる普及促進を目指す。

これらの取組の推進により、中長期的に**労働生産性の2%向上の実現**を目指す。