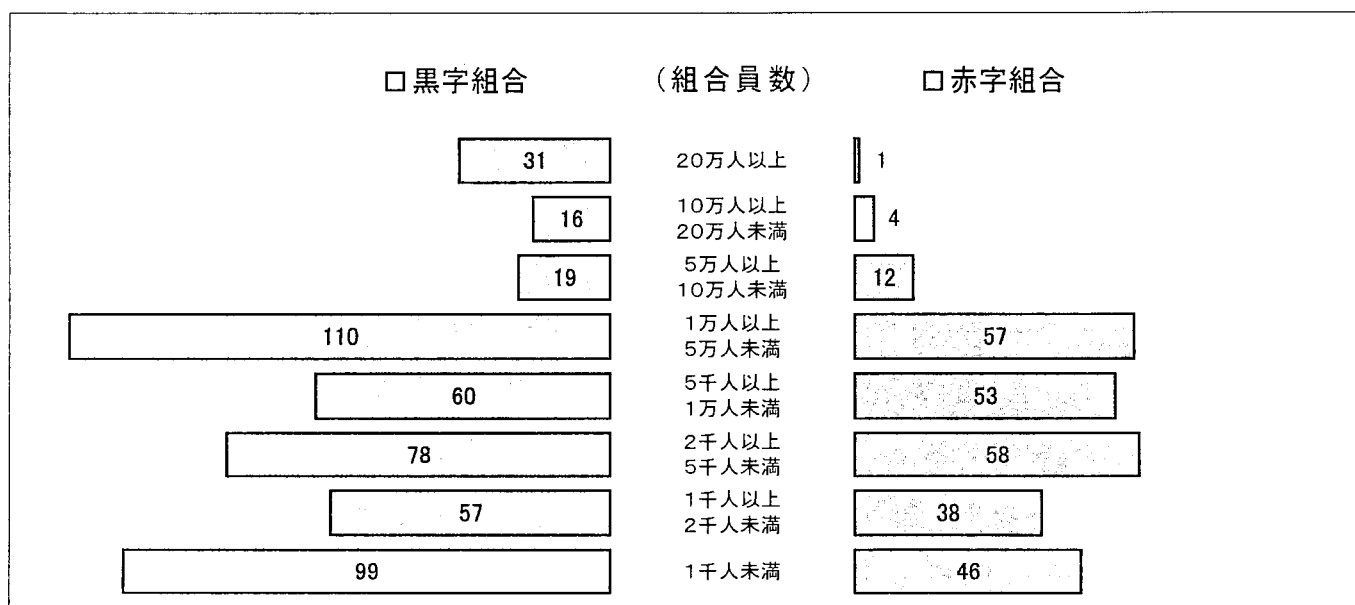


②累積黒字及び赤字別組合数

- 購買事業を行う生協について、累積黒字・赤字別組合数を組合員数規模別にみると、単年度でみた場合と比べて、赤字組合の数が増加する。
- 地域・職域別にみた場合、いずれにおいても、全体で見た場合と同様に赤字組合が増加する。

ア. 購買生協全体



	1千人未満	1千人以上 2千人未満	2千人以上 5千人未満	5千人以上 1万人未満	1万人以上 5万人未満	5万人以上 10万人未満	10万人以上 20万人未満	20万人以上	合計
黒字組合	99	57	78	60	110	19	16	31	470 (63.6%)
赤字組合	46	38	58	53	57	12	4	1	269 (36.4%)
合計	145	95	136	113	167	31	20	32	739 (100.0%)

(注) 連合会を除く

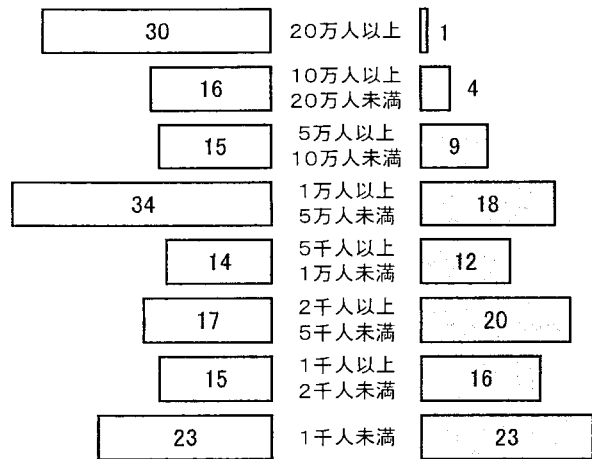
資料 厚生労働省「消費生活協同組合(連合会)実態調査結果表」

イ. 地域・職域別

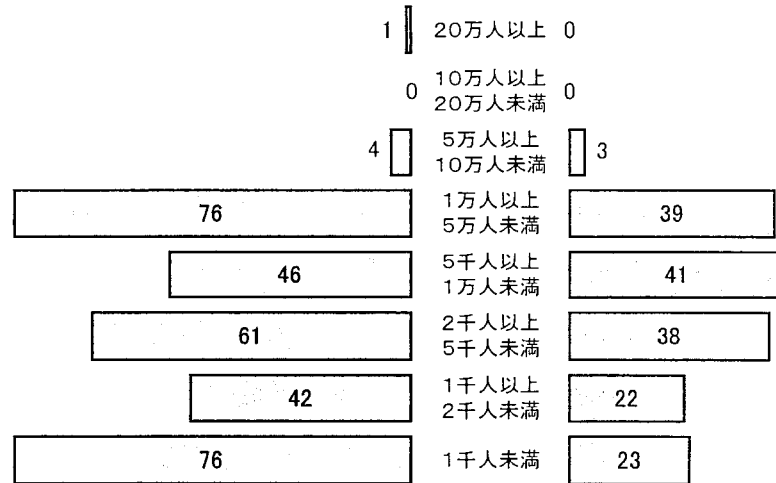
地 域

職 域

□ 黒字組合 (組合員数) □ 赤字組合



□ 黒字組合 (組合員数) □ 赤字組合



		1千人未満	1千人以上 2千人未満	2千人以上 5千人未満	5千人以上 1万人未満	1万人以上 5万人未満	5万人以上 10万人未満	10万人以上 20万人未満	20万人以上	合計
地域	黒字組合	23	15	17	14	34	15	16	30	164 (61.4%)
	赤字組合	23	16	20	12	18	9	4	1	103 (38.6%)
	(地域計)	46	31	37	26	52	24	20	31	267 (100.0%)
職域	黒字組合	76	42	61	46	76	4	0	1	306 (64.8%)
	赤字組合	23	22	38	41	39	3	0	0	166 (35.2%)
	(職域計)	99	64	99	87	115	7	0	1	472 (100.0%)
合計		145	95	136	113	167	31	20	32	739

(注) 連合会を除く

資料 厚生労働省「消費生活協同組合(連合会)実態調査結果表」

(5) 店舗事業と共同購入事業の比較

- 生協の店舗事業と共同購入事業(班配送・個別配送)を比較すると、供給高において共同購入事業が店舗事業を上回るなど、共同購入事業のウェイトが高くなっている。
- しかし、店舗事業の供給高は依然として全体の39%を占めるなど、そのウェイトは依然大きい。

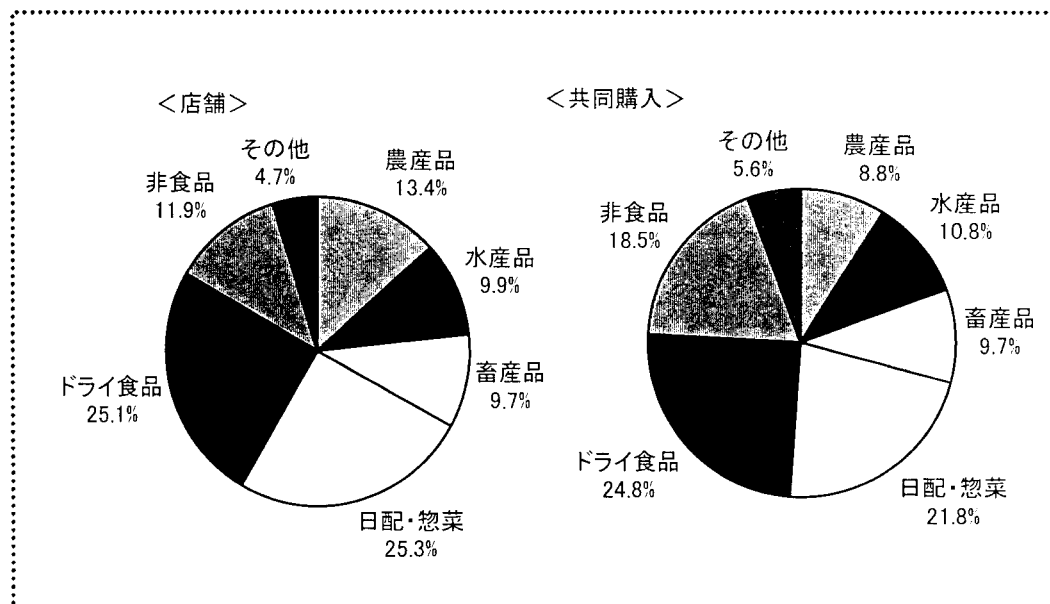
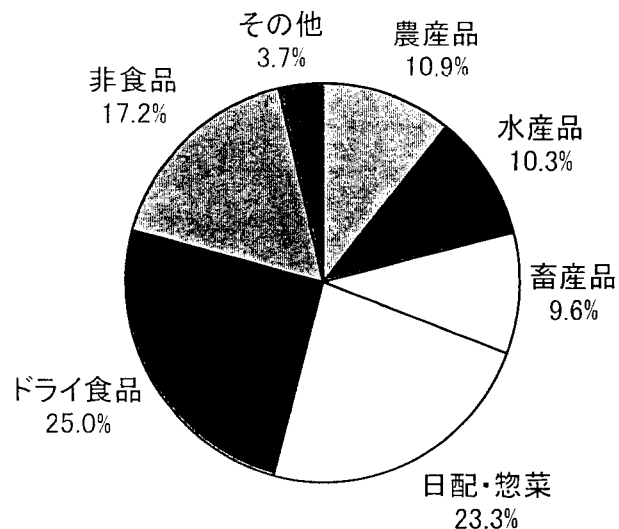
	単位	全体	うち店舗	うち共同購入
生協数		155	91	137
供給高	億円	25,921	10,165 (39.2%)	14,434 (55.7%)
従業員数	人	75,394	36,949	27,017
うち正規職員数	人	27,526	6,370	12,889
人件費	億円	2,861	1,077	1,184
物件費	億円	3,520	1,138	1,544
人件費／供給高	%	11.0	10.6	8.2
物件費／供給高	%	13.6	11.2	10.7
従業員一人当たり月供給高(総事業高)	万円	287.1	228.7	441.6

(注)対象は、日本生活協同組合連合会会員の地域生協の155組合
資料 日本生活協同組合連合会「生協の経営統計」(平成16年度)

(6) 地域生協の取扱商品の構成(平成16年度)

○ 地域生協の取扱商品は、食品が約8割(79.4%)を占めており、生鮮・日配食品の占める割合は5割強(54.1%)となっている。

<地域生協全体>



(上段:百万円、下段:%)

		合計									
		食品							ドライ食品	非食品	その他
		生鮮・日配食品									
			農産品	水産品	畜産品	日配・惣菜					
地域生協 全体	供給高	2,374,895	1,878,517	1,284,470	259,077	243,772	227,717	553,904	594,047	408,647	87,731
	構成比	100.0	79.1	54.1	10.9	10.3	9.6	23.3	25.0	17.2	3.7
店舗	供給高	968,978	807,840	564,159	129,965	95,587	93,937	244,670	243,681	115,623	45,514
	構成比	100.0	83.4	58.2	13.4	9.9	9.7	25.3	25.1	11.9	4.7
共同購入	供給高	1,279,845	970,832	653,942	112,418	137,903	124,437	279,184	316,890	236,762	72,251
	構成比	100.0	75.9	51.1	8.8	10.8	9.7	21.8	24.8	18.5	5.6

(注) 対象は日本生活協同組合連合会会員の地域生協155組合。店舗・共同購入別のデータは地域生協74生協の数値による。
「日配食品」…牛乳・パン・漬物・卵など、毎日配送を必要とする商品で、生鮮食品(農・水・畜産品)以外で鮮度管理を必要とする商品。
「ドライ食品」…缶詰・菓子・調味料・乾物・調味料などの一般食品。

資料 日本生活協同組合連合会「生協の経営統計」

(7) 福祉事業の兼業状況別経常剰余率(生協全体、購買(店舗+共同購入)、共済) (平成16年度)

- 日本生活協同組合連合会の会員の福祉事業を実施している生協のうち、購買事業、福祉事業、共済事業をすべて行っている生協の事業別経常剰余率についてみると、共同購入事業や共済事業はプラスであるのに対して、店舗事業や福祉事業は概ねマイナスになっている。
- 購買事業と福祉事業を行っている生協についてみると、店舗事業は概ねマイナスであるが、購買事業、福祉事業、共済事業のすべてを行っている場合に比べて福祉事業のマイナスは少なくなる。
- 共同購入事業と福祉事業だけに取り組んでいる生協については、福祉事業の経常剰余率がマイナスである生協は2組合のみとなっている。

(金額単位：万円)

	生協全体		購買(店舗+共同購入)						福祉事業		共済		
	経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額	店舗		共同購入		経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額	
					経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額					
グループ① (店舗+共同購入+福祉+共済)	A生協	3.4%	173,798	8.4%	389,507	▲4.5%	▲32,024	10.8%	421,531	▲11.8%	▲3,613	34.5%	44,343
	B生協	2.8%	98,522	1.3%	45,649	▲4.8%	▲20,609	2.2%	66,258	▲22.8%	▲2,443	54.7%	48,109
	C生協	2.5%	44,047	2.2%	37,412	▲3.3%	▲16,344	4.5%	53,756	▲10.4%	▲1,628	13.4%	4,569
	D生協	2.3%	195,463	1.6%	127,651	▲4.8%	▲63,991	2.8%	191,642	▲21.3%	▲7,106	41.4%	76,186
	E生協	2.1%	90,519	1.6%	68,171	▲6.1%	▲31,929	2.7%	100,100	▲51.4%	▲7,566	36.3%	43,375
	F生協	2.0%	67,809	0.5%	16,198	▲7.8%	▲46,179	2.3%	62,377	▲46.3%	▲2,323	37.1%	32,002
	G生協	1.7%	93,198	1.2%	57,324	▲3%	▲36,011	2.5%	93,335	▲67.6%	▲10,345	32.6%	38,878
	H生協	1.6%	88,986	1.2%	65,357	▲10.5%	▲19,051	1.7%	84,408	▲11.0%	▲6,027	40.9%	30,875
	I生協	1.6%	170,782	1.2%	119,950	▲1.2%	▲51,941	2.9%	171,891	▲13.2%	▲1,141	41.7%	94,046
	J生協	1.5%	46,844	1.0%	28,251	0.5%	9,056	1.6%	19,195	▲11.4%	▲1,510	33.2%	18,842
	K生協	1.5%	236,467	1.5%	228,453	0.0%	2,397	2.6%	226,056	▲796.1%	▲1,613	37.9%	63,072
	L生協	1.5%	37,715	1.6%	39,257	▲4.1%	▲25,536	3.7%	64,793	9.3%	2,353	33.7%	19,600
	M生協	1.2%	58,071	0.1%	5,602	▲4.5%	▲45,851	1.5%	51,453	1.1%	710	29.1%	40,422
	N生協	1.1%	314,968	▲1.8%	▲481,841	▲3.5%	▲669,540	2.4%	187,699	▲0.3%	▲281	36.4%	184,946
	O生協	1.1%	107,322	0.5%	50,426	▲0.5%	▲37,374	3.7%	87,800	21.4%	827	18.8%	27,673
	P生協	1.0%	64,689	0.3%	17,815	▲3.6%	▲89,019	2.9%	106,834	▲21.4%	▲5,772	37.7%	50,037
	Q生協	0.9%	22,405	▲0.0%	▲440	▲2.8%	▲13,422	0.6%	12,982	▲20.5%	▲1,883	34.3%	22,474
	R生協	0.8%	40,590	0.3%	11,503	▲3.9%	▲63,010	2.6%	74,513	▲1.1%	▲83	10.5%	9,215
	S生協	0.7%	101,480	▲0.0%	▲5,420	▲2.3%	▲201,477	3.8%	196,057	▲5.5%	▲3,504	35.2%	148,299
	T生協	0.7%	26,129	▲0.1%	▲3,634	▲8.4%	▲75,138	2.6%	71,504	▲0.8%	▲453	35.8%	38,303
U生協	0.6%	21,536	1.2%	41,630	▲3.0%	▲39,493	3.9%	81,123	▲14.0%	▲979	22.8%	16,585	
小計	1.4%	2,101,340	0.6%	858,821	▲2.6%	▲1,566,486	3.0%	2,425,307	▲9.7%	▲54,380	34.8%	1,051,851	

		生協全体		購買（店舗+共同購入）						福祉事業	
				店舗		共同購入					
		経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額	経常剰余率	経常剰余額
グループ② （店舗+共同購入+福祉）	V生協	1.3%	5,857	1.4%	5,968	▲3.5%	▲1,243	1.8%	7,211	▲1.2%	▲219
	W生協	1.1%	10,496	1.4%	12,722	▲3.5%	▲1,971	1.7%	14,693	5.6%	1,311
	X生協	1.0%	4,831	▲3.6%	▲16,132	24.3%	7,501	▲5.6%	▲23,633	11.6%	2,923
	Y生協	0.8%	23,894	0.4%	11,631	▲1.5%	▲18,856	1.9%	30,487	▲6.6%	▲627
	Z生協	0.6%	10,466	0.6%	10,556	▲6.3%	▲5,248	1.0%	15,804	9.4%	330
	AA生協	0.4%	4,523	▲0.1%	▲1,086	▲16.8%	▲9,180	0.8%	8,094	▲48.9%	▲1,105
	AB生協	0.2%	727	▲0.2%	▲669	▲4.8%	▲531	▲0.0%	▲138	5.2%	360
	AC生協	0.1%	1,543	0.0%	244	▲5.4%	▲17,889	1.7%	18,133	▲4.1%	▲3,578
	AD生協	0.1%	1,450	▲0.6%	▲12,235	▲1.5%	▲22,350	1.7%	10,115	1.1%	65
	AE生協	▲0.0%	▲422	▲1.2%	▲19,217	▲2.4%	▲13,733	▲0.6%	▲5,484	▲93.9%	▲1,590
	小計	0.5%	63,365	▲0.1%	▲8,218	▲2.2%	▲83,500	0.9%	75,282	▲1.2%	▲2,130
グループ③ （共同購入+福祉）	AF生協	3.2%	41,414	2.9%	35,325			2.9%	35,325	2.5%	226
	AG生協	2.3%	11,952	2.4%	12,410			2.4%	12,410	▲33.9%	▲3,025
	AH生協	1.7%	678	▲4.4%	▲1,110			▲4.4%	▲1,110	12.3%	1,788
	AI生協	1.6%	49,283	1.8%	53,803			1.8%	53,803	▲23.9%	▲4,521
	AJ生協	1.3%	1,894	1.2%	1,643			1.2%	1,643		
	AK生協	1.1%	789	▲9.4%	▲2,458			▲9.4%	▲2,458	7.4%	3,249
	AL生協	1.1%	9,014	1.0%	8,112			1.0%	8,112	7.8%	902
	AM生協	0.8%	1,102	0.5%	662			0.5%	662	4.3%	437
	AN生協	▲0.6%	▲1,492	▲0.7%	▲1,618			▲0.7%	▲1,618	2.8%	126
	AO生協	▲0.7%	▲2,585								
小計	1.7%	112,049	1.7%	106,769			1.7%	106,769	0.8%	▲818	
④ （福祉）	AP生協	4.1%	270							4.1%	270

資料 日本生活協同組合連合会「生協の経営統計」

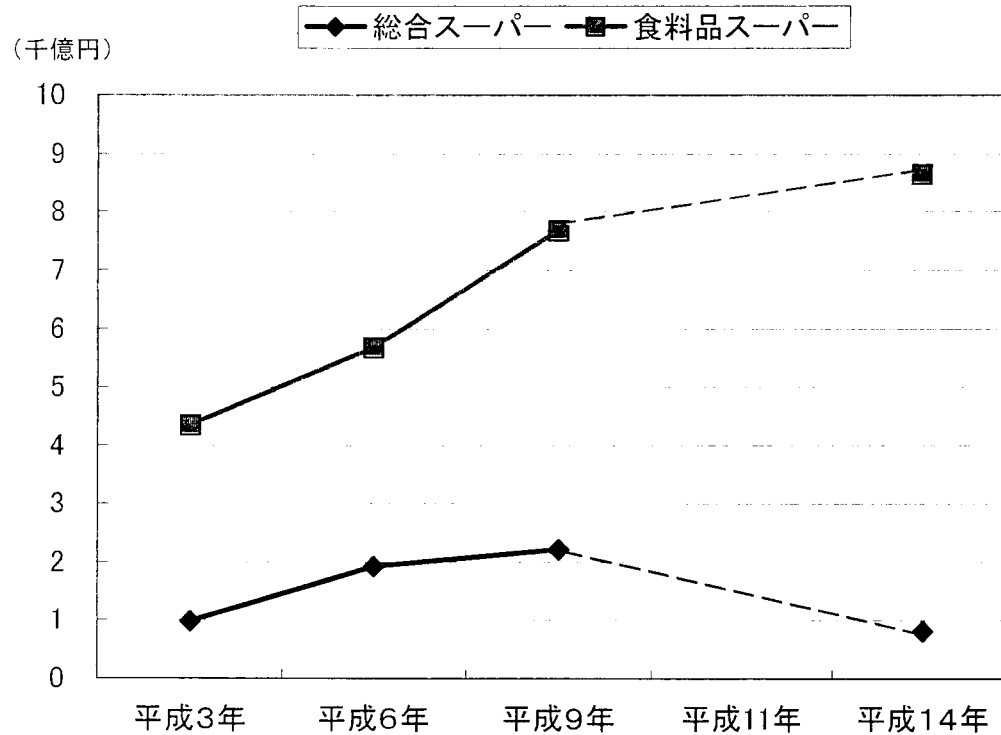
（注）経常剰余率及び額が空白の部分は、事業別で経費を区分していないため、データがない。

(8) 生協の店舗事業の状況

<参照:1(4)>

① 業態別年間商品販売額の推移

○ 業態別に生協の年間商品販売額の推移についてみると、総合スーパーはほぼ横ばい程度で推移しているのに対し、食料品スーパーは増加しており、小売業全体と同様の推移となっている。



(億円)

	平成3年	平成6年	平成9年	平成11年	平成14年
総合スーパー	979	1,919	2,213	—	812
食料品スーパー	4,341	5,670	7,668	—	8,637

(注)平成11年は簡易調査のため生協の区分はない。

資料 経済産業省「商業統計」

● スーパー(セルフサービス方式販売店)の業態区分

	業態区分	取扱商品	売り場面積・従業員数
総合スーパー	大型総合スーパー		・3000㎡以上(東京都特別区及び政令指定都市は6000㎡以上) ・従業員50人以上
	中型総合スーパー		・3000㎡未満(東京都特別区及び政令指定都市は6000㎡未満) ・従業員50人以上
専門スーパー	食料品スーパー	食70%以上	売り場面積250㎡以上

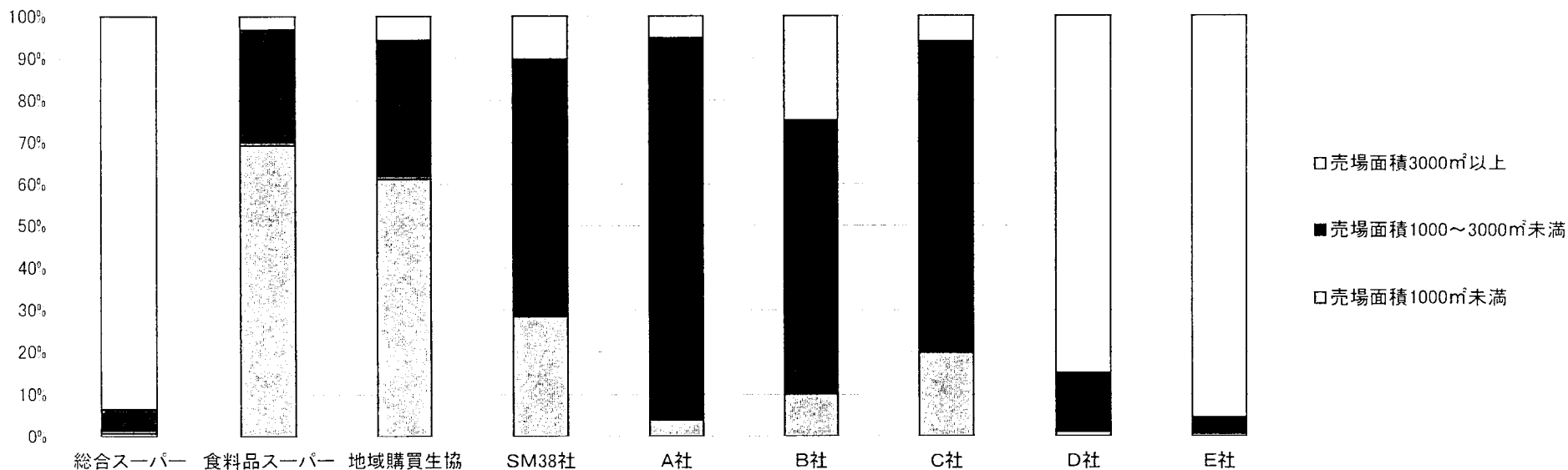
出所:経済産業省の「商業統計調査」の業態別分類の定義による

スーパー(セルフサービス方式販売店):

売り場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用している法人組織及び個人経営の小売商店をいう。なお、セルフサービス方式とは、あらかじめ包装され、値段がつけられている商品を客が自分で取り集め、店または売場の出口に設けられた勘定場で一括して支払いを行う方式をいう。

②店舗面積規模別店舗数構成比

○ 購買事業を行う地域生協(地域購買生協)における店舗面積規模別店舗数構成比は、「1000㎡未満」が約6割、「1000～3000㎡未満」が約3割を占めており、食料品スーパーに近い構成となっている。



(注) A～C社は、関東地方を中心に、主として食料品スーパーを展開する企業
D社・E社は、全国に総合スーパーを展開する企業

(左欄:店舗数 右欄:%)

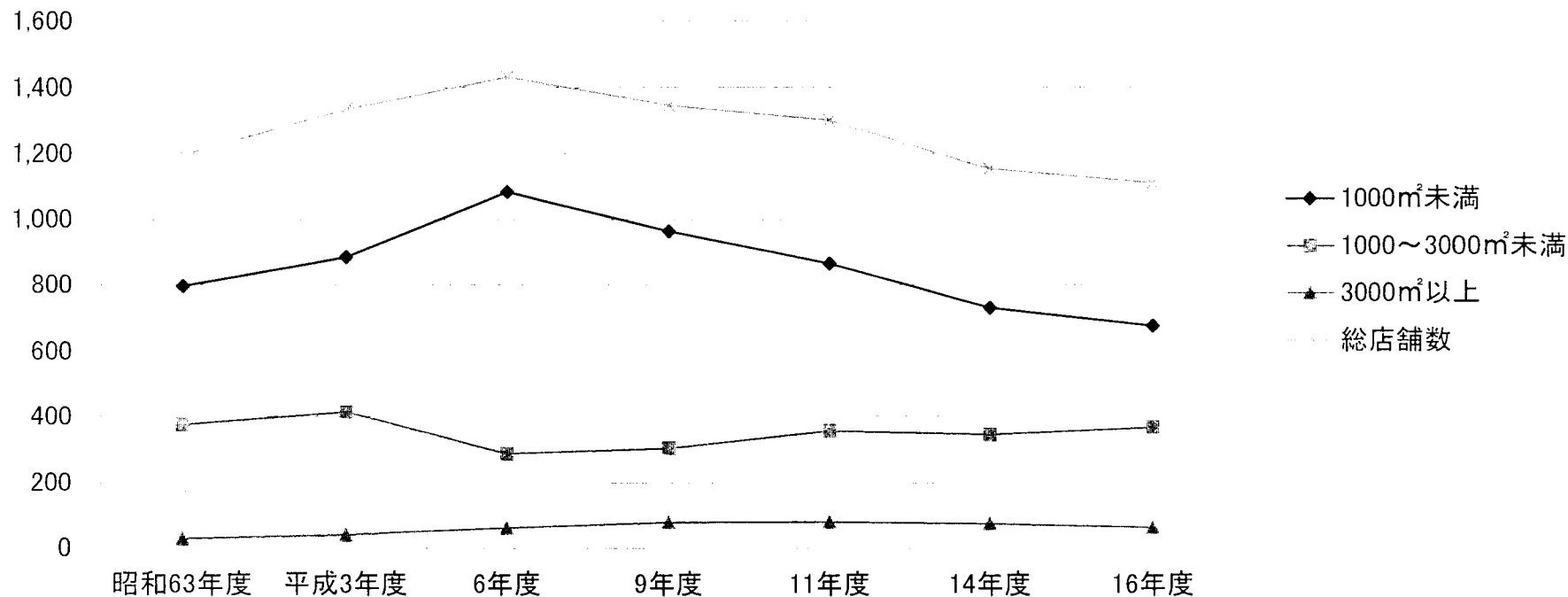
項目		総合スーパー		食料品スーパー		地域購買生協		SM38社		A社		B社		C社		D社		E社	
店舗数、 構成比	売場面積1000㎡未満	13	0.8%	12,827	69.4%	676	61.2%	643	28.4%	3	3.9%	19	10.1%	26	19.8%	4	1.1%	1	0.6%
	売場面積1000～3000㎡未満	95	5.7%	5,078	27.5%	366	33.2%	1,388	61.3%	70	90.9%	123	65.1%	97	74.0%	51	13.9%	7	4.0%
	売場面積3000㎡以上	1,567	93.6%	580	3.1%	62	5.6%	232	10.3%	4	5.2%	47	24.9%	8	6.1%	311	85.0%	168	95.5%
計		1,675		18,485		1,104		2,263		77		189		131		366		176	

- (注) 1. 総合スーパー、食料品スーパーは経済産業省「商業統計」(平成16年度)による。
 2. SM(スーパーマーケット)38社平均はペガサス調査(平成17年)による。ただし、SM38社のうち売場面積情報が非公開の会社(バロー、ヨークベニマル、東急ストア、マックスバリュ)を除いた数値。
 *ペガサス調査とは、日本リテイリングセンターが日本のビッグストア(年商50億円以上の小売業)を対象に、1969年以来、会員組織である「ペガサスクラブ」の加盟企業を中心に行っている経営統計調査。
 3. A～E社の出典は個別決算短信(平成17年度)による。
 4. 地域購買生協は、日本生活協同組合連合会「生協の経営統計」(平成16年度)による。

③地域購買生協の店舗面積規模別店舗数の推移

<参照:1(5)>

- 日本生活協同組合連合会の会員である購買事業を行う地域生協についてみると、総店舗数及び「1,000㎡未満」の店舗数は減少している。これは、小売業全体と同様の傾向となっている。
- また、平成6年度以降「1,000～3,000㎡未満」が総店舗数に占める割合は増加している。



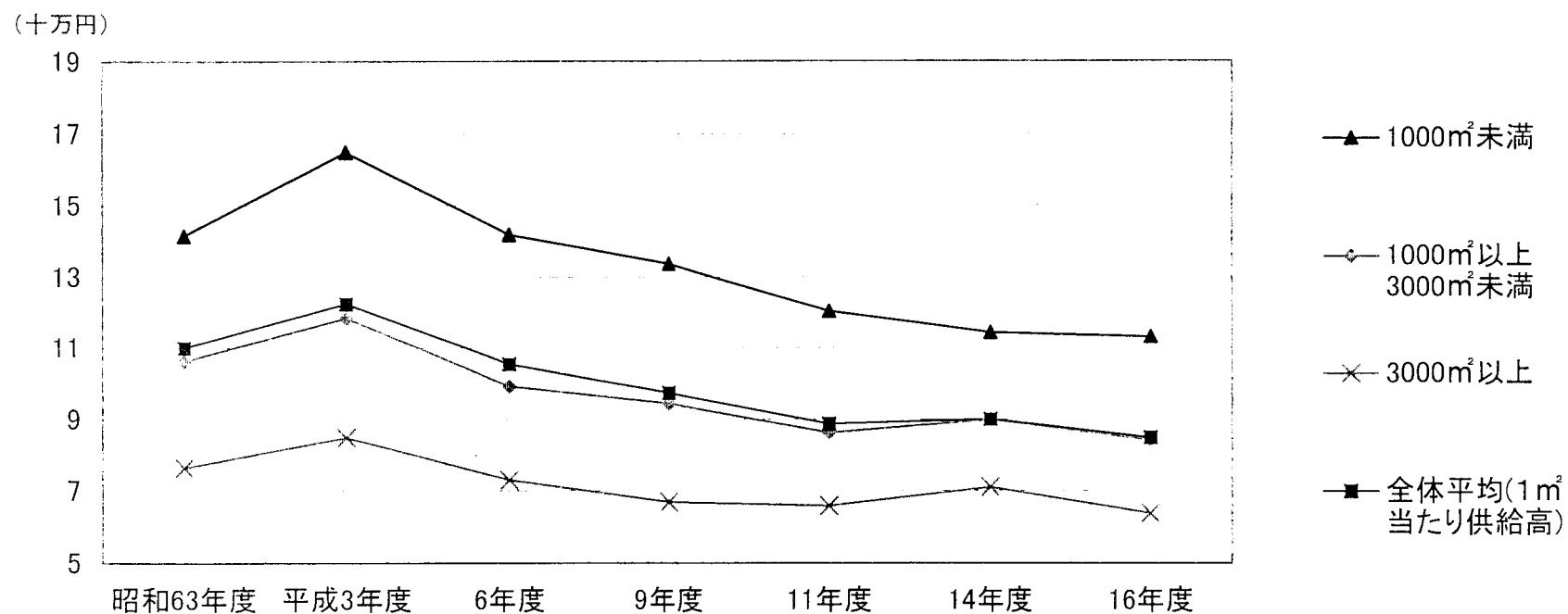
店舗面積規模別	昭和63年度	平成3年度	6年度	9年度	11年度	14年度	16年度
1000㎡未満	795 (66.5%)	884 (66.3%)	1,083 (75.7%)	963 (71.6%)	865 (66.5%)	730 (63.3%)	676 (60.9%)
1000～3000㎡未満	373 (31.2%)	411 (30.8%)	287 (20.1%)	304 (22.6%)	355 (27.3%)	345 (29.9%)	366 (33.0%)
3000㎡以上	28 (2.3%)	39 (2.9%)	60 (4.2%)	78 (5.8%)	80 (6.2%)	74 (6.4%)	62 (5.6%)
総店舗数	1,196 (100%)	1,334 (100%)	1,430 (100%)	1,345 (100%)	1,300 (100%)	1,153 (100%)	1,110 (100%)
(参考)組合数	129	127	133	117	109	89	89

資料 日本生活協同組合連合会「生協の経営統計」

④地域購買生協の店舗面積規模別1㎡当たり事業高の推移

<参照:1(6)>

- 店舗面積1㎡当たり事業高を店舗面積規模別にみると、すべての店舗面積規模において減少しており、小売業全体と同様の傾向。
 ○ 特に、「1,000㎡未満」の店舗の減少幅が大きい。



(千円)

店舗面積規模別	昭和63年度	平成3年度	6年度	9年度	11年度	14年度	16年度
1000㎡未満	1,413	1,648	1,417	1,336	1,204	1,143	1,131
1000㎡以上 3000㎡未満	1,061	1,183	991	943	861	898	841
3000㎡以上	763	848	729	668	658	710	638
全体平均(1㎡当たり供給高)	1,100	1,225	1,054	973	886	899	848

資料 日本生活協同組合連合会「生協の経営統計」

(9)実績が好調な店舗・不振な店舗の事例

【好調な店舗】

A生協 a店

○ 売場面積の拡張や駐車場台数の増加など、組合員のニーズに積極的に対応。

店舗面積:1,798㎡(545坪)

総事業高:20.1億円

生協全体の経常剰余率:3.57%

a店の変遷

	開店時期	売場面積(㎡)	駐車場台数(台)	旧店舗	敷地
新規開店	1979年頃	150	20		
第1回拡張	1989年頃	280	90	売却	隣地
第2回拡張	2004年頃	545	151	賃貸	道路向かい

- ① A生協は県庁所在地である市内エリアで、現在約10店舗出店。計画的に増床・改築を行い、店舗の売場面積・駐車場台数等の規模を、その時代の組合員のニーズの変化にあわせている。
- ② a店も、移転して売場面積を自生協における適正規模に拡張し(280坪→545坪)、品揃えを増やし、これにより供給高の拡大(旧店舗で約14.8億→新店舗17年度20.1億、35%増)、来店者数の拡大(旧店舗比35~45%増)を実現した。

B生協 b店

○ 適正規模への積極的な増床・改築と幅広い品揃えで、店舗事業を実施。

店舗面積：2,526㎡(764坪)

総事業高：32.1億円

生協全体の経常剰余率：5.06%

- ① 旧b店の増床・改築での店舗出店。直営売場は食料品スーパー＋衣料(150坪)＋ドラッグで764坪。B生協の大型スーパーマーケット型店舗の1つ。
- ② 平成16年度の店舗開発1年目供給予測27.6億円に対し、28.1億円の実績。17年度は前年比113.8%の32.1億円となり、2年目で経常剰余黒字化達成。18年度第1四半期も前年度比108%で推移。
- ③ 新店売場は生鮮部門中心に、利用しやすく明るい売場づくりを実施。
20～30歳代の若い主婦層と旧店の利用者である50歳台以上の年齢層が大きな利用層のため、幅広い世代に対応した品揃えを実現。

【不振な店舗】

C生協 c店

○ 毎年、他の事業者による店舗が出店するなかで、事業高が過去最高時から14%後退。

店舗面積: 1,461m²(442坪)

総事業高: 18.2億円

生協全体の経常剰余率: Δ 3.8%

- ① 過去最高時から総事業高が14%後退。とりわけ近隣の他の事業者による2店舗の出店以後、不振が大きい。18年7月期も前年対比供給高 Δ 6.7%、来店者数 Δ 1.7%、利用単価 Δ 5.1%。
- ② 以下の事項が供給高低下の原因として考えられる。
 - ・供給の中心となる近隣(1~3km圏内)からの来店頻度が低下していること
 - * 近隣(1~3km圏内)の世帯の生協加入率が35~46%と低い
 - 他生協の標準的な店舗は50~60%
 - ・生鮮品の鮮度、品揃え・主力商品の価格について、問題がある
 - * 商圏内の価格調査を実施したところ、主力商品(利用頻度の高い商品)では競合4店舗中、価格が一番高いことが分かった
- ③ 今後「足元商圏の生協の加入率アップ」「生鮮部門強化」を行い収益を改善することが店舗存続のため必須となっている。