

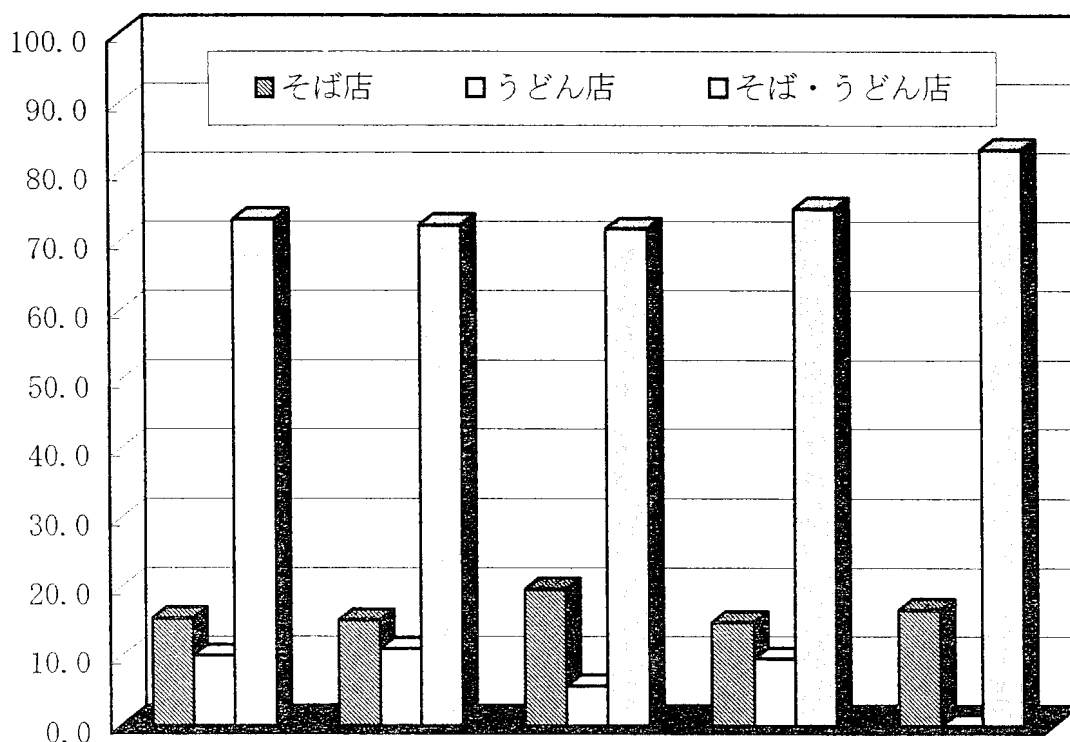
Ⅱ 実態調査にみる「そば・うどん店」営業の現状

1. 一般的事項

平成14年度の経営実態調査対象となった「そば・うどん店」の総施設数805について、特徴的な事項について以下に述べる。

(1) 営業形態

図一1 経営主体別・営業形態別施設数の構成割合(単位：%)



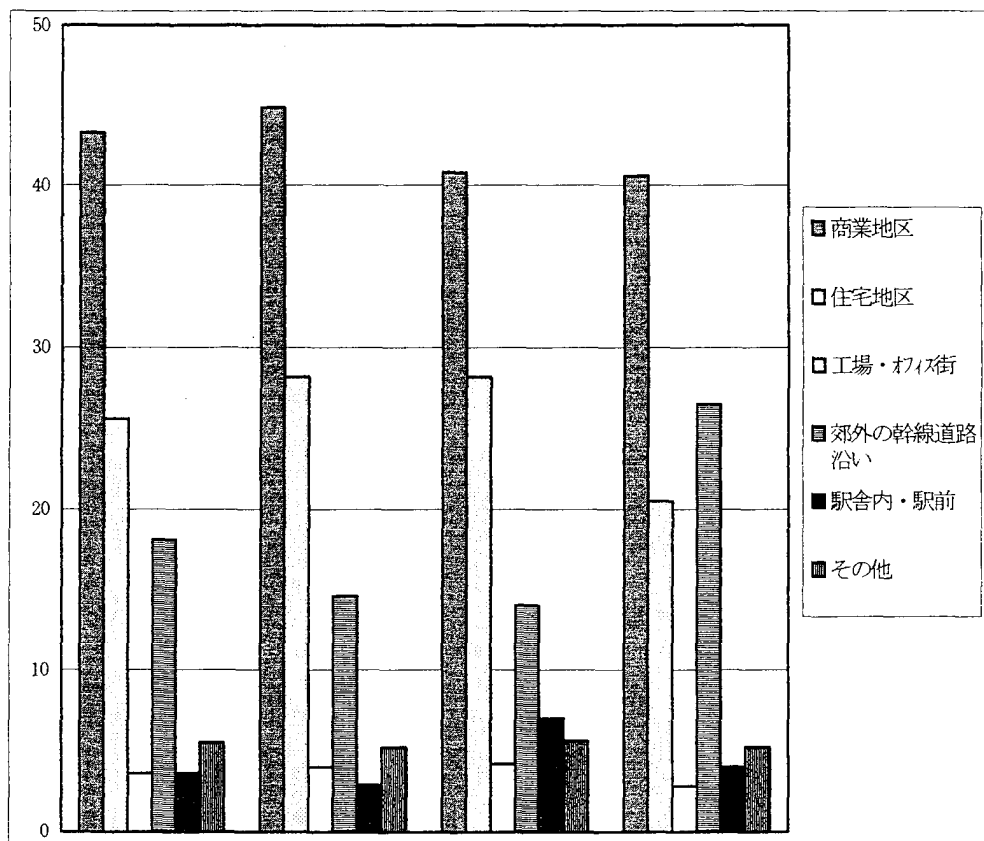
経営主体 営業形態	総数		個人経営		株式会社		有限会社		その他	
	店数	%	店数	%	店数	%	店数	%	店数	%
	805	100.0	479	59.5	71	8.8	249	30.9	6	0.7
そば店	125	15.5	73	15.2	14	19.7	37	14.9	1	16.7
うどん店	81	10.1	53	11.1	4	5.6	24	9.6	—	—
そば・うどん店	589	73.2	347	72.4	51	71.8	186	74.7	5	83.3

(注)立ち食いそば(うどん)1店及び不詳9点計10店を除く。

- ① 調査対象総施設数805を経営主体にみると、個人経営が59.5%を占めて最も多く、次いで有限会社30.9%、株式会社8.8%となっている。
- ② 経営主体別に営業形態の割合をみると、個人・法人いずれにおいても、そば・うどん店形態が70%以上占めて最も多く、次いでそば店形態(14.9%~19.7%)、うどん店形態が最も少なく5.6%~11.1%となっている。

(2) 立地条件

図一2 経営主体別・立地条件別施設数の構成割合(単位：%)



立地条件	総数	個人経営	株式会社	有限会社
商業地区	43.3	44.9	40.8	40.6
住宅地区	25.6	28.2	28.2	20.5
工場・オフィス街	3.6	4.0	4.2	2.8
郊外の幹線道路沿い	18.1	14.6	14.0	26.5
駅舎内・駅前	3.6	2.9	7.0	4.0
その他	5.5	5.2	5.6	5.2

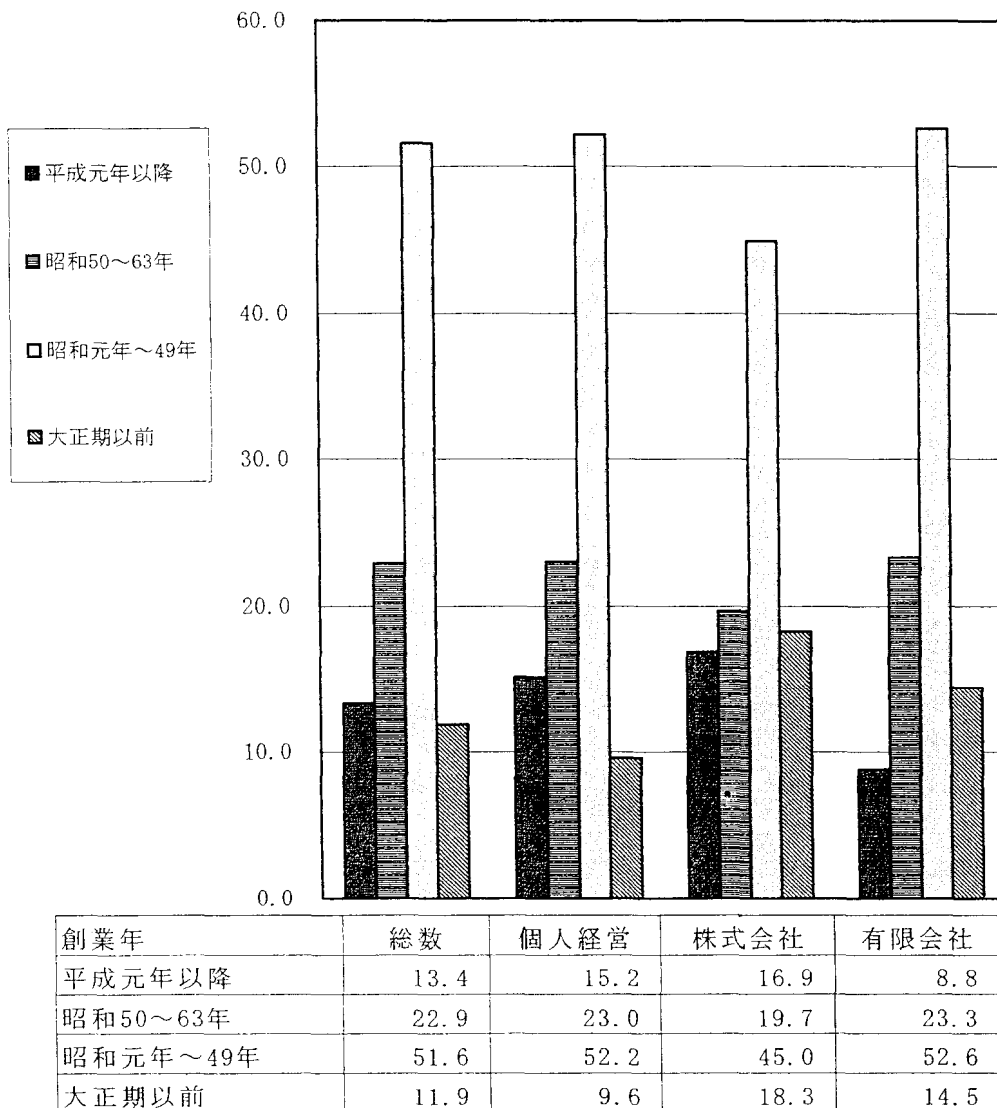
(注) 立地条件については不詳2店を除く

総数で見ると、「商業地区」立地が 43.3%で最も高く、次いで高い「住宅地区」立地 25.6%と合計すれば 68.9%となり、7割近くが商業・住宅地区に立地している。

経営主体別にみると、個人経営及び株式会社では「商業地区」が最も高く、次いで「住宅地区」、「郊外の幹線道路沿い」、「工場、オフィス街」「駅舎内、駅前」の順となっている。有限会社については、「商業地区」立地が最も高いが、次いで「郊外の幹線道路沿い」が 26.5%と高く、以下「住宅地区」20.5%、「駅舎内・駅前」4.0%、「工場・オフィス街」2.8%の順となっている。

(3) 創業年

図一3 経営主体別・創業年別施設数の構成割合 (単位：%)



(注) 創業年については不詳2店を除く

総数で見ると、「昭和元年～49年」が51.6%で過半数を占め、次いで「昭和50～63年」の22.9%と合計すれば74.5%となり、昭和時代に創業した割合が最も高い。次いで「平成元年以降」が13.4%、「大正期以前」が11.9%となっている。いずれの経営主体についても、「昭和元年～49年」創業が最も高く、次いで「昭和50～63年」で、昭和時代の創業が最も多くなっている。

個人経営では「平成元年以降」創業が15.2%で、「大正期以前」創業の9.6%より5.6ポイント高い。一方、株式会社及び有限会社は「大正期以前」創業の割合が「平成元年以降」創業の割合よりそれぞれ高く、老舗の多いことを示している。

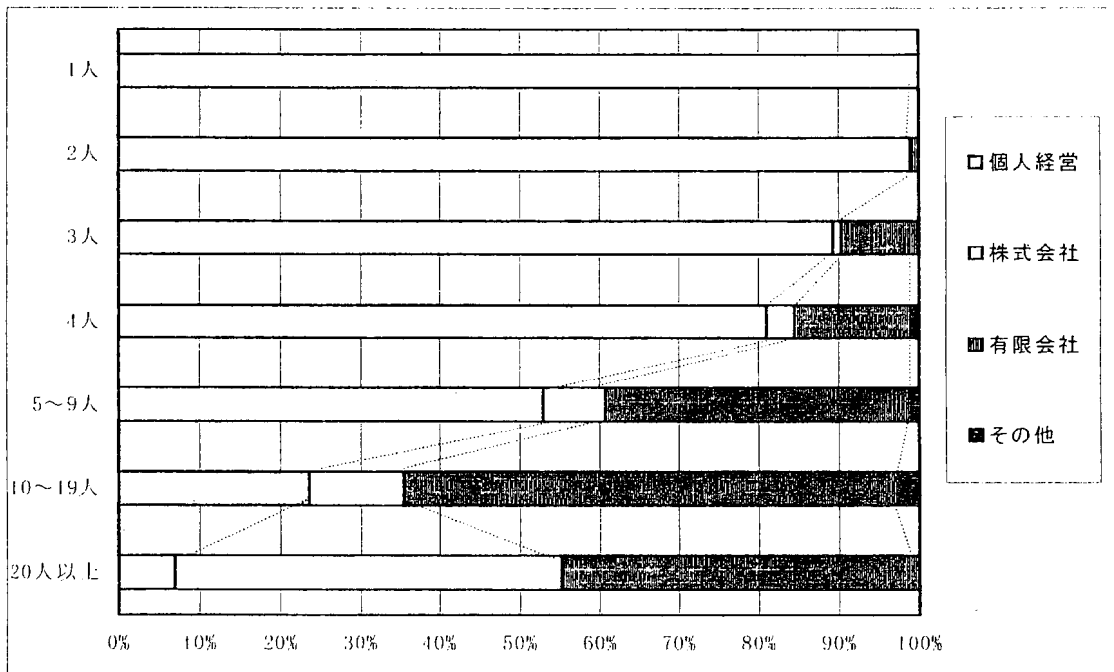
(4) 従業員の規模

従業員の規模別に経営主体別割合を示したものが(図-4)である。

総数で見ると「5～9人」規模が37.3%で最も高く4割弱となっている。従業員規模にみると、「1人」「2人」「3人」規模までは個人経営が圧倒的に高く90%近くから100%を占めている。

従業員規模が多くなるにしたがって、法人の割合が高くなり、有限会社では「10～19人」規模が最も高く、株式会社では「20人以上」規模が最も高く48.3%と5割近い割合となっている。

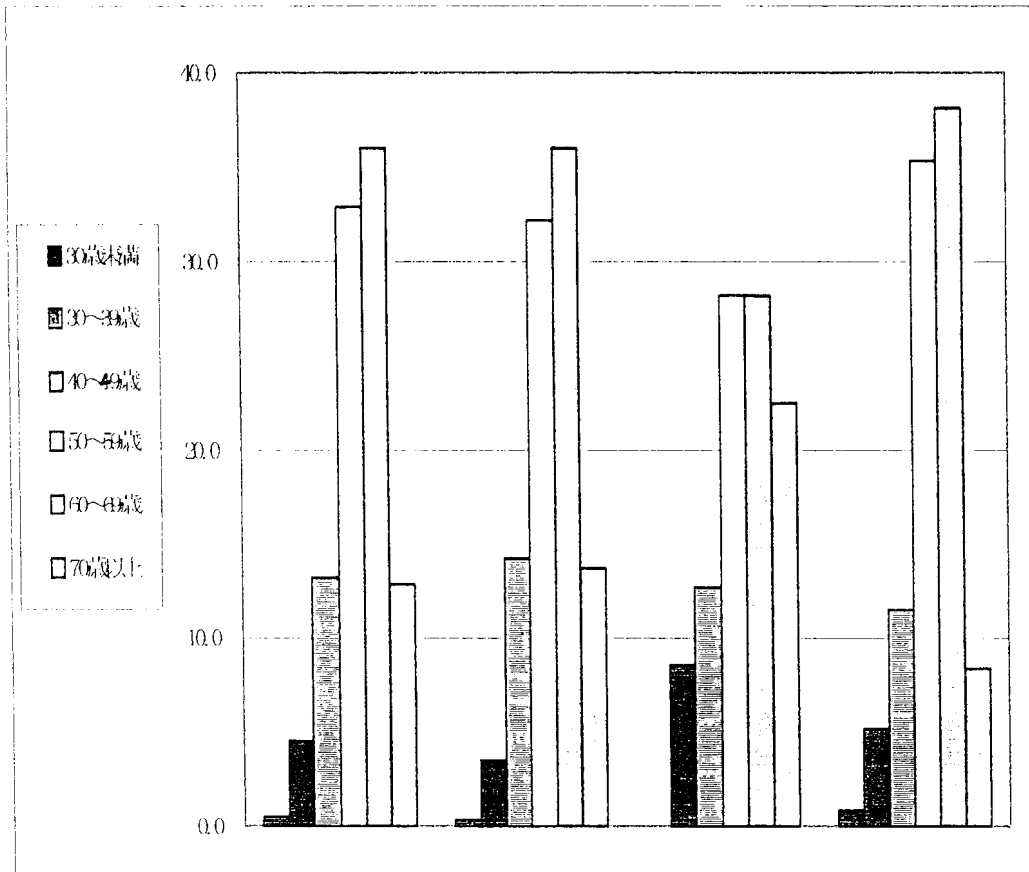
図-4 経営主体別・従業員規模別施設数の構成割合 (単位:%)



		従業員規模						
		1人	2人	3人	4人	5～9人	10～19人	20人以上
経営主体	総数	1.1	11.4	12.8	14.4	37.3	15.8	7.2
	個人経営	100.0	98.9	89.3	81.0	53.0	23.6	6.9
	株式会社	—	—	1.0	3.4	7.7	11.8	48.3
	有限会社	—	1.1	9.7	14.7	38.7	62.2	14.8
	その他	—	—	—	0.9	0.7	2.4	—

(5) 経営者の年齢と後継者の有無

図一五 経営主体別・経営者年齢別施設数の構成割合 (単位：%)



		総数	個人経営	株式会社	有限会社
30歳未満		0.5	0.4	—	0.8
30～39歳		4.5	3.5	8.5	5.2
40～49歳		13.2	14.2	12.7	11.6
50～59歳		32.8	32.2	28.2	35.3
60～69歳		36.0	35.9	28.2	38.2
70歳以上		12.9	13.8	22.5	8.4

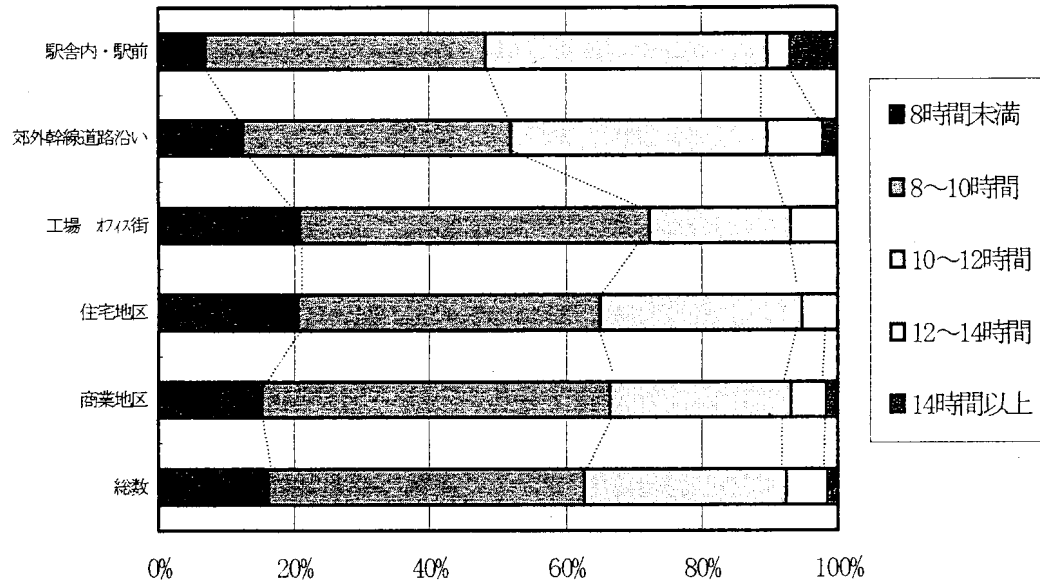
50歳以上	経営者年齢	総数	50～59歳	60～69歳	70歳以上
	後継者有	49.9	32.1	48.3	19.7
	後継者無	29.8	54.2	36.3	9.6
	不詳	2.1	29.4	52.9	11.8

- ① 経営者の年齢階級について総数で見れば「60～69歳」が36.0%で最も多く、次いで「50～59歳」が32.8%で、両者を合計すれば68.8%と7割近くを占めている。特に60歳以上を合計すれば48.9%となり、経営者の高齢化が進んでいる。
- ② 50歳以上の経営者（施設数659）について「後継者の有無」について調査した結果では、「後継者有」が49.9%と5割近いが、「後継者無」が29.8%と3割近い。後継経営者の育成、あるいは確保は当業界にとって大きな課題の一つとなっている。

2. そば・うどん店の営業

(1) 1日の営業時間

図—6 立地条件別・営業時間別施設数の構成割合 (単位：%)



一日の営業時間	総数	商業地区	住宅地区	工場 オフィス街	郊外幹線 道路沿い	駅舎内・ 駅前
8時間未満	16.1	15.2	20.4	20.7	12.3	6.9
8～10時間	46.6	51.3	44.7	51.7	39.7	41.4
10～12時間	29.7	26.6	29.6	20.7	37.7	41.4
12～14時間	6.1	5.2	5.3	6.9	8.2	3.4
14時間以上	1.5	1.7	—	—	2.1	6.9

(注) 立地条件については「その他」44店、「不詳」2店を除く。

1日の営業時間数について立地条件別にみると、「8～10時間」営業が46.6%と最も多く、次いで「10～12時間」営業が29.7%となっている。両者を合計すると76.3%となり、8～12時間営業が8割近く占めている。いずれの立地についても同じような傾向となっている。そのなかで、「駅舎内・駅前」立地については、8～12時間営業が8割強(82.8%)を占めるとともに、「14時間以上」営業の割合(6.9%)が高い。始発から終電まで駅乗降客のニーズに対応している状況がうかがえる。

(2) 開店時間と閉店時間（地域ブロック別）

表一1 地域ブロック別・開店時間及び閉店時間別施設数の構成割合（単位：％）

	開店時間				閉店時間			
	9時前	～10時台	～12時台	13時以降	19時前	19時台	20時台	21時以降
総数	3.0	17.0	78.1	1.5	14.2	13.2	33.2	39.1
北海道・東北	0.8	4.2	93.3	1.7	13.4	19.3	34.5	32.8
関東・甲信越	1.7	9.0	89.3	—	9.6	11.9	44.6	33.9
東海・北陸	1.5	15.2	82.6	—	5.3	13.6	44.7	35.6
近畿	2.1	27.7	69.1	1.1	18.1	10.6	29.8	41.5
中国・四国	7.1	22.9	65.0	5.0	28.6	13.6	21.4	36.4
九州	4.2	26.6	66.4	1.4	11.9	10.5	21.0	55.2

（注）開店時間及び閉店時間について不詳3店を除く。

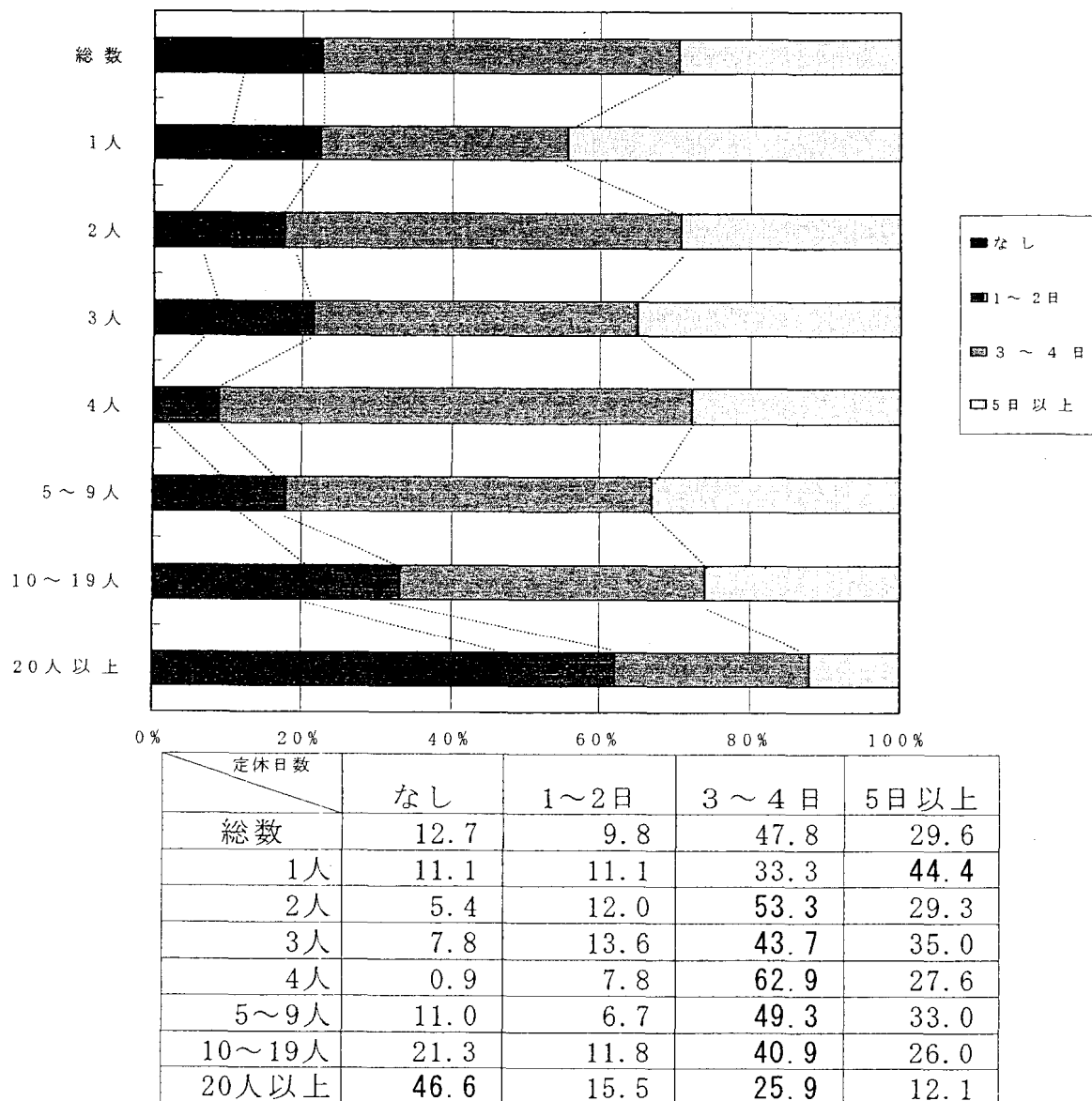
① 開店時間については、総数で見ると「～12時台」が78.1%と最も高く8割近い。地域ブロック別にみると、「東海・北陸」の82.6%を始め北方ブロックほど「～12時台」の割合が高くなっている。一方、「近畿」の69.1%を始め南西ブロックは60%台の割合が多く、「～10時台」開店の割合が20%台となっている。

② 閉店時間については、総数で見ると「21時以降」が39.1%で最も高く、次いで「20時台」が33.2%となっている。

地域ブロック別にみると、「関東・甲信越」及び「東海・北陸」ブロックでは、「20時台」閉店の割合が40%台で最も高く、次いで「21時以降」が30%台となっている。一方「近畿」「九州」ブロックでは、「21時以降」閉店の割合がそれぞれ最も高く、次いで「20時台」となっている。特に、「中国・四国」ブロックについては「21時以降」閉店の割合が最も高いことは他のブロックと同様であるが、「19時前」閉店の割合が次いで高く、他のブロックよりも最も高い割合（28.6%）となっている。

(3) 1ヶ月の定休日数

図一七 従業者規模別定休日数別施設数の構成割合 (単位：%)

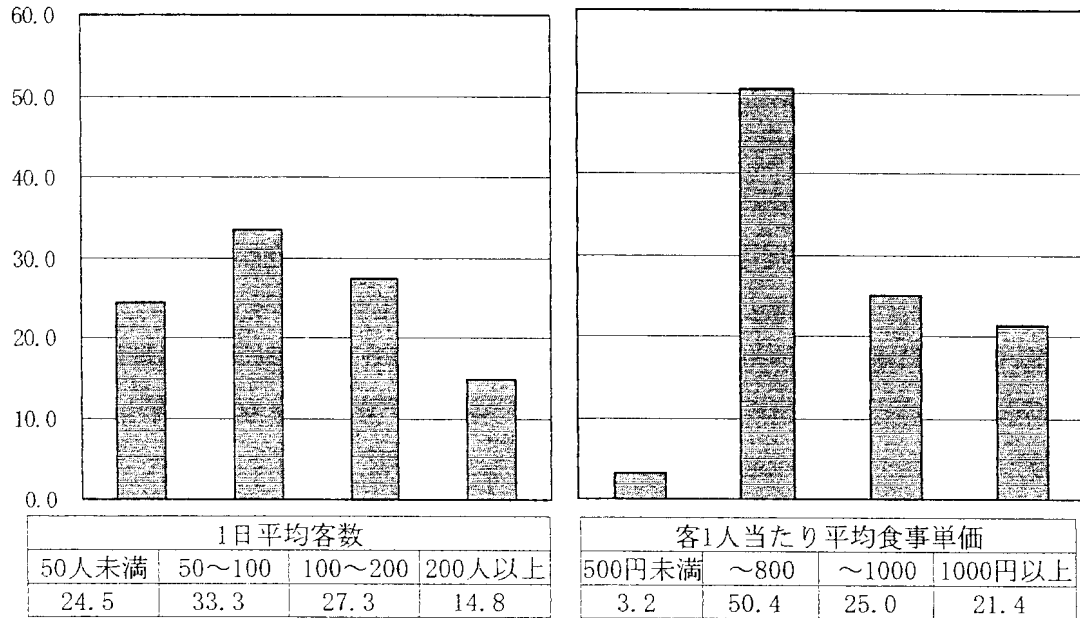


(注) 定休日数の不詳1店を除く

1ヶ月の定休日について総数で見ると、「3～4日」の割合が47.8%と最も高く、次いで「5日以上」の割合が29.6%となっている。従業者規模別にみると「1人」規模では「5日以上」が44.4%で最も高い。「2人」から「10～19人」規模までは総数と同様の傾向を示している。特に、「20人以上」規模では、定休日「なし」の割合が46.6%で最も高く、次いで「3～4日」で25.9%となっている。

(4) 平均来店客数と客単価

図一8 平均客数及び平均客単価別施設数の構成割合 (単位：%)



(注) 立ち食いそば(うどん) 1店及び不詳9店を除く。

1施設当たり1日平均客数 (人)				1施設当たり客1人平均食事単価 (円)			
総数	そば店	うどん店	そば・うどん店	総数	そば店	うどん店	そば・うどん店
116.1	119.7	124.3	112.8	826.2	940.9	710.9	817.1

(注) 同上

① 1日平均客数 (総数平均 116.1人)

1日の平均来店客数を客数規模別にみると「50～100人」が33.3%で最も多く、次いで「100～200人」27.3%、「50人未満」24.5%の順となっている。営業形態別にみると、「うどん店」が124.3人で最も多く、次いで「そば店」で119.7人「そば・うどん店」112.8人となっている。

② 客単価 (総数平均 826.2円)

客1人当たり平均食事単価、いわゆる客単価を規模別にみると、「～800円」規模が50.4%で最も多く、次いで「～1000円」25.0%、「1000円以上」21.4%となっている。営業形態別にみると「そば店」が940.9円で最も高く、次いで「そば・うどん店」817.1円、「うどん店」710.9円の順となっている。

(5) 出前の状況

表一2 営業形態別・出前の状況別施設数の構成割合 (単位：%)

営業形態	出前あり	売上に占める割合 (%)				出前なし	不詳
		10%未満	10~20	20~30	30%以上		
総数	47.3	6.1	6.8	6.3	27.3	52.2	0.5
そば店	28.8	8.0	4.8	3.2	12.0	71.2	—
うどん店	24.7	3.7	11.1	1.2	8.6	74.1	1.2
そば・うどん店	54.5	6.1	6.8	7.6	33.1	45.0	0.5

(注) 営業形態について、立ち食いそば(うどん)1店、不詳9店を除く。

営業形態別に出前状況を見ると、総数では「出前なし」が52.2%で「出前あり」47.3%を4.9ポイント上回っている。「そば店」及び「うどん店」も同様に「出前なし」の割合が上回っている。「そば・うどん店」については逆に「出前あり」の方が「出前なし」を9.5%上回っており、かつ、売上に占める割合も33.1%最も高く、出前サービスはそば・うどん店の営業の柱となっていることがうかがえる。

(6) 使用そば粉、小麦粉の種類

表一3 営業形態別・使用めんの種類及び使用そば粉・小麦粉の種類別施設数の構成割合 (単位：%)

営業形態	使用めんの種類			使用そば粉・小麦粉の種類		
	自家手打ち	自家製麺機	仕入れめん	国産	外国産	国産・外国産
総数	32.7	43.4	24.0	41.2	10.6	47.0
そば店	54.4	25.6	20.0	57.6	9.6	30.4
うどん店	42.0	29.6	28.4	33.3	27.2	37.0
そば・うどん店	27.0	49.4	23.6	38.9	8.3	52.0

(注) 不詳10店を除く

営業形態別に使用めんの種類を見ると、そば店では「自家手打ち」が54.4%と顕著に高くなっている。そば・うどん店では「自家製面機」が49.4%と最も高くなっている。使用しているそば粉・小麦粉の種類を営業形態別にみると、そば店は「国産」使用の割合が57.6%と顕著に高く、一方そば・うどん店では「国産・外国産」使用の割合が52.0%と顕著に高くなっている。各業態(営業形態)ごとに、客層(ターゲット)にマッチした素材を使って顧客サービスに努めていることがうかがえる。

(7) 当期純利益動向の原因

表—4 営業形態別・当期純利益動向の原因別施設数の構成割合 (単位：%)

番号	利益増加原因					利益減少原因					その他	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
原因 営業形態	客数の 増加	料金の 値上げ	原材料 の節減	人件費 の節減	諸経費 の節減	客数の 減少	料金の 据置き	原材料 の増大	人件費 の増大	諸経費 の増大	立地条件 の変化	その他
総数	9.3	0.5	1.7	4.8	4.7	59.3	5.1	0.2	1.7	1.5	3.7	2.5
そば店	19.2	—	1.6	4.0	6.4	49.6	3.2	0.8	1.6	2.4	3.2	4.0
うどん店	7.4	1.2	6.2	2.5	2.5	58.0	4.9	—	3.7	4.9	2.5	2.5
そば・うどん店	7.6	0.5	1.2	5.4	4.8	61.3	5.4	0.2	1.5	0.8	3.9	2.2

(表—4)は、当期純利益の動向の原因12項目を便宜的に「利益増加原因」(番号1~5)と「利益減少原因」(番号6~10)に分類したものである。なお、「立地条件の変化」は双方の原因に関連していると考えられるので「その他」とした。利益の増減については、次の方程式が成り立つ。

$$\text{利益} = \text{営業収入 (客数} \times \text{客単価)} - \text{営業経費}$$

すなわち、利益の増加を図るためには、先ず、客数×客単価(料金の値上げ)で示した営業収入の増加を図る営業に努める一方、営業経費の節減(原材料、人件費等の諸経費の節減)に努め、利益の増加を図る関係を示したものである。

営業形態別に利益増加原因を探ると、そば店では「客数の増加」が19.2%と2割近く、あわせて「諸経費の節減(6.4%)」にも努めている。うどん店については「客数の増加」が7.4%と低い、「原材料の節減6.2%」にも努めている。そば・うどん店については「客数の増加」が7.6%と低い、「人件費の節減5.4%」や「諸経費の節減4.8%」にも努めている。

営業形態別に利益減少原因を探ると、いずれの業態についても「客数の減少」割合が顕著に高く、「料金の据置き」や「諸経費の増大」にも若干高い割合がみられる。

以上の諸原因のなかで、客数の増減が利益の増減に大きな影響を与えていることを示している。