

# 地ビール等製造業の概況(平成26年度調査分)

## 1 実態調査の概要

### (1) 調査対象者

調査対象者は、平成26年10月1日現在において、ビール又は発泡酒の製造免許を有する酒類製造業者とする。ただし、次に掲げる者を除く。

イ 試験製造免許者

ロ アサヒビール株式会社、オリオンビール株式会社、麒麟麦酒株式会社、サッポロビール株式会社及びサントリー酒類株式会社

なお、調査対象期間中に、ビール・発泡酒の売上げがない者については、調査対象者から除いている。

### (2) 調査対象期間

調査対象期間は、法人については平成26年10月1日直前終了事業年度分(1事業年度が年度が6か月の場合は2事業年度分)、個人については平成25年分とした。

なお、調査対象期間中に企業の合併等又は法人成り等により企業組織が変更している場合には、企業の合併等前の全企業の事績又は組織変更前の事績を含めた1年分としている。

## 2 調査結果の概要

### I ビール製造業

#### (1) 製造業者数

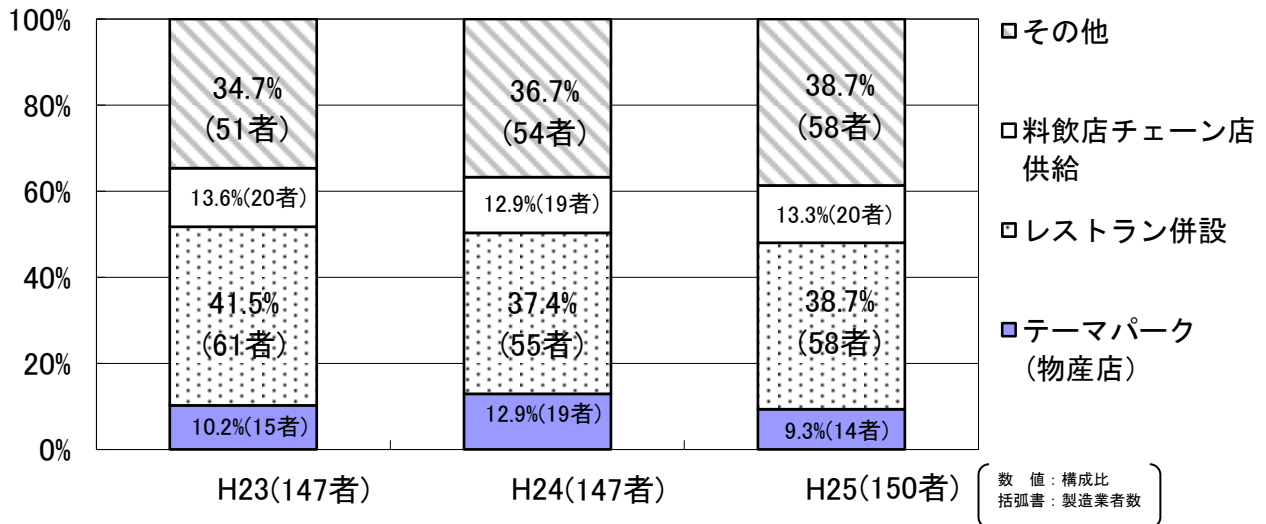
調査対象製造業者数は166者、回答者数は150者（回収率90.4%）であり、このうち144者（96%）が中小企業者（注1）である。

調査対象製造業者による販売形態別では、レストラン併設形態が58者（38.7%）と最も多く（図表1）、専業割合別では専業割合（注2）10%未満の者が61者（40.7%）であり（図表2）、製成数量規模別では100klに満たない者が116者（77.3%）となっている（図表3）。

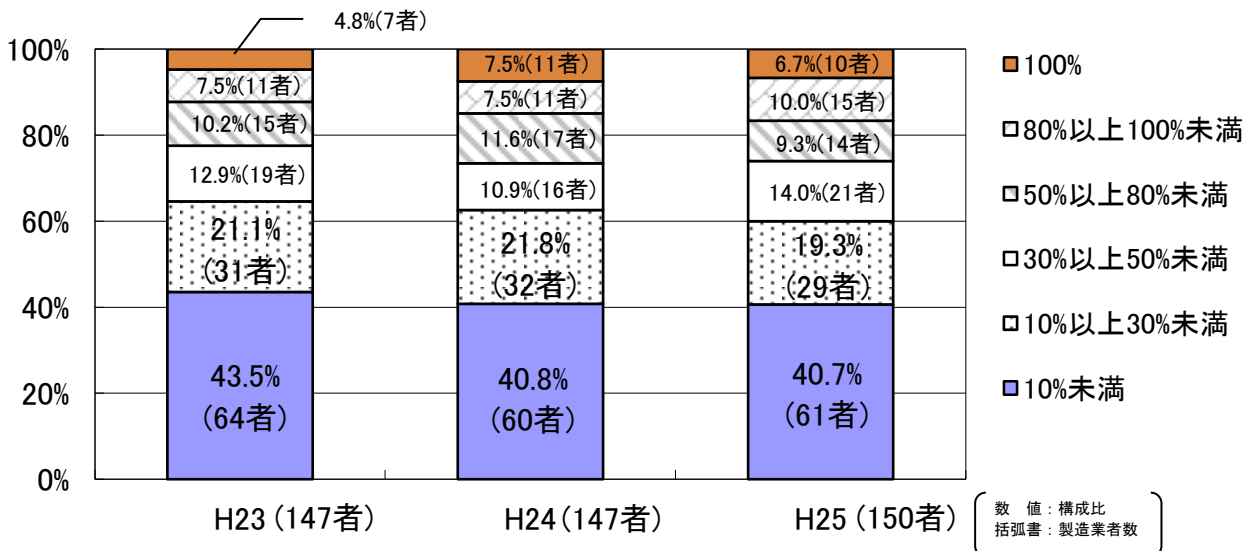
（注1） 資本金3億円以下の法人並びに従業員300人以下の法人及び個人をいう（中小企業基本法第二条第一項第一号）。

（注2） 総売上高に占めるビールの売上高の比率である。

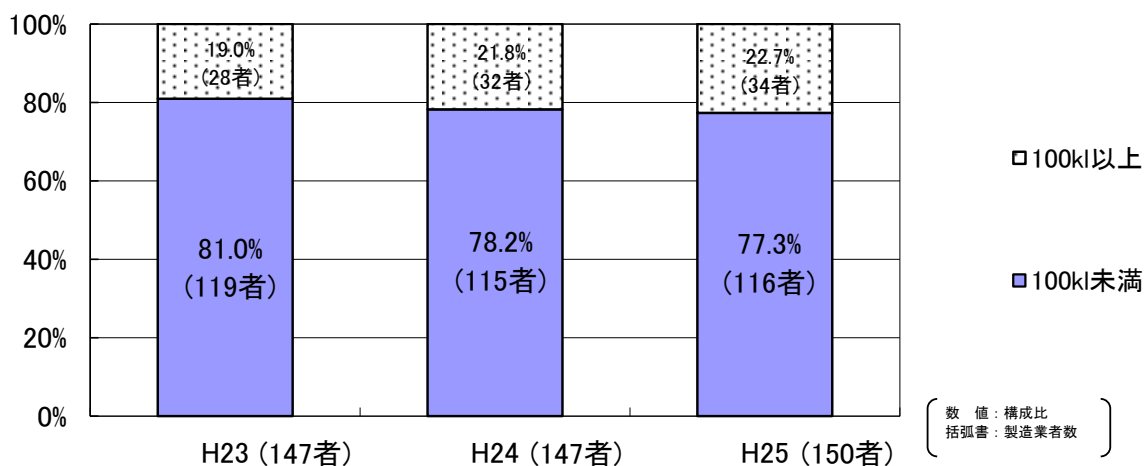
図表1 販売形態別構成比



図表2 専業割合別構成比



図表3 製成数量規模別構成比



(2) 経営状況

ビール事業の売上高は、1者当たり98.8百万円(回答者合計で14,827百万円)であり、前年と比較して、1者当たりの売上高が1,194万円(13.7%)増加している。

営業利益の額は、1者当たり6.4百万円(回答者合計で956百万円)であり、前年と比較して、1者当たりの営業利益が、116万円(15.4%)減少している(図表4)。

図表4 経営状況

(単位: 者、百万円)

区 分	企 業 数	売 上 高	売上総利益	営業利益
H23	147	(76.3) 11,214	(28.9) 4,245	(5.7) 832
H24	147	(86.9) 12,776	(35.4) 5,197	(7.5) 1,107
H25	150	(98.8) 14,827	(37.6) 5,641	(6.4) 956

(注1) ビール製造業に係る計数のみ掲げている。

(注2) 括弧書は1者平均値である。

販売形態別の1者当たりの経営状況を前年と比較すると、「テーマパーク(物産店)」及び「レストラン併設」区分において営業利益が増加している(図表5)。

図表5 1者当たり販売形態別経営状況

(単位:百万円)

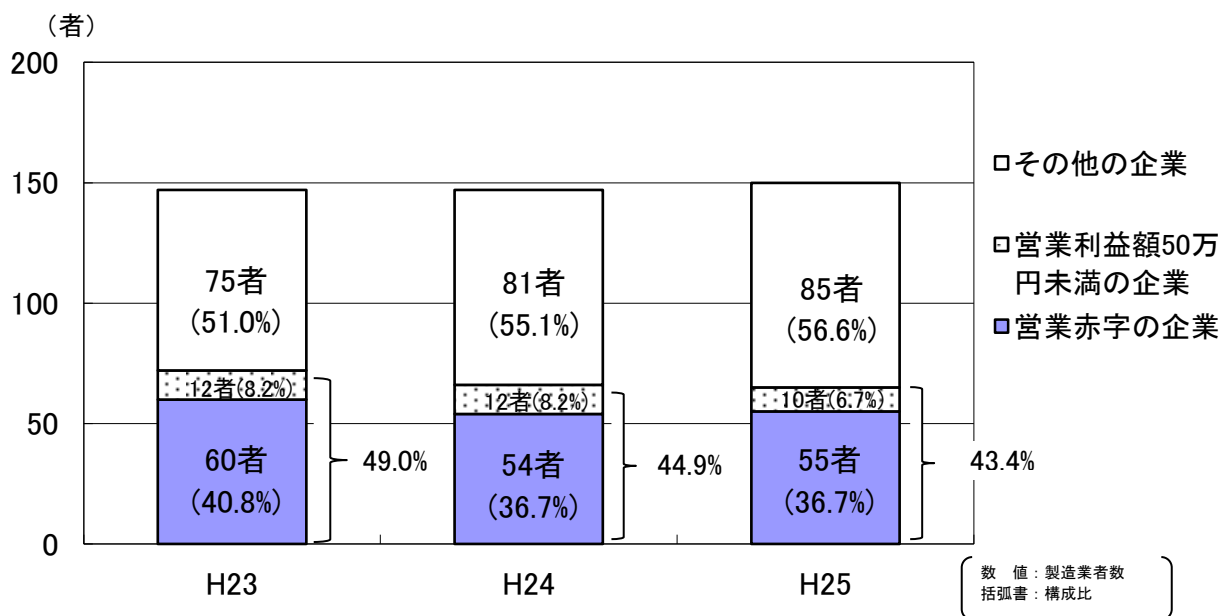
区 分	テーマパーク (物産店)					レストラン併設				
	H23	H24		H25		H23	H24		H25	
		対前年比	対前年比	対前年比	対前年比		対前年比	対前年比		
売 上 高	41.1	37.4	91.0%	45.3	121.1%	52.2	67.2	128.7%	66.8	99.4%
売上総利益	23.0	19.9	86.5%	24.4	122.6%	27.3	37.6	137.7%	34.9	92.8%
営業利益	8.1	6.9	85.2%	8.5	123.2%	7.2	8.8	122.2%	10.7	121.6%
区 分	料飲店チェーン店供給					その他				
	H23	H24		H25		H23	H24		H25	
		対前年比	対前年比	対前年比	対前年比		対前年比	対前年比		
売 上 高	65.0	88.4	136.0%	89.5	101.2%	119.9	123.9	103.3%	147.0	118.6%
売上総利益	21.4	31.2	145.8%	29.7	95.2%	35.5	40.0	112.7%	46.2	115.5%
営業利益	3.2	5.6	175.0%	4.6	82.1%	4.0	7.2	180.0%	2.2	30.6%

(注1) ビール製造業に係る計数のみ掲げている。

(注2) その他の販売形態には、主なものとして酒類卸売業者に販売している者が含まれる。

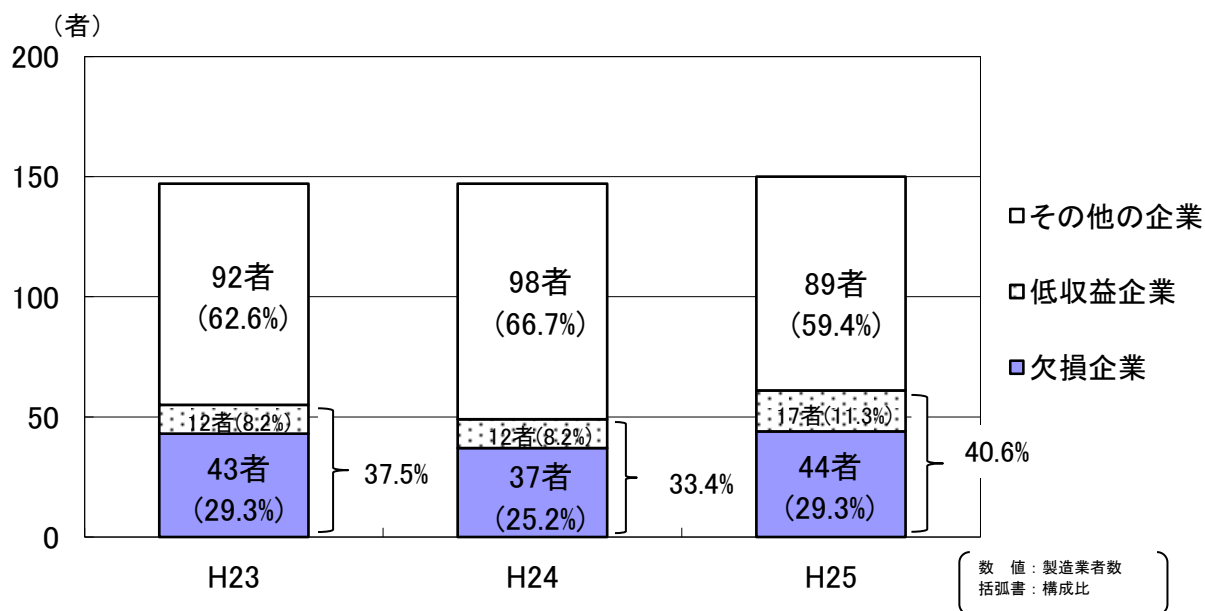
ビール事業に係る営業利益をみると、前年と比較して、営業赤字の企業及び営業利益額50万円未満の企業の割合が減少している(図表6)。

図表6 ビール事業の営業赤字及び営業利益額50万円未満の企業数の推移



企業全体の税引前利益(ビール事業以外を含む。)をみると、前年と比較して、企業全体に占める欠損企業及び低収益企業(税引前利益額50万円未満の企業)の合計の割合が増加している(図表7)。

図表7 欠損及び低収益企業数の推移



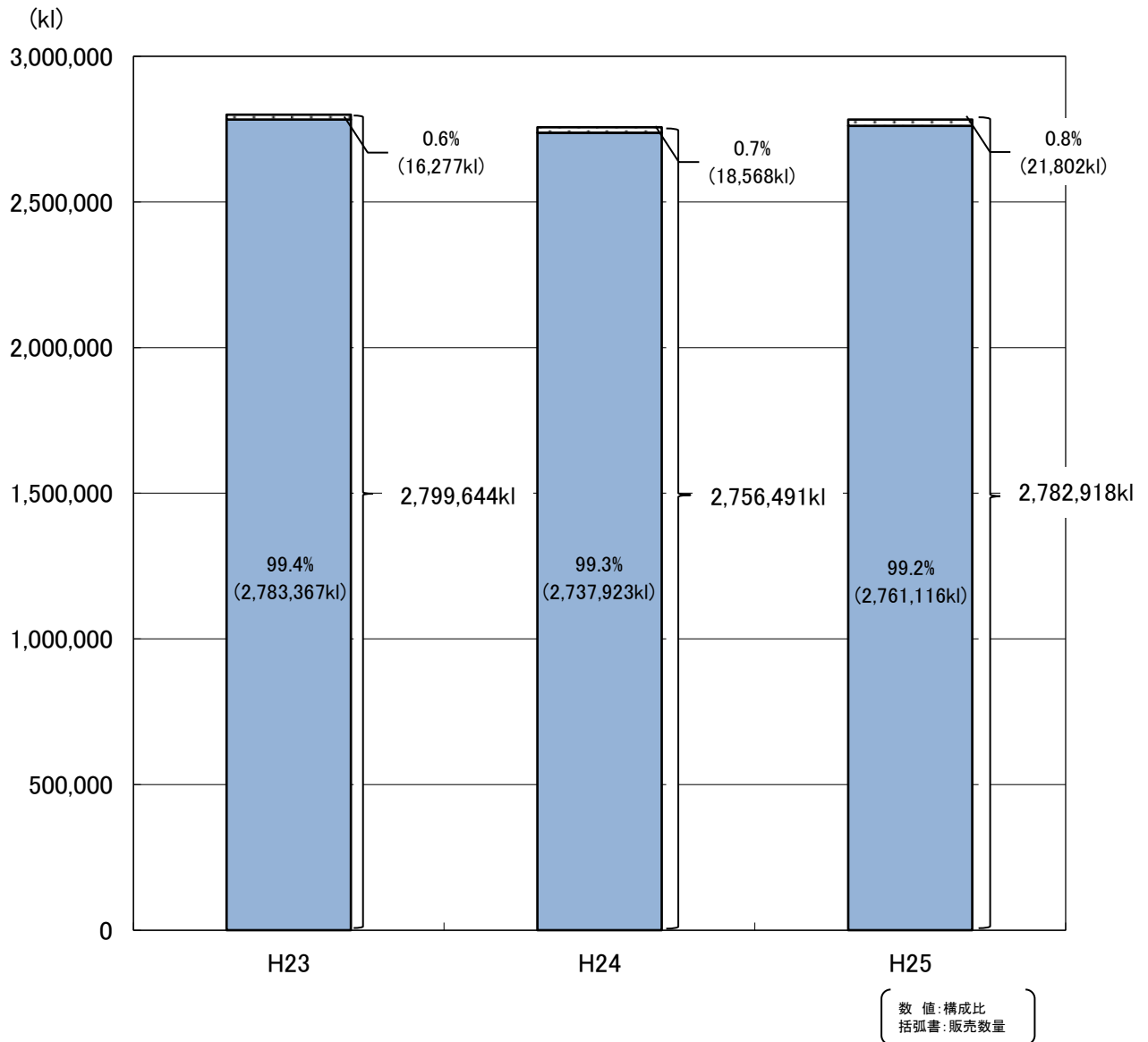
(注1) その他の事業部門を含めた事業全体に係る計数である。

(注2) 低収益企業とは、税引前利益額が0円から50万円未満の企業をいう。

(3) 販売数量

平成25年度のビールの販売数量は2,782,918klであり、前年の2,756,491klに比べ26,427kl（1.0%）増加している。このうち、提出のあった地ビール等製造業者のシェアは0.8%であった（図表8）。

図表8 販売数量



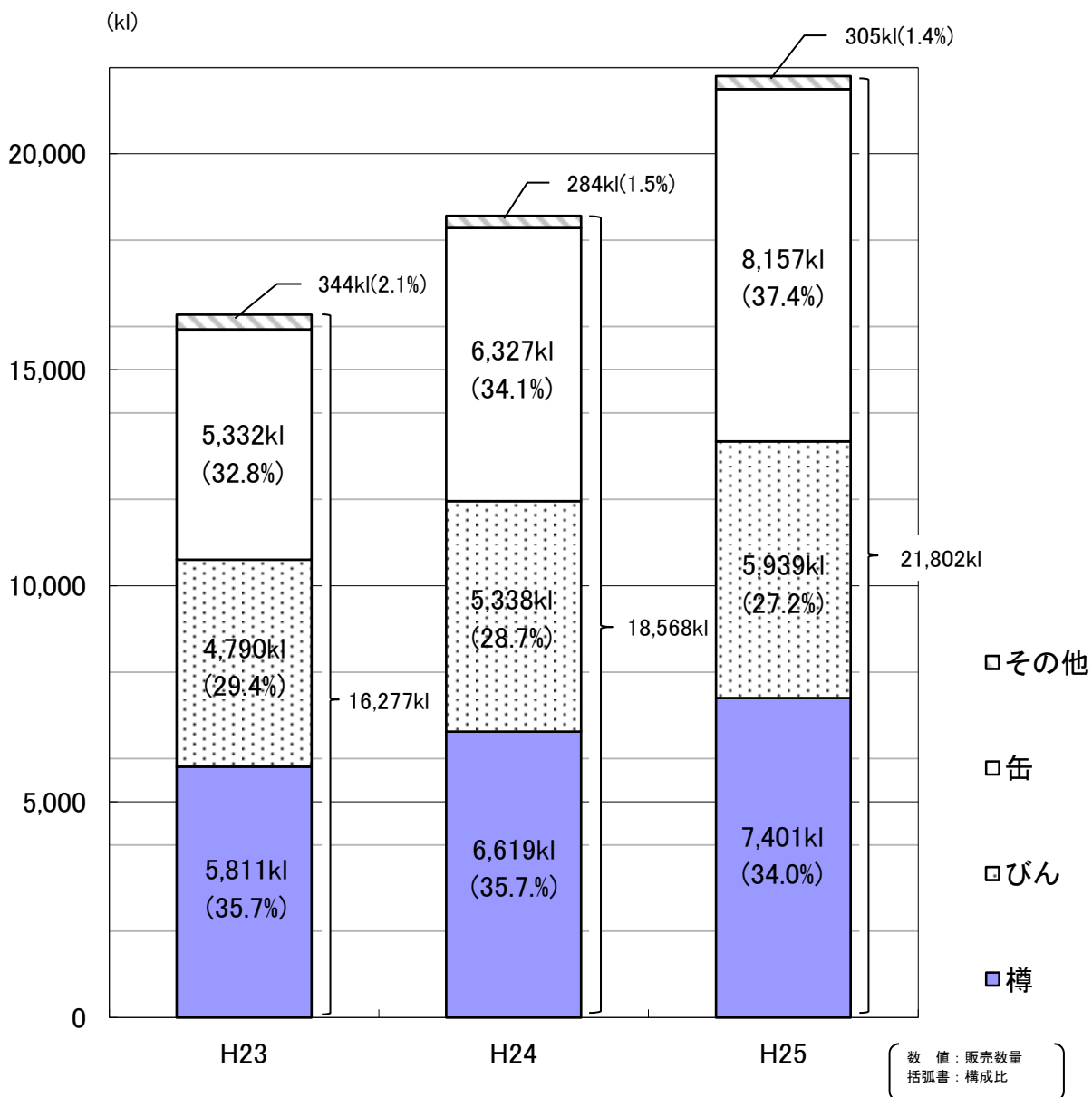
(注1) ビールの販売数量は、国税庁統計年報による。

(注2) 地ビール等製造業者の販売数量は、回答者の販売数量の合計値であり、シェアは推計値である。

#### (4) 容器別販売状況

容器別の販売状況を見ると、缶製品が全体の37.4%と最も大きい割合を占めている。(図表9)。

図表9 容器別販売数量

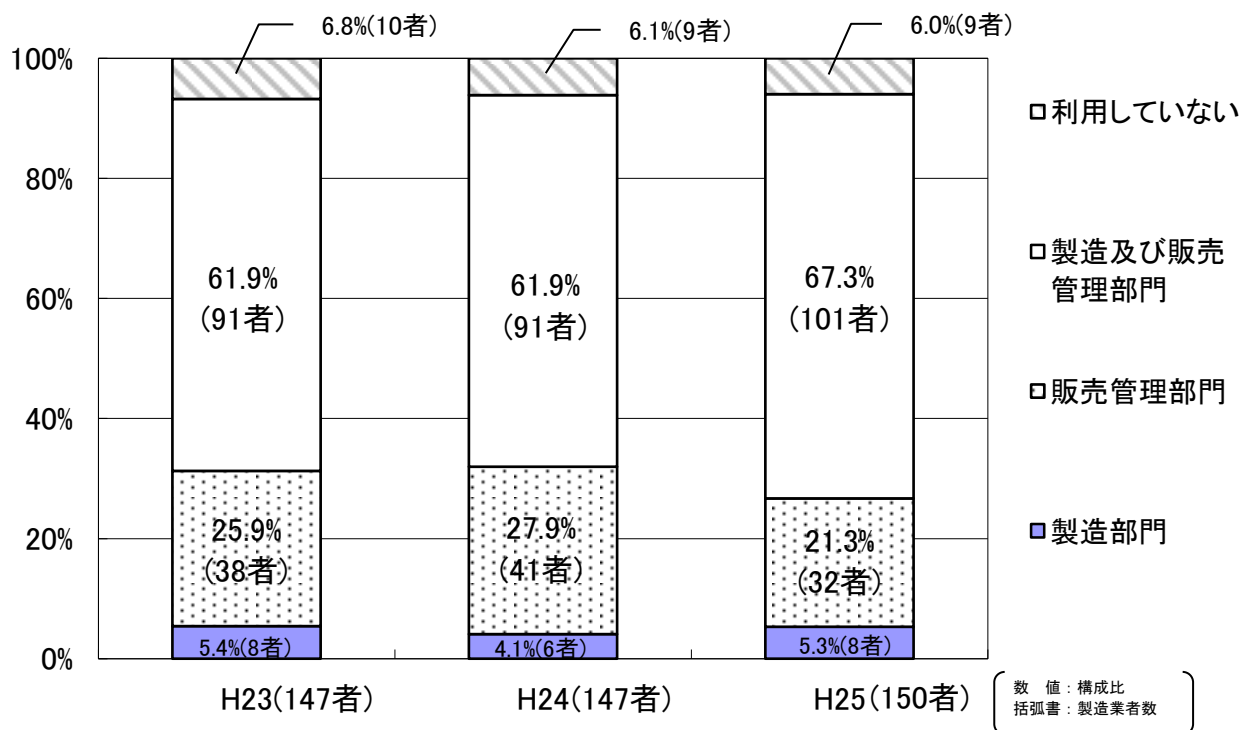


(4) 情報化の状況

コンピューターの利用状況は、製造及び販売管理の両部門で利用している者が、全体の67.3%となっている(図表10)。

また、ホームページは、96%の者が開設している(図表11)。

図表10 コンピューターの利用状況



図表11 ホームページ開設の有無

