

## Ⅱ 発泡酒製造業

### (1) 製造業者数

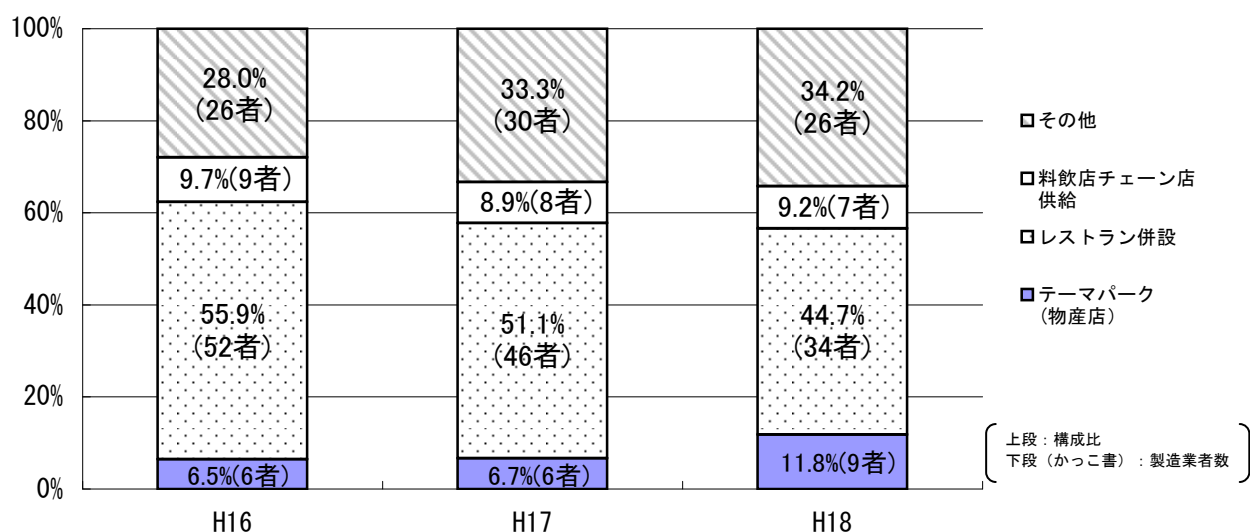
平成18事業年度の調査対象者数は102者、回答者数は76者（回収率 74.5%）であり、このうち72者（94.7%）が中小企業者（※1）である。

販売形態別ではレストラン併設形態が34者（44.7%）と最も多く（図表11）、專業割合別では專業割合（※2）10%未満の者が58者（76.3%）であり（図表12）、製成数量規模別では10klに満たない者が54者（71.1%）となっている（図表13）。

（※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）。

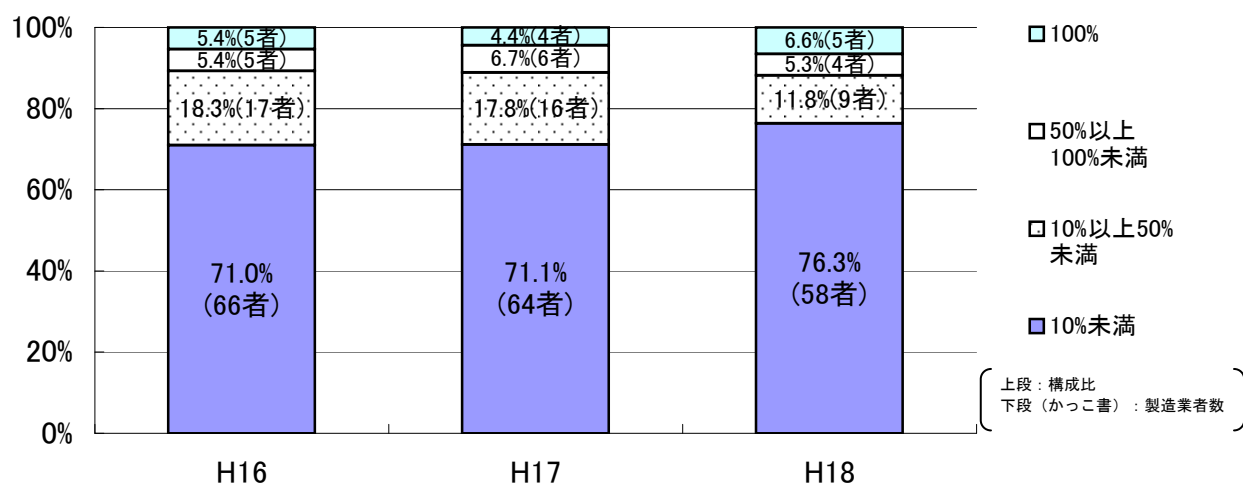
（※2）総売上高に占める発泡酒の売上高の比率である。

図表11 販売形態別構成比

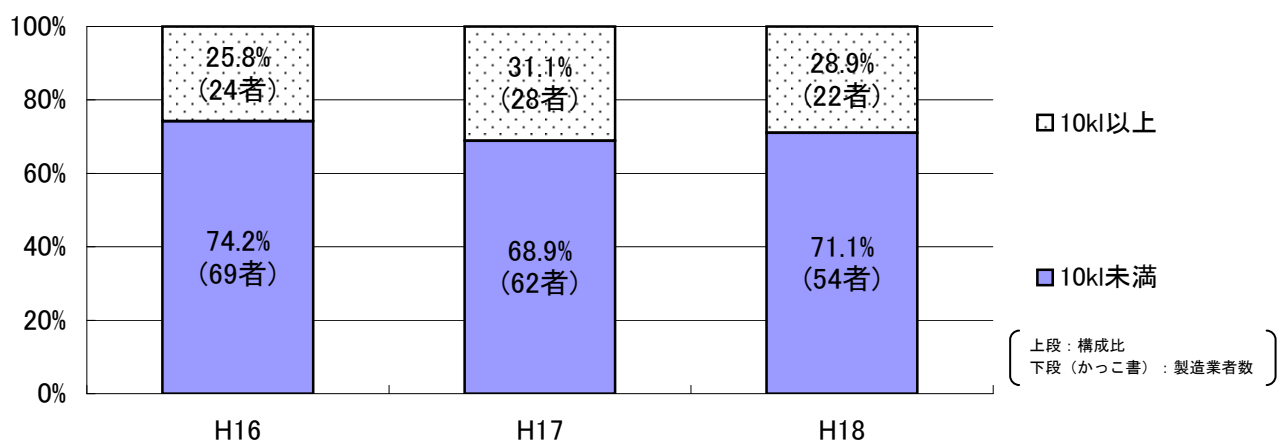


（注） その他の販売形態には、主なものとして酒類卸売業者に販売している者が含まれる。

図表12 專業割合別構成比



図表13 製成数量規模別構成比



(2) 経営状況

平成18事業年度の発泡酒事業の売上高の合計額は、646百万円（1企業当たり8.5百万円）であり、平成17事業年度の695百万円（1企業当たり7.7百万円）に比べ、1企業当たりの売上高が約80万円（10.4%）増加している。

営業利益（損失）の合計額は△48百万円（1企業当たり△60万円）であり、平成17事業年度の△39百万円（1企業当たり△40万円）に比べて拡大している（図表14）。

図表14 経営状況

（単位：百万円）

| 区 分 | 企 業 数 | 売 上 高        | 売上総利益        | 営業利益          |
|-----|-------|--------------|--------------|---------------|
| H16 | 93    | (7.2)<br>669 | (2.1)<br>193 | (△0.7)<br>△61 |
| H17 | 90    | (7.7)<br>695 | (2.4)<br>214 | (△0.4)<br>△39 |
| H18 | 76    | (8.5)<br>646 | (2.6)<br>199 | (△0.6)<br>△48 |

（注） 1 発泡酒製造業に係る計数のみ掲げている。

2 カッコ書は1企業平均値である。

販売形態別の1企業当たりの経営状況は、平成17事業年度と比較して、テーマパーク形態では営業利益が増加したが、それ以外の販売形態では、依然利益を上げるに至っていない（図表15）。

図表15 1企業当たり販売形態別経営状況

（単位：百万円）

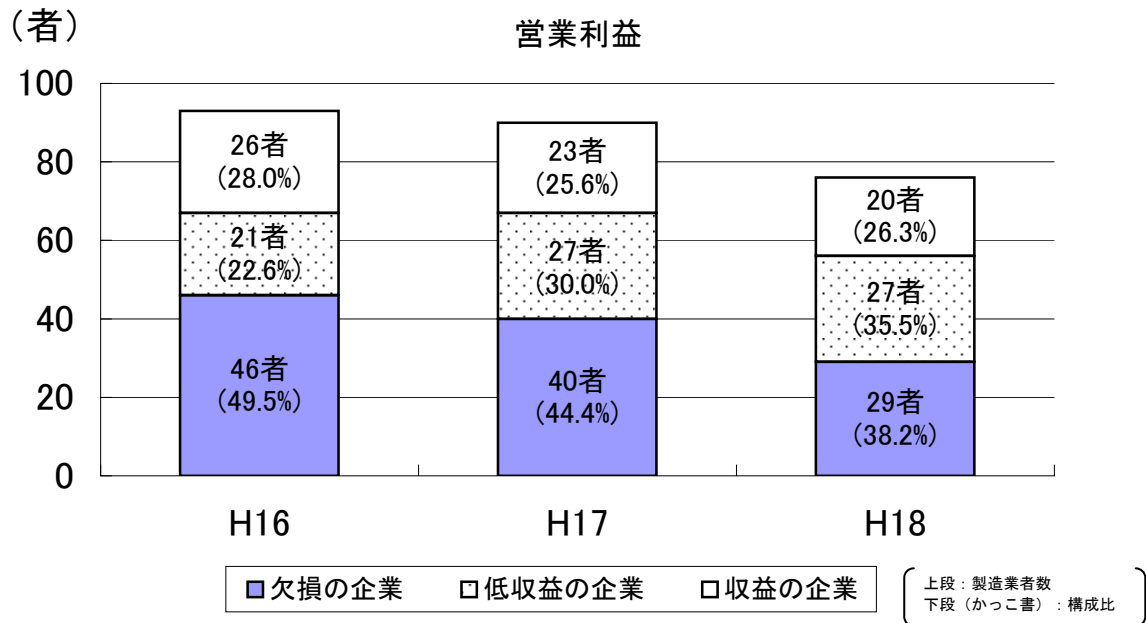
| 区 分       | テーマパーク（物産店） |      |       |        | レストラン併設 |       |       |        |
|-----------|-------------|------|-------|--------|---------|-------|-------|--------|
|           | H16         | H17  | H18   |        | H16     | H17   | H18   |        |
|           |             |      |       | 対前年比   |         |       |       | 対前年比   |
| 売 上 高     | 2.6         | 5.5  | 7.9   | 143.6% | 6.0     | 5.7   | 4.6   | 80.7%  |
| 売 上 総 利 益 | 1.5         | 2.6  | 4.1   | 157.7% | 2.5     | 2.5   | 1.6   | 64.0%  |
| 営 業 利 益   | 0.3         | 0.0  | 2.8   | －      | △ 0.5   | △ 0.3 | △ 0.2 | －      |
| 区 分       | 料飲店チェーン店供給  |      |       |        | その他     |       |       |        |
|           | H16         | H17  | H18   |        | H16     | H17   | H18   |        |
|           |             |      |       | 対前年比   |         |       |       | 対前年比   |
| 売 上 高     | 10.3        | 14.0 | 16.2  | 115.7% | 9.7     | 10.4  | 11.7  | 112.5% |
| 売 上 総 利 益 | 3.4         | 3.6  | 3.6   | 100.0% | 0.8     | 2.6   | 3.1   | 119.2% |
| 営 業 利 益   | 0.0         | 0.0  | △ 1.4 | －      | △ 1.6   | △ 0.9 | △ 2.2 | －      |

（注）1 発泡酒製造業に係る計数のみ掲げている。

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。

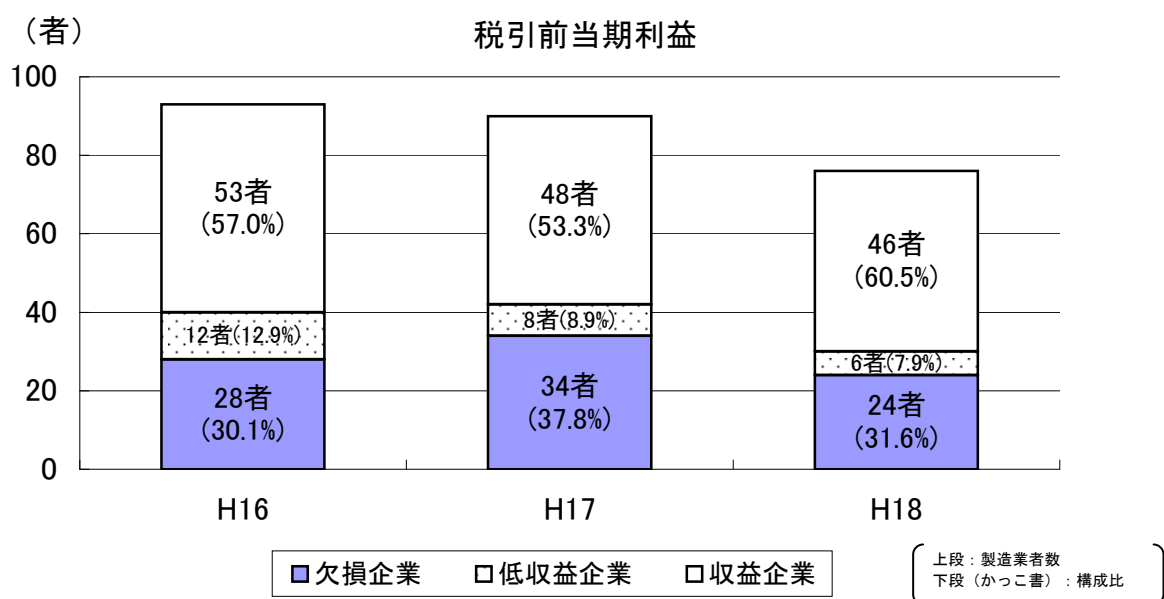
発泡酒事業の営業利益でみると、欠損の企業の割合は減少したが、低収益（営業利益額50万円未満）である企業の割合は増加している（図表16）。

図表16 発泡酒事業の営業利益等の状況



企業全体の税引前利益（発泡酒事業を含む。）からみた場合には、平成17事業年度と比較して、欠損企業の割合が減少し、収益企業の割合が増加した（図表17）。

図表17 企業全体の税引前利益等の状況



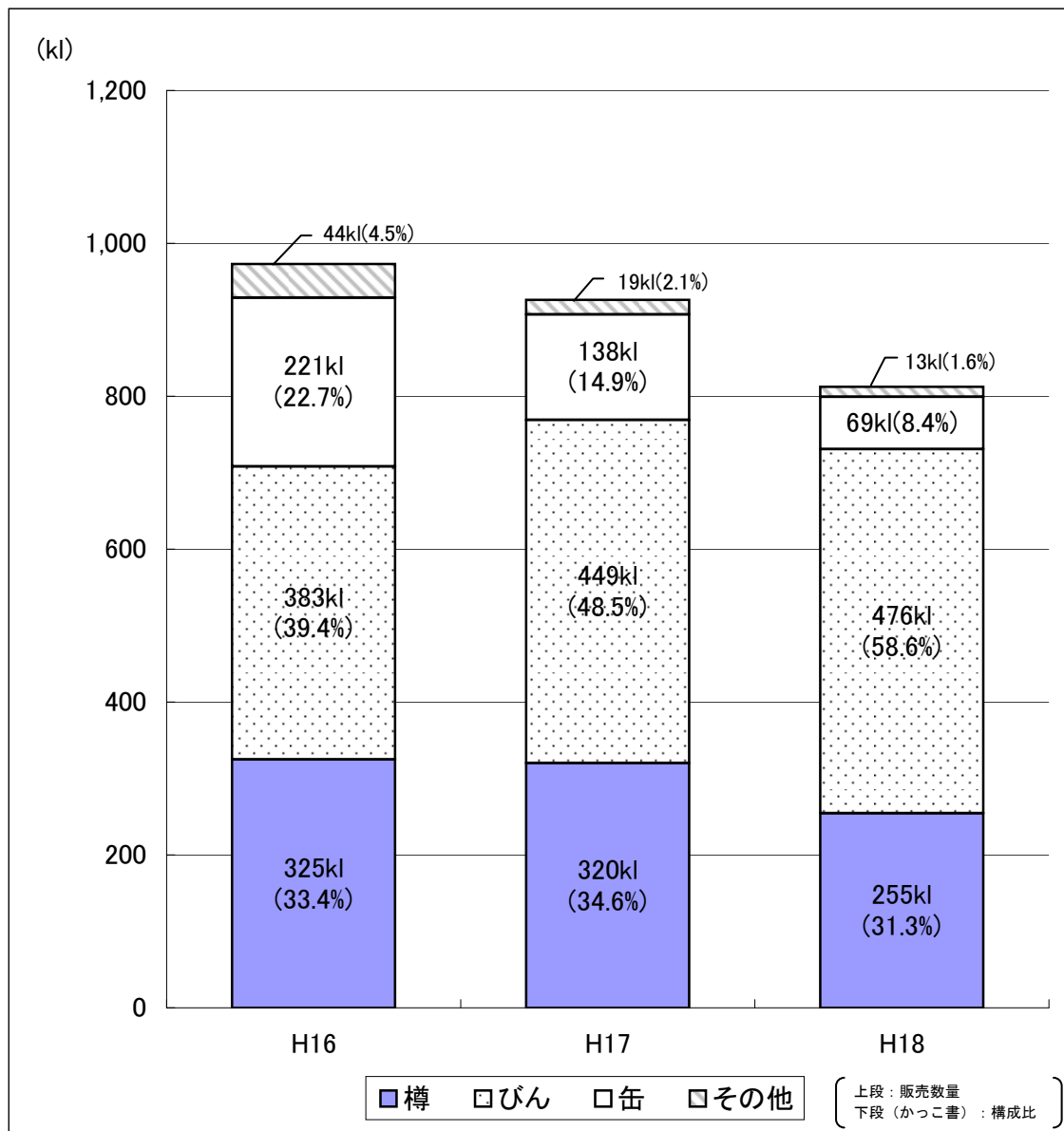
（注） 1 その他の事業部門を含めた事業全体に係る計数である。

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) 容器別販売状況

樽とびんの合計が全体の約90%を占めている。また、平成17事業年度と比較して、びん製品の割合が増加し、樽製品及び缶製品の割合が減少している（図表18）。

図表18 容器別販売数量

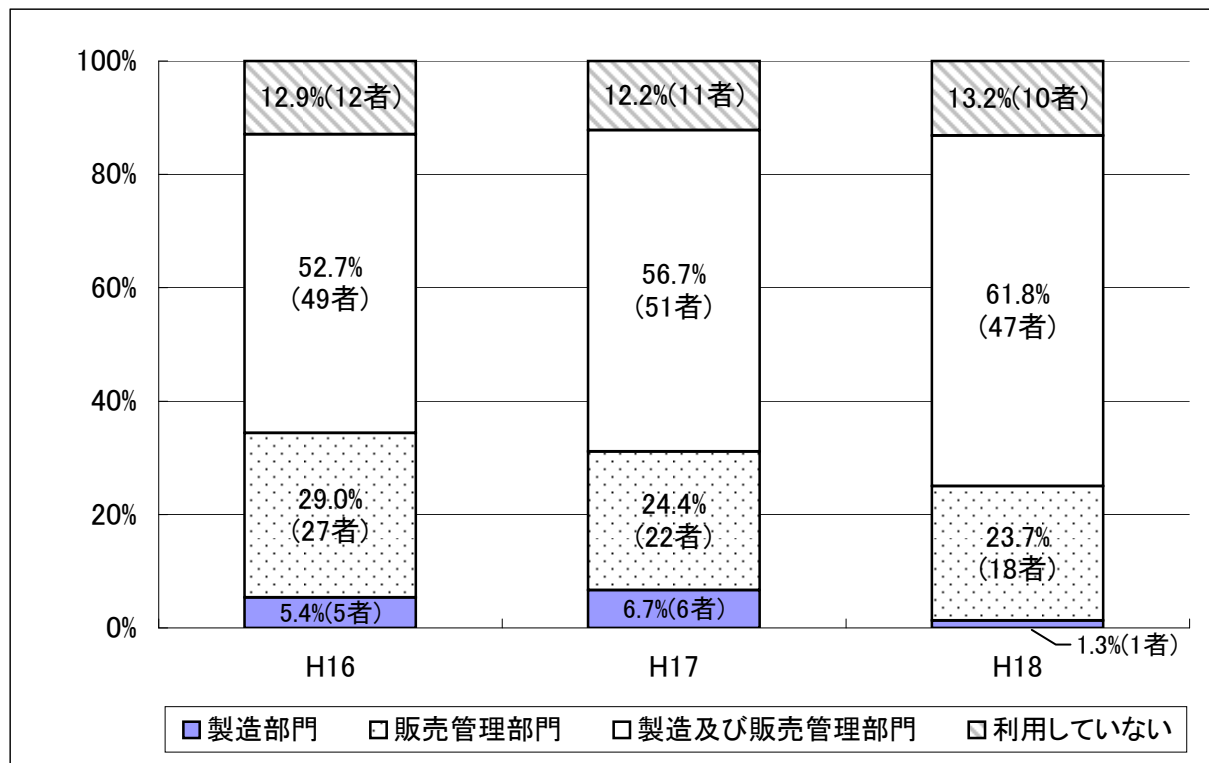


(4) 情報化の状況

コンピューターの利用状況は、製造及び販売管理部門で利用している者が最も多く、61.8%である（図表19）。

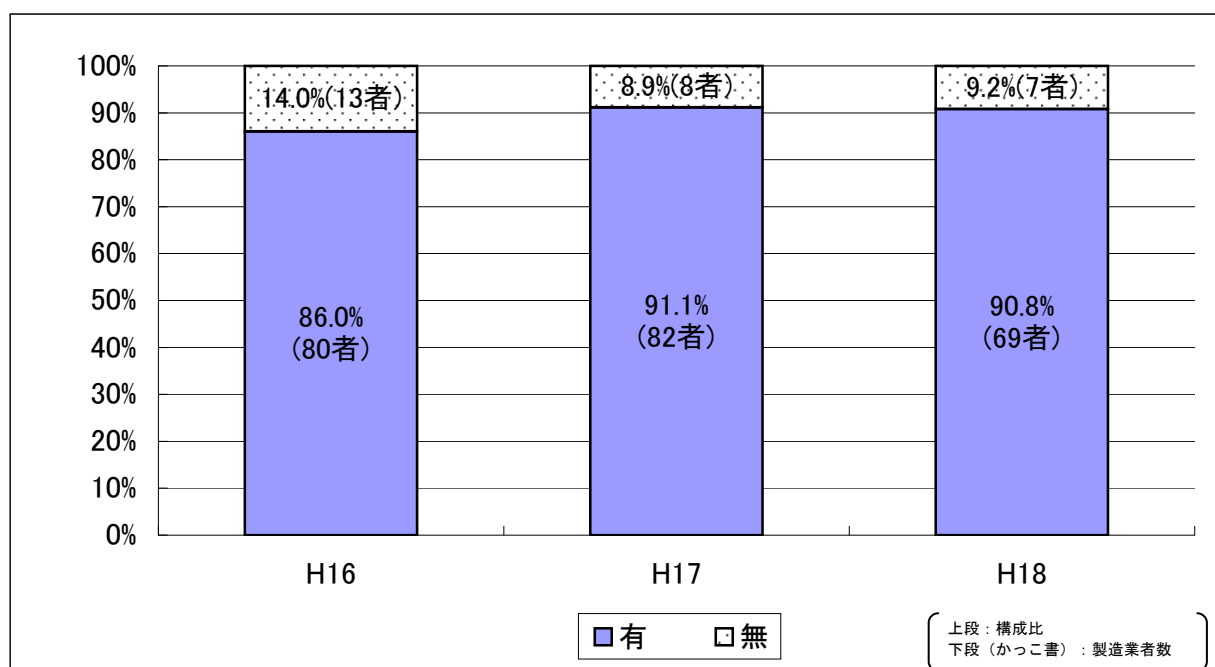
ホームページは、90.8%の者が開設している（図表20）。

図表19 コンピューターの利用状況



上段：構成比  
下段（かっこ書）：製造業者数

図表20 ホームページ開設の有無



上段：構成比  
下段（かっこ書）：製造業者数