

地ビール等製造業の概況(平成22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22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、調査表の提出を要しないこととしている。

(2) 調査対象期間

調査対象期間は、法人については平成22年10月1日直前終了事業年度分(1事業年度が6か月の場合は2事業年度分)、個人については平成21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

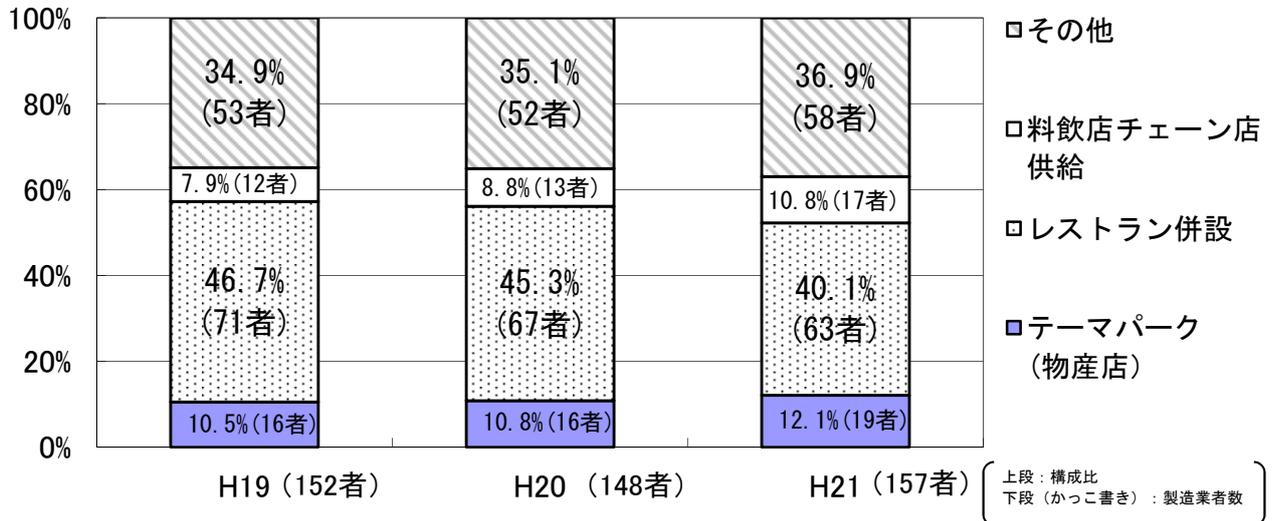
調査対象製造業者数は173者、回答者数は157者（回収率90.8%）であり、このうち151者（96.2%）が中小企業者（※1）である。

販売形態別ではレストラン併設形態が63者（40.1%）と最も多く（図表1）、専業割合別では専業割合（※2）10%未満の者が64者（40.8%）であり（図表2）、製成数量規模別では100klに満たない者が134者（85.4%）となっている（図表3）。

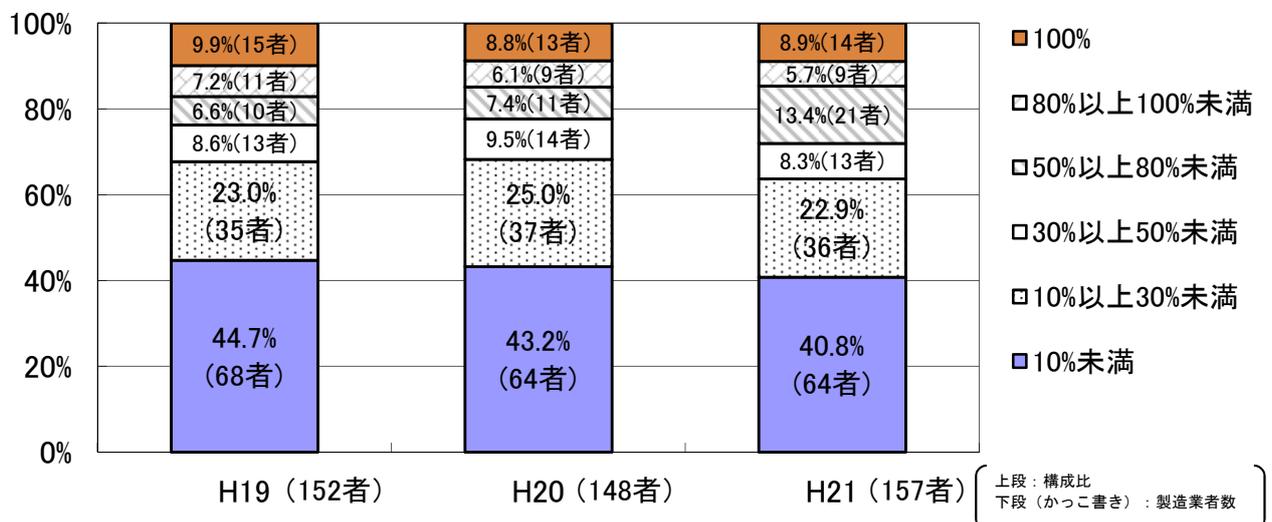
（※1）資本金3億円以下の法人並びに従業員300人以下の法人及び個人をいう（中小企業基本法第二条第一項第一号）。

（※2）総売上高に占めるビールの売上高の比率である。

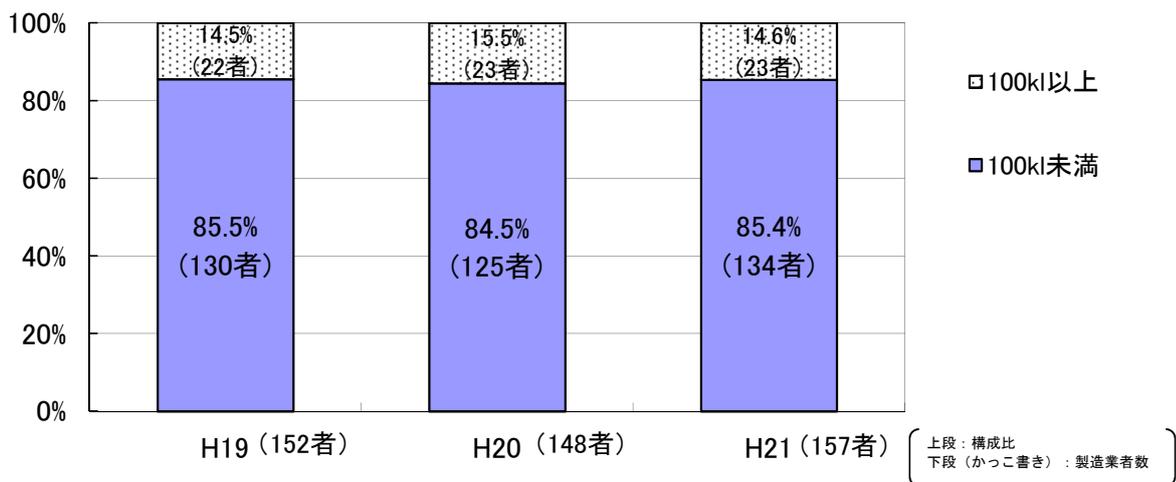
図表1 販売形態別構成比



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65.9百万円(回答者合計で10,349百万円)であり、前年から横ばいで推移している。

営業利益の額は、1者当たり3.2百万円(回答者合計で504百万円)であり、前年と比較して、1者当たりの営業利益が、70万円(128.0%)増加している(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
H19	152	(61.6) 9,359	(24.7) 3,752	(2.0) 302
H20	148	(65.9) 9,757	(24.7) 3,649	(2.5) 366
H21	157	(65.9) 10,349	(25.0) 3,929	(3.2) 504

(注)1 ビール製造業に係る計数のみ掲げている。

2 かっこ書は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、レストラン併設形態では、営業利益が減少し、テーマパーク形態、料飲店チェーン店供給形態及び主に酒類販売業者に卸売を行っている者を含むその他の形態では、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)

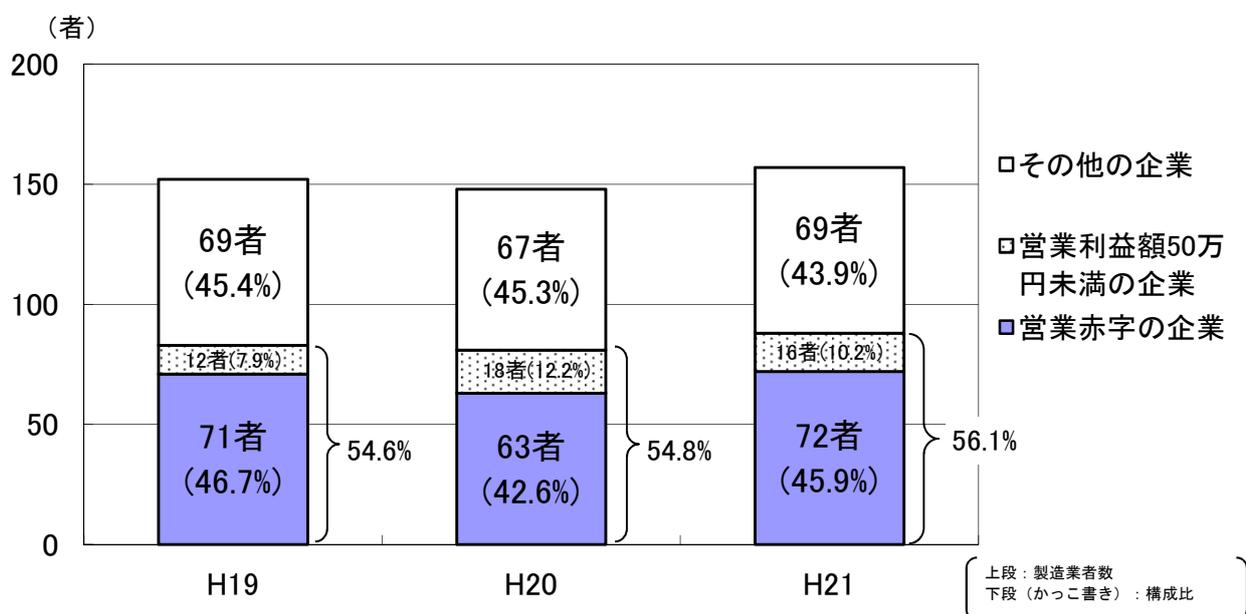
区 分	テーマパーク (物産店)					レストラン併設				
	H19	H20		H21		H19	H20		H21	
		対前年比	対前年比	対前年比	対前年比		対前年比	対前年比		
売 上 高	48.1	37.4	77.8%	37.2	99.5%	38.8	43.8	112.9%	46.3	105.7%
売上総利益	26.7	19.3	72.3%	21.0	108.8%	19.0	24.6	129.5%	26.1	106.1%
営 業 利 益	7.7	6.4	83.1%	9.0	140.6%	4.1	5.3	129.3%	4.1	77.4%
区 分	料飲店チェーン店供給					その他				
	H19	H20		H21		H19	H20		H21	
		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	74.0	67.5	91.2%	71.8	106.4%	93.3	102.8	110.2%	94.9	92.3%
売上総利益	19.0	13.4	70.5%	20.5	153.0%	33.0	29.2	88.5%	26.5	90.8%
営 業 利 益	△ 2.0	△ 3.8	52.6%	△ 0.4	105.3%	△ 1.7	△ 0.8	47.1%	1.5	—

(注)1 ビール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。

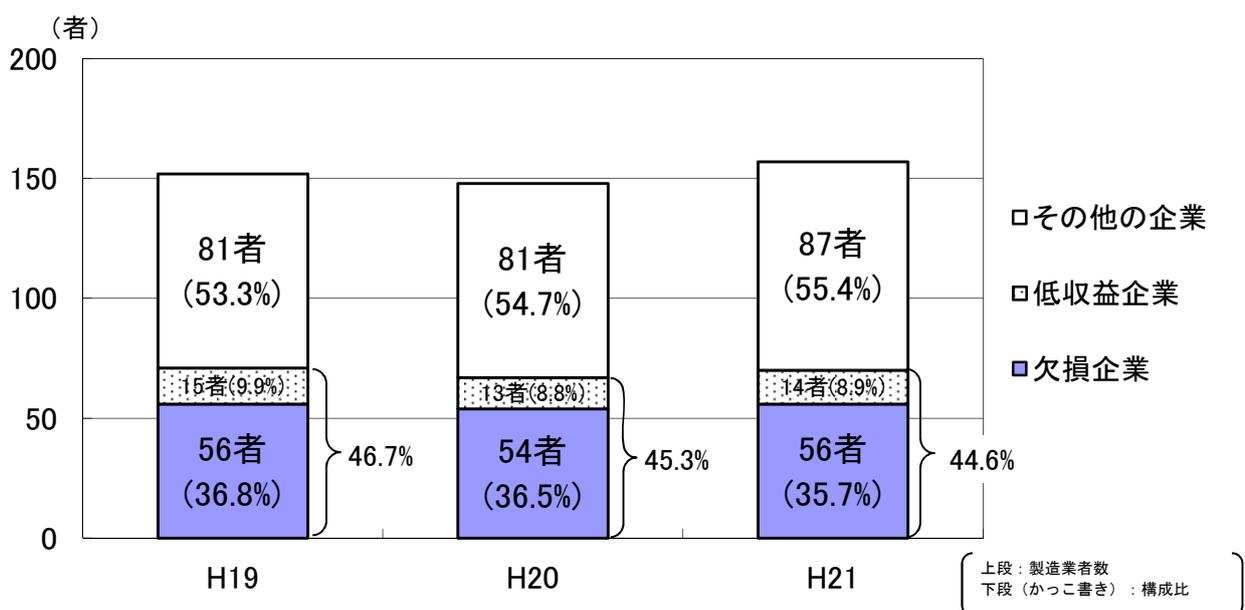
ビール事業に係る営業利益をみると、営業赤字の企業及び営業利益額50万円未満の企業の割合が、前年に引き続き企業全体の5割以上を占めている(図表6)。

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)の合計の割合が減少している(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。

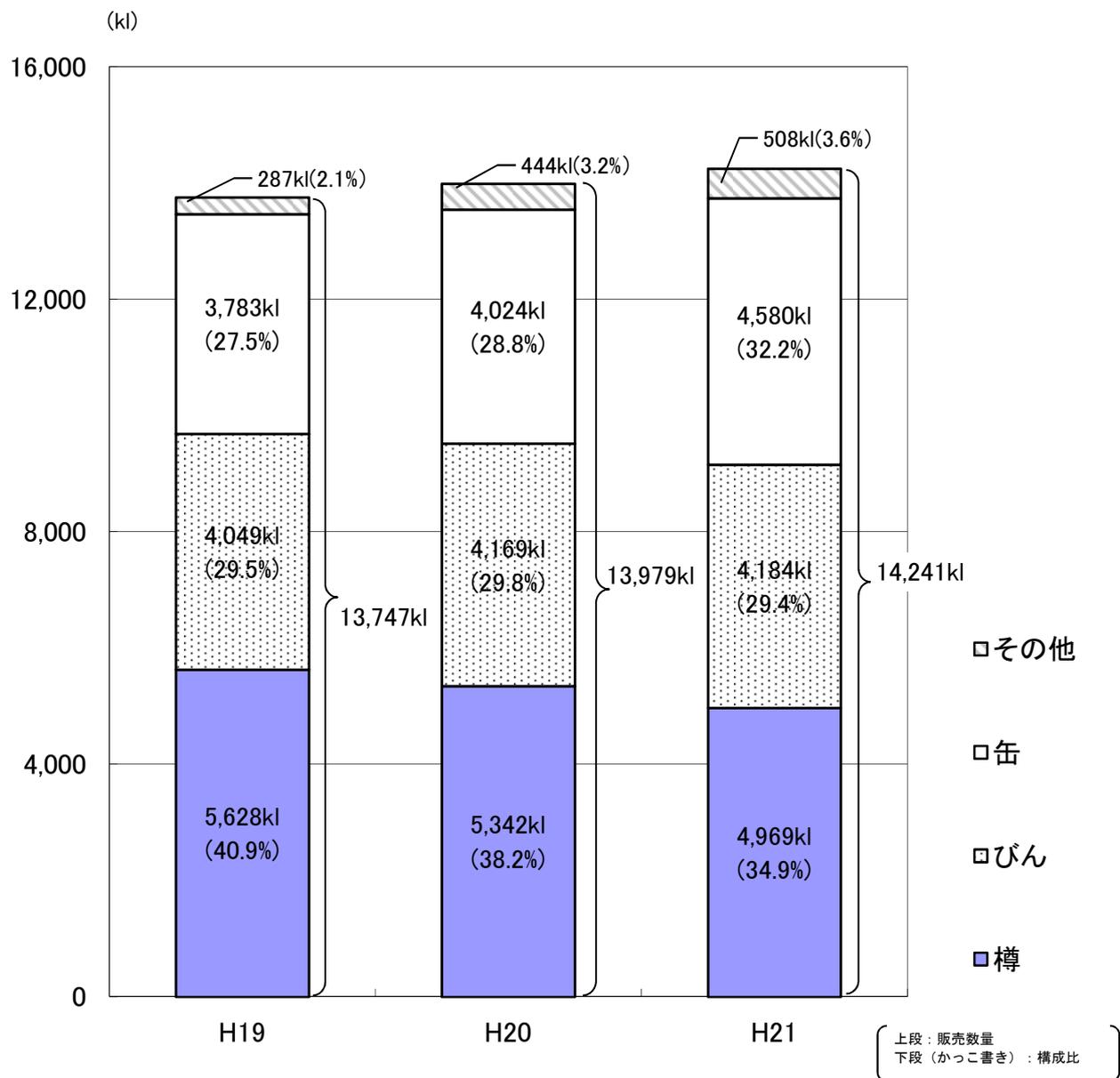
2 低収益企業とは、税引前利益額が0円から50万円未満の企業をいう。

(3) 容器別販売状況

容器別の販売状況を見ると、樽製品の割合が前年より減少したものの、全体の34.9%と最も多い割合を占めている。

また、缶製品の割合が増加している(図表8)。

図表8 容器別販売数量

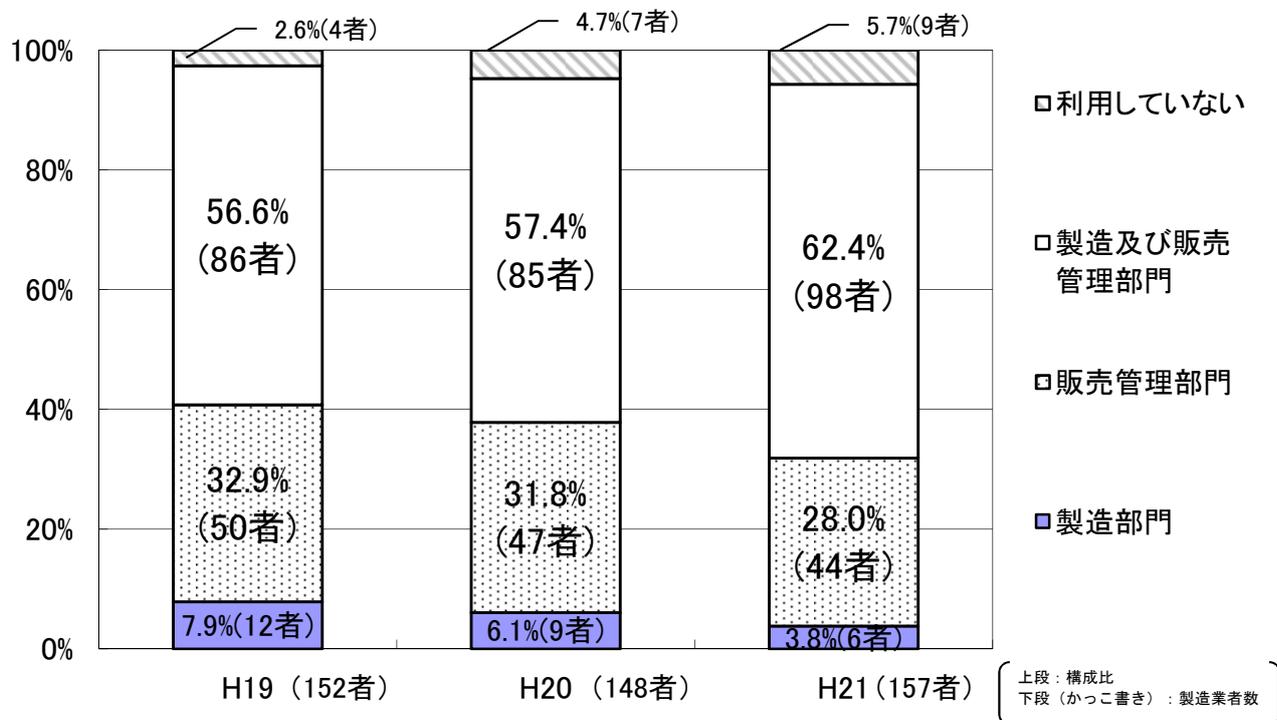


(4) 情報化の状況

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62.4%となっている(図表9)。

また、ホームページは、93%の者が開設している(図表10)。

図表9 コンピューターの利用状況



図表10 ホームページ開設の有無

