

Ⅱ 発泡酒製造業

(1) 製造業者数

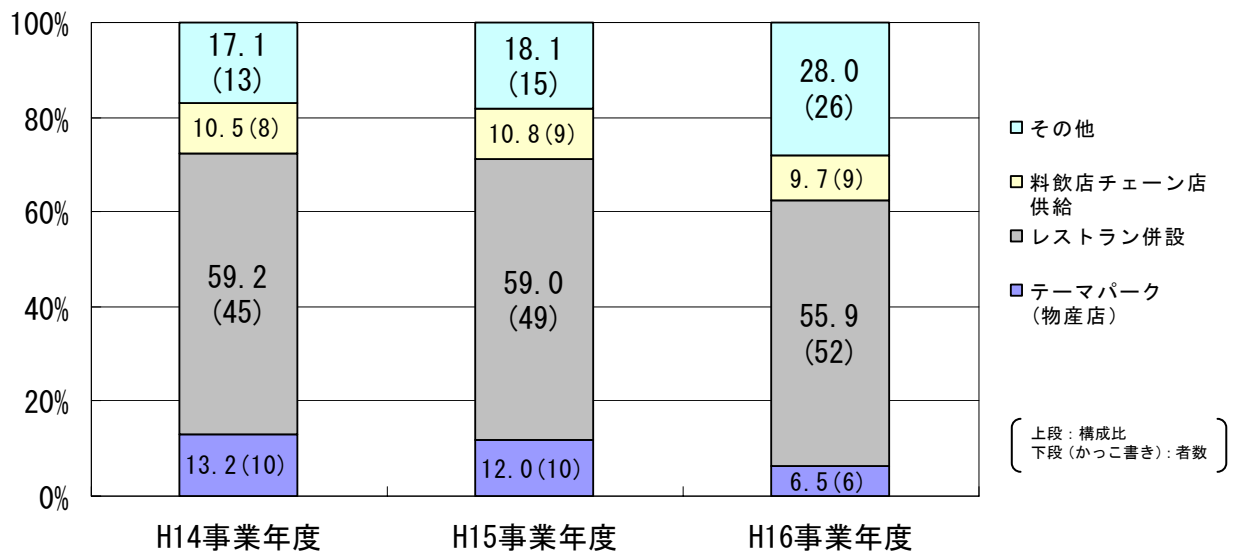
平成16事業年度の調査対象者数は99者、回答者数は93者(94.0%)であり、このうち、中小企業者(※1)が90者(96.8%)となっている。

販売形態は、レストラン併設形態が最も多く、52者(55.9%)となっており(図表12)、専業割合別では、専業割合(※2)100%の者が5者(5.4%)であり(図表13)、製成数量規模別では、10klに満たない者が69者(74.2%)となっている(図表14)。

(※1) 資本金3億円以下の法人並びに従業員300人以下の法人又は個人をいう。

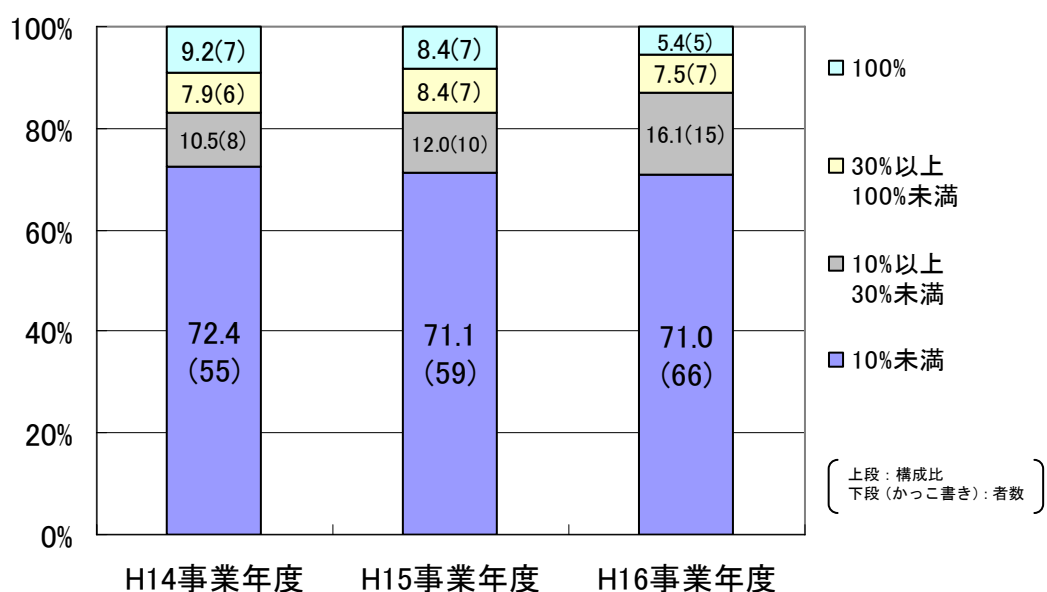
(※2) 総売上高に占める発泡酒事業の売上高の割合である。

図表12 販売形態別構成比

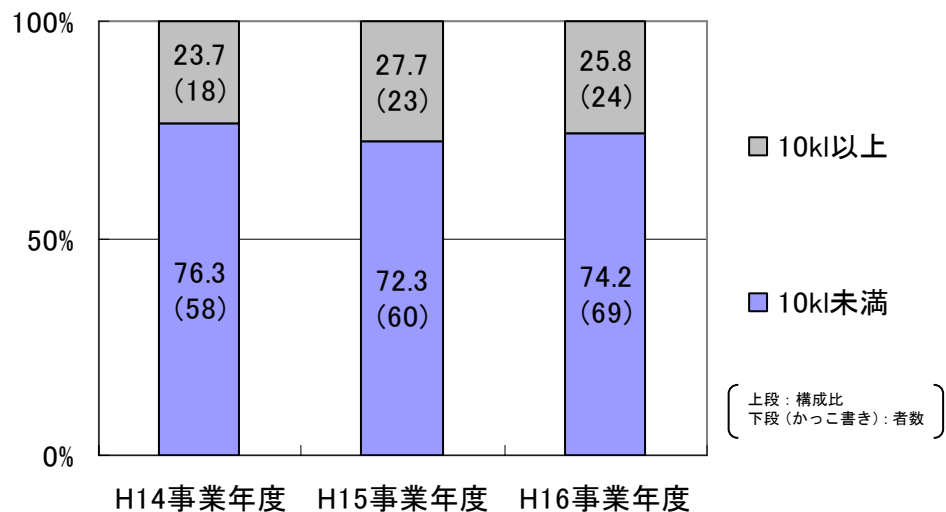


(注) その他の販売形態には、主なものとして酒類卸売業者に販売している者が含まれる。

図表13 専業割合別構成比



図表14 製成数量別構成比



(2) 経営状況

発泡酒事業の売上高は、669百万円（1企業あたり7.1百万円）であり、平成15事業年度588百万円（1企業あたり7.1百万円）に比べ1企業あたりの売上高はほぼ横ばいで推移している。

営業利益は、△64百万円（1企業あたり△0.7百万円）であり、平成15事業年度△90百万円（1企業あたり△1.1百万円）の営業損失が縮小している。

図表15 経営状況

（単位：百万円）

区 分	売 上 高	売上原価	売上総利益	販 管 費	営業利益
H14	(7.7) 587	(4.4) 336	(3.3) 251	(4.5) 341	(△1.2) △ 90
H15	(7.1) 588	(4.1) 337	(3.0) 251	(4.1) 341	(△1.1) △ 90
H16	(7.2) 669	(5.0) 469	(2.1) 193	(2.7) 254	(△0.7) △ 61

（注）かっこ書は1企業平均値である。

販売形態別の1企業あたりの経営状況は、レストラン併設形態では営業損失が縮小されているほか、テーマパーク形態の営業利益が減少している。

図表16 1企業あ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				
	H14	H15		H16		H14	H15		H16	
			対前年比		対前年比			対前年比		対前年比
売上高	5.7	4.8	84.2%	2.6	54.2%	8.7	7.9	90.8%	6.0	75.9%
売上原価	2.4	2.1	87.5%	1.0	47.6%	4.8	4.5	93.8%	3.5	77.8%
売上総利益	3.3	2.7	81.8%	1.5	55.6%	3.8	3.4	89.5%	2.5	73.5%
販管費	2.0	1.6	80.0%	1.3	81.3%	6.1	5.5	90.2%	3.0	54.5%
営業利益	1.3	1.0	76.9%	0.3	30.0%	△2.3	△2.1	—	△0.5	—
区分	料飲店チェーン店供給					その他				
	H14	H15		H16		H14	H15		H16	
			対前年比		対前年比			対前年比		対前年比
売上高	8.6	7.2	83.7%	10.3	143.1%	5.5	6.1	110.9%	9.7	159.0%
売上原価	6.0	4.4	73.3%	6.9	156.8%	3.6	3.8	105.6%	8.9	234.2%
売上総利益	2.6	2.8	107.7%	3.4	121.4%	1.8	2.2	122.2%	0.8	36.4%
販管費	2.4	2.6	108.3%	3.4	130.8%	1.9	2.3	121.1%	2.4	104.3%
営業利益	0.2	0.2	100.0%	0.0	—	△0.1	0.0	—	△1.6	—

(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。

製成数量規模別の1企業あたりの経営状況は、10kl未満については横ばいで推移しているものの、10kl以上では損失が減少している。

図表17 1企業あたり製成数量規模別経営状況

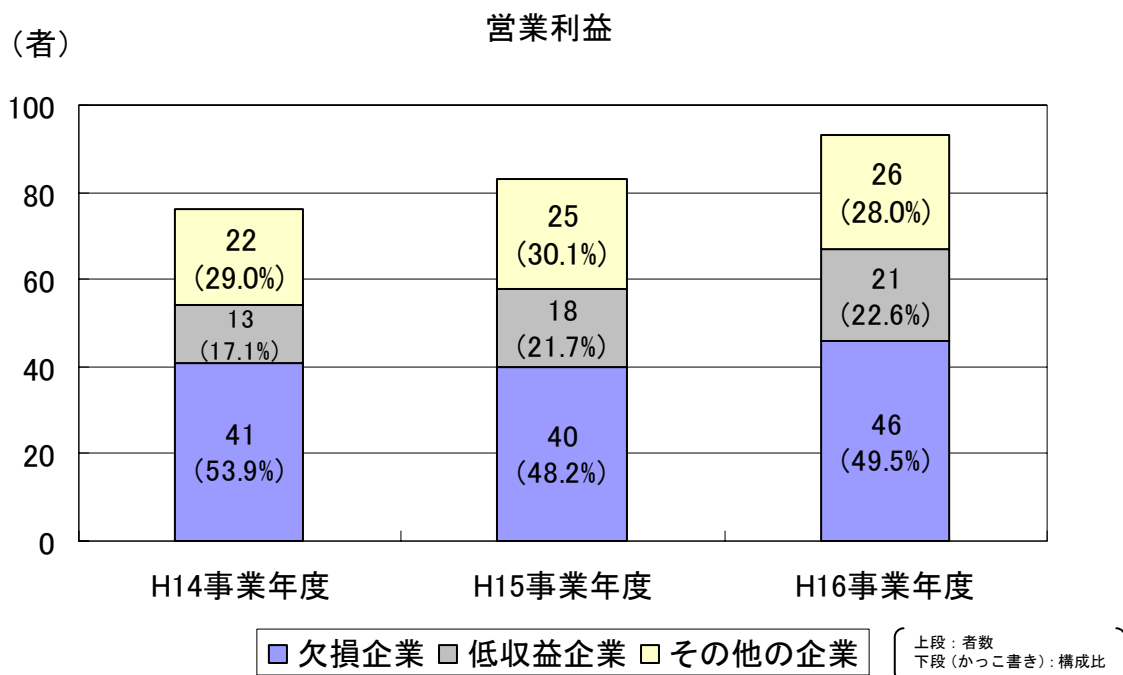
(単位:百万円)

区分	10kl未満					10kl以上				
	H14	H15		H16		H14	H15		H16	
			対前年比		対前年比			対前年比		対前年比
売上高	4.0	3.7	92.5%	3.3	89.2%	19.6	16.0	81.6%	18.4	115.6%
売上原価	2.4	1.8	75.0%	1.9	105.6%	11.0	9.9	90.0%	14.3	140.4%
売上総利益	1.6	1.8	112.5%	1.5	83.3%	8.7	6.1	70.1%	4.1	75.4%
販管費	2.1	2.1	100.0%	1.8	85.7%	12.2	9.3	76.2%	5.8	67.7%
営業利益	△0.4	△0.3	—	△0.3	—	△3.5	△3.1	—	△1.7	—

利益規模別では、発泡酒事業(営業利益ベース)の欠損企業割合は49.5%と過半数を割り込んだものの、低収益企業(※3)を含めると71.1%となっている(図表18)。

(※3) 低収益企業とは、利益額が0円から50万円未満の企業をいう。

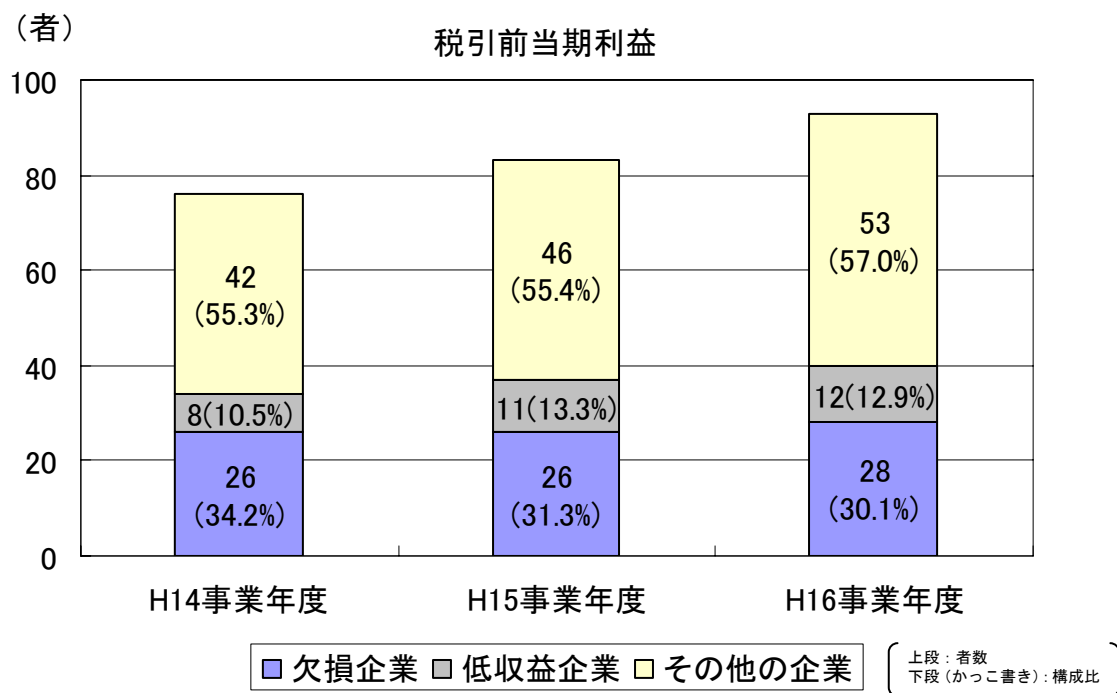
図表18 欠損及び低収益企業数構成比(営業利益ベース)



(注) 発泡酒部門に係る計数である。

発泡酒事業を含めた企業全体の税引前利益からみた場合の欠損企業割合は30.1%であり、低収益企業と合わせると43.0%となっている(図表19)。

図表19 欠損及び低収益企業数構成比(税引前利益ベース)

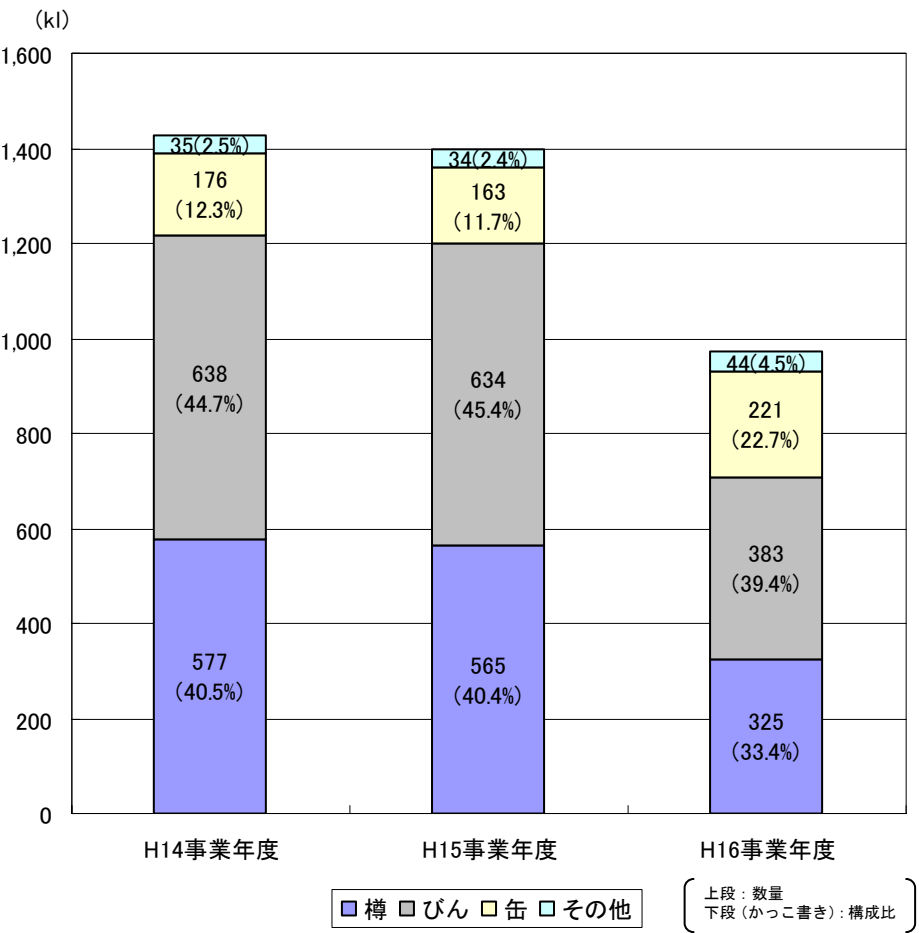


(注) その他の事業部門を含めた事業全体に係る計数である。

(3)販売状況

容器別では、樽とびんが合わせて全体の80%以上を占めている(図表20)。

図表20 容器別構成比

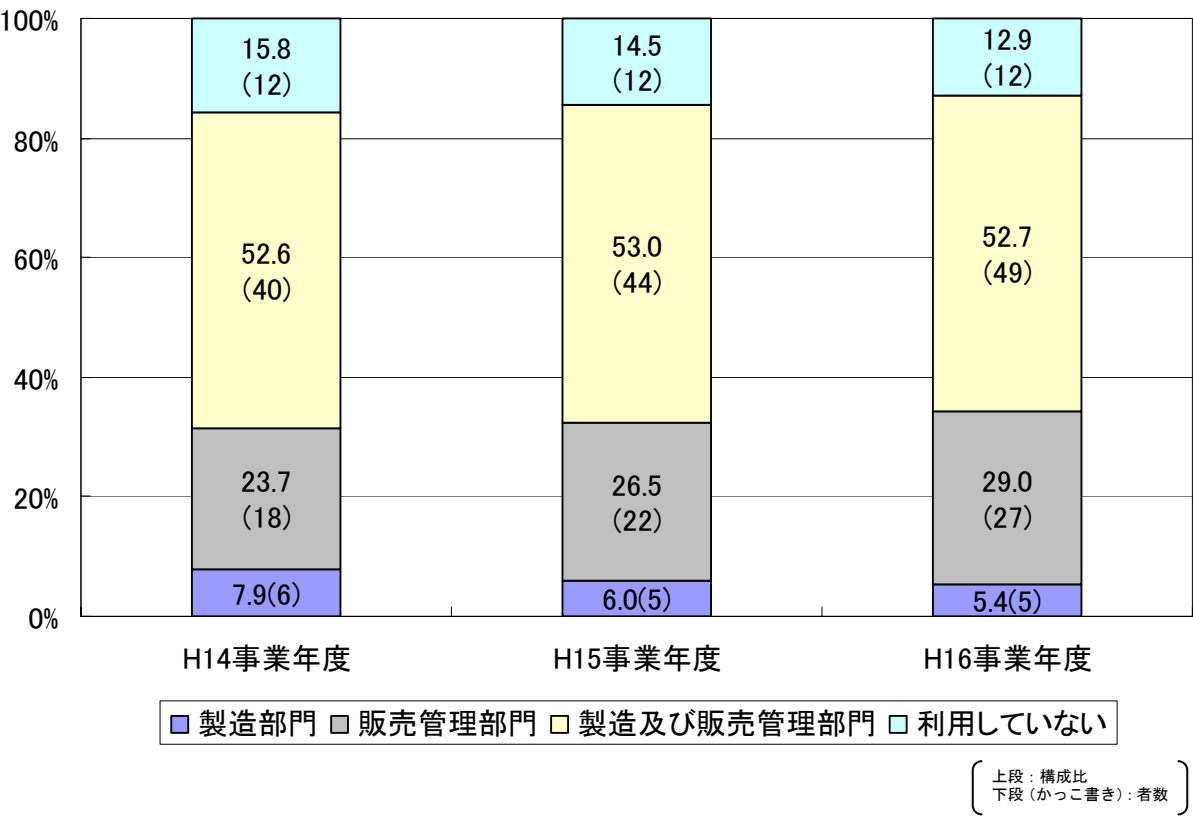


(4)情報化への取組

コンピュータの利用状況は、製造及び販売管理部門で利用している者が最も多く、平成16事業年度52.7%である(図表21)。

ホームページは、86.0%の者が開設している(図表22)。

図表21 コンピュータの利用状況



図表22 ホームページ開設の有無

