

# 国内酒類業界の動向

LEAD THE VALUE

2018年6月

株式会社 三井住友銀行  
コーポレート・アドバイザー本部 企業調査部

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。

本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。

ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。



## 三井住友銀行

1. 国内酒類業界の概況	3
(1)事業環境	4
(2)酒類別需要動向	5
(3)供給動向	7
2. 法規制の動向	8
(1)酒販規制の強化	9
(2)段階的な酒税の税率改正	10
3. 中長期的な業界環境の変化に対する見方(弊行想定)	11

# 1. 国内酒類業界の概況

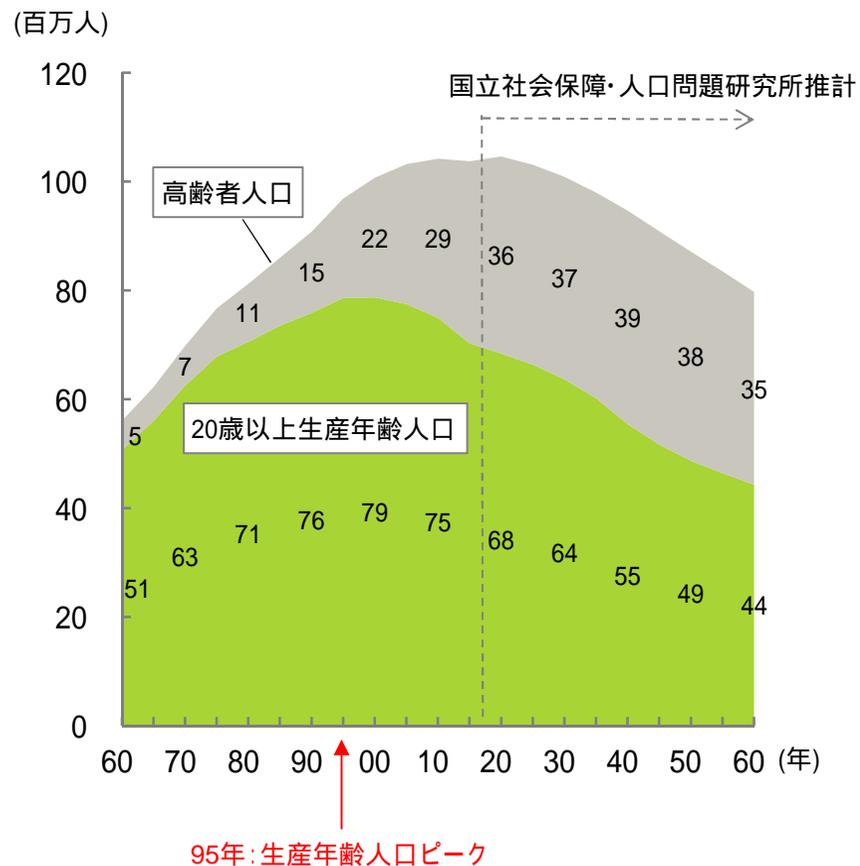
---

# 1. 国内酒類業界の概況 (1)事業環境

国内事業環境をみれば、主要な消費層である生産年齢人口(うち20歳以上)は1995年をピークに減少しており、飲酒人口は高齢化が進展、2025年頃には減少に転じる見通しです。

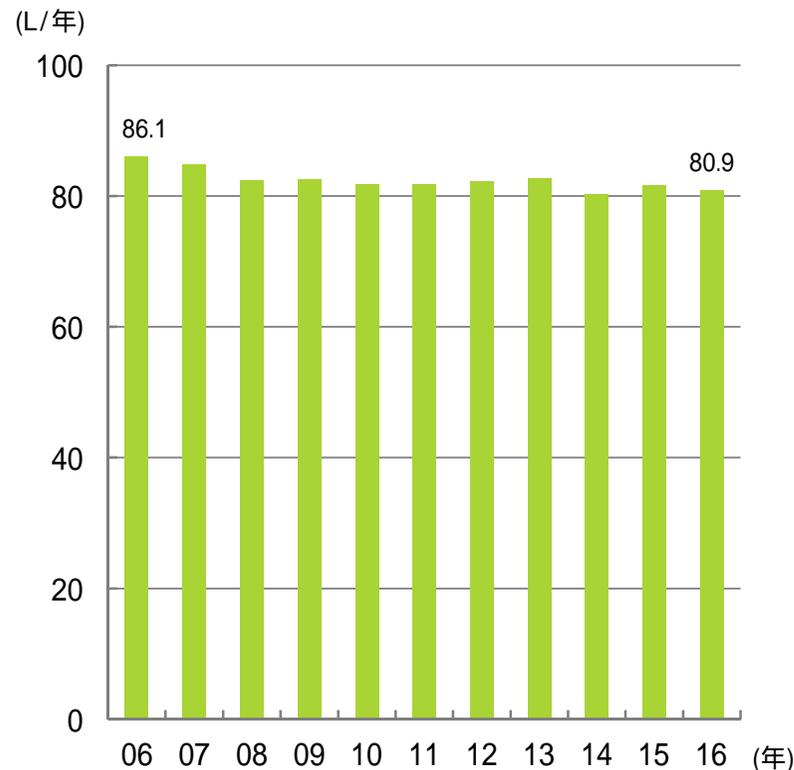
加えて、成人1人当たりの酒類消費数量に関しても、相対的に飲酒量が少ないとされる高齢者層の増加や若年層の酒離れ等を背景に、減少傾向で推移しています。

飲酒人口の推移



(出所)国立社会保障・人口問題研究所を基に弊行作成

成人1人当たり酒類消費数量の推移(年間)



参考  
中ジョッキ(435ml)換算  
06年198杯 16年186杯(-12杯)

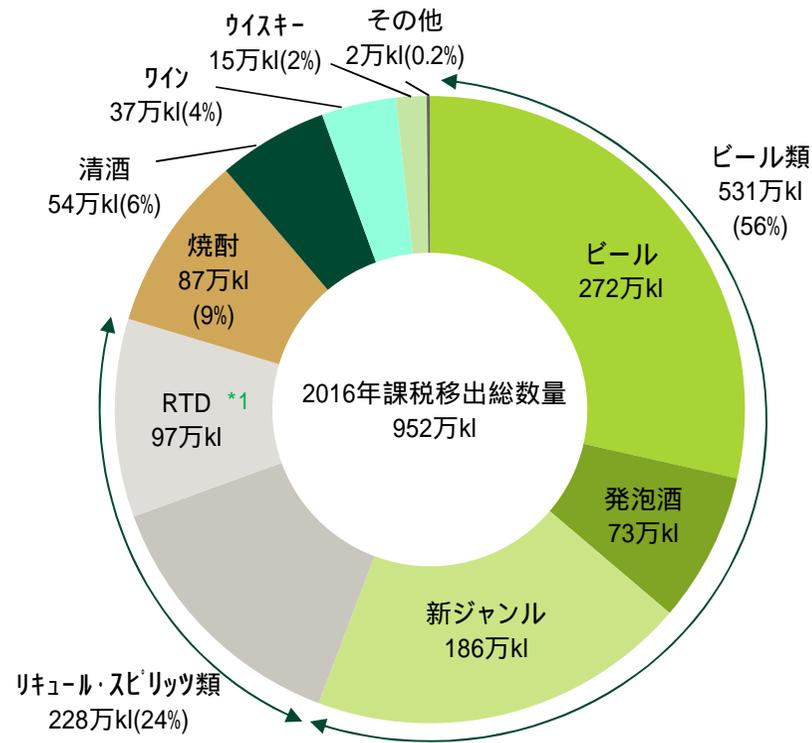
(出所)国税庁資料を基に弊行作成

# 1. 国内酒類業界の概況 (2)酒類別需要動向 ビール類

飲酒人口の高齢化や若年層の酒離れ等を受けて、酒類全体の需要が低迷する中、国内酒類課税移出総数量の半数以上を占めるビール類(ビール、発泡酒、新ジャンル)の出荷数量は、2005年以降12年連続で減少しています。

種類別にみれば、ビールは生産年齢人口の減少に伴い90年代中頃より減少傾向で推移してきました。また、1994年に発売され拡大した発泡酒も、更に安価な新ジャンルの登場(2003年)により減少に転じており、以降は新ジャンルが販売を伸ばしてきました。

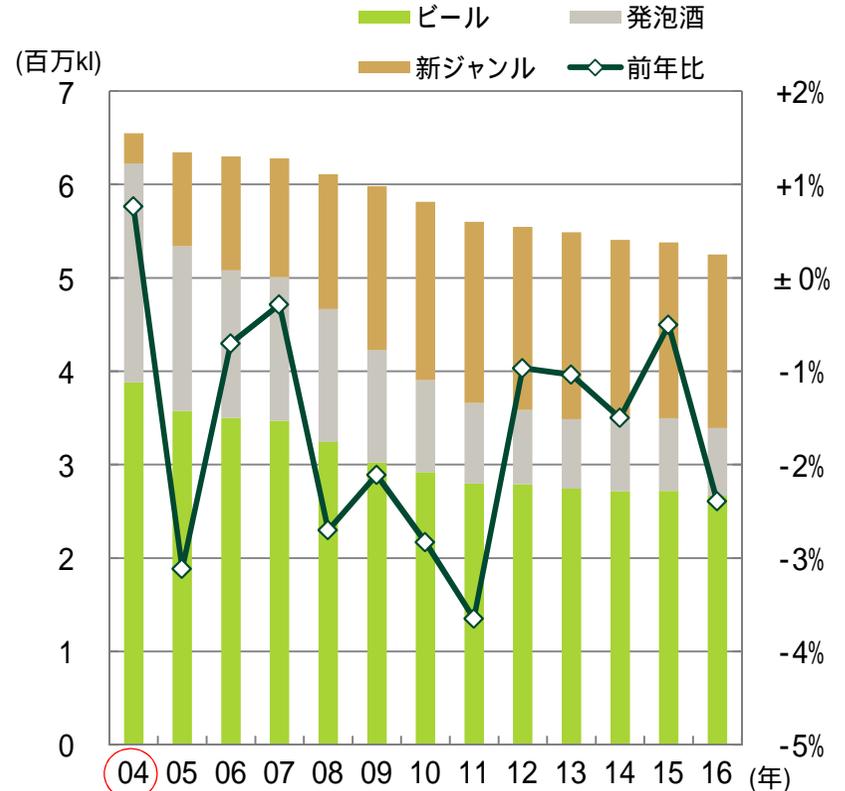
2016年酒類課税移出数量内訳(国産+輸入)



\*1 スピリッツ(発泡性)+リキュール(カテル・チューハイ等発泡性・梅酒) - 新ジャンル(リキュール発泡性)により算出した推計値。

(出所)国税庁、発泡酒の酒税を考える会資料を基に弊社作成

主要5社 \* のビール類出荷数量推移(課税移出数量ベース)



課税移出数量ピーク

\* アサヒビール(株)、キリンビール(株)、サントリービール(株)、サッポロビール(株)、オリオンビール(株)の5社。

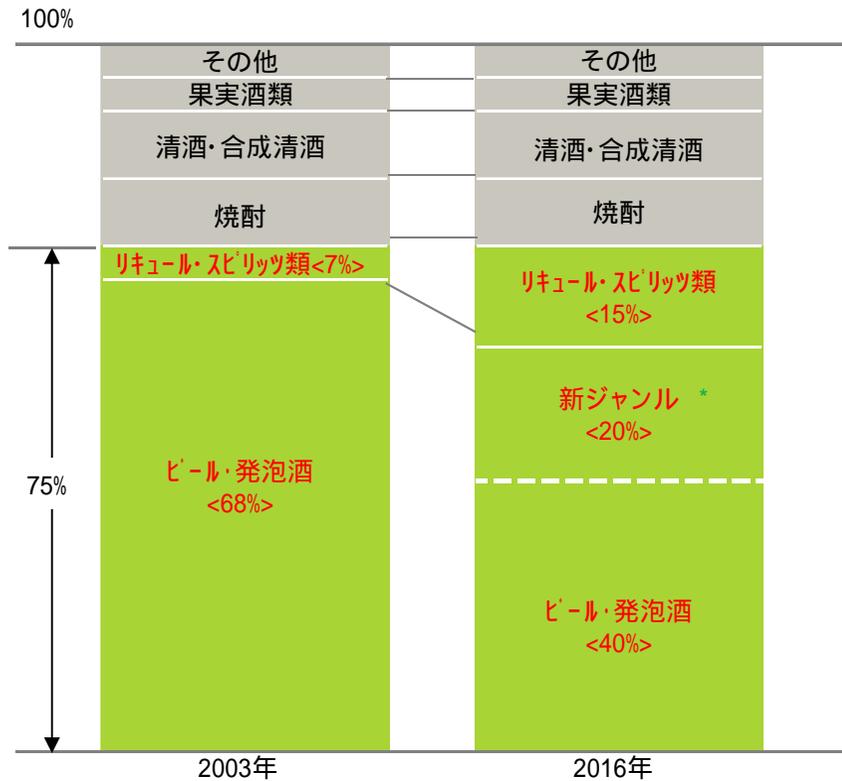
(出所)(株)日刊経済通信社「酒類食品産業の生産・販売シェア」を基に弊社作成

# 1. 国内酒類業界の概況 (2)酒類別需要動向 ビール類を除く酒類

消費数量の構成比率の動向をみれば、ビール・発泡酒から新ジャンルの他、リキュール・スピリッツ類へ消費がシフトしていることから、需要の多様化が進んでいると考えられます。

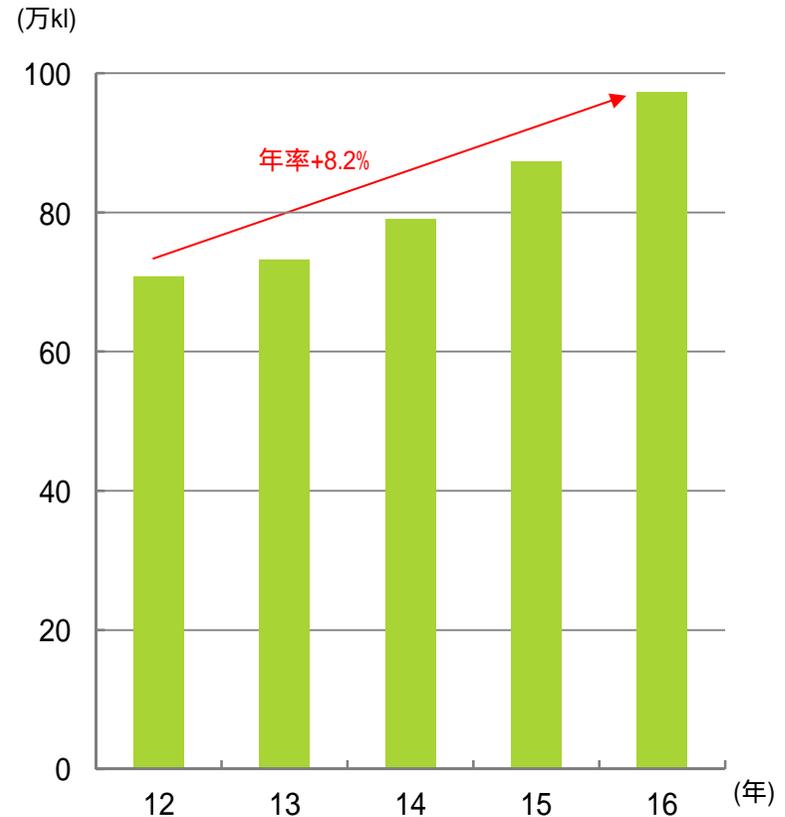
特に、豊かな風味やアルコール度数の低さ等から飲み易く、女性や若年層を中心に支持を集めてきた低アルコール飲料(RTD)の需要は高く、最近では辛口でアルコール度数の高い商品が発売され、男性の需要も取り込む等定着が進んでいるとみられます。

酒類消費数量構成比率の変化



\* 酒税法上、新ジャンルは「リキュール類」及び「その他」に含まれるため、酒類移出総数量と同等の割合(リキュール類の15%、その他の5%)で消費されるものと推計。  
(出所)国税庁、発泡酒の酒税を考慮する会資料を基に弊社作成

RTD移出数量推移(推計\*)



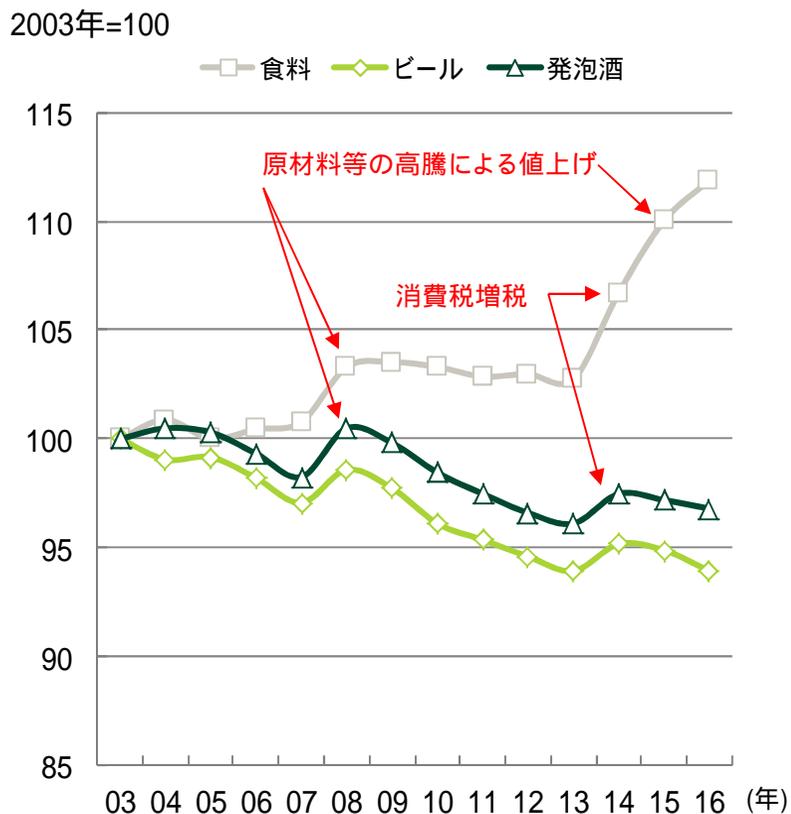
\* スピリッツ(発泡性)+リキュール(カテル・チューハイ等発泡性・梅酒) - 新ジャンルリキュール(発泡性)により算出した推計値。  
(出所)日本洋酒酒造組合、発泡酒の酒税を考慮する会資料を基に弊社作成

# 1. 国内酒類業界の概況 (3)供給動向

酒類の販売に関しては、小売事業者の参入自由化(2003年)を契機に競争が激化し、低価格での販売が浸透してきたことや、安価な新ジャンルの販売拡大等により他の食料品と比べて値上げが進んでこなかった他、消費者の低価格志向も根強いと言われています。

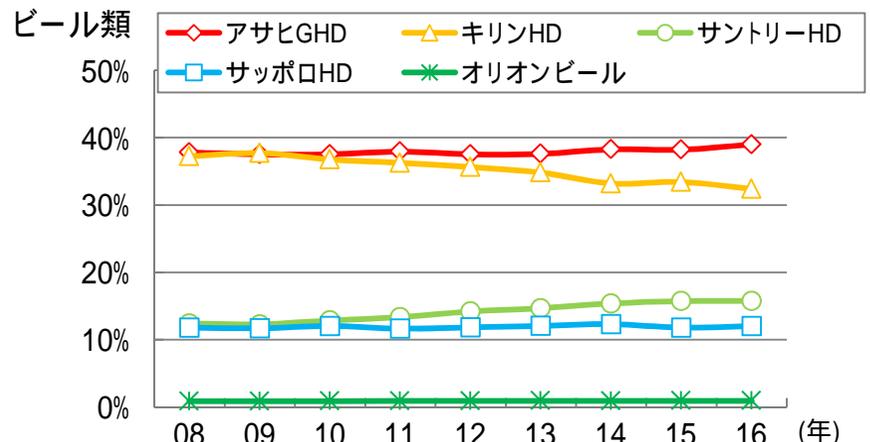
ビールメーカー各社は、従来のビールに加えて、発泡酒や新ジャンル、RTD等へ商品の幅を広げ、需要の減少・多様化や価格の下落への対応を進め、シェアの維持・拡大を図ってきました。

## 消費者物価指数の動向

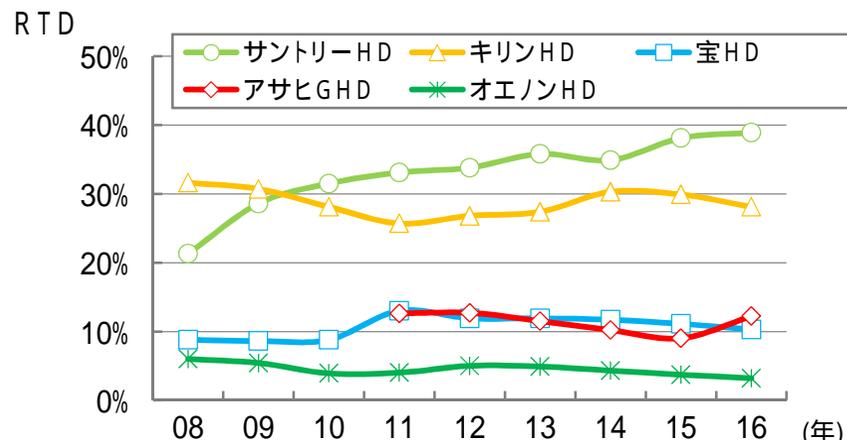


(出所)総務省統計局資料を基に弊社作成

## ビール類・RTDのシェア推移 各上位5社



(出所)(株)日刊経済通信社「酒類食品産業の生産・販売シェア」を基に弊社作成



(出所)Euromonitorを基に弊社作成

## 2. 法規制の動向

---

## 2. 法規制の動向 (1)酒販規制の強化

2017/6月から施行された改正酒税法では、酒販の公正な取引基準の制定、酒類販売管理研修の義務化、の2点が主な改正点となっており、特に に関し、原価割れ販売を行った違反者に対しては、最悪の場合、酒販免許取消処分も可能となりました。

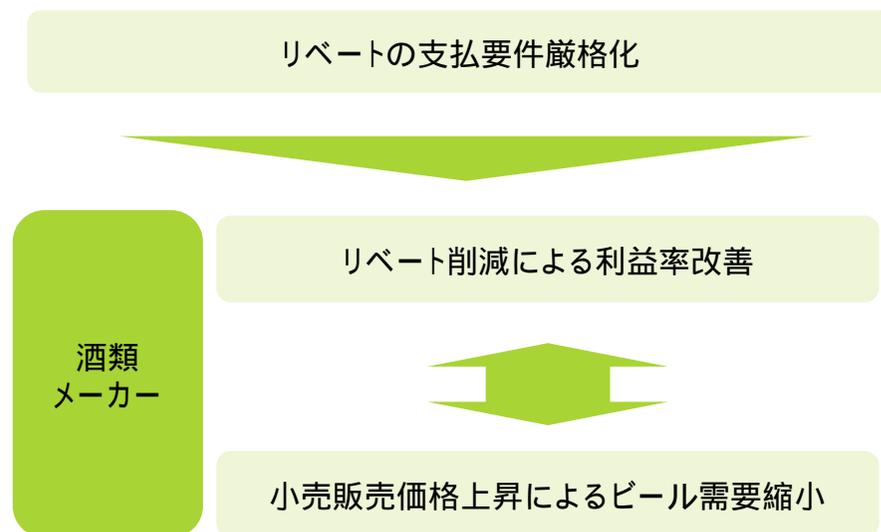
酒類メーカーでは、リベートの削減により利益率改善が見込まれる一方、小売販売価格上昇によりビール需要縮小に拍車がかかる可能性があると考えられます。

### 今般の法改正の内容

	項目	目的
酒税法	・ 酒類の販売業免許等の取消要件を追加	・ 公正な取引の基準の遵守を促す
酒類業組合法	・ 酒類に関する公正な取引の基準を制定	・ 事業者の適正利益確保を促すことにより、酒税の保全を図る
	・ 公正な取引の基準を遵守しない事業者に対する指示、公表、命令の権限を付与	・ 公正な取引の基準の遵守を促す
	・ 酒類販売管理研修の受講及び再受講を義務化	・ 酒類の適正な販売管理体制を構築することにより、健康障害の防止に努める
	・ 質問検査権の調査対象を拡充	・ より詳細な調査を行うことにより、公正な取引の基準の実効性を確保する
	・ 公正取引委員会との情報共有等の連携を強化	・ 効率的な情報収集を行うことにより、従来以上に効果的な調査を行う

原価割れ販売に対しては、酒販免許取消処分も可能に

### 酒類メーカーへの影響



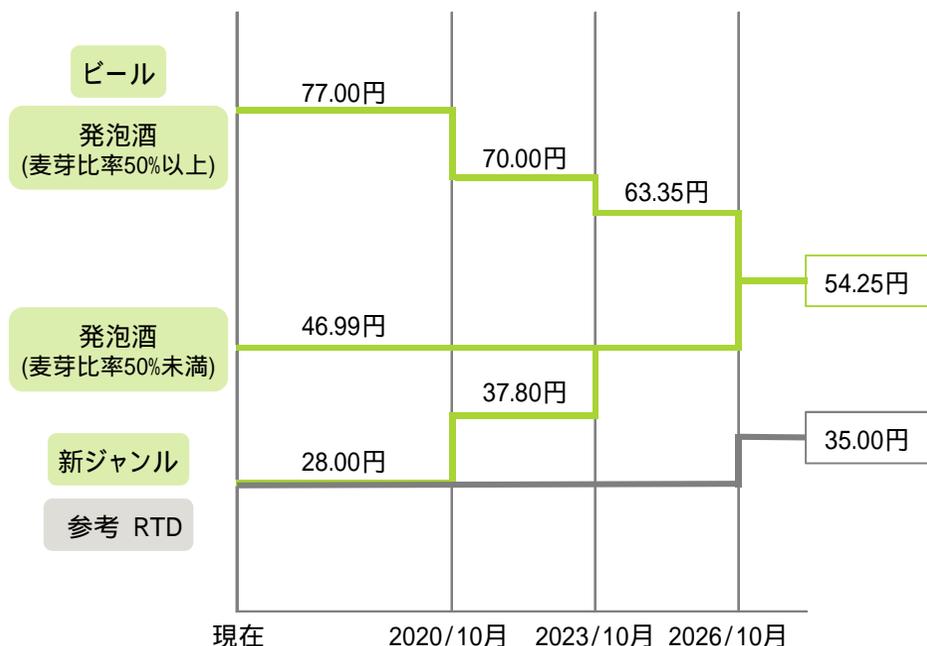
(出所)国税庁資料を基に弊行作成

## 2. 法規制の動向 (2)段階的な酒税の税率改正

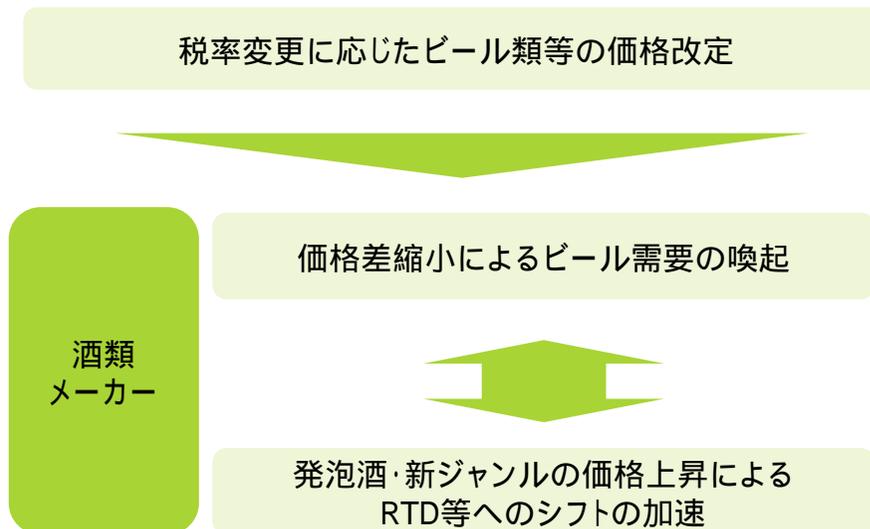
改正酒税法では、段階的に酒税の税率を改正することも決定され、ビール類に関しては2026年までに税率が一本化されます。

酒類メーカーでは、価格差縮小によりビール需要の回復が期待される一方、これまで販売を拡大してきた新ジャンルは価格が上昇しRTD等他の酒類へのシフトが加速、ビール類全体でみれば需要縮小が一段と進む可能性があると考えられます。

### ビール類の酒税の税率改正の内容



### 酒類メーカーへの影響



(出所)財務省資料を基に弊社作成

### 3. 中長期的な業界環境の変化に対する見方

---

### 3. 中長期的な業界環境の変化に対する見方(弊行想定)

国内酒類市場は、中長期的には 人口減少及び高齢化、酒販規制強化によるリベート支払要件の厳格化、酒税の税率改正に伴う価格改定、等の影響を受けると考えられます。

ビールメーカー各社では、ビール需要喚起に向けたプレミアムビールやクラフトビール、フルーツビール\* 等ビール類の開発・販売の他、RTD等の酒類も強化し需要の多様化への対応を進める動きや、コスト競争力を強化する動き等がみられます。

\* 2017/6月酒税法改正では、ビールの副原料の拡大や麦芽比率の緩和(67% 50%)が実施された。

#### 中長期的な業界環境の変化に対する見方(弊行想定)

