

酒造業界の現状と課題

要旨

国内の消費量が年々、減少傾向にある酒類業界。その理由は健康志向の高まりだけでなく、少子高齢化の進展による飲酒量の通減や若者の酒離れ、さらには飲酒運転の排除など様々で、消費減少に歯止めをかけるのはなかなか難しい状況にある。中でも、清酒の消費量は下降の一途で、他のアルコール類に比べ市場が大きく縮小している。埼玉県内には現在、清酒を製造する蔵元と呼ばれる酒造業が35蔵あるが、そのほとんどが小規模所帯。しかし、“山椒は小粒でもびりりと辛い”という言葉があるように、小さいながらも全国の大手酒造業に負けず頑張っているのが県内の酒造業で、35蔵合わせた製成数量（製造）は全国4位の規模を誇る。しかも、販売（消費）数量も全国で5番目に多い消費地でもあり、国内の清酒市場にあっては大きな存在ともなっている。県内の酒造業を取り巻く環境と、これからの課題について概観した。

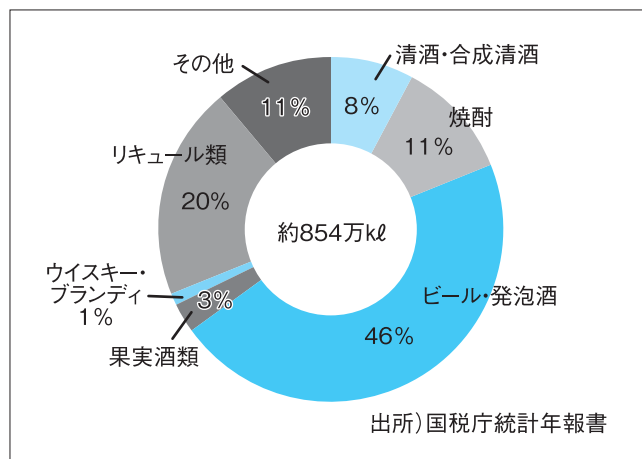
1. 国内の酒類販売（消費）数量

国内で販売（消費）されている酒類は清酒やビール、ワインなどに加えて、調味料のみりん、合成清酒を含めると、全体で2009年度（平成21年度）は853万7,000キロリットルにも上る。酒類別にみた数量は図表1の通りで、全体の5割弱がビールや発泡酒で占められ、次いで多いのがリキュール類（スピリッツなど含む）の20%。清酒の数量は合成清酒を含めても全体の8%（66万3,000キロリットル）で、焼酎よりも少ないのが現状だ。

年度別に販売（消費）数量の推移をみると、ビールは1970年度（昭和45年度）の219万キロリットルから年々増加し、1994年度（平成6年度）に約705万7,000キロリットルをピークに減少基調に入り、代わって発泡酒の数量が増加してきたため、現在も酒類のトップシェアを維持している。

一方、数量が大幅に増加したのがリキュール類で、1970年度の約2万3,000キロリットルから2009年度には23倍以上の約168万7,000キロリットルに達した。焼酎（甲・乙）も多少の浮き沈みがあるものの、焼酎ブームの波に乗って1970年度以降は増加を続け、2007年度（平成19年度）には約100万5,000キロリットルを記録、2009年度は約96万1,000キロリットルとなっている。果実酒よりも数量が多かったウイスキー類は、1980年度（昭和55年度）に36万キロリットルを頂点に減少。2004年度（平成16年度）以降は、10万キロリットルに達しない状況が続いている。

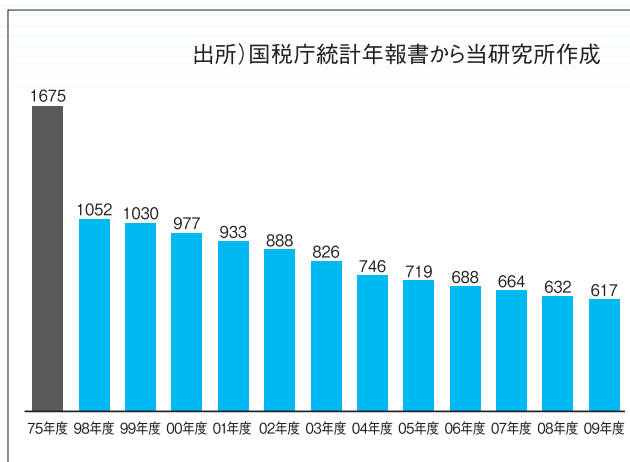
図表1. 2009年度販売（消費）数量



2. 清酒の販売（消費）数量

調味料として使われる合成清酒を除いた清酒の販売（消費）数量は、1975年度（昭和50年度）の約167万5,000キロリットルを頂点に清酒離れが進み、現在も凋落傾向は衰えない（図表2）。その数量は、1999年度（平成11年度）に約103万キロリットルを最後に、100万キロリットルの大台を割り込む年度が続き、2009年度は約61万7,000キロリットルまでに落ち込み、2010年度の速報値ではさらに減少して約55万8,000キロリットルとなっている。

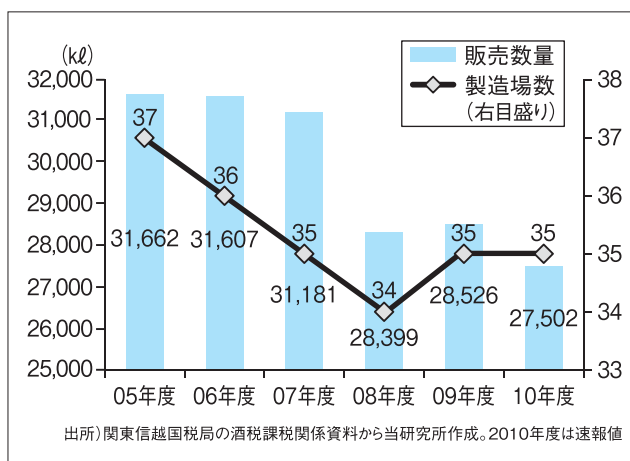
図表2. 全国の清酒販売(消費)数量の推移(単位:千ℓ)



3. 埼玉県内の清酒製造場と販売（消費）数量

図表3は、埼玉県内の清酒製造場数(蔵元)と販売(消費)数量の推移を最近6年間で示したもので、全国の販売(消費)数量と同様に減少傾向にあるが、2005年度から2007年度までは微減で推移していた。2008年度は米国リーマン・ショックの影響で大幅に落ち込んでしまったが2009年度には回復、速報値の2010年度には、また数量が減る見込みで、この3年はリーマン・ショック以前に比べ1割ほど減った状況が続いている。ただ、製造場数との関係をみれば、2005年度には37の蔵元があったのが現在は35に減り、製造場数の縮小に比例して販売(消費)数量が減少したものと推察される。言い換えれば、埼玉県内の蔵元が清酒離れが進んでいるにもかかわらず、営業努力などによって販売数量を大幅に落とすことなく、良く健闘していると言える。

図表3. 埼玉県内の清酒製造場数と販売(消費)数量の推移



4. 清酒製造業者の事業規模

人間と酒類とのかかわり合いは深く長い、清酒は我々日本人にとって切っても切れない関係にある。昔から冠婚葬祭には付き物で、江戸時代には村落ごとに必ず1軒は造り酒屋があったと言われるほどで、十分に事業として成り立っていたと言われている。それだけに、酒造業を営む企業は業歴が長く老舗企業の最たるものとして知られているが、反面で人口規模の小さい村落ごとに存在する故に組織としての規模が小さいのが特徴である。

図表4は、2009年度の清酒製造業を資本金・従業員別で示した割合だが、全国に1,585社(共同びん詰め法人を除く各事業年度10月1日現在)ある中で、このうち中小企業基本法で区分される大企業はわずか6社にとどまり、全体のシェアは0.4%。

図表4. 全国清酒製造業者の規模 (2009年度現在)

資本金額	資本金3億円超	3億円超	3億円以下	3億円以下	個人
従業員数	従業員300人超	300人以下	300人超	300人以下	300人以下
業者数	6	4	4	1,479	92
割合(%)	0.4	0.3	0.3	93.3	5.8

出所) 国税庁清酒製造業の概況から当研究所作成

99.6%の企業が中小企業で、資本金が3億円以下で従業員も300人以下の企業が圧倒的に多いのが業界の特徴と言える。また、清酒製造業者数は年々減少傾向にあり、1994年度(平成6年度)の2,216社から30%ほど減った。つまり、清酒の消費量と業者数の減少は相関関係にあり、業界規模が縮小する悪循環に陥っていることがうかがえる。

5. 厳しい環境以下で検討する埼玉県内清酒製造業

図表5は、2009年度の販売(消費)数量を都道府県別に順位付けたもので、トップは東京の7万1,096キロリットルで、埼玉県は新潟県の2万8,829キロリットルに次いで僅差の2万8,526キロリットルと全国5位にランクされる。10年前の1999年度(平成11年度)に比べると、埼玉県は7位であったことから(図表6)、販売(消費)量を減らしながらも順位を上げ“清酒王国”の一つとしての貫録を備えてきていることが分かる。ちなみに2010年度も速報値ながら2万7,502キロリットルで前年度と同じ5位だった。ただ、販売(消費)量は、人口の多寡によって左右される傾向が強く、上位の新潟県を除いては人口の多い都府県がランクインしているのが特徴だ。

では、一般的に清酒が多く製造されている“酒どころ”、と言われる所以の製成数量(製造量)はどうか。清酒の製造は現在、鹿児島県を除いて全国46都道府県で製造されている。焼酎文化が強い熊本や宮崎、それに泡盛で有名な沖縄県でも製成されているが量は少ない。その製成数量を都道府県別に上位20位までランク付けしたのが図表7で、2009年度は兵庫県の14万3,543キロリットルでトップ。次いで京都府の7万5,397キロリットルで埼玉県は新潟県に次いで4位の1万8,657キロリットルを製成し、8位だった10年前の1999年度(図表8)から4ランクもアップした。さらに、2010年度(3月の東日本大震災の発生で、未集計の岩手県、宮城県、福島県を除く)も埼玉県は4位の製成数量(1万7,178キロリットル)を維持した。しかも、上位の府県が製成数量を減らしている中で、埼玉県は1999年度に比べ2009年度は2,937キロリットルも増やしている。興味深いのは、販売(消費)数量と製成数量の上位の顔ぶれで、清酒の消費地と生産地が入れ替わっていることだ。2009年度みると、販売(消費)数量トップの東京都は、製成数量では37位に沈み、同様に2位の大阪府も製成数量では39位と下位に位置している。しかし、埼玉県は販売(消費)で5位、製成では4位と変わらず、生産地であり消費地としても全国屈指の酒どころであると言える。

図表 5. 都道府県別販売(消費)数量

2009年度(単位:kℓ)

順位	都道府県	販売(消費)量
1位	東京	71,096
2位	大阪	37,318
3位	神奈川	32,815
4位	新潟	28,829
5位	埼玉	28,526
6位	愛知	27,778
7位	兵庫	25,593
8位	北海道	25,225
9位	千葉	24,631
10位	福岡	19,881
11位	静岡	18,161
12位	長野	15,636
13位	茨城	14,974
14位	福島	14,973
15位	京都	13,809
16位	広島	13,649
17位	宮城	13,360
18位	岐阜	11,246
19位	栃木	10,231
20位	秋田	9,991
21位	群馬	9,724
22位	岡山	9,536
23位	山形	8,871
24位	石川	8,686
25位	岩手	8,582
26位	富山	8,418
27位	三重	8,360
28位	青森	8,186
29位	滋賀	7,190
30位	山口	7,075
31位	愛媛	6,933
32位	奈良	6,919
33位	長崎	5,812
34位	和歌山	5,697
35位	福井	5,195
36位	島根	5,113
37位	高知	4,736
38位	香川	4,734
39位	大分	4,621
40位	佐賀	4,549
41位	山梨	4,429
42位	熊本	4,303
43位	鳥取	4,149
44位	徳島	3,801
45位	宮崎	1,822
46位	鹿児島	1,367
47位	沖縄	1,016

国税庁統計年報から当研究所作成

図表 6. 都道府県別販売(消費)数量

1999年度(単位:kℓ)

順位	都道府県	販売(消費)量
1位	東京	102,096
2位	大阪	68,960
3位	愛知	53,906
4位	神奈川	49,648
5位	新潟	48,428
6位	兵庫	42,015
7位	埼玉	40,190
8位	北海道	37,985
9位	福岡	35,316
10位	千葉	34,341
11位	静岡	31,130
12位	長野	25,845
13位	広島	25,592
14位	福島	25,276
15位	茨城	24,519
16位	京都	22,339
17位	宮城	22,057
18位	岐阜	19,670
19位	秋田	18,952
20位	岡山	16,811
21位	三重	16,206
22位	山形	16,119
23位	石川	16,077
24位	栃木	15,614
25位	群馬	15,566
26位	富山	14,866
27位	岩手	14,340
28位	山口	13,617
29位	青森	13,353
30位	愛媛	13,094
31位	滋賀	12,211
32位	長崎	11,269
33位	和歌山	11,224
34位	奈良	10,528
35位	島根	10,250
36位	福井	9,522
37位	佐賀	9,338
38位	高知	9,292
39位	香川	8,737
40位	大分	8,610
41位	山梨	8,175
42位	熊本	7,518
43位	鳥取	7,422
44位	徳島	7,302
45位	宮崎	2,699
46位	鹿児島	1,829
47位	沖縄	—

国税庁統計年報から当研究所作成

図表7. 都道府県別製成数量（上位）

2009年度（単位：kℓ）

順位	都道府県	製成数量
1位	兵庫	143,543
2位	京都	75,397
3位	新潟	36,285
4位	埼玉	18,657
5位	愛知	17,776
6位	秋田	15,564
7位	福島	13,655
8位	山梨	11,618
9位	広島	10,268
10位	長野	8,704
11位	山形	7,989
12位	栃木	6,799
13位	宮城	6,696
14位	千葉	6,540
15位	富山	6,197
16位	石川	5,449
17位	高知	5,016
18位	北海道	4,581
19位	奈良	4,401
20位	茨城	4,090

国税庁統計年報から当研究所作成

図表8. 都道府県別製成数量

1999年度（単位：kℓ）

順位	都道府県	製成数量
1位	兵庫	227,157
2位	京都	86,728
3位	新潟	49,837
4位	秋田	28,103
5位	愛知	26,780
6位	広島	24,783
7位	福島	19,624
8位	埼玉	15,720
9位	長野	15,636
10位	福岡	15,119
11位	山形	12,822
12位	富山	11,998
13位	石川	11,926
14位	岡山	11,415
15位	奈良	9,835
16位	北海道	9,819
17位	千葉	9,730
18位	岐阜	8,701
19位	高知	8,449
20位	岩手	8,263

国税庁統計年報から当研究所作成

6. まとめ

埼玉県内の酒造業は、全国で清酒の市場規模が縮小している中であっても、統計数字から販売（消費）数量、製成（製造）数量とも健闘していることが分かった。その原動力は、各蔵元のたゆまぬ営業努力によるものだが、競って消費者の嗜好ニーズを探りながら、新商品の開発を進めていることも見逃せない。また、産学連携した取り組みもあり、これに行政も加わり「埼玉地酒応援団」を組織して、側面から支援していることも埼玉県内での清酒離れに歯止めを掛けている。特に、2004年に県農林総合研究センターが開発した酒米用品種の「さけ武蔵」を使った埼玉独自の清酒造りは、その代表的な事例であり、県産業技術総合センターが発見した「埼玉酵母」を使った清酒も生まれている。加えて、蔵元が存在しない地域でも新たな地酒を開発する動きがあり三郷市や所沢市では、県内の造り酒屋と共同して新酒が産み出された。

清酒をベースにしたカクテルや炭酸酒、スイーツなども開発され、たびたびマスコミで取り上げられるなど、県内の酒造業者は意欲的で、これが販売（消費）数量を落とさないどころか、逆に順位の底上げ要因となっていると言える。

しかし、全国屈指の販売（消費）数量や製成数量を誇っている一番の理由は、県内酒造業界の中に一部大手企業が存在することである。その大手企業の存在が埼玉県を酒どころにした原動力となっていることは確かで、中小の造り酒屋にとって励みにもなっているようだ。

埼玉県内の清酒市場を考えると、アルコール消費量に占める清酒の消費量がまだ少ないだけに、販売法などを工夫すればまだ拡大の余地はある。課題は清酒業者の後継者不足への対応や、

埼玉県内の蔵元



出所) 埼玉県酒造組合のホームページから

技術の伝承をいかにして維持していくかであり、特に酒造りの品質や技術水準を落とさずに今以上に向上させていく努力が欠かせない。新たな酒米や酵母菌を見つけ出すとともに、新技法を確立させるなどして時代にあった清酒を世に出していく努力を続けていかなければ、埼玉県に限らず全国の清酒市場はますます細ってしまう恐れがある。

最後に、清酒にはアルコールや糖類を添加した一般酒（普通酒）と全量を酒米だけで造る吟醸や純米といった特定名称酒があるが、市場に出回っている7割は一般酒と言われている。つまり、多くの蔵元では品質が劣る酒米を使い、添加物を入れた低価格の一般酒を造っているわけで、それが日本酒離れにつながっているとの指摘もある。酒税の課税や徴収に問題がないわけではないが、アルコールなどの添加物のない全量が酒米の清酒製造の割合を高めるなど、各蔵元が消費者の嗜好に合った清酒の製造に努力していかなければ、清酒市場の縮小には歯止めが掛からず、さらに市場が小さくなってしまう恐れがある。