県内酒類製造業の経済波及効果 (泡盛・ビール系飲料)

2012 年度税制改正により酒税軽減措置が 5 年間延長されることとなったが、近年の県内酒類販売製造業のおかれる現状をみると、焼酎、ウイスキー、リキュール類をはじめとした他酒類との競争激化や酒類消費の減少傾向などから、全体的に厳しい状況にある。さらにビール系飲料(ビール、発泡酒、新ジャンル)については、他酒類だけでなく量販店の PB を主とした海外メーカーの低価格ビールの影響も大きいようだ。

県内の酒類製造業の売上規模は約 450 億円

県内の泡盛メーカーの現状を他県と比較して みると、2011年の「全国焼酎泡盛売上高ランキング」(帝国データバンク)によると、上位50 位以内に県内の泡盛メーカーが5社ランクイン している。

最高位は19位「久米島の久米仙」売上高31億円であるが前年比では11.2%の売上減となっている。次いで、28位「比嘉酒造(読谷村)」19億円(前年同)、29位「菊之露酒造」18億円(前年同)、42位「瑞泉酒造」13億円(前年同)、49位「比嘉酒造(糸満市)」11億円(前年比10.0%増)と3酒造所は前年並みを維持し、1酒造所は前年図表1:しょうちゅう・泡盛メーカー売上高ランキング

(2011)									
順位	前年順位	社名	所在地	プランド名	売上高 (百万円)	前年比 売上高 伸び率 (%)			
1 (1)	1	三和酒類(株)	大分県宇佐市	いいちこ	50,124	▲ 4.1			
2 (2)	2	霧島酒造(株)	宮崎県都城市	霧島、黒霧島	48,626	2.9			
3 (3)	3	薩摩酒造(株)	鹿児島県枕崎市	さつま白波、黒白波	17,876	▲ 12.5			
4 (4)	4	雲海酒造(株)	宮崎市	いいとも、雲海	17,536	▲ 8.9			
5 (5)	5	二階堂酒造(有)	大分県日出町	二階堂、吉四六	16,800	▲ 4.0			
19 (19)	19	(株)久米島の久米仙	沖縄県浦添市	ブラック7年、 ホワイト12年	3,100	▲ 11.2			
28 (28)	27	(有)比嘉酒造	沖縄県読谷村	残波	1,900	0.0			
29 (29)	31	菊之露酒造(株)	沖縄県宮古島市	菊之露	1,800	0.0			
42 (42)	45	瑞泉酒造(株)	那覇市	瑞泉、翔	1,300	0.0			
49 (49)	-	(株)比嘉酒造	沖縄県糸満市	まさひろ	1,100	10.0			

(出所) 帝国データバンク

増である。

沖縄県「産業振興制度(酒税軽減措置)調査報告書」(2013年3月)によると、2009年度の県内47酒造所の総売上高は、推定243億2,400万円となっている。2011年の売上高であるが、1位の三和酒類(株)の売上高と比較すると、沖縄県全体でも約1/2程度の規模にとどまっている。

また、同報告書による 2009 年度の県内の「ビール系飲料」の売上高は推定 205 億 6,000 万円となっており、県内の酒類製造業の全体の売上規模は、約 450 億円程度と推定される。

酒類製造業の経済波及効果分析

経済波及効果の分析にあたっては、「泡盛」「ビール系飲料」の2つに分けて推計を行った。また、酒税軽減措置の撤廃による売上高減少分については、「泡盛」は30%減少、25%減少、10%減少、「ビール系飲料」は20%減少、10%減少、5%減少と、それぞれ最大値、中間値、最小値の3パターンに設定した。

分析用産業連関表については、県で公表されている産業連関表に表示されている部門分類では、 泡盛やビールに対応する部門が詳細に表示されていないため、2005年の地域表(公表用基本分類) (行404×列350部門)から、ビール系飲料が対応する「ビール」部門および泡盛が対応する「その他の酒類」を抽出し、41部門に統合を行なった。

図表 2:分析用産業連関表部門分類表

番号	部門	番号	部門
01	農林水産業	22	土木建設
02	鉱業	23	電気・ガス・熱供給業
03	食料品・たばこ・その他の飲料	24	水道・廃棄物処理
04	清酒	25	卸売
05	ビール	26	小売
06	その他の酒類	27	金融・保険
07	繊維製品	28	不動産
08	製材・木製品・家具	29	運輸
09	パルプ・紙・紙加工品	30	情報通信
10	化学製品	31	公務
11	石油製品・石炭製品	32	教育・研究
12	窯業・土石製品	33	医療・保健・社会保障・介護
13	鉄鋼	34	その他の公共サービス
14	非鉄金属	35	対事業所サービス
15	金属製品	36	一般飲食店 (除喫茶店)
16	一般機械	37	喫茶店
17	電気機械	38	遊興飲食店
18	輸送機械	39	宿泊業
19	精密機械	40	その他の対個人サービス
20	その他の製造工業製品	41	その他
21	建築及び補修		

泡盛の売上高による経済波及効果

2009 年度の 47 酒造所の売上高は、推定 224 億 5,300 万円となっており、そのうち「酒類の売上高」は推定 192 億 5,600 万円である。「酒類の売上高」を最終需要額に用いた推計の結果、

生産誘発額は、297 億 900 万円、波及効果は約 1.54 倍であった。

仮に、酒税軽減措置の効果を除くと「酒類の 売上高」が最大で30%減少すると仮定した推計 では、生産誘発額が207億9,600万円となり、 その差額は▲89億1,300万円となった。25% 減少と仮定すると、生産誘発額は222億8,200 万円となり、その差額は▲74億2,700万円。 10%減少と仮定すると、生産誘発額は267億 3,800万円となり、その差額は▲29億7,100 万円となる。

また、粗付加価値誘発額は、152億1,500万円であった。仮に、酒税軽減措置の効果を除くと、粗付加価値誘発額は106億5,000万円となり、その差額は▲45億6,400万円となった。25%減少と仮定すると、粗付加価値誘発額は114億1,100万円となり、その差額は▲38億400万円。10%減少と仮定すると、粗付加価値誘発額は136億9,300万円となり、その差額は▲15億2,100万円となる。

図表3:泡盛の経済波及効果

(百万円)

	生産誘発額				粗付加価値誘発額				
	2009年度	30%減	25%減	10%減	2009年度	30%減	25%減	10%滅	
A: 売上高(百万円)	19,256	13,479	14,442	17,330	-	-	-	-	
B:波及効果(百万円)	29,709	20,796	22,282	26,738	15,215	10,650	11,411	13,693	
B/A:波及効果(倍)	1.54	1.54	1.54	1.54	0.79	0.79	0.79	0.79	
2009年度との差額(百万円) =マイナス額	-	▲ 8.913	▲ 7.427	▲ 2.971	_	▲ 4.564	▲ 3.804	▲ 1.521	
01 農林水産業	332	233	249	299	170	119	128	153	
02 鉱業	21	15	16	19	11	8	8	10	
03 食料品・たばこ・その他の飲料	1,099	769	824	989	563	394	422	506	
04 清酒	0	0	0	0	0	0	0	0	
05 ビール	11	8	8	10	6	4	4		
06 その他の酒類	19,790	13,853	14,843	17,811	10,135	7,094	7,601	9,121	
07 繊維製品	5	3	4	4	3	2	2	2	
08 製材·木製品·家具	5	4	4	5	3	2	2	3	
09 パルプ・紙・紙加工品	101	71	76	91	52	36	39	47	
10 化学製品	15	10	11	13	8	5	6		
11 石油製品·石炭製品	236	165	177	212	121	84	90	109	
12 窯業・土石製品	611	428	458	550	313	219	235	282	
13 鉄鋼	55	39	41	50	28	20	21	25	
14 非鉄金属	27	19	20 187	24	14	10	10	11	
15 金属製品 16 一般機械	249	175 0	187	224	128	89	96 0	11:	
17 電気機械	2	1	0	1	0	1	1	-	
17 直风候做 18 輸送機械	10	7	8	9	5	4	4		
19 精密機械	0	0	0	0	0	0	0	(
19 情 仮	126	88	94	113	64	45	48	58	
21 建築及び補修	111	78	83	100	57	40	43	5	
22 十大建設	0	0	0	0	0	0	0		
23 電気・ガス・熱供給業	300	210	225	270	154	108	115	138	
24 水道·摩棄物処理	176	123	132	158	90	63	68	8	
25 卸売	955	669	717	860	489	343	367	440	
26 小売	235	164	176	211	120	84	90	108	
27 金融・保険	1,221	854	916	1,099	625	438	469	563	
28 不動産	810	567	607	729	415	290	311	37	
29 運輸	536	375	402	482	275	192	206	24	
30 情報通信	298	208	223	268	152	107	114	13	
31 公務	34	23	25	30	17	12	13	1	
32 教育·研究	293	205	220	264	150	105	113	13	
33 医療·保健·社会保障·介護	167	117	125	150	85	60	64	7	
34 その他の公共サービス	118	83	89	106	61	42	45	5	
35 対事業所サービス	1,303	912	977	1,173	667	467	500	601	
36 一般飲食店(除喫茶店)	66	46	50	60	34	24	25	3:	
37 喫茶店	8	5	6	7	4	3	3	4	
38 遊興飲食店	70	49	53	63	36	25	27	3:	
39 宿泊業	16	11	12	15	8	6	6		
40 その他の対個人サービス	168	117	126	151	86	60	64	77	
41 その他	129	91	97	116	66	46	50	60	
合計	29,709	20,796	22,282	26,738	15,215	10,650	11,411	13,693	

ビール系飲料の売上高による経済波及効果

ビール系飲料については、2009年度の県内 ビール会社の「ビール|「発泡酒|「新ジャンル| の売上高合計 205 億 6.000 万円 (推定) を最終 需要額に用いた。

推計の結果、生産誘発額は、274億9,000万円、 波及効果は約1.34倍であった。

仮に酒税軽減措置の効果を除くと「酒類の売上 高」が最大で20%減少すると仮定し、推計を行っ た結果、生産誘発額は219億9.200万円となり、 その差額は▲ 54 億 9,800 万円と推計される。

また、10%減少と仮定すると、生産誘発額は 247 億 4,100 万円、その差額は▲ 27 億 4,900 万円。5%減少と仮定すると、生産誘発額は261 億1.600万円、その差額は▲13億7.500万円 と推計される。

また、粗付加価値誘発額は、140億7.800万 円であった。

仮に酒税軽減措置の効果を除くと「ビール系 飲料の売上高」が最大で20%減少すると仮定し、 推計を行った結果、粗付加価値誘発額は112億 6.300 万円となり、その差額は▲ 28 億 1.600 万 円となった。

また、10%減少と仮定すると、粗付加価値誘 発額は126億7,100万円となり、その差額は▲ 14億800万円。5%減少と仮定すると、粗付加 価値誘発額は133億7,400万円となり、その差 額は▲7億400万円となる。

図表4:ビール系飲料の経済波及効果

(百万円)

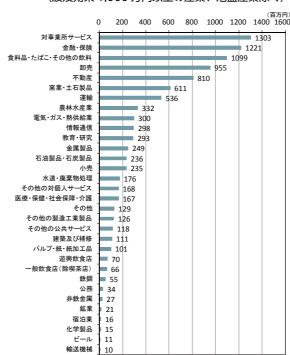
		生産誘発額				粗付加価値誘発額				
		2009年度	20%減	10%減	5%減	2009年度	20%減	10%減	5%減	
	A:売上高(百万円)	20,560	16,448	18,504	19,532	-	-	-	-	
	B:総合効果(百万円)	27,490	21,992	24,741	26,116	14,078	11,263	12,671	13,374	
	B/A: 波及効果(倍)	1.34	1.34	1.34	1.34	0.68	0.68	0.68	0.68	
	2009年度との差額(百万円) =マイナス額	-	▲ 5,498	▲ 2,749	▲ 1,375	-	▲ 2,816	▲ 1,408	▲ 704	
01	農林水産業	130	104	117	124	67	53	60	63	
02	鉱業	17	13	15	16	9	7	8	8	
03	食料品・たばこ・その他の飲料	363	291	327	345	186	149	167	177	
04	清酒	0	0	0	0	0	0	0	0	
05	ビール	20,568	16,455	18,511	19,540	10,533	8.427	9,480	10,007	
06	その他の酒類	7	6	7	7	4	3	3	4	
07	繊維製品	3	2	3	3	1	1	1	1	
08	製材・木製品・家具	4	3	4	4	2	2	2	2	
09	パルプ・紙・紙加工品	54	43	49	52	28	22	25	26	
10	化学製品	4	3	3	3	2	2	2	2	
11	石油製品•石炭製品	171	137	154	163	88	70	79	83	
12	窯業・土石製品	240	192	216	228	123	98	111	117	
13	鉄鋼	74	59	66	70	38	30	34	36	
14	非鉄金属	12	10	11	12	6	5	6	6	
15	金属製品	411	329	370	391	211	168	190	200	
16	一般機械	0	0	0	0	0	0	0	0	
17	電気機械	1	1	1	1	1	0	1	1	
18	輸送機械	7	6	6	7	4	3	3	3	
19	精密機械	0	0	0	0	0	0	0	0	
20	その他の製造工業製品	196	157	177	186	100	80	90	95	
21	建築及び補修	159	127	143	151	81	65	73	77	
22	土木建設	0	0	0	0	0	0	0	0	
23	電気・ガス・熱供給業	416	333	374	395	213	170	192	202	
24	水道·廃棄物処理	262	210	236	249	134	107	121	128	
25	卸売	402	321	362	382	206	165	185	195	
26	小売	186	149	168	177	95	76	86	91	
27	金融•保険	728	582	655	691	373	298	335	354	
28	不動産	612	490	551	581	313	251	282	298	
29	運輸	309	248	278	294	158	127	143	151	
30	情報通信	294	235	265	279	151	120	136	143	
31	公務	32	26	29	31	17	13	15	16	
32	教育•研究	331	265	298	315	170	136	153	161	
33	医療·保健·社会保障·介護	127	102	114	121	65	52	59	62	
34	その他の公共サービス	65	52	58	61	33	27	30	31	
35	対事業所サービス	917	734	825	871	470	376	423	446	
36	一般飲食店(除喫茶店)	50	40	45	48	26	21	23	25	
37	喫茶店	6	5	5	6	3	2	3	3	
38	遊興飲食店	53	43	48	51	27	22	25	26	
39	宿泊業	12	10	11	12	6	5	6	6	
40	その他の対個人サービス	130	104	117	124	67	53	60	63	
41	その他	131	105	118	125	67	54	60	64	
	合計	27,490	21,992	24,741	26,116	14,078	11,263	12,671	13,374	

泡盛の他産業への波及効果

全体の生産誘発額 297 億 900 万円から泡盛産 業への効果である「その他の酒類」の波及効果 197億9,000万円を除くと他産業への波及効果 は99億1.900万円となり、そのうち「対事業所 サービス | 13 億 300 万円が最も大きくなってお り、次いで「金融・保険」12億2.100万円、「食 料品・たばこ・その他の飲料 | 10 億 9.900 万円、「卸 売 | 9億5.500万円となっている。機械関連の製 造業を除いて、ほとんどの産業部門に1.000万 円以上の波及効果を誘発しており、製造業および サービス産業への波及効果が大きくなっている。

特に「対事業所サービス」や「金融・保険」は、 他産業へ様々なサービスを提供する部門であり、 影響を受けやすい部門である。

図表 5: 泡盛産業の経済波及効果 (波及効果 1.000 万円以上の産業、泡盛産業除く)

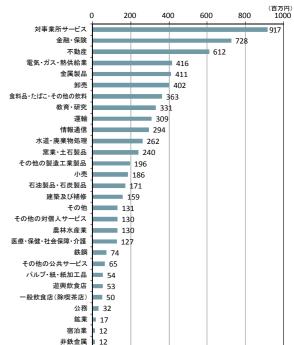


ビール系飲料の他産業への波及効果

全体の生産誘発額 270 億 9,000 万円からビー ル産業への効果である、「ビール」の波及効果 205億6.800万円を除くと他産業への波及効果 は69億2,200万円となり、そのうち「対事業所 サービス | 9億1.700万円が最も大きくなって おり、次いで「金融・保険 | 7億2.800万円、「不 動産 | 6億1.200万円、「電気・ガス・熱供給業 | 4億1.600万円となっている。また、泡盛産業 と同様に機械関連の製造業を除いて、ほとんどの 産業部門に1千万円以上の波及効果を誘発して おり、製造業およびサービス産業への波及効果が 大きくなっている。

図表6:ビール系飲料の経済波及効果

(波及効果 1,000 万円以上の産業、ビール系飲料産業除く)



県内酒類製造業の進行について

泡盛は一時的な移出量の減はみられるものの 復帰以降、2005年までは一貫した増加を保って きた。しかし、その後は減少傾向が続いている。

ビール系飲料においては、ビール、発泡酒、新 ジャンルと酒類は増え、ある程度の売上は保た れているものの、自社ブランドのビール類は、 2000年以降、一貫して減少を続けているようだ。

沖縄だけでなく全国的にも消費者のアルコー ル離れがあり、酒類の市場規模が縮小傾向にある なかで、本土産酒類の参入や消費者の好みの多様 化など、酒類製造業を取り巻く環境は厳しさを増 している。

仮に、軽減措置が撤廃されたとすれば、同等の 競争条件となるため、さらに厳しさが増すことは 十分に考えられるが、それを除いたとしても、今 後も品質の向上やコスト削減等や経営や販売戦略 の見直しなど、さらなる取組が求められている。

(海邦総研経営企画部主任研究員/新里治史)